

Ivan Schuliaquer. *La négociation des scènes médiatiques. Les gouvernements de gauche et les grands groupes médiatiques nationaux en Amérique du Sud*, Université Sorbonne Nouvelle-Paris 3 / Université de Buenos Aires (dir. Eric Maigret et Gabriel Vommaro), 9 mars 2018.

L'arrivée d'Hugo Chavez au gouvernement du Venezuela, en 1998, a marqué le début d'une époque qui a vu différents pays d'Amérique du Sud (l'Argentine, le Brésil, la Bolivie, l'Équateur et l'Uruguay) élire des présidents de gauche qui sont apparus comme une rupture face aux expériences néolibérales qui les avaient précédés. Ces gouvernements ont remis en question les règles du jeu de leurs rapports avec les médias, les signalant comme une part centrale de leur opposition politique. La thèse se concentre sur deux cas principaux. D'une part, les deux premières présidences du Frente Amplio en Uruguay : celles de Tabaré Vázquez (2005–2010) et de José Mujica (2010–2015). De l'autre, les présidences du kirchnérisme en Argentine : celle de Néstor Kirchner (2003–2007) et les deux mandats de Cristina Fernández de Kirchner (2007–2015).

Pour expliquer la négociation des scènes médiatiques entre gouvernements et grands groupes médiatiques, nous avons mobilisé trois dimensions croisées qui ont permis d'accorder l'analyse du terrain historique, matériel et culturel où se joue cette négociation

(le système médiatique national), avec les modalités de l'expression sur les scènes médiatiques (la communication politique) et le rapport des gouvernements et des médias en tant qu'acteurs politiques (les politiques de communication).

La description des systèmes médiatiques nationaux révèle des différences claires entre les pays. En Uruguay, le gouvernement est capable d'imposer plus de conditions que les grands groupes médiatiques (les « Trois grands »). Cela s'explique à la fois par le poids relatif de l'État, la centralité forte de la médiation partidaira, ainsi que les cultures journalistiques, où, en plus de la hiérarchisation des paroles de la politique institutionnelle, influe la séparation des discours informatifs et d'opinion, ainsi que certaines limitations à l'intervention des propriétaires sur les contenus. Cela est nuancé par la force des grands groupes médiatiques nationaux qui, cependant, sont divisés. En Argentine, au contraire, au début du cycle étudié, le grand groupe médiatique (Clarín) détient une force relative plus importante que le gouvernement pour définir les conditions de la négociation. Pour cela, la présence

d'un groupe leader dans tous les domaines médiatiques est fondamentale (télévision, radio, journal quotidien, télévision par câble, fournisseur d'accès à internet, parmi d'autres), celui-ci centralisant une partie importante des scènes, avec un journalisme de dénonciation qui se présente comme contrôleur du gouvernement. Sur ce point, en Argentine le manque de séparation entre les discours informatifs et d'opinion et entre les domaines commerciaux et journalistiques influe également. Par ailleurs, la centralité de la médiation partisane est faible, ce qui augmente le pouvoir des autres instances de médiation – celle des médias, des journalistes et des leaders politiques.

En ce qui concerne la communication politique, en Argentine autant qu'en Uruguay, les gouvernements ont cherché à définir une partie des scènes médiatiques et à négocier de façon acceptable leur participation sur celles-ci. Vázquez et Mujica en Uruguay et Néstor Kirchner en Argentine y sont parvenus à travers les scènes des acteurs établis. Cristina Fernández n'y est pas parvenue: le lien a été rompu à partir du tournant éditorial de Clarín, qui cessa de présenter la présidente comme la représentante légitime des citoyens. De ce fait, le gouvernement a modifié ses modes de participation à travers des méca-

nismes de communication plus directs et en renonçant à interagir sur les scènes de Clarín.

En ce qui concerne les politiques de communication, bien que depuis le début, les gouvernements aient cherché à tendre leurs rapports avec les médias, ils ont au départ pris soin de ne pas modifier des lois-cadres héritées des dictatures, afin de ne pas affecter les grands du secteur. Ils ont envisagé de nouvelles législations en matière de communication comme une question impliquant un coût politique qu'ils préféreraient ne pas avoir à payer. Cependant, ces projets ont été transformés en loi. Dans le cas argentin, cela s'est produit après un point de rupture et dans le cas uruguayen, à l'initiative du parti de gouvernement, en conséquence de son programme et non d'une conjoncture critique. Comme ils l'avaient prévu, les législations sur les médias ont constitué des pics de tension de la dispute avec les grands groupes médiatiques qui sont passés d'une volonté d'obtenir des concessions étatiques discrétionnaires et directes, comme ils l'avaient fait tout au long de leur histoire, au maintien d'un *statu quo* quant à leurs propriétés.

Ivan Schuliaquer