

Quand le passé est dépassé par le présent : les élections de 1983 et la construction d'un nouveau temps en Argentine

Gabriel Vommaro

▶ **To cite this version:**

Gabriel Vommaro. Quand le passé est dépassé par le présent : les élections de 1983 et la construction d'un nouveau temps en Argentine. GIS Réseau Amérique latine. Actes du 1er Congrès du GIS Amérique latine : Discours et pratiques de pouvoir en Amérique latine, de la période précolombienne à nos jours, 3-4 novembre 2005, Université de La Rochelle, Nov 2005, 34 p. halshs-00005650

HAL Id: halshs-00005650
https://shs.hal.science/halshs-00005650

Submitted on 15 Nov 2005

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.

GIS Réseau Amérique latine. Actes du 1er Congrès du GIS Amérique latine : Discours et pratiques de pouvoir en Amérique latine, de la période précolombienne à nos jours, 3-4 novembre 2005, Université de La Rochelle

Quand le passé est dépassé par le présent : les élections de 1983 et la construction d'un nouveau temps en Argentine

Gabriel Vommaro[*]

Doctorant EHESS (CSE) – Enseignant à l'Université de Buenos Aires

Les élections présidentielles de 1983 ont été fréquemment analysées comme un moment fondateur du nouveau temps politique amorcé en Argentine lors de la « transition démocratique »[1]. Dès lors, certaines catégories du discours et de la pratique politiques commencent à s'imposer et seront, progressivement, généralisées jusqu'à faire partie des schèmes dominants d'appréciation politique du monde social[2]. Ces catégories entraînent certains changements dans les manières de percevoir l'activité politique et la relation entre professionnels et profanes. Dans ce travail, nous nous occuperons de la genèse de « l'indécis » et de « l'indépendant » comme catégories politiques, notions dont l'usage commence à se généraliser dans le contexte de la « transition démocratique ». La figure de « *la gente* » (les gens), nouvelle forme d'appellation du *demos*[3], résume et incarne l'institutionnalisation de l'incertitude politico-électorale produite en raison de l'existence des citoyens détachés des partis qui se décident, au moment du vote, de façon conjoncturelle et changeante. L'imposition de la figure de *la gente* remplacerait graduellement celle du *peuple* comme réalité politique étroitement liée au péronisme.

La « transitologie » place la question de l'incertitude politique au cœur des conjonctures d'ouverture démocratique et de re-institutionnalisation des élections libres ; le rapport entre le certain et l'incertain dans les processus électoraux sera ici revisité.

[*] Adresse : 31, rue d'Avron, 75020, Paris. E-mail : gvommaro@yahoo.com.ar

[1] C. Acuña (1995) souligne ainsi que la « nouvelle matrice politique » argentine trouve ses origines dans la rupture de la « loi de fer » électorale, produite lors de la défaite du péronisme en 1983.

[2] Principes de perception et d'appréciation générateurs de pratiques qui renvoient à la notion d'habitus développée par P. Bourdieu (1980).

[3] Au sens du sujet de la légitimité dans la tradition démocratique. Pour le cas argentin, la catégorie de *demos* permet de distinguer ses différentes formes historiques, et notamment de saisir le processus de passage de la catégorie de « *peuple* » à celle de « *la gente* ».

Nous montrerons que l'incertitude de la post-dictature doit être comprise par rapport aux certitudes de la pré-dictature, les certitudes et les incertitudes politiques constituant une tension entre les schèmes de perception et d'appréciation forgés dans le passé et la « nouvelle réalité » amorcée en 1983. La certitude la plus grande et l'incertitude la plus profonde par rapport à la lecture de l'espace politique étaient alors des perceptions inégalement distribuées parmi les acteurs du jeu et parmi les journalistes politiques chargés de « couvrir » cette conjoncture : certains acteurs soutenaient ne pas savoir « où il étaient » alors que d'autres assuraient que l'avenir reproduirait les certitudes du passé. La question de ce qui allait de soi et qui demeurait incertain apparaissait ainsi comme enjeu.

L'apparition de *la gente*, être évanescent et changeant détaché des traditions partisanes, a représenté un terrain propice pour l'institutionnalisation d'un outil de lecture de la compétition politique : en partie grâce au travail de persuasion initié par leurs détenteurs, les experts en opinion, les sondages d'opinion et notamment les sondages d'intention de vote seraient utilisés par les acteurs du jeu politique comme un outil permettant de s'orienter dans ce jeu, de connaître le poids des concurrents et de montrer la propre puissance réelle ou prétendue. L'usage des sondages permettra en même temps de faire de « l'indécis » une réalité mesurable et de *la gente* un « acteur » de la politique, de la même façon que les manifestations péronistes dotaient le *peuple* d'une existence réelle.

Cette analyse sera développée en trois parties. Dans un premier temps, nous analyserons la campagne électorale de 1983 dans le contexte de l'histoire politique récente de l'Argentine. Munis du concept d'indicateur pratique - des outils cognitifs et symboliques dont se servent les acteurs des luttes politiques afin de connaître l'état de la concurrence et de mettre en relief leur puissance - nous montrerons comment fonctionnent les principes de lecture du jeu politique forgés dans le passé. Dans un deuxième temps, nous saisirons les façons dont la défaite du péronisme a été interprétée comme le début d'un nouvel âge politique de l'Argentine et comment cette interprétation entraînait la mobilisation de certaines manières de percevoir et d'apprécier le jeu politique que progressivement deviendront dominantes. Enfin, nous verrons comment les sondages d'opinion commencent à être utilisés dans ce contexte de transformations

politiques ; ils sont à la fois un produit de ces changements et un instrument mobilisé par les différents acteurs afin de les produire.

1. Les élections présidentielles de 1983 et l'échec de l'histoire

En 1983, après la dernière dictature militaire (1976-1983), l'Argentine renouait avec des élections libres, sans interdictions. Depuis 1930, la vie politique était marquée par des cycles successifs de coups d'Etat qui venaient modifier les rapports de forces politiques et économiques entre les partis politiques et les différents groupes sociaux. Les deux forces politiques principales, toutes deux aux racines national-populaires, vont être au centre de ce processus[4]. Jusqu'en 1945, les coups d'Etat cherchaient à mettre en cause le processus politique commencé en 1916 autour du leadership de Hipólito Yrigoyen, chef de l'Unión Cívica Radical, dont la base électorale et partisane était issue des classes moyennes urbaines.

La constitution du péronisme va produire une nouvelle réalité politique. Le péronisme a été conçu comme mouvement et non comme parti et il a permis aux travailleurs d'accéder à la vie politique[5]. En s'appuyant sur les syndicats et les réseaux locaux de distribution de biens matériels et symboliques, il a été le parti national-populaire argentin par excellence pendant la deuxième moitié du XX^{e} siècle. L'impossibilité de se penser comme parti – *i.e.* comme une partie de la société – illustre la manière dont l'identité péroniste s'est constituée autour de la notion de *peuple* : le péronisme était la forme d'organisation du *peuple* dans un sens organiciste, il cherchait à articuler les différents groupes sociaux comme des « branches » d'un même tronc dans lequel les travailleurs conservaient cependant un poids fondamental.

[4] Nous utilisons la notion de « national-populaire » car il nous semble qu'elle pose moins de problèmes conceptuels et historiques que celle de « national-populisme ». Cette dernière renvoie en effet à un vaste débat sur la catégorie de populisme et sur sa réalité en Amérique latine. Avec la notion de « national-populaire » nous faisons référence aux caractéristiques des mouvements politiques structurés autour de la notion de peuple comme sujet privilégié – porteur de l'avenir collectif – et à celle de nation comme limite marquant les principaux clivages. La conception national-populaire est ainsi une manière de construire les groupes et leur représentation qui diffère des conceptions classistes et des conceptions individualistes. Cf. sur le national-populaire et le populisme (Martucceli et Svampa, 1997), (Portantiero et De Ipola, 1988a). Ces derniers distinguent le national-populaire et le national-étatique comme deux formes d'articulation politique qui ne sont pas toujours combinées. Cette distinction est pourtant problématique dès lors que, comme chez Antonio Gramsci, ils identifient le national-populaire aux classes subalternes, alors qu'en Argentine le populaire a été construit par l'intervention de l'Etat.

[5] Les origines du péronisme et de ses rapports avec la classe ouvrière ont été au centre des débats des sciences sociales en Argentine, jusqu'à représenter l'un de leurs noyaux constitutifs. Cf. parmi d'autres, les travaux de (Juan Carlos Torre, 1991), (Murmis et Portantiero, 1973-1974), (Hugo Del Campo, 1983).

Toutefois, la construction péroniste du peuple reste ambiguë : le *peuple* était soit identifié aux travailleurs et ainsi à un groupe social conçu comme porteur d'une promesse de justice, soit comme inclusion de tous les groupes sociaux et ainsi comme *peuple* organique porteur d'une promesse d'harmonie sociale. Par ailleurs, cette notion de *peuple* était définie par rapport à celle de nationalité : la première façon de constituer le clivage politique entre le « nous » et le « eux » reposait sur la distinction entre les « groupes nationaux » et les « groupes antinationaux », ce qui illustre l'élément « anti-impérialiste » du péronisme. La distinction nationaliste présentait aussi des ambiguïtés dans son articulation avec la catégorie de peuple : le péronisme pouvait être un nationalisme populaire d'inspiration ouvrière ou bien une tentative de dissolution des différences internes vis-à-vis d'un ennemi extérieur. Sur ce sol d'ambiguïtés, la figure de Perón, leader et porte-parole privilégié du péronisme, demeurait comme ce qui monopolisait la définition et la représentation de la voix populaire (Sigal et Verón, 1988).

La vie politique argentine s'est structurée autour de la figure de Perón et du parti péroniste jusqu'à la mort du leader en 1974[6]. Les conflits violents à l'intérieur du parti péroniste ainsi que la crise politique, économique et sociale qui a éclaté en 1975 ont mis en difficulté le parti et le gouvernement, qui perdra le soutien des autres partis en 1976 ; le 24 mars de la même année, le coup d'État le plus sanglant de l'histoire de l'Argentine précipitera la fin du projet du deuxième péronisme[7].

C'est l'échec militaire des Malouines qui provoquera la fin de la dictature. En 1983, les forces armées organisent des élections présidentielles mais la faiblesse de leur pouvoir ne leur permet pas d'imposer les conditions de la transition. Ainsi, se sont tenues

[6] Cf. le remarquable travail de Guillermo O'Donnell (1977), qui décrit les « pendules » de la politique argentine entre 1950 et 1976 par rapport aux changements d'alliances entre classes et fractions de classes constitués comme des acteurs politiques significatifs. Sur le péronisme, il avance : « Le secteur populaire et la classe ouvrière ont trouvé dans les syndicats et – politiquement – dans le péronisme, des modalités de constitution organisationnelle, idéologique et politique correspondant au va-et-vient et aux limites de la situation » d'instabilité politique cyclique (*Ibid.*, p. 550). Dès 1945, tous les partis politiques se sont divisés face à l'émergence du leadership de Perón, à sa politique ouvrière et aux élections présidentielles de 1946. Radicaux, communistes, socialistes et conservateurs – ces derniers sans parti politique organisé mais ayant de force sociale et économique – ont été amenés par le mouvement naissant à changer leurs formes d'interprétation de la réalité, leurs catégories, leurs discours, leurs façons de diviser l'espace social et leurs rapports à la politique. Pour l'Unión Cívica Radical, l'apparition du péronisme a signifié une très forte mise en question de sa propre représentation comme étant *le* parti populaire argentin. Pour les partis de gauche, le péronisme signifiait, en termes pratiques, une perte d'influence dans les syndicats qui vivaient un processus d'élargissement et de montée en puissance à l'abri de l'Etat.

[7] Le péronisme avait obtenu 49,5% des voix aux élections présidentielles d'avril 1974 et 61,8% aux élections présidentielles de septembre de la même année, lorsque Perón a été élu président (Source : Centro de Estudios Nueva Mayoría). Sur les années de la dictature militaire, cf. (Palermo et Novaro, 2003).

les premières élections libres, sans interdictions, depuis 1945. Les résultats du scrutin ont été une réelle nouveauté : pour la première fois le péronisme perdait des élections auxquelles il pouvait participer[8]. Sa défaite provoquait la mise en question des principes politiques de perception et d'action les plus enracinées dans les pratiques autant des hommes de parti que des journalistes politiques.

Le triomphe du radicalisme, comme bouleversement du sens commun politique – c'est-à-dire des principes d'intelligibilité partagés par tous les acteurs du combat politique –, ne peut être compris sans faire référence à la campagne électorale de 1983. Dans la lutte pour la représentation, les hommes politiques utilisent certains outils pour connaître l'état de la lutte dans laquelle ils étaient engagés et pour s'investir de propriétés représentatives[9]. Nous appellerons ces outils « indicateurs pratiques » de la lutte politique, puisqu'ils viennent à la place de certaines propriétés et situations sous-jacentes, comme les indicateurs scientifiques servent à rendre visible certains phénomènes qui n'apparaissent qu'à travers eux. Le concept d'indicateur nous semble utile afin d'analyser empiriquement les pratiques politiques. Il permet de rendre compte des propriétés et des capacités, ou de ce que Pierre Bourdieu appelle les capitaux, des acteurs participants d'un espace social. La notion d'indicateur permet de voir comment les acquis du passé se mettent en jeu dans le présent et comment leur capacité à être des outils cognitifs et symboliques peut être affaiblie, comme le montre le cas des élections présidentielles de 1983.

[8] L'Unión Cívica Radical a obtenu le 51,9% des voix et le Parti Justicialista le 40,2% (Source : Cámara Nacional Electoral, Poder Judicial de la Nación, www.pjn.gov.ar/cne/index.html). Selon Oscar Landi (1988), l'« interprétation du passé » construite par le discours du candidat radical est au cœur des explications de son succès électorale. À l'issue des années de répression et de terrorisme d'Etat, une grande partie de la société était prête à accepter cette valorisation de la démocratie dans sa version libérale, qui était utilisée aussi dans le champ intellectuel, comme le montre Denis Merklen (2005). Par ailleurs, l'image laissée par les gouvernements péronistes des années 1970 était associée à l'impossibilité de définir les conflits politiques de manière non violente, ce qui était perçu comme un prologue au coup d'Etat. D'autres auteurs soulignent l'importance des transformations économiques et sociales fait par la dictature militaire, qui avait commencé le démantèlement du modèle d'accumulation dirigé vers le marché interne, sur les groupes sociaux traditionnellement proches du péronisme, notamment les ouvriers industriels (Martuccelli et Svampa, 1997). Cependant, les effets de ce changement auront des conséquences plus tardivement.

[9] Les groupes représentés sont le fruit d'un travail nécessaire pour les constituer (Rosanvallon, 1998 : p. 464). Ce travail « permet à un simple *collectio personarum plurium*, d'exister comme une personne morale, comme un agent social » (Bourdieu, 1987a : p. 189). Pour s'investir comme représentant, il faut démontrer que l'on agit et que l'on parle au nom de ceux qui ne sont pas présents *in corpore* mais qui sont incorporés dans la personne représentative, et qu'ils parlent et agissent à travers elle. Le concept de « présentation de soi », développé par Erving Goffman, permet d'analyser les manières de construire une position d'énonciation investie de la légitimité que donne la parole représentative. Cf. (Goffman, 1973).

Notre travail de terrain sur les campagnes électorales en Argentine permet de voir comment les indicateurs pratiques de la lutte politique servent de preuves de l'état de la lutte. Ils montrent qui est en tête, qui peut représenter un défi pour les grands, qui sont les petits, qui est menaçant et qui ne l'est pas, etc. De cette façon, ils sont utilisés à la fois pour repérer la lutte et pour essayer de maintenir ou de transformer les positions établies. Ces indicateurs font parties du « sens commun » des participants du jeu. En même temps, ils constituent un enjeu de lutte, puisqu'il n'y a jamais de définition des positions qui soit acceptée par tous car elle représente l'un des objets fondamentaux de la lutte électorale et politique elle-même. S'agissant d'un outil symbolique, ces indices vont être mobilisés par tous les acteurs pour dénoter leur puissance réelle ou virtuelle. Bien que ces indicateurs fassent parties des schèmes de perception et d'appréciation des hommes politiques et des journalistes, constitués à partir et dans l'expérience pratique de ce qui est légitime et illégitime, possible et impossible, ils ne peuvent pas rester qu'à un niveau inconscient. C'est seulement en les mobilisant et en les mettant en évidence qu'ils fonctionnent comme outils symboliques. Le combat politique la lutte vise à acquérir une position légitime de représentant pour conquérir des postes mais aussi pour agir sur les manières d'organiser et de rendre lisible le monde social, ces positions ne peuvent être mises en jeu que dans le combat. La notion de pouvoir symbolique ne doit ainsi pas faire référence à l'idée de dissimulation de certaines relations de domination mais à la possibilité de leur explicitation en termes légitimes[10].

À des fins analytiques, l'ensemble de ces outils est disponible pour tous les acteurs participants de la lutte politique mais leur utilisation dépend des différentes situations d'interaction – un meeting électoral, une prestation médiatique, une réunion de parti, etc. requièrent des indicateurs différents –, de la position que chaque acteur occupe dans cette situation par rapport aux autres, à son organisation et à sa tradition politique d'appartenance. Leur utilisation dépend aussi de l'auditoire présent dans chaque situation et de ses attentes supposées. De plus, ces indicateurs servent aussi aux journalistes chargés de produire de l'information sur la vie et les événements politique pour construire

[10] Cf. les contributions de Luc Boltanski (1990 : notamment p. 75 et ss.). Les positions courent ainsi toujours le risque d'être dénoncées comme illégitimes et d'échouer. Les capitaux acquis sont donc importants pour soutenir la prétention d'être reconnu comme auparavant, de demander aux autres de se conduire de la même façon que précédemment et donc à l'avenir d'être comme le passé.

leurs « cartes » de la lutte et leurs explications de ce que font les différents acteurs[11]. Les indicateurs sont ainsi des manières de s'orienter dans la conjoncture à la fois pour ceux qui doivent produire les cartes de l'espace politique pour les journaux et pour les hommes politiques qui doivent s'orienter dans cet espace et se donner l'image de vainqueur.

La notion d'indicateur pratique de la lutte politique permet aussi de réviser certaines conclusions analytiques des études sur les transitions démocratiques, notamment en ce qui concerne le lieu que ceux-ci ont accordé à l'incertitude dans les schémas explicatifs des stratégies des acteurs dans le contexte des transitions[12]. Premièrement, l'idée que les conjonctures politiques de « caractère exceptionnel » ne peuvent pas être analysés avec les outils « normaux » des sciences sociales ne tient pas compte de l'importance des expériences passées qui, sous la forme de schèmes pratiques, opèrent comme outils pour interpréter le présent même à des moments où « tout » fait penser que « rien » est comme avant ; deuxièmement, en essayant de trouver des similitudes entre les cas de transition, la « transitologie » n'a pas prêté attention au poids que ces schèmes possédaient dans un pays comme l'Argentine, où la succession de coups militaires et de réouverture du jeu électoral constituait une scène récurrente et par conséquent il existait des références, des points de comparaison et d'anticipation face à la conjoncture de 1983 ; enfin, il est nécessaire de souligner que la rupture qu'ont produite les élections de cette année par rapport à d'autres transitions démocratiques en Argentine a été un produit de la rencontre entre des acteurs disposés à « rompre avec le passé » et les nouvelles conditions politiques, sociales et économiques qui ont favorisé cette coupure ; toutefois, cette nouveauté productrice d'incertitude n'a pas été une évidence partagée par tous les acteurs sociaux et politiques du moment.

Grâce à ces indicateurs nous pouvons analyser les conséquences de la défaite du péronisme en 1983 sur les formes de signification et de connaissance de la lutte politique. Ceci permet d'apprécier les formes dominantes d'identification des positions des acteurs dans l'espace ainsi que la construction de discours représentatifs dans ce contexte. À partir de cette analyse, nous suivrons le changement des catégories de penser et de faire la

[11] À l'époque où les journalistes n'étaient quasiment que des voix auxiliaires, plus ou moins proches, des projets politiques des acteurs politiques, ces indicateurs servaient à renforcer la vision politique que chaque média voulait défendre.

[12] Cf. le travail classique (O'Donnell, Schmitter et Whitehead, 1988). Pour effectuer les commentaires qui suivent nous nous appuyons sur un article de Michel Dobry (2000).

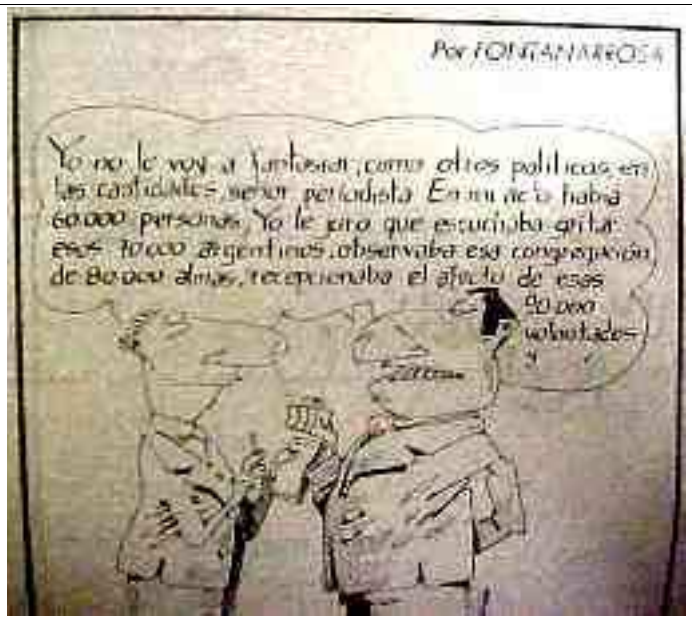
politique qui a favorisé, dans un processus complexe et multiforme, l'acceptation des sondages d'opinion comme outil pratique. En 1983, les indicateurs utilisés étaient de trois ordres :

1. Le nombre de participants aux meetings ;
2. L'histoire électorale ;
3. La composition sociale des meetings.

1. La bataille des nombres[13]. La participation aux meetings et notamment à ceux organisés à la Plaza de Mayo avait été, pendant « l'Argentine péroniste », la forme la plus légitime pour rendre compte de l'état du combat. Le rassemblement des travailleurs sur la Plaza de Mayo, le 17 octobre 1945, pour exiger la libération du colonel Perón, emprisonné par le gouvernement militaire de l'époque, représente le jour mythique de la fondation du péronisme[14]. Le leader utilisera l'appel à la mobilisation de la Plaza de Mayo pour reproduire le dispositif de légitimité du mouvement – en le revoyant à l'origine et ainsi en le reproduisant comme réalité –, pour montrer le poids politique du péronisme et, enfin, pour constituer le peuple péroniste comme réalité vécue, à la fois comme expérience partagée et source de légitimité de la voix du leader[15]. La notion du « peuple péroniste » comme réalité interprétée par le leader trouvait ainsi sa matérialité dans ces rencontres. Le péronisme se construisait de cette manière comme une puissante réalité politique. Depuis le coup d'état qui a renversé le deuxième gouvernement de Perón et jusqu'aux années 1960, le souvenir de l'« expérience péroniste »[16] ainsi que le pouvoir de mobilisation et d'organisation des syndicats dans certaines périodes de conflit social – occupation d'usines, grèves, etc. –, ont pu maintenir, d'abord, l'association du *peuple* au péronisme et, ensuite, la croyance que ce « *peuple* péroniste » n'était pas mort et qu'il conservait sa puissance.

[13] Pendant la campagne, la question du nombre faisait aussi référence aux adhérents affiliés par chaque parti dans le processus de re-institutionnalisation des organisations partisanes entamé au début de l'année 1983. Nous n'aborderons cependant que la question de l'importance de la participation aux meetings parce qu'elle est au centre de la lutte pour la lisibilité de la compétition dans les derniers mois de campagne.
[14] Pour une analyse du 17 octobre 1945, cf. (Torre, 1995); (Del Campo, 1983); (Sigal et Verón, 1988).
[15] Emilio De Ipola a analysé le dispositif politique péroniste constitué autour des meetings à la Plaza de Mayo, cf. (De Ipola, 1995). Cf. (Sigal et Verón, 1988). Pour une critique de ces approches, cf. (Rinesi, 1994 : p. 96 et ss.)
[16] L'historien Daniel James a ainsi analysé le péronisme comme une « structure de sentiments », au sens de Raymond Williams. Cf. (James, 1990).

Pendant la campagne électorale de 1983, le nombre de participants aux meetings représentera le principal indicateur du poids de chaque candidat. Il va donner des sources de légitimité aux discours concurrents et de cette manière va être au centre des formes aux moyens desquelles les hommes politiques percevaient, appréciaient et menaient le combat. Cependant, une nouveauté va modifier le fonctionnement de l'indicateur : la prétention du candidat radical Raúl Alfonsín à être une option électorale majoritaire par rapport aux péronistes va le pousser à organiser des meetings importants, ce qui va constituer un défi aux prétentions et à la tradition populaire du Parti Justicialista[17]. Fin 1982, avant même d'être désigné comme candidat, Alfonsín a surpris les milieux politique et journalistique en convoquant un grand meeting, qui a connu une participation massive. Désormais, l'attention sur les meetings augmentera progressivement en même temps qu'augmentera le pouvoir de convocation du leader radical, qui début 1983 était le candidat officiel du parti. Le péronisme prit les meetings radicaux comme un défi au pouvoir historique du mouvement. Ainsi, pendant toute la campagne électorale, chaque meeting de l'un des principaux partis dans les grands centres urbains appelait l'organisation d'un meeting du parti adverse, parfois aux mêmes endroits.



(Dessin humoristique, *Clarín*, 1983)

[17] Par ailleurs, selon Oscar Landi, la parole politique avait une grande importance après les années de répression et d'autoritarisme, le rapport entre l'orateur et l'auditeur était donc « la forme privilégiée de communication politique » en 1983 (Landi, 1985 : p. 22).

Les meetings vont ainsi devenir l'une des mesures les plus importantes de l'état de la compétition et vont être l'occasion de différentes formes de construction de l'événement par les organisateurs – notamment, en exagérant le nombre de participants. Les journalistes vont alors leur donner une place dans le contexte total de la campagne : une certaine importance par rapport à la ville où ils se déroulaient, à la tradition politique majoritaire de chaque ville, aux dernières activités du candidat, etc. Ils vont en fournir certaines interprétations par rapport aux meetings de l'adversaire principal : en comparant par exemple le nombre de personnes présentes dans les différents meetings ayant lieu dans une même ville, et, enfin, par rapport au poids de chaque candidat dans la course pour la présidence. L'utilisation du nombre de manifestants comme indicateur de l'état de la concurrence était ainsi un défi : les journalistes devaient prendre un indicateur utilisé comme indice de puissance par les candidats eux-mêmes pour construire les meetings comme information neutre[18]. Distanciation qui cherchait aussi à être objectivité, la position des journalistes en informant sur les meetings était toujours mise en évidence par rapport à la difficulté de fournir de bonnes estimations à cause d'une « guerre des chiffres » qui avait éclaté entre les candidats (*Somos*, 14-10-1983) ou d'une « guerre des nombres » (*La Nación*, 26-10-1983) entre les partis. L'article de *Somos* disait, ainsi, que « Lorsque Raúl Alfonsín ou Italo Lúder [candidat péroniste à la présidentielle] finissent leurs discours, la bataille des cantiques laisse la place à d'autres plus subtiles mais non pas moins urticantes : les collaborateurs de l'un ou de l'autre candidat mobilisent les chiffres de la participation aux meetings avec tant de ferveur que dans plusieurs cas ils rompent les lois physiques disant que tout corps occupe une seule place. […] Aussi l'axiome policier qui assure que dans un mètre carré n'entrent pas plus de quatre personnes adultes […] Cette donnée technique ne compte pas pour plusieurs dirigeants qui préfèrent continuer en comptant les gens par la méthode maison du *ojímétro*[19]. La lentille grossissante des partisans heurte alors la vision journalistique » (14-10-1983).

Au moment des meetings de clôture de campagne le nombre de manifestants a été pris comme le centre du conflit de la lutte électorale. Quand les radicaux ont choisi

[18] Les journalistes politiques partageaient les mêmes indicateurs cognitifs que ceux utilisés par les hommes politiques mais, en même temps, ils cherchaient à se distancier de points de vue partisans. Ces affirmations sont valides dans le cas des journaux que nous avons analysés de façon systématique, *Clarín* et *La Nación*.
[19] Expression populaire qui fait référence à la possibilité de l'œil d'être un « appareil » de mesure.

l'Obelisco[20] comme scène de rassemblement, le conflit pour se constituer en force majoritaire arrivait à son point le plus intense. Deux jours plus tard, le Parti Justicialista faisait sa clôture au même endroit, ce qui a donné à la question du nombre un poids encore plus fondamental : celui qui convoquait le plus grand nombre de manifestants pourrait obtenir une première victoire qui le mènerait potentiellement à la victoire finale, le jour du scrutin.

2. Le poids de l'histoire. L'histoire du péronisme comme parti majoritaire et vainqueur systématiquement quand il pouvait se présenter aux élections constituait le deuxième indicateur important dans la campagne de 1983. L'histoire politique argentine était ainsi présente comme l'inertie du passé sur le présent. Cette campagne est probablement la dernière où le caractère invincible du Parti Justicialista pouvait être présenté, au moins au niveau de la concurrence nationale, comme une certitude acceptée et partagée par tous les acteurs de l'espace politique, ainsi que par les journalistes et d'autres observateurs du jeu. Il ne fait pas de doute que les péronistes ont été les principaux promoteurs de l'actualisation de la certitude, puisqu'elle était une ressource fondamentale pour se présenter comme vainqueur. Le candidat du Parti Justicialista, lorsqu'il a été nominé, a ainsi déclaré qu'être « le candidat péroniste, c'est avoir la certitude d'être le président »[21]. Nous pouvons dire que ces indicateurs historiques ne peuvent être actualisés qu'à partir de certains discours qui construisent le présent à partir du passé, en même temps qu'ils ne peuvent être acceptés comme principe de vérité que s'ils sont revalidés dans le présent. La défaite du péronisme n'aurait pas eu autant de poids sans cette utilisation récurrente de l'histoire de la part de ses bénéficiaires, qui essayaient de montrer la puissance du passé face aux indicateurs défavorables ou conflictuels du présent, comme la lutte autour du nombre de participants aux meetings. On peut interpréter en ce sens une publicité du Parti Justicialista, parue dans les principaux journaux nationaux, intitulée : « Les fantaisies politiques terminent quand la réalité du Péronisme commence. Nous sommes le plus grand Parti d'Occident » (*Clarín*, 02-10-1983), ou encore les propos suivants d'Italo

[20] Monument le plus important de Buenos Aires, placé au centre de la ville, qui représente une de ses images les plus caractéristiques.

[21] Citation in (Waisbord, 1995 : p. 30). Sergio Waisbord a écrit sur ce point que pendant la campagne les péronistes « étaient convaincus qu'il s'agissait d'une répétition de l'histoire ; l'imagination du présent et de l'avenir ne comptait pas au regard du grand passé du Péronisme. Le justicialisme croyait, dans les mots de son candidat en ce temps-là, "qu'il représentait la majorité jusqu'à la fin des temps" », (*Ibid*., p. 30).

Lúder : « Je ne peux plus que lier le résultat des prochaines élections à une constante historique. Nous n'avons jamais obtenu moins du 50% des voix, et beaucoup de fois plus du 60%. Notre principal adversaire du point de vue quantitatif, l'Unión Cívica Radical, n'a jamais dépassé historiquement les 20%. Il ne s'agit pas d'une appréciation subjective, mais d'une manière de se reporter aux données objectives de 38 ans de vie politique. Le justicialisme va triompher largement dimanche prochain » (*Clarín*, 28-10-1983).

Cette utilisation intensive de l'histoire s'explique aussi car il s'agissait des premières élections après la mort du leader du Parti Justicialista. Sans Perón, le problème était de savoir si sa figure était suffisamment incarnée dans le parti et dans les partisans pour qu'elle puisse aider le candidat du moment. Le poids du passé sur le présent demeurait ainsi un enjeu. Le candidat radical avait pris la mort de Perón comme la clôture d'un cycle historique. De cette manière, il tentait de montrer que la figure du leader péroniste n'était pas en jeu dans la campagne de 1983 : elle concernait l'avenir du pays comme inauguration d'une nouvelle étape où les anciennes identités pouvaient se confondre dans une seule. Tout en reconnaissant le caractère majoritaire du péronisme à l'époque de Perón, il cherchait en même temps à articuler une « nouvelle tradition » politique capable d'incorporer le passé péroniste. Ainsi, mettait-il en question la prétention du péronisme du présent à incarner celui du passé[22]. Pour les journalistes, le poids de l'histoire opérait comme outil cognitif notamment pour comparer les performances présentes des candidats avec celles du passé. L'importance de l'histoire comme indicateur fiable est à la base des explications journalistiques de la défaite péroniste en termes de changement d'époque, de rupture avec le passé et, plus fondamentalement, d'affaiblissement des loyautés partisanes.

[22] Deux propos illustrent cette controverse autour de l'histoire et de la figure de Perón. Les péronistes disaient que « C'est la dernière élection que gagne Perón », alors qu'Alfonsín se demandait, non sans ironie, si Perón, bien que mort, gouvernerait comme le Cid Campeador, figure de la littérature espagnole, continuait à batailler même après sa mort. Citations *in* (Cordeu *et al*, 1985).



3. *La composition sociale des meetings*. Pour le péronisme, le caractère populaire et majoritaire du parti résidait dans le fait que « les travailleurs », forme sociale du peuple, étaient partisans du Parti Justicialista. La chaîne d'équivalences travailleurs-peuple-majorité et la certitude que le péronisme incarnait l'identité de chacun des termes de la chaîne fonctionnaient comme troisième indicateur d'importance dans la campagne de 1983. Le candidat radical partageait à son tour l'idée que le secteur ouvrier incarnait la majorité. Reconnaissant le caractère péroniste de cette majorité, il s'agissait de la conduire vers une nouvelle option politique en la séduisant : « On ne pourra jamais gagner si les travailleurs ne votent pas pour nous. Je suis persuadé que les travailleurs vont voter pour nous dans une grande proportion et je crois aussi que l'on gagnera avec des voix péronistes ». En se servant de l'histoire, il pouvait affirmer : « On est en train de passer par une situation symétriquement contraire à celle de 1946, lorsque beaucoup

d'yrigoyenistes, sans cesser de l'être, ont voté pour Perón. Aujourd'hui, beaucoup de péronistes, sans renoncer à leur condition, vont voter pour nous » (*La Nación*, 11-10-1983). Dans cette lutte pour la représentation des travailleurs, le péronisme pouvait compter sur les organisations syndicales et il pouvait ainsi affirmer, dans la publicité déjà citée, que sa « représentativité a comme colonne vertébrale la classe travailleuse qui, identifiée avec les objectifs permanents de la Nation, unifie tous les secteurs » (*Clarín*, 02-10-1983). Italo Lúder disait également lors d'un entretien journalistique : « Le justicialisme est un mouvement qui réunit plusieurs classes sociales [« *policlasista* »] et qui englobe l'immense majorité du secteur ouvrier et des bas revenus. Le radicalisme, par contre, compte sur une partie des secteurs moyens et sur les couches des plus hauts revenus » (*Clarín*, 23-10-1983). Les journalistes politiques, quant à eux, décrivaient la composition sociale des meetings à chaque fois qu'ils écrivaient sur les démarches des candidats pendant la campagne. Noter s'il y avait des ouvriers dans les réunions, combien il y en avait, etc. faisait partie de la construction du sens des événements.

Deux autres caractéristiques de l'usage pratique des indicateurs peuvent être soulignées. Premièrement, les indicateurs peuvent être utilisés de manière combinée, et ainsi se renforcer mutuellement. Le candidat péroniste, qui prenait en compte tous les indicateurs mais surtout l'histoire, disait ainsi dans un meeting dans la ville de La Plata : « Ça m'amuse lorsque dans quelques tribunes on dit que nous sommes en train de devenir nerveux. Nerveux de quoi ? Ici est le peuple et nous n'avons jamais perdu une élection. Quelles raisons pouvons-nous avoir d'être nerveux si nous maintenons le pouvoir de convocation et que nous avons affilié 3.250.000 *compañeros* ? Ceux qui sont en train de devenir nerveux sont ceux qui voient les difficultés qu'ils ont pour dépasser les 25% historique qu'ils ont eu dans toutes les élections » (*La Nación*, 08-10-1983). Deuxièmement, un indicateur peut être utilisé pour en discréditer un autre. D'abord, parce qu'en tant qu'outils symboliques, ils contribuent à la démarche représentative, et donc les hommes politiques ont intérêt à mettre en avant ceux qui les désignent le mieux comme porte-parole. Ils utilisent les uns et les autres selon la conjoncture, c'est-à-dire selon l'indicateur le plus favorable dans chaque situation. Ensuite, si les indicateurs sont des outils cognitifs, pendant la campagne électorale, les hommes politiques cherchent à se

convaincre de leur possibilité de l'emporter ou du moins d'arriver en bonne position par rapport à l'histoire antérieure ou aux prédictions des concurrents et des journalistes. La lutte pour apparaître comme vainqueur est aussi une lutte pour se convaincre de la possibilité de gagner, comme l'illustre le discours d'Italo Lúder : « Je vous dis que de toutes façons on ne peut pas mesurer la réussite de chacun par la participation aux meetings. Cela est à peine un indice et la présence dans les meetings n'est en soi-même pas plus qu'un indice. Plus décisif sont les affiliations, par exemple, car il s'agit d'une participation engagée » (*Clarín*, 27-10-1983). Les jours suivants, un autre dirigeant du parti déclarait à l'occasion d'un meeting : « Cela est un plébiscite, maintenant il n'y a pas de doutes : nous allons faire éclater les urnes avec 50% des voix » (*Clarín*, 29-10-1983).

2. La construction d'une « nouvelle tradition » politique : mise en valeur de la campagne électorale et naissance de deux nouvelles figures de la politique argentine

Dans ce contexte, nous pouvons comprendre l'importance de la défaite du péronisme pour le bouleversement et l'affaiblissement des catégories de penser et d'agir politiquement et des indicateurs traditionnels de l'état du jeu. Nous avons déjà mentionné que ces indicateurs peuvent fonctionner comme des indices d'une propriété « immatérielle » – matérialisé à travers l'indicateur – en se mettant à l'épreuve. Le poids du passé sur le présent comme celui de la force historique du péronisme, ainsi que la composante ouvrière grâce à laquelle ce parti était majoritaire ont été mis en question par le résultat des élections présidentielles de 1983. Progressivement, après le scrutin certains indicateurs vont ainsi s'affaiblir, au moins comme partie du sens commun partagé entre les hommes politiques et les journalistes. Autour de l'échec du Parti Justicialista et de la victoire radicale se construirait tout un sens du changement d'époque, d'inauguration d'un nouveau cycle politique. La clôture de la période dictatoriale et le commencement de la « transition démocratique » offriront l'opportunité de construire une « nouvelle tradition » politique, au sens que Raymond Williams a donné au terme. Cette tradition est le résultat d'un processus multiforme : « À partir d'une surface totale possible du passé et du présent, à l'intérieur d'une culture particulière, certains sens et pratiques sont sélectionnés et mis en relief alors que d'autres sens et pratiques sont refusés ou exclus »

(Williams, 1977, p. 138). Nous voulons éviter l'inclination essentialiste que lui prête parfois certaines interprétations de cette notion. La construction d'une tradition n'est pas un mensonge cachant de vrais événements du passé et du présent mais la manière dont les acteurs intervenants dans les luttes politiques prennent dans un univers du possible seulement certains faits et certains sens pour les intégrer à *la* tradition.

La construction de la « nouvelle tradition démocratique » a été le produit inachevé, constitué et reconstitué dans la lutte politique, des actions et discours d'un ensemble d'acteurs qui arriveraient à rendre valide une lecture de la défaite du péronisme et du nouveau cycle ouvert en 1983. Les discours d'Alfonsín appelant à la démocratie comme forme de résolution des conflits ayant une valeur en soi-même ont joué un rôle important dans cette construction[23]. Cet appel était inédit dans la tradition politique argentine qui refusait de diverses manières la formalité démocratique au nom d'autres principes plus transcendants comme la justice sociale, le socialisme, l'ordre ou la modernisation. Par ailleurs, la mise en valeur de la démocratie était accompagnée d'une défense de la notion des droits de l'homme également étrangère aux discours politiques antérieurs. Les publicistes, les journalistes politiques et les hommes politiques libéraux de droite ont fait partie aussi de la construction des nouvelles formes de sanctionner le bon et le mauvais, les pratiques légitimes et illégitimes, en politique. Le travail d'autonomisation des journalistes politiques, comme profession de médiation sociale, aura sa place dans cette construction des nouveaux sens politiques. Les péronistes eux-mêmes, à partir de la défaite de 1983, initieraient un processus de réforme interne dans lequel la notion de démocratie aura une place importante, et ils feront aussi partie de la construction de la « nouvelle tradition démocratique ». Certes, dans le cadre de cette lutte interne, des dirigeants « traditionnels » défendront les traditions antérieures et analyseront les résultats des élections de 1983 comme une anomalie qui devrait disparaître rapidement[24]. A partir de la victoire du groupe dit « la Rénovation », cependant, des dirigeants de toutes les provinces du pays initieront un processus d'exclusion de la direction du parti de ces leaders ainsi que des leaders syndicaux orthodoxes (Gutiérrez,

[23] Pour une analyse du discours radical de l'époque, cf. (Aboy Carlés, 2001) et (Landi, 1985). Les deux auteurs soulignent la volonté du leader radical de proposer une coupure avec le passé. Le discours d'Alfonsín essayait en même temps de mettre en question le pouvoir des corporations dans un système démocratique, notamment par rapport aux syndicats, à l'église et aux forces armées. La dénonciation d'un accord caché syndical-militaire pendant la campagne électorale fait partie de cette prétention de construire l'altérité politique par rapport à des secteurs vus comme non démocratiques.

2001) qui produira un changement dans le discours et les pratiques partisans, pour valoriser l'idée de démocratie.

En effet, certaines manières de percevoir et d'apprécier le combat sont apparues, notamment à partir de la mise en pratique d'une philosophie politique individualiste, liée à la notion de marché électoral où l'offre et la demande trouvent des points de rencontre conjoncturels et changeants. Les façons de signifier les changements de la réalité du jeu font partie de ces changements, tout en fournissant des explications qui, en même temps, tendent à orienter la réalité dans une direction ou une autre. Ces changements dans les formes pratiques et cognitives du jeu politique ne sont dirigés par *aucune* personne, mais ils sont le produit de processus différenciés et pourtant convergents qui tendent à soutenir et à produire la nouvelle réalité.

Nous pouvons identifier deux explications des changements politiques consécutives à la défaite du péronisme qui ont été énoncées pendant le processus électoral de 1983 par certains acteurs, qui seront diffusées lors des élections suivantes auprès d'autres acteurs du jeu politique et qui, enfin, feront partie du répertoire pratique du jeu politique dans les années 1990. Premièrement, la campagne électorale constituera désormais un moment de conflit à prendre en compte non seulement pour son importance institutionnelle, mais aussi parce qu'elle n'est plus la confirmation d'une suprématie antérieure, mais *le* moment de constitution d'une majorité. L'idée du péronisme comme force populaire et gagnante affaiblie, les élections prendraient le statut d'une vraie course à l'issue incertaine. Déjà en 1983, quelques journaux, notamment les hebdomadaires politiques signalaient que le péronisme connaissait beaucoup de problèmes d'organisation de sa campagne électorale : « Le justicialisme voit le but mais non pas le chemin » titré un journaliste politique pour livrer ensuite son analyse de la campagne : « Le justicialisme est en train de se préparer à fond pour exercer le prochain gouvernement constitutionnel, en même temps qu'il semble ne pas faire attention au chemin pour y arriver, c'est-à-dire à

[24] On peut comprendre de cette manière le discours de Herminio Iglesias, dirigeant traditionnel du péronisme de la province de Buenos Aires qui a joué un rôle important lors de la campagne électorale de 1983. Après l'échec, ses propres camarades, dans le cadre des luttes internes au parti, le désigneront comme l'un des principaux responsables de la défaite. A l'époque candidat au gouvernement de cette province, il a dit, après le scrutin, que : « Le péronisme est la majorité même en perdant les élections, parce que l'on a obtenu 42% et tous savent que le radicalisme, de monsieur Alfonsín, n'a pas 52%. Ici tous les partis ont disparu. Je ne sais pas si cela a été leur stratégie, mais ça a été arrangé, parce qu'il est bizarre que le docteur Alende [candidat du parti Intransigente] obtienne deux pour cent des voix, et la démocratie chrétienne un pour cent » (*La Nación*, 02-11-1983).

la campagne électorale » (*La Nación*, 12-09-1983). L'importance des sondages qui mesurent les intentions de vote dans des périodes électorales se liera à cette perception de la campagne comme combat à l'issue ouverte. Par ailleurs, toute une série de nouvelles techniques auxiliaires, déjà utilisées dans d'autres pays, comme celles de la communication, de l'image, de l'oratoire, etc., seront utilisées par les comités électoraux des partis pour améliorer la « présentation de soi » des candidats.

Deuxièmement, deux figures du citoyen s'imposeront dans le jeu politique comme meilleures explications de son comportement politique. Nous nous référons aux figures de « l'indépendant » et de « l'indécis ». Sans la généralisation de la croyance en l'existence de ces deux types de « personnes », ni le poids des campagnes électorales ni celui des sondages d'opinion n'auraient pu être établi. Toutes deux renvoyaient à une conception des personnes comme non « soumises » aux identités politiques, et ainsi plus libres, donc imprévisibles – il fallait toujours les mesurer – et qu'il fallait convaincre lors de chaque campagne. L'idée de « l'indépendant » prétend être une définition plus intégrale de la personne : elle se réfère à un état constant, produit de la rupture des liens avec les partis et les organisations intermédiaires. « L'indécis », quant à lui, se réfère au citoyen en tant que votant : cette figure est la personnification de l'incertitude pendant les périodes électorales, en incarnant ceux qui restent toujours à convaincre et qui, jusqu'aux derniers moments, ne font pas de choix[25]. Si « l'indépendant » est une figure mobilisée historiquement plutôt par les partis de droite, toujours dans l'attente de la défaite du péronisme – mouvement vu comme irrationnel et manipulateur des individus pris comme foule[26] –, « l'indécis » ne pouvait apparaître, de manière quantifiable, qu'à partir de

[25] Pour un essai d'élucidation de la catégorie d'indécis, cf. le travail d'un sondeur et sociologue argentin sur le marketing et la publicité politique en Argentine (Muraro, 1991). On peut y constater l'importance de cette figure pour les experts en opinion publique et pour les sondages d'opinion.

[26] Ainsi le secrétaire général de la rédaction du journal *Ambito Financiero*, créé pendant la dictature militaire et étroitement lié aux groupes économiques financiers, écrivait dans une colonne de l'hebdomadaire *Somos* en envisageant la défaite du Parti Justicialista : « La magie est morte, également le secret, l'impulsion surnaturelle et, en conséquence, l'ennemi ésotérique, la synarchie, par exemple. Il n'y a plus de possibilité d'illusions optiques, la passion ne génère pas un langage figuré. Aujourd'hui, en général, les choses s'appellent par leur nom. L'homme primitif d'hier pour la première fois a vu un autre homme et l'a défini comme un géant, maintenant il sait qu'un homme n'est qu'un homme. Peut-être, malheureusement, comme lui-même. Et cette parabole historique qui a validité par tous, peut affecter profondément surtout le péronisme » (09-09-1983).

l'usage des sondages d'opinion, qui mesuraient leur importance dans la définition de la lutte électorale[27].

Pendant la campagne électorale de 1983, le radicalisme avait commencé une timide stratégie d'exaltation de la figure de « l'indépendant », en publiant dans les principaux journaux nationaux une publicité de soutien à la candidature d'Alfonsín signé « Indépendants et militants de divers courants d'opinion ». Néanmoins, ses efforts étaient dirigés plutôt vers la conquête d'une partie de l'électorat péroniste. Les forces de droite et de centre-droit étaient celles qui utilisaient de façon récurrente dans leurs discours la figure de l'indépendant. Ainsi, Francisco Manrique, candidat à la présidence de l'Alliance Fédérale et ancien dirigeant de la droite argentine, opposait-il l'existence d'une « majorité silencieuse » non partisane au poids du nombre de participants aux meetings :

> « Nous sommes en train de vivre un grand tournoi politique qui ne tourne pas autour des idées mais qui est centré sur la mobilisation massive de participants aux meetings […] Cette bruyante accumulation de possibles votants ne peut pas dissimuler qu'il existe un grand spectre de volontés, celles qui sont la vraie majorité qui déterminent les élections. Il s'agit de la majorité silencieuse, ils sont les indépendants qui ne se laissent pas encadré par des démonstrations bruyantes, ils sont ceux qui ne se laissent pas conquérir par le bruit du tambour » (*La Nación*, 11-10-1983).

La figure « de l'indécis » apparaît, dés 1983, liée aux résultats des sondages d'opinion alors qu'ils étaient rarement utilisés dans le discours des candidats. Lors de la campagne électorale des élections législatives et provinciales de 1987, la figure de « l'indécis » était utilisée aussi par les journalistes, notamment pour rendre lisible la lutte entre les candidats dans les districts où les résultats étaient les plus incertains, notamment dans la province de Buenos Aires, principal enjeu du combat entre péronistes et radicaux. À cette occasion, le premier débat télévisé entre deux candidats a eu lieu en Argentine ; il a fait la une des principaux journaux nationaux et a fonctionné comme un indice des transformations des pratiques des hommes politiques pendant les périodes électorales.

[27] Heriberto Muraro (1991: p. 18 et ss.) souligne les présupposés de l'usage du marketing et de la publicité politique : 1) L'existence d'un marché électoral n'étant pas « absolument déterminé ». 2) L'usage des médias comme moyen de transmission de messages politiques. 3) La possibilité de convaincre les électeurs par d'autres moyens que la coaction physique et le clientélisme. 4) Les partis ne peuvent pas étendre des liens de communication avec l'électorat par leurs propres moyens. Selon l'auteur, ces caractéristiques du jeu politique se sont imposées en Argentine après la défaite du péronisme en 1983. Son analyse peut être étendue aux sondages d'opinion. Un point de vue similaire peut être trouvé dans (Waisbord, 1995). Dans notre travail, nous prenons ces constats comme objet d'étude en soi-même. En effet, ils font partie du récit des acteurs pris dans le jeu politique actuel et ils doivent donc être pris comme des formes de construction de ce processus.

Pour *La Nación*, ce débat était étroitement lié à la figure de « l'indécis », et ainsi la une du jour où la date du combat médiatique a été fixée était intitulée: « Casella-Cafiero (le premier était le candidat radical pour le gouvernement de la province et le deuxième le candidat péroniste) : un débat pour convaincre les indécis » (26-08-1987). À chaque fois que cette figure apparaissait, elle était accompagnée des chiffres des sondages qui fournissaient une estimation de son importance. Cependant, les deux partis principaux tentaient toujours de mobiliser leurs partisans et ne centraient pas leurs actions de prosélytisme sur la conquête de cette nouvelle incarnation du citoyen libre. C'étaient les partis de droite qui faisaient appel à cette figure.

« Une bonne nouvelle pour le pays » : les indécis selon la droite argentine

Une publicité d'un ancien parti de droite, intitulée « 30% d'indécis », permet de voir le sens qui lui était associé : « Quelle bonne nouvelle pour le pays ! ». Les raisons de la célébration étaient liées effectivement à l'idée d'un votant plus rationnel, moins attaché à la « démagogie » des principaux partis : « Un indécis. Une personne qui doute, qui se remet lui-même en question. Celui qui analyse, celui qui pense. Et ce qu'il pense ne l'encourage pas. Pour les majorités – péroniste, radicale – il s'agit de quelqu'un que ne prend pas parti, qui ne s'engage pas. Ils confondent le doute avec l'indifférence. Pour le Parti Démocrate Progressiste, l'indécision est un signe de maturité politique. Parce qu'elle signale la fin de l'époque du sentimentalisme politique […] Pour vous, qui appartenez au 30% des indécis, nous sommes l'alternative libérale et progressiste à laquelle vous pouvez penser » (*Clarín*, 20-08-1987).

Il faut attendre les élections présidentielles de 1989 pour que la figure de « l'indécis » soit utilisée par les partis principaux, notamment par l'Union civique radical, qui s'en servait afin de lutter contre la perspective d'échec face au candidat péroniste Carlos Menem, qui avait profité des difficultés du gouvernement d'Alfonsín en utilisant un discours de réparation sociale. À partir de l'appel aux indécis, le candidat radical Eduardo Angeloz essayait aussi de s'éloigner de son parti, discrédité dans cette conjoncture de crise inflationniste. Il disait à l'occasion d'un entretien publié par *Clarín* :

> « Vous votez au-dessus des partis politiques, vous ne votez pas pour ou contre Alfonsín, vous votez pour Menem ou pour Angeloz […] Je sais que vous êtes un indécis, je sais que vous vous

exprimez dans les sondages, je sais que ces sondages nous parlent de vos angoisses, de vos frustrations, de vos pleurs, ou de vos songes » (25-03-1989). Dans ce contexte, le journaliste politique de *Clarín* chargé de publier les sondages (cela était déjà une spécialisation du métier), écrivait un article, intitulé « Le mythe des indécis ». Il donnait la parole aux conseillers des principaux candidats parmi lesquels figurait un des « pères fondateurs » du groupe social des experts en opinion publique, Edgardo Catterberg, qui soulignait que « les indécis sont une donnée de la réalité, au-delà des goûts et des désirs personnels ». Il s'agissait cependant d'une catégorie hétérogène. Cette hétérogénéité était, selon le journaliste auteur de l'article, une preuve du fait que les indécis étaient « un échantillon presque parfait de l'ensemble de la société argentine » (17-03-1989)[28].

« Échantillon presque parfait de l'ensemble de la société », « donnée de la réalité », l'« indécis » était déjà, en 1989, une catégorie partagée par les acteurs du jeu politique et ses collaborateurs. Pendant les années 1990, elle fonctionnera comme une des justifications principales de la nécessité permanente de mesurer. Le processus de fragmentation des partis majoritaires et l'apparition de nouveaux partis sera par ailleurs une conjoncture propice pour que la nouvelle figure puisse être présentée, plus que jamais, comme une « donnée » : péronistes et radicaux distribués par tout l'espace politique, ses fidèles ne seraient guère facilement identifiables. Mais il y a une autre transformation dans les catégories politiques que donnerait davantage de force à ces formes de perception de la lutte politique, et que soutiendrait l'affinité des enquêtes avec le nouveau temps politique. Tant la figure de l'« indécis » comme celle de l'« indépendant » trouveraient un mode d'expression dans la nouvelle forme d'appel au *demos* : *la gente*. Elle apparaît à la fin des années 1980 comme nouvelle appellation du sujet de la représentation démocratique en remplaçant graduellement celle de *peuple* : *la gente* est une manière de nommer le *demos* qui montre la difficulté à l'incarner dans certaines institutions ou dans certains événements, comme le peuple était incarné dans le péronisme et lors des meetings dans la Plaza de Mayo. *La gente* apparaîtra, de manière prédominante, exprimée par les chiffres et les pourcentages des sondages.

[28] Heriberto Muraro écrivait dans un rapport destiné au comité de campagne péroniste de l'époque : « Dans la présente campagne préélectorale (1989), les spéculations autour des indécis ont trouvé une intensité et une magnitude jamais enregistrées auparavant (même pas en 1983). On peut dire qu'à côté des indécis "réels", c'est-à-dire au-delà des individus qui auprès d'un enquêteur disent ne pas savoir pour quel parti ou pour quel candidat ils vont voter aux prochaines élections, est naît dans le pays un large discours idéologique autour de l'indécision, politiquement tant ou plus important que les premiers » (Muraro, 1991 : p. 94).

3. Les sondages d'opinion et l'instauration d'un nouveau temps politique

En 1983, contre les indicateurs institutionnalisés et partagés, un nouvel indicateur voit le jour. À partir de l'effet de la défaite péroniste sur l'espace politique, il fera partie des changements des principes de perception du jeu et de la pratique dans le jeu. En effet, pendant la campagne, des sondages d'opinion sont apparus comme nouvelle forme de mesure de l'état de la compétition dans quelques hebdomadaires et, de manière occasionnelle, dans des journaux nationaux. On peut dire que l'utilisation de l'expression de « course » a en Argentine une relation étroite avec l'introduction des sondages d'opinion, car les premiers sondages publiés étaient faits pour mesurer les intentions de vote. Certes, ce sont surtout les radicaux qui vont faire la promotion des chiffres produits par les sondages dans la mesure où ils leur permettaient de montrer leurs chances de l'emporter, alors que l'indicateur lié à l'histoire favorisait les péronistes. Lors d'une conférence de presse, Alfonsín avançait : « Nos sondages montrent jusqu'à maintenant que nous allons gagner, même dans la ceinture de la ville de Buenos Aires » (*Clarín*, 02-10-1983)[29]. Cependant, même dans le discours des radicaux, les sondages n'apparaissaient que de façon occasionnelle.

Le premier sondage publié dans un média généraliste est apparu dans l'hebdomadaire *Somos*[30]. Sa filiation anti-péroniste et plutôt libérale l'encourageait à utiliser cette technique, les sondages d'opinion permettant de se détacher des mesures traditionnelles favorables au péronisme. Par ailleurs, les sondages d'opinion étaient une technique déjà utilisée en Argentine dans des domaines comme celui du marketing. Ils représentaient donc un outil disponible pour ceux qui voulaient innover dans la construction de l'information sur la concurrence politique. Nous allons analyser la série des sondages publiés par *Somos* parce que, nous semble-t-il, elle permet de saisir le sens,

[29] Dans cette ceinture se trouvent les districts les plus pauvres à forte population ouvrière qui sont historiquement des bastions péronistes. On peut la comparer à l'ancienne ceinture rouge de Paris, majoritairement ouvrière et communiste.

[30] A la même époque que *Somos,* l'hebdomadaire *Mercado* – adressé aux entrepreneurs et aux professionnels du marketing – publiait des sondages et surtout des analyses de l'un des pères fondateurs de la discipline en Argentine, Manuel Mora y Araujo. La nouveauté de *Somos* réside dans le fait que pour la première fois un média demandait des sondages de manière systématique. Au fur et à mesure que la date du scrutin s'approchait d'autres journaux généralistes ont également publié des sondages, comme *La Nación, Ambito Financiero*, *La Prensa*, *Tiempo Argentino* et les hebdomadaires *Gente*, *Argumento Político* et *La Semana*. Cf. (Cordeu *et al*, 1985, p. 96-97).

les problèmes et les nouveaux acteurs en jeu dans l'utilisation des sondages comme outil pratique. Au total, six sondages ont été publiés entre le 7 janvier et le 17 octobre 1983. *Somos* a oscillé entre deux modes de traitement des élections : d'une part, un traitement « moderne » par la recherche de nouveaux indicateurs de l'état de la course, comme les sondages par exemple, mais aussi par la mobilisation d'une philosophie individualiste du vote contraire aux organisations intermédiaires comme les syndicats et contraire également à l'idée selon laquelle le péronisme était une majorité naturelle ; d'autre part, un traitement « traditionnel » basé sur les indicateurs déjà mentionnés : le poids de l'histoire, la composition ouvrière du péronisme et la participation aux meetings. *Somos* a toujours essayé de prendre ses distances par rapport aux différents concurrents et de construire une position « neutre » par rapport aux visions partisanes. L'analyse des sondages publiés par *Somos* montre que, même dans le cas d'un hebdomadaire qui se voulait innovateur, le poids des indicateurs traditionnels, partagés avec les autres acteurs, était toujours important. À chaque fois qu'une nouveauté par rapport à ces indicateurs apparaissait, leur force comme schèmes pratiques se manifestait pour la relativiser. Les six titres des unes lors de la publication des sondages sont les suivantes :

> « Pour qui votent les Argentins ? » (07-01-1983).
> « Savez-vous avec quel pourcentage va gagner le radicalisme ? » (11-03-1983).
> « Qui gagne aujourd'hui ? » (13-05-1983).
> « À quatre mois des élections : c'est Alfonsín qui gagne » (08-07-1983).
> « À un mois des élections : c'est Lúder qui gagne » (30-09-1983).
> « À 10 jours des élections : pourquoi Alfonsín peut-il gagner ? » (17-10-1983).

La forme de l'exclusivité – le « scoop » – obtenue par les sondages, comme produit journalistique, apparaissait déjà dans les unes de *Somos*. Les sondages fonctionnaient comme une sorte de révélation, comme une mesure qui permet de monter ce qui autrement demeurerait caché. L'incertitude est à la fois la certitude la plus grande, mais une certitude qui est destinée, comme la mode pour Simmel, à être remplacée rapidement par une autre certitude, à son tour remplacée par une nouvelle. Cependant, ces présentations journalistiques des sondages comme vraies révélations devaient encore s'imposer face aux indicateurs traditionnels de la course. On peut ainsi voir dans le premier sondage publié cette tension entre les différentes manières de rendre lisible l'état

de la concurrence. Les éditeurs en chef de l'hebdomadaire expliquaient d'abord le but de la publication du sondage :

> « Il y a deux mois a surgi dans la rédaction de SOMOS l'idée de charger une entreprise spécialisée de réaliser le premier sondage systématique d'opinion publique sur les élections de 1983. Une inquiétude pertinente sans doute puisqu'en Argentine, avec presque cinq millions de nouveaux votants, personne ne sait avec précision comment on est situé politiquement. L'objectif était d'éviter scrupuleusement toute type d'improvisation ou de manque de rigueur dans le système de consultation. On a donc choisi l'entreprise A&C […] une entité qui fait des enquêtes d'opinion publique depuis déjà seize ans : sa première grande expérience dans le domaine a été la consultation faite le 30 juin 1966, quelques jours après qu'ait eu lieu le mouvement qui a amené le général Onganía à la présidence de la nation, afin d'estimer le dégrée de soutien de la population au nouveau gouvernement. A&C a à son actif, de plus, un pronostic de notable précision : en 1973, un sondage après les élections du 11 mars a donné 49% des voix pour la formule Cámpora-Solano Lima, qui a fini par s'imposer dans ces élections avec un pourcentage de 49,70% ».

L'idée d'incertitude liée à la nécessité de mesurer, la nécessité de mesurer liée à la fiabilité technique des sondages, la fiabilité technique des sondages liée aux réussites dans le domaine d'une certaine entreprise et la réussite liée à la capacité de prédire le résultat des élections sont les principaux éléments de la réussite finale des sondages comme outil pratique fiable pour agir politiquement ainsi que pour repérer l'état de la lutte. Le problème était que finalement ce premier sondage montrait que Alfonsín - même s'il n'était pas encore nominé officiellement – était le candidat qui réunissait la plus grande intention de vote. Les signes de précision technique des sondages, le prestige de l'entreprise chargée de le faire et même la justesse des prévisions passées se confrontaient au poids de l'histoire et de la « structure socio-électorale argentine ». Il est intéressant de faire une longue citation de l'analyse faite sur le sondage par un journaliste de l'hebdomadaire :

> « On a commencé, en 1983, une année électorale, avec l'analyse d'un sondage électoral. Les préférences du public argentin pour les pré-candidats présidentiels donnent à penser. Bien sûr, l'adition des réponses "*personnes*" et "*ne sait pas*" dans le sondage que publie SOMOS, 26%, est importante, et c'est logique que ce soit comme cela étant donné que l'on est loin du jour du scrutin. Mais *ce* 26% relativise le chiffre de ceux qui *savent* pour qui ils vont voter. Jusqu'à maintenant, le péronisme est *en retard* dans la course électorale ; ses candidats ne se sont pas encore manifestés clairement comme les radicaux […] Pour cela, nous prenons le risque d'avancer qu'il y a plus de péronistes que de radicaux parmi ceux qui disent encore "*personne*" et parmi ceux que "*ne savent*

pas". Probablement, un grand pourcentage de ces enquêtés est composé de péronistes que n'ont pas encore déterminé leurs sympathies historiques, partisanes, pour un candidat déterminé. Le péronisme a remporté toutes les élections auxquelles il s'est présenté depuis 1946. En 1973, la dernière période électorale des argentins, il a obtenu un 49% des voix au mois de mars (Cámpora) et 62% au mois de septembre (Perón). Les résultats du radicalisme ont été 21 et 24%, respectivement. La moyenne des deux élections donne 55% pour le péronisme, 22 pour le radicalisme et 13 pour Manrique (*centre*). Il s'agit de données parlantes. Il s'agit d'écarts très importants. Le fait que les candidats radicaux réunissent maintenant 29 points et les péronistes 25, veut seulement dire que la course pour être présidentiable vient de commencer […] Il est possible que les péronistes descendent en ce moment un peu en dessous des 55% de 1973, et que les radicaux montent un peu. Mais il n'y a pas de raison d'attendre une révolution électorale. Nos estimations sont maintenant les suivantes : 45% environ pour les péronistes ; 35% environ pour les radicaux […] Il ne faut pas confondre, par ailleurs, instabilité *politique* – ce que nous les Argentins, nous avons fréquemment connu – avec instabilité *électorale* – ce que nous croyons toujours avoir avant chaque élection pour découvrir après, surpris, que ce n'est pas comme cela. Les Argentins tendent à maintenir leurs préférences partisanes parce que, en général, ils ne votent pas comme *individus* libres, non compromis et rationnels, qui à chaque fois choisissent une plate-forme déterminée et un candidat déterminé, mais comme membres de noyaux familiaux et sociaux, de trajectoires traditionnelles, ce qui les fait *être* de telle ou telle couleur. En Argentine on *est* péroniste ou radical comme on est de Boca ou de Ríver. Ontologiquement. C'est pour cela que les chiffres se répètent en dépit des bouleversements institutionnels. Il est prévisible ainsi que, de la même façon que dans toutes les occasions dans lesquels ils n'ont pas été interdits depuis 1946 jusqu'à maintenant, les péronistes l'emportent escortés par les radicaux. Ceci est inscrit d'une certaine manière dans la structure sociale […] Une manière d'évaluer correctement la succession des sondages électoraux que nous allons lire à partir de maintenant, c'est de penser que l'Argentine a une structure socio-électorale selon laquelle le trio péroniste-radical-centre – dans cet ordre – est stable. […] Si l'on pense comme cela, nous ne nous demanderons pas désormais quel parti l'emportera dans quelques mois. Il serait peut-être préférable de se demander comment gagneront-ils ? […] Plus que la question du péronisme – s'il gagnera ou pas au printemps – c'est celle du pluralisme qui est la plus importante : s'il sera possible, suite à la prévisible victoire des péronistes, de limiter, de civiliser son pouvoir dans le cadre de freins et de contrepoids constitutionnels ».

Le poids des indicateurs traditionnels autorisait le journaliste à faire ses propres estimations, même si elles contredisaient les résultats du sondage. Le deuxième sondage a pourtant été l'occasion de réviser quelques certitudes. Cette fois, le journaliste qui le commentait était Mariano Grondona, qui sera, dans les années 1980 et 1990, l'un des journalistes les plus importants du jeu de la communication politique. À la différence de

la méfiance de son prédécesseur, ce journaliste de la droite argentine et proche des groupes libéraux des forces armées, cherchait dans les données du sondage des indices qui puissent s'imposer face au poids des autres indicateurs. La référence au premier sondage était, en ce sens, une preuve de la fiabilité du deuxième : « Environ soixante jours après le premier sondage, A&C en a fait un deuxième pour connaître les préférences politiques des citoyens. Les résultats tendent à confirmer ce qui a été observé dans le sondage initial. Mais cela est hautement significatif : le paradoxe qu'il faut expliquer, dans ce cas, c'est pourquoi ce qui se répète nous perturbe ». Suite à un rappel des résultats du premier sondage, Mariano Grondona fait référence aux conclusions prises à cette occasion-là :

> « La conclusion était quasi-inévitable, une grand partie des réponses indécises pouvaient appartenir aux potentiels votants péronistes. Les choses étant ainsi, le sondage n'indiquait que le *devancement* radical dans la course présidentielle, en reflétant le fait que ses candidats avaient *pris de l'avance*, sans prouver que cela était définitif. Le plus raisonnable était de penser, au contraire, que le péronisme susciterait graduellement des réponses favorables parmi les indécis, en retournant ainsi à l'équilibre historique entre les deux grands partis : premier le péronisme, deuxième le radicalisme (comme cela a toujours été dans toutes les élections sans interdiction depuis 1946) ».

Dans l'utilisation des résultats du deuxième sondage comme une preuve de la justesse de ceux du premier nous pouvons voir une caractéristique importante de la logique de l'instrument dans le jeu politique : ils se renforcent mutuellement en étant comparés les uns aux autres, et non pas avec d'autres indicateurs pratiques. Le journaliste disait :

> « On dit pourtant que ce deuxième sondage, en confirmant les données du premier, est significatif et *commence à être* (remarquez cela : seulement *commence à être*) encourageant pour le radicalisme et préoccupant pour le péronisme, dans la mesure où, en dépit du temps passé, on ne voit aucune *récupération* dans le sens prévu par les péronistes. S'agit-il d'attendre ? Le deuxième sondage montre cependant des données qui augmente le doute du résultat électoral ». La conclusion du journaliste oscillait entre le sentiment de changement et le poids du passé : « Contre ces impressions, il est encore valable de parler du poids d'une tradition : le péronisme a toujours vaincu le radicalisme depuis 1946 ; il l'a fait de manière écrasante en 1973. La course, par ailleurs, vient de commencer. À ce moment du processus électoral, les sondages ne peuvent pas être concluants – ils ne le sont parfois même pas peu de jours avant le scrutin – mais ils obligent à ouvrir les yeux pour mieux voir. En ce sens, le deuxième sondage de A&C est un appel à l'attention, on ne sait jamais si quelque chose d'important ou de crucial n'est pas en train de se passer dans l'électorat, en même

temps que des hommes politiques et nous les observateurs, nous nous en tenons, imperturbables, aux chiffres de toujours ».

Dans la présentation du troisième sondage apparaît une mise en évidence du sentiment des journalistes de *Somos* d'être des pionniers dans l'usage d'un nouvel outil. C'est ainsi que l'article sur les résultats disait :

« Le jour où l'on écrira l'histoire intime et détaillée des élections du 30 octobre 1983 et du processus antérieur au scrutin, les sondages d'opinion que l'entreprise A&C fait pour SOMOS vont se constituer en point de référence obligé. Parce que tout au long d'une série […] il est possible de nettement remarquer les préférences électorales, les surprises, les changements, les tendances prédominantes et certaines règles du comportement politique des électeurs ».

Cette fois, les résultats montraient une remontée du péronisme, et ainsi les premiers indices de changement d'époque esquissés par Mariano Grondona semblaient se dissiper pour retomber sur les anciennes certitudes. Ainsi, si à l'occasion de la deuxième enquête Mariano Grondona a mis en question les conclusions tirées du premier sondage sur l'avantage des candidats radicaux, dans ce cas il reprenait les arguments de son collègue pour expliquer l'avance du Parti Justicialista.

« Le fait que le péronisme ait obtenu cet avantage semble être le résultat d'un processus que nous avons considéré comme possible dans d'autres commentaires : la plus large partie de ceux qui ne répondent pas (ceux qui ont dit "je ne sais pas", "personne" et les non-réponses) est en train de s'incliner, au fur et à mesure qu'elle se définit, plus pour le péronisme que pour le radicalisme […] Si cette "loi" […] se confirme dans l'avenir, on pourrait projeter la distribution des 29% qui n'ont pas encore décidé de leur vote selon la proportion actuelle (8 pour le péronisme, 3 pour le radicalisme). On aurait ainsi à la veille des élections environ ces pourcentages : péronisme, 49 % ; radicalisme, 35%, de cette manière le pourcentage péroniste de 1973 (Cámpora) se répéterait, mais le pourcentage radical augmenterait sensiblement (21% en mars 1973) sans que la victoire péroniste risque pourtant d'être menacée. Jusqu'à maintenant cela est le plus probable »[31].

[31] Face à cette confirmation de la puissance du péronisme, même si la structure sociale argentine était en train de se transformer, Mariano Grondona esquissait une autre explication liée au niveau éducatif de l'électorat. Dans ce contexte, le péronisme apparaissait comme le parti des moins éduqués : « le caractère "majoritaire" des niveaux inférieurs d'éducation dans la société argentine ouvre au péronisme, en fait, un argument électoral difficilement réfutable ». Dans la même édition de l'hebdomadaire apparaissait une pratique qui deviendrait récurrente dans la logique de fonctionnement des sondages comme outil journalistique : les éditeurs invitaient des hommes politiques à exprimer leurs opinions sur les résultats des derniers sondages, en leur proposant ainsi une réalité face à laquelle ils devaient se positionner.

Les trois sondages suivants maintenaient cette hésitation entre la possible nouveauté – dans le quatrième on parlera du triomphe d'Alfonsín comme « la surprise électorale du siècle » – et la probable répétition de l'histoire. Même dans la publication du dernier sondage, où les experts responsables de l'entreprise A&C donnaient leur opinion et où Alfonsín apparaissait finalement comme le possible vainqueur, la prudence sur les résultats finaux demeurait. On doit attendre l'édition de *Somos* après le scrutin pour trouver une défense ouverte et définitive des sondages d'opinion comme outil de lisibilité du monde social et plus spécifiquement, lors d'une campagne électorale, des préférences des citoyens. Presque trois pages de l'hebdomadaire ont été dédiées au nouveau produit journalistique, et notamment au scoop obtenu à partir de l'utilisation des sondages. L'article était intitulé « Nous l'avons pronostiqué » et les éditeurs disaient : « Depuis les premiers moments, les sondages de SOMOS et A&C ont montré le phénomène Alfonsín et ont prédit son triomphe ». Tous les doutes et les hésitations avant le jour du scrutin étaient oubliés pour laisser place à la célébration du nouvel outil. En fait, nous pouvons dire que l'enseignement que l'hebdomadaire voulait donner aux lecteurs était aussi un enseignement pour lui-même :

> « Parmi d'autres choses, qu'est-ce que ces élections ont démontré ? Que les sondages d'opinion servent […] mais, encore plus : *depuis le tout début ils ont visé juste*. Maintenant, à la lumière des résultats des élections, on voit qu'ils étaient une feuille de route raffinée de la carte politique nationale »[32].

La figure de la boussole, d'un outil ayant une fonction de guidage, apparaissait déjà dans les premières publications. L'idée de changement d'époque, d'un espace politique bouleversé qui devait être ordonné au moyen des nouveaux instruments, d'une route qui nécessitait de nouveaux instruments de navigation pour s'y engager, serait le noyau des raisons que les acteurs se donneraient pour justifier l'utilité de leur technique d'enquête.

[32] *La Nación* avait tiré des conclusions similaires au lendemain du scrutin, lorsque le journal intitulé dans un coin de la une « Finalement, les sondages ont eu raison" (*La Nación*, 01-11-1983). Même si la participation aux meetings et le poids historique du péronisme avaient été les indicateurs dominants de la lutte électorale, ce journal exprimait, aussi bien que *Somos*, les souhaits de la droite argentine de voir arriver finalement le déclin de l'hégémonie péroniste. Certains espoirs avaient été mis dans les sondages car ils indiquaient une possible victoire des radicaux. Par ailleurs, l'image des citoyens plus « indépendants » faisait partie des désirs de couper avec le passé.

La « nouvelle tradition démocratique » constituera ainsi le sol sur lequel les sondages d'opinion apparaîtront comme dispositif technique valable et fiable[33]. L'affaiblissement des certitudes qui organisaient la lutte politique, notamment celles qui soutenaient le caractère majoritaire du péronisme, va favoriser l'établissement des sondages comme outil pratique. Ils offriront à la fois une boussole pour s'orienter dans l'espace politique et un outil pour parler au nom du *demos*, en se constituant comme une nouvelle forme de lecture du monde social et de la lutte politique. Dans les mains de ses principaux promoteurs, les experts en opinion publique, les sondages participeront d'une redéfinition du jeu politique et des formes légitimes d'y agir. Les experts joueront un rôle important dans la constitution du sens pratique qui dominera la lutte politique à partir des années 1980.

Conclusion

La tradition nationale-populaire a été la matrice dans laquelle les identités politiques ont été constituées en Argentine depuis les temps de l'« yrigoyenisme » ; une nouvelle tradition s'amorce en 1983. Pour que le nouveau temps de la démocratie argentine soit possible, il a été nécessaire de produire une rupture dans le temps historique: le passé et le futur trouvent leur référence dans un nouveau point d'origine construit par rapport au passé avec lequel il rompt et qui donne sens au futur qu'il inaugure. La nouvelle tradition politique de l'Argentine de la « transition démocratique » est ainsi le produit conflictuel et multiforme de l'action de multiples participants à des luttes symboliques pour la construction du sens du monde social. Ensemble de significations partagées, cette tradition démocratique postule le caractère central des élections comme moment le plus légitime de résolution des conflits et comme une course à l'issue incertaine.

[33] Une interprétation semblable par rapport au cas français est présentée dans le livre de Loïc Blondiaux sur l'histoire des sondages aux Etats-Unis et en France : « Sonnant la défaite des partis politiques traditionnels, la crise de 1962 anticipe le déclin d'une représentation – mentale autant que politique – de l'opinion publique […] L'opinion publique n'est plus l'opinion du public et le Parlement ne reflète plus fidèlement les nuances de cette dernière […] La représentation de l'opinion publique que portent les sondages semble accéder enfin à la réalité politique. Autrefois superfétatoire et dangereux, le mécanisme qui la "mesure" s'impose à la fois comme légitime et nécessaire » (Blondiaux, 1998 : p. 527).

Deux figures du citoyen, l'« indépendant » et l'« indécis » », déjà utilisées par quelques acteurs en 1983, permettent dès lors d'expliquer les comportements politiques des individus. A l'instar d'autre auteurs qui ont montré le caractère complexe et collectif de la construction d'un électorat partisan[34], nous avons analysé ici comment un nouvel électorat non partisan, voire anti-partisan, a été constitué.

Vers la fin des années 1980, une nouvelle forme du *demos* entre en scène : *la gente*, en effet, se substitue à la notion de *peuple* liée à la tradition nationale-populaire. Ce nouveau sujet commence à être vu comme un ensemble d'individus détachés des liens partisans et comme un être évanescent et changeant qu'il est nécessaire de sonder fréquemment. Le *peuple*, comme toute catégorie politique de prétention universelle, contient l'ambiguïté de faire allusion, à la fois, à tous les Argentins et aux groupes populaires – les travailleurs, les « descamisados » – ; *la gente* reproduit cette ambiguïté mais d'une nouvelle manière : elle fait référence « à la société » comme un ensemble différencié « de la politique » mais incarné particulièrement dans la figure de l'« indépendant »[35]. Le peuple met en relation une catégorie sociale – les travailleurs – avec une identité politique – dans la majorité des cas, le péronisme – ; *la gente* opère à travers un autre principe de différenciation : ceux qui raisonnent et ceux qui, en raison des liens partisans, ne raisonnent pas politiquement, comme l'exprimait la publicité du Partido Demócrata Progresista déjà citée. Avec ce principe de différenciation apparaît une vision de *la gente* comme étant associée aux secteurs moyens et hauts, en opposition aux « travailleurs péronistes ». Dans ce terrain d'ambiguïté travaille une catégorie qui montre toute sa force comme principe générateur de discours de prétention représentative.

Les transformations du *demos* entraînent également certaines transformations dans la façon de l'interpeller, en même temps que se déplacent les scènes sur lesquelles la lutte politique pour la représentation connaît ses moments plus intenses. Le lieu commun de la « médiatisation de la politique » trouve ainsi son sens en référence à ce déplacement : *la*

[34] Michel Offerlé (1988) a travaillé sur la construction de l'électorat socialiste comme un tout, à la fin du XIXe siècle et au début du Xxe, en France. Des objectivations statistiques, la construction de nouveaux dispositifs de lecture du monde social comme les cartographies électorales, l'invention de nouvelles façons de présenter de manière politique et journalistique le vote des électeurs, dispersé dans les différents groupes et les partis socialistes de caractère local, régional ou national, bref, toute une série d'interventions ont conflué, sans une intention coordonnée, dans l'objectivation d'un électorat socialiste national, processus qui a été accompagné par la recomposition des forces électorales qui le représentaient.

[35] L'affinité de la catégorie de *la gente* avec d'autres formes du *demos* comme le peuple, réside par ailleurs dans le fait qu'en espagnol, à différence du français, c'est un nom singulier qui réunit un ensemble de personnes.

gente ne se trouve guère dans les meetings mais face au téléviseur. Comme le montre Patrick Champagne (1990) à propos du cas français, les hommes politiques commencent à s'intéresser aux « prestations médiatiques ». Elles constituent ainsi l'une des manières plus efficaces d'agir politiquement. La médiatisation de la politique peut être comprise, en ce sens, comme phénomène de légitimation de certains espaces privilégiés où faire de la politique et comme dynamique productrice d'événements publico-politiques avec des conséquences sur la distribution du pouvoir symbolique et du soutien social.

La défaite du péronisme en 1983 a entraîné ainsi importantes transformations dans la perception du jeu politique. L'utilisation du concept d'indicateur pratique nous a permis de voir comment les schèmes de perception et d'appréciation de l'espace politique, et les formes de capital reconnues par les participants de cet espace se mettent en jeu, en même temps que de nouvelles formes de lecture de la société, de la concurrence partisan et de la relation entre les professionnels et les profanes commencent à se constituer. Une fois que l'avenir ne peut pas être lu à la lumière du passé, la vie politique bascule dans un état d'incertitude. Dans ce cas, l'incertitude est le produit d'un événement et de la manière dont celui-ci a été construit comme l'inauguration d'un nouveau temps.

C'est dans ce contexte que nous situons les premières utilisations journalistiques et partisanes des sondages d'opinion et notamment des sondages d'intention de vote. Le travail de promotion des sondeurs et l'extension de son utilisation sur les scènes médiatiques favorisent également la consolidation de l'instrument comme outil pratique de lecture du monde social et de la concurrence électorale. Les experts en opinion ont proposé aux journalistes et aux hommes politiques une approche technique capable de mesurer la nouvelle existence du *demos*. De cette manière, le monde social apparaît comme espace lisible à travers des chiffres et des pourcentages. Les élections seront progressivement vues, et en partie grâce à l'utilisation des sondages comme instrument de lecture de la concurrence, comme une course à l'issue incertaine. L'intérêt que nouveaux groupes – des journalistes, des consultants, des experts, des hommes politiques dont le capital politique repose sur les cotes de popularité mesurées par les sondages – trouvent dans l'instrument fera des sondages un dispositif difficile à ignorer et, bientôt, critiquer leur publication et leur utilisation sera synonyme de critique de la démocratie naissante.

Bibliographie

ABOY CARLES, G. (2001) *Las dos fronteras de la democracia argentina. La reformulación de las identidades políticas de Alfonsín a Menem*, Rosario, Homo Sapiens.

ACUÑA, C. (comp.) (1995) *La nueva matriz política argentina*, Buenos Aires, Nueva Visión.

ADROGUÉ, G. (1998) "Estudiar la opinión pública. Teoría y datos sobre la opinión pública argentina", *Desarrollo Económico*, vol. 38, Nº 149, p. 387-407.

AI CAMP, R. (comp.) (1997) *Encuestas y democracia. Opinión pública y apertura política en México*, México Siglo XXI Editores.

BLAUSTEIN**,** E. et. M. ZUBIETA (1998) *Decíamos ayer, la prensa argentina bajo el Proceso*, Buenos Aires, Colihue.

BLONDIAUX, L. (1998) *La fabrique de l'opinion. Une histoire sociale des sondages*, Paris, Le Seuil.

BOLTANSKI, L (1990) *L'amour et la justice comme compétences. Trois essais de sociologie de l'action*, Paris, Métailié.

BONALDI, P. (1999) "Ambito Financiero y la Dictadura de los Mercados", *in* Eduardo Blaustein y Martín Zubieta, *Decíamos ayer. La prensa argentina bajo el Proceso*, Buenos Aires, Colihue, pp. 340-344.

BORRINI, A. (1984) *¿Cómo se hace un Presidente?*, Buenos Aires, Ediciones El Cronista Comercial.

BOURDIEU, P. (1980) *Le sens pratique*, Paris, Minuit.

(1987a) "La délégation et le fétichisme politique", *Choses dites*, op. cit., p. 185-202.

(1987b) "Espace social et pouvoir symbolique", *Choses dites*, op. cit., p. 147-166.

CATTERBERG, E. (1985) "Las elecciones del 30 de octubre de 1983. El surgimiento de una nueva convergencia electoral", *Desarrollo Económico*, vol. 25, Nº 98, p. 259-267.

(1989) *Los argentinos frente a la política. Cultura política y opinión pública en la transición argentina a la democracia*, Buenos Aires, Planeta.

CHAMPAGNE, P. (1988) "Le cercle politique. Usage sociaux des sondages et nouvel espace politique", *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, nº 71-72, Paris, Minuit, p. 71-97.

(1990) *Faire l'opinion. Le nouveau jeu politique*, Paris, Minuit. Traducción en español: *Hacer la opinión. El nuevo juego político*, La Paz, Plural editores, 2002.

(1995) "Les sondages, le vote et la démocratie", *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, nº 109, Paris, Minuit, p. 73-92. Versión en español: "Los sondeos, el voto y la democracia", *Voces y Cultura*, Nº 10, Barcelona, 1996.

CHERESKY, I. (1998) "La política, de la tribuna a la pantalla", *De signis*, nº 2, Barcelona, Gedisa, p. 247-258.

CORDEU, M. et al. (1985) *Peronismo. La mayoría perdida*, Buenos Aires, Sudamericana-Planeta.

DEL CAMPO, H. (1983) *Sindicalismo y peronismo. Los orígenes de un vínculo perdurable*, Buenos Aires, CLACSO.

DOBRY, M. (2000) “Les voies incertaines de la transitologie: choix stratégiques, séquences historiques, bifurcations et processus de path dependence”, *Revue Française de Science Politique*, vol.50, n°4-5, pp. 585-614.
FOUCAULT, Michel (1992) “Nietzsche, la genealogía, la historia”, *Microfísica del poder*, Madrid, Ediciones de la Piqueta, tercera edición.
GOFFMAN, E. (1997) *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Buenos Aires, Amorrortu.
GRAMSCI, A. (1984) *Los intelectuales y la organización de la cultura*, Buenos Aires, Nueva Visión.
GUTIÉRREZ, R. (2001) "La desindicalización del peronismo", *Revista Política y Gestión*, N° 2, Buenos Aires, pp. 93-112.
HABERMAS, J. (1962) *Historia y crítica de la opinión pública*, Barcelona, Gustavo Gilli, 6ta. edición en español 1999.
JAMES, D. (1990) *Resistencia e integración. El peronismo y la clase trabajadora argentina (1946-1976)*, Buenos Aires, Sudamericana.
LANDI, Oscar (1985) *El discurso sobre lo posible. (La democracia y el realismo político)*, Buenos Aires, CEDES.
(1988) *Reconstrucciones. Las nuevas formas de la cultura política*, Buenos Aires, Puntosur.
MARONESE, L. *et al* (1985) *El voto peronista ’83. Perfil y causas de la derrota*, Buenos Aires, El Cid Editor.
MARTUCCELLI, D. et M. SVAMPA (1997) *La plaza vacía. Las transformaciones del peronismo*, Losada, Buenos Aires.
MATA, M. C. (1992) “Entre la plaza y la platea”, en H. Schmucler et M. C. Mata, *Política y comunicación. ¿Hay un lugar para la política en la cultura mediática?*, Córdoba, Catálogos, p. 61-76.
MERKLEN, D. (2005) *Pobres Ciudadanos. Las clases populares en la era democrática*, Buenos Aires, Gorla.
MURARO, H. (1991): *Poder y comunicación. La irrupción del marketing y la publicidad en la política*. Buenos Aires, Ediciones Letra Buena.
(1997) *Políticos, periodistas y ciudadanos*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.
MURMIS, M. et J. C. PORTANTIERO (1973-1974) *Estudios sobre los orígienes del peronismo*, Buenos Aires, Siglo XXI.
NOVARO, M. et V. PALERMO (2003) *La dictadura militar. 1976-1983*, Buenos Aires, Paidós.
NUN, J. et J. C. PORTANTIERO (1987) *Ensayos sobre la transición democrática en la Argentina*, Buenos Aires, Puntosur.
O’DONNELL, G. (1977) “Estado y alianzas en Argentina, 1956-1976”, *Desarrollo Económico*, Nº 64, vol. 16, p. 523-554.
O'DONNELL, G. SCHMITTER, P. y WHITEHEAD, L. (comps.) (1988) *Transiciones desde un gobierno autoritario*, 4 vol., Buenos Aires, Paidós.
OFFERLE, M. (1988) « Le nombre de voix. Electeurs, partis et électorat socialistes à la fin du XIX° siècle en France », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, nº 71-72, p. 4-21.

PORTANTIERO, J. C. et E. DE IPOLA (1988a) “Lo Nacional popular y los populismos realmente existentes”, en Juan Carlos Rubinstein (comp.) *El Estado periférico latinoamericano*, Buenos Aires, Eudeba, p. 203-213.
(1988b) “Crisis social y pacto democrático”, en J. C. Portantiero, *La producción de un orden. Ensayos sobre la democracia entre el estado y la sociedad*, Buenos Aires, Nueva Visión, p. 171-188.
PRZEWORSKI, A. (1986) “Some problems in the study of the transition to democracy”, O’Donnell, G., Schmitter, P.C. y Whitehead, L. (dir.), *Transitions from authoritarian rule: prospects for democracy*, Baltimore, Johns Hopkins University Press.
RINESI, E. (1994) *Ciudades, teatros y balcones. Un ensayo sobre la representación política*, Buenos Aires, Paradiso.
ROSANVALLON, P. (1998) *Le peuple introuvable*, Gallimard, Paris.
SIDICARO, R. (1990) “Identidades políticas y adversarios sociales”, *Revista Epoca*, Nº 1, Buenos Aires.
SIGAL, S. et E. VERON (1988) *Perón o muerte: Los fundamentos discursivos del fenómeno peronista*, Buenos Aires, Hyspamérica.
TORRE, J. C. (comp.) (1989) *Los sindicatos en el gobierno*, Buenos Aires, CEAL.
(1991) *La vieja guardia sindical y Perón*, Buenos Aires, Ariel.
TORRE, J. C. (comp.) (1995) *El 17 de Octubre de 1945*, Buenos Aires, Ariel.
UNAMUNO, Miguel et al. (1984) *El peronismo de la derrota*, Buenos Aires, CEAL.
VOMMARO, G. (2003) “"Lo que quiere la gente". Los sondeos de opinión pública como herramienta política. El caso de las elecciones nacionales de 1999”, en I. Cheresky et J. M. Blanquer (comps.), *De la ilusión reformista al desencanto ciudadano*. Rosario, Homo Sapiens.
(2004) *Les sondages d’opinion et la dynamique de l’espace de la communication politique en Argentine, depuis le début de la transition démocratique*, Mémoire de DEA de Sociologie, EHESS, Paris.
WAISBORD, S. (1995) *El gran desfile. Campañas electorales y medios de comunicación en la Argentina*, Buenos Aires, Sudamericana.
WEBER, Max (1997) *Sociología de la religión*, México, Ediciones Coyoacán.
(1996) *Economía y Sociedad*, México, Fondo de Cultura Económica.
WILLIAMS, Raymond (1977) *Marxismo y literatura*, Buenos Aires, Península-Biblos, edición de 2000.

Sources

Journaux : *Clarín*, *La Nación*, *Somos, Mercado*.

Entretiens avec de sondeurs, d’hommes politiques et de journalistes politiques.