



**HAL**  
open science

## Meetings de fin de campagne au Mexique et ethnographie des milieux partisans

Hélène Combes

► **To cite this version:**

Hélène Combes. Meetings de fin de campagne au Mexique et ethnographie des milieux partisans. Politix, De Boeck Supérieur, 2009, 1 (85), pp.149 - 179. hal-03582806

**HAL Id: hal-03582806**

**<https://hal-sciencespo.archives-ouvertes.fr/hal-03582806>**

Submitted on 21 Feb 2022

**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.

# Meetings de fin de campagne au Mexique et ethnographie des milieux partisans

Hélène COMBES

**Résumé** – Les meetings donnent à voir comment les partis inscrivent leurs identités partisans dans l'espace urbain, mais également comment cette inscription dans l'espace urbain est, en retour, productrice d'identité(s) partisane(s). L'analyse ethnographique, combinée à la réalisation d'entretiens et d'une enquête par questionnaires, a permis de comprendre de plus près les reconfigurations du militantisme et des milieux partisans des trois principaux partis du Mexique : l'affirmation des appareils locaux (« la structure territoriale ») face aux structures corporatistes dans le cas du PRI ; l'émergence d'entrepreneurs de mobilisation indépendants dans le cas du PAN (et ce malgré la force de l'appareil du parti) ; la diversité de l'encadrement militant et le lien lâche au label partisan dans le cas du PRD. Ce travail a aussi mis en relief les variations des *ethos* et des sociabilités militantes en fonction des partis, ainsi que l'importance variable de la famille ou des réseaux affinitaires. Enfin, il permet de mieux comprendre comment la mobilisation partisane repose aussi sur l'existence d'une « économie morale » : un ensemble spécifique d'appréciations normatives, par nature ambivalentes, concernant le rapport au parti et à ses ressources.

Disons-le d'entrée : les meetings ne font pas l'élection, ne sont pas ou ne sont plus perçus comme un espace privilégié du ralliement des électeurs durant une campagne électorale. D'ailleurs, dans le cas étudié (les élections présidentielles de 2006) entre 63 % et 74 % du montant maximum des dépenses autorisées pour les partis en campagne ont été utilisés dans les spots télévisés<sup>1</sup>. Clairement, pour les partis, la télévision fait l'élection. Pourquoi alors s'intéresser aux meetings électoraux et, en particulier, aux meetings de fin de campagne (*cierre de campaña*), qui rituellement clôturent la campagne présidentielle mexicaine<sup>2</sup> ? Au-delà de l'aspect toujours conjoncturel d'une élection, nous sommes partis de l'hypothèse que les meetings, comme répertoire partisan, constituent des espaces privilégiés d'observation des modalités et des formes des mobilisations partisans dans les trois grands partis qui structurent la vie politique mexicaine : le Parti de la révolution démocratique (PRD)<sup>3</sup>, le Parti révolutionnaire institutionnel (PRI)<sup>4</sup> et le Parti action nationale (PAN)<sup>5</sup>.

L'article présenté ici s'inscrit dans le cadre d'un projet collectif<sup>6</sup> et repose sur un important dispositif d'observation ethnographique, une enquête par questionnaire et la réalisation d'entretiens<sup>7</sup>. Grâce au travail « ethnographique », une cartographie des organisations du milieu partisan des trois partis (« organisations

1. 63 % pour la coalition « Pour le bien de tous » (PRD, Convergencia, Parti du travail (PT)) 70 % pour l'« Alliance pour le Mexique » (PRI et Parti vert écologiste) et 74 % pour le PAN. IFE, *Informes especiales de gastos de aplicados a la campaña presidencial*, www.ife.org.mx

2. Le 2 juillet 2006, en plus de l'élection présidentielle ont eu lieu des élections locales et fédérales : 434 députés locaux, 500 députés fédéraux, 128 sénateurs, 4 gouverneurs, 564 maires. Les meetings de fin de campagne dépassent donc généralement le cadre de la stricte campagne présidentielle.

3. Parti de gauche né en 1989, il gouverne Mexico depuis 1997. Son candidat – Andrés Manuel López Obrador (AMLO) – est arrivé en deuxième place lors de l'élection présidentielle du 2 juillet 2006 mais conteste ce résultat. Comme travaux généraux sur ce parti cf., entre autres : Combes (H.), *De la politique contestataire à la fabrique partisane. Le cas du Parti de la révolution démocratique au Mexique (1989-2000)*, thèse pour le doctorat de science politique, Université Paris III, 2004.

4. Ancien parti hégémonique issu de la révolution de 1910. Il est resté au pouvoir soixante et onze ans. Quand, en 2000, le candidat du PRI à la présidentielle a été battu par le PAN, certains en ont parlé comme d'une « transition votée ». Comme travaux généraux sur ce parti voir entre autres : González Compeán (M.), Lomeli (L.), *El partido de la Revolución. Institución y conflicto (1928-1999)*, México, Fondo de cultura económica, 2000.

5. Parti de droite né en 1939. En 2000, il a remporté l'élection présidentielle, mettant fin au règne du PRI. Comme travaux généraux sur ce parti voir entre autres : Loaeza (S.), *El Partido Acción Nacional : la larga marcha, 1939-1994. Oposición leal y partido de protesta*, Mexico, Fondo de Cultura Económica, 1999.

6. Je remercie tout d'abord tous les membres de l'équipe d'enquête sur les meetings pour cette fructueuse collaboration : Sergio Tamayo (Université autonome métropolitaine, UAM-A), qui a coordonné le projet, Kathrin Wildner (Université de Hambourg), Anne Huffschtmidt (Université de Berlin), Nicolaza López (UAM-A), Ricardo Torres (UAM-A) et Pablo Gaytán (UAM-A). Merci aux 60 étudiants de la UAM-A qui ont suivi l'aventure. Merci également à Mounia Bennani-Chraïbi, Jacques Gerstlé, Flavia Freundengerg et Aline Hémond qui ont apporté leurs commentaires à des versions antérieures de ce texte. Le travail de terrain a été réalisé grâce à un financement de la DGCID, dans le cadre d'un programme du Fonds d'analyse des sociétés politiques (FASOPO).

7. 308 participants ont répondu à l'intégralité de l'enquête. Notre observation ethnographique, en plus de la tenue d'un carnet d'observations, a été enrichie par la réalisation de cartes et d'environ trois cents photographies ethnographiques centrées sur les milieux partisans et toutes les formes de marqueurs militants. Par ailleurs, 37 entretiens ont été réalisés avec des participants durant les meetings.

sociales »<sup>8</sup>, syndicats, etc.) se dessine. De plus, observer et analyser comment les militants et sympathisants donnent à voir leur lien partisan (signes d'appui, attitudes, formes d'action, etc.), permet de comprendre comment s'affirment des *ethos* militants caractérisant les différents partis. Les entretiens offrent de cerner la signification que les participants donnent à leur présence dans les meetings, de leur manière de penser leur relation avec les différents candidats ou les différents partis. Et surtout, l'articulation entre ces trois méthodes permet d'appréhender de manière précise comment les différents partis mobilisent en pratique : quels sont les référents symboliques utilisés (notamment à travers l'inscription du meeting dans l'espace urbain) ? Qui sont les « entrepreneurs de mobilisations » et la nature des réseaux en action ? Quelle « économie morale »<sup>9</sup> sous-tend la mobilisation ? Il s'agit donc de comprendre les différents mécanismes à l'œuvre aujourd'hui dans les mobilisations partisans au Mexique.

Prendre les meetings comme espace d'affirmation d'*ethos* militants et comme espace d'expression du milieu partisan<sup>10</sup> et de son évolution, implique de se situer au carrefour de la sociologie des mouvements sociaux<sup>11</sup> et de l'analyse sociétale des partis politiques. Mais pour mettre en lumière les ressorts de la mobilisation, il convient aussi de se pencher sur la manière dont les participants perçoivent et vivent leur propre participation et de s'interroger sur l'existence d'une « économie morale » des mobilisations. L'ensemble de ces facteurs – qui relèvent du symbolique et des *ethos* militants, des milieux partisans et des réseaux de mobilisations, mais aussi des perceptions de l'engagement et de ses rétributions – permettent d'appréhender de manière, si ce n'est exhaustive, du moins précise les différentes facettes des mécanismes de mobilisation à l'œuvre dans le cadre de meetings.

Nous verrons d'abord comment les partis politiques inscrivent cette forme de mobilisation politique qu'est le meeting dans un univers symbolique inséré dans l'espace urbain au sein duquel les candidats, le parti et ses soutiens, sont mis en scène. Dans un deuxième temps, nous mettrons l'accent sur les réseaux de la mobilisation en tentant de comprendre « comment » et « avec qui » les participants viennent aux meetings. La troisième partie de notre interrogation portera sur la perception et les attentes des « mobilisés », les rétributions du militantisme et l'existence d'une « économie morale » de la mobilisation.

8. Nom utilisé au Mexique pour définir ce qui serait l'équivalent des associations.

9. Thompson (E.P.), « The Moral Economy of the English crowd in the Eighteenth Century », *Past and Present*, 50, 1971.

10. Le milieu partisan correspond à « l'ensemble des relations consolidées entre des groupes dont les membres n'ont pas forcément comme finalité principale de participer à la construction du parti quoiqu'ils y contribuent en fait par leurs activités ». Sawicki (F.), *Les réseaux du Parti socialiste. Sociologie d'un milieu partisan*, Paris, Belin, 1997, p. 24.

11. Notamment des travaux qui mettent l'accent sur les réseaux sociaux et militants de la mobilisation : Tarrow (S.), *Power in Movement*, Cambridge, Cambridge University Press, 1994 ; Diani (M.), McAdam (D.), eds, *Social Movements and Networks*, Cambridge, Cambridge University Press, 2003.

## Meetings et mises en scène du politique

### *Espace urbain et identités partisans*

Trois partis, trois lieux, trois inscriptions symboliques différentes dans la ville : chacun des partis choisit un lieu distinct pour la réalisation de son meeting, lieu qui renvoie à des référents politiques et urbains contrastés. Le PRI organise son meeting de fin de campagne autour du monument de la Révolution. Palais législatif inachevé<sup>12</sup> au parvis modeste, le monument est entouré de bâtiments des années 1930, vaguement style Art déco, qui abritent encore des grandes centrales syndicales « unitaires » qui ont été une des clés de voûte du « régime priiste »<sup>13</sup> depuis les années 1940. Quelques pâtés de maisons plus loin, au pied de l'avenue *Insurgentes*, le siège national du PRI arbore une affiche géante de Roberto Madrazo, son candidat à la présidentielle, souriant, le poing gauche levé. À quelques mètres se trouvent aussi des bureaux du PRI de Mexico : le « secrétariat de gestion sociale » propose des consultations juridiques ou médicales, offre des bourses pour des cours d'anglais ou d'informatique. Le quartier reste façonné par le PRI et incarne la splendeur du passé du parti dominant qui inscrivait son hégémonie jusque dans l'espace urbain. Comme repoussé du centre par le PRD qui a remporté la mairie en 1997 et la conserve depuis, il s'est réfugié ici pour son meeting, en marge du centre historique et du quartier d'affaires pourtant à deux pas, dans ce qui semble être, dans la capitale, son ultime bastion – et même plus vraiment, comme nous le verrons –, dans un quartier un peu à son image où les façades décrépies laissent transparaître la splendeur et la modernité passées.

Alors que le Mexique est encore en lice dans le Mondial<sup>14</sup>, le PAN choisit d'organiser son meeting dans un stade : le stade *Azteca* construit pour les jeux Olympiques de 1968. On y arrive en voiture ou en car sans avoir à traverser la ville si l'on vient du sud de la République ; le périphérique et un grand centre commercial sont à quelques encablures. Au sud de la ville, à plusieurs kilomètres des centres de pouvoir<sup>15</sup>, le stade *Azteca* ne renvoie guère à une symbolique politique : ni lieu de protestation, ni lieu de débats publics. Le football y est naturellement roi et parfois la chaîne de télévision qui en est propriétaire, *Televisa*, l'utilise pour les concerts de ses chanteurs *made in* télévision. C'est sous le signe du marketing visuel et télévisuel que le candidat du PAN, Felipe Calderón, clôture sa campagne. Ce choix est aussi l'indice de la difficulté du PAN à trouver un

12. Ce palais législatif avait été commandé par le dictateur Porfirio Díaz. La première pierre fut posée en 1910 et les travaux vite interrompus par la révolution.

13. Le « régime priiste » (du PRI) a reposé sur un système semi-corporatiste : un régime mêlant cooptation et répression des opposants, un présidentielisme centralisé jouant un rôle de clé de voûte entre gouverneurs et représentants des secteurs corporatistes, des élections « sans option » et un imaginaire lié à de la révolution mexicaine ; cf. Meyer (L.), *La segunda muerte de la Revolución Mexicana*, Mexico, Cal y Arena, 1992.

14. Il sera cependant éliminé la veille du meeting.

15. La résidence présidentielle est au centre-ouest, le Congrès au centre-est, le Sénat près du quartier d'affaires, pas loin du centre historique où se trouve le vieux Palais présidentiel.

lieu, dans la capitale, faisant sens dans sa trajectoire partisane, lui qui, jusqu'à sa victoire à l'élection présidentielle de 2000, était presque exclusivement implanté dans le centre-nord et le nord du Mexique.

Le PRD, quant à lui, opte pour la tradition : c'est au Zócalo qu'il réalise son *cierre de campaña* comme, six ans plus tôt, lui, le PRI et le PAN avaient choisi de le faire. Place centrale de Mexico, lieu populaire où se mêlent vendeurs ambulants et petits bureaucrates, le Zócalo est aussi une place mythique bordée par le *Templo mayor* – reste de la cité de Tenochtitlán –, par la cathédrale, le vieux Palais présidentiel décoré par les fresques de Diego Rivera, par deux imposants bâtiments qui abritent la mairie et enfin par des bureaux de l'Assemblée législative locale. Concentration des pouvoirs temporels et spirituels, « centre symbolique de la nation »<sup>16</sup>, lieu des grandes liturgies révolutionnaires et post-révolutionnaires et de la fête nationale – *el grito* –, au cours des années 1980 et surtout 1990, le Zócalo est peu à peu devenu l'espace de l'expression de la contestation des acteurs d'opposition<sup>17</sup>. Puis, en 1997, le PRD a remporté la mairie de Mexico. Ceux qui avaient battu les pavés de la place se sont installés dans les bureaux de la mairie<sup>18</sup>. Le Zócalo a été alors utilisé pour des concerts gratuits regroupant régulièrement 80 000 personnes. Les grands noms de la chanson latino-américaine de gauche s'y sont succédés : les Argentins Mercedes Sosa et Charlie García, le Cubain Silvio Rodríguez mais aussi Manu Chao ou l'Espagnol Juan Manuel Serrat. En 2000, le Zócalo, aux yeux des autres partis, était resté un lieu national hautement symbolique où ils choisissaient de faire leurs meetings. Puis, en 2005, une procédure de destitution fut lancée contre Andrés Manuel López Obrador (appelé souvent AMLO de manière affectueuse par ses partisans), maire du PRD et futur candidat à la présidentielle. Plusieurs manifestations d'appui à López Obrador, approchant le million de personnes, ont convergé vers cette place sur laquelle donnait son bureau. Elle est alors de plus en plus devenue le symbole du leadership du maire de Mexico. Ce dernier y mesurait sa popularité. « AMLO s'est accaparé le Zócalo », s'est exclamé un militant du PAN, la voix vibrante d'indignation. Ce qu'a résumé assez bien un militant du PRD, avec un point de vue – évidemment – différent : « Le Zócalo est au PRD. C'est notre propriété. Il est au peuple [...] et c'est pour cela que nous sommes ici<sup>19</sup> ». Alors que le début du meeting approche, d'immenses banderoles se déploient sur les bâtiments de la mairie. Des députés locaux du PRD, majoritaire à l'assemblée locale, en ont aussi accroché aux fenêtres.

16. Wildner (K.), *La plaza mayor ¿Centro de la metrópoli? Etnografía del Zócalo de la ciudad de México*, Mexico, UAM, 2006.

17. Les grandes manifestations syndicales de 1983 et le mouvement étudiant de 1986 s'y déroulèrent ; les mal-logés y ont organisé des meetings, tout comme l'important mouvement en faveur des zapatistes en 1994 ; les marches de contestation – souvent contre les fraudes électorales – y trouvent leur aboutissement.

18. Combes (H.), « De la rue au palais municipal. La gestion des conflits sociaux par le Parti de la révolution démocratique à Mexico », *Cahiers des Amériques latines*, Paris, 33, 2000.

19. Entretien avec Wenceslao Pérez, instituteur à la retraite, État de Michoacán, meeting du PRD.

### **Mettre en scène les candidats**

Le parvis du monument de la Révolution (meeting du PRI) ne permet guère à plus de 15 000 participants de se réunir. Choix tactique face au risque d'un Zócalo à moitié vide, choix raisonnable d'un parti que tous les sondages plaçaient en troisième position et qui a donc opté pour un rassemblement plus militant qu'électoral. Pour Lilia, sympathisante de 23 ans, la « place [de la Révolution] est très importante car elle représente le début du PRI et moi, je dis que c'est très bien qu'on l'ait fait ici, maintenant oui, ici réellement nous ne sommes que des priistes pour de vrai et pas des gens à qui on dit de venir contre de l'argent »<sup>20</sup>. Nous sommes entre priistes « *d'os colorados*<sup>21</sup> ». D'ailleurs, le PRI n'a pas fait de *cierre* national à proprement parler. Rompant avec la tradition, il n'a réalisé à Mexico qu'un meeting de clôture régional.

Des chaises sont installées sur le parvis en pente douce, réduisant *de facto* la capacité de la place. La scène fait face au monument de la Révolution et tourne le dos aux buildings. À l'opposé, Madrazo entre en scène par un long podium qui court sur toute la longueur du parvis. Plus tard des participants, harassés par la chaleur du soleil, viendront s'y réfugier pour trouver un peu d'ombre. À deux mètres du sol, Madrazo surplombe les participants réunis tout en se mêlant en partie à eux. Pendant les presque vingt minutes qu'il met pour atteindre l'estrade, il serre les mains qui s'offrent à lui. Quand il arrive à l'estrade, pour commencer son discours, le parti fait corps derrière lui, comme pour conjurer les divisions internes et les coûteuses défections qui ont marqué la campagne – nous y reviendrons. Après le président du PRI, la candidate à la mairie de Mexico, Beatriz Paredes<sup>22</sup>, prend la parole. Vêtue d'un *huipil*, tunique colorée portée par des femmes indigènes du sud du Mexique, elle entame un discours complexe, presque lyrique, égrenant de longs passages de l'écrivain Octavio Paz sur Mexico. Puis Roberto Madrazo prend à son tour la parole.

En tout, le meeting sera court – une petite matinée. Les discours finis, les participants se dispersent et rejoignent les bus qui les attendent dans les rues adjacentes. Vingt minutes après la fin du meeting, une camionnette du PRD semble se réapproprier les lieux, faisant le tour de la place, musique à fond, militants à l'arrière avec banderoles et drapeaux ; les priistes sont déjà partis. Il ne reste que les tracts et les affiches au sol. Pas de trace d'eux dans les *cantinas* (restaurants populaires) dans les environs du monument de la Révolution. Ils venaient pour la plupart de banlieues éloignées et très populaires – Ecatepec, Chimaluacán, Chalco – et les ont regagnés rapidement.

20. Entretien avec Lilia, 23 ans, travaillant dans la campagne d'un député local, arrondissement Alvaro Obregón.

21. Les os colorés de blanc, vert et rouge, couleur du drapeau mexicain mais aussi du PRI. Expression équivalente à « être priiste jusqu'au bout des ongles ».

22. Présidente du PRI depuis mars 2007.

Dans le cas du PAN, c'est un acte massif dans le stade présenté comme le « plus grand du monde<sup>23</sup> » et pouvant accueillir 104 000 spectateurs. Plus de 700 autobus arrivent en flot continu des 31 États de la fédération. Le meeting du PAN est réellement national<sup>24</sup>. Avec, bien sûr, une surreprésentation des bastions du PAN – Guadalajara, Monterrey (États du Nord gouvernés par le PAN) et surtout des États plus proches de Mexico : Guanajuato (État d'origine du président Vicente Fox), Querétaro, Morelos<sup>25</sup> et Michoacán (bastion du PRD mais État d'origine de Felipe Calderón). Beaucoup de participants sont aussi venus en voiture : ceux qui arrivent de la région métropolitaine mais aussi des sympathisants ou des militants de classes moyennes qui, parfois, ont voyagé toute la nuit depuis Monterrey ou Veracruz. Aux abords du stade, les cars sont dirigés d'un côté, les voitures de l'autre. Pour franchir la première enceinte, tout le monde passe par des contrôles. Dans les entrées côté parking des autocars, la foule s'agglutine contre les grilles. Les gens entrent un à un. Ce ne sont pas des organisateurs du PAN qui régulent les flux et fouillent chaque sac, nous explique l'un deux, mais des vigiles d'une compagnie privée employés par le stade. Cherche-t-on des armes et des objets interdits ? Pas seulement. Il est défendu de faire entrer eau et nourriture dans l'enceinte du stade car des vendeurs assermentés ont le monopole des ventes à l'intérieur. L'espace et les règles du meeting découlent du caractère du lieu : non un espace public mais un lieu privé régi par son propre règlement et ses logiques marchandes. La colère gronde chez les sympathisants et militants modestes venus en famille. Les plus pauvres n'auront sans doute pas suffisamment pour acheter quelque chose à l'intérieur. Et cela va à rebours d'anciennes traditions... car la distribution du casse-croûte – *tamalitos*<sup>26</sup> ou *tortas* – était une rétribution coutumière et même rituelle des meetings du PRI et des grandes « messes » officielles du gouvernement priiste. Ce n'est qu'à la fin du meeting que certains ont droit à des *tamales* sur le parking du stade.

L'entrée enfin franchie, les participants arrivés en autocar sont orientés vers le haut du stade. Ils viennent peupler les gradins de la deuxième moitié de ce dernier. En bas, autour du podium central – podium qui représente un bulletin de vote –, sur la pelouse, les dirigeants nationaux et régionaux du parti. Dans le premier cercle concentrique, les personnes arrivées en voiture de Mexico et ses banlieues de classes moyennes – Los satellites, Naucalpan. Puis dans la deuxième moitié supérieure du stade, les participants arrivés en autobus de toute la République. Aucun moyen de passer d'un cercle à l'autre : des fils de fer barbelés séparent chaque niveau. Cette organisation spatiale du stade ressemble étrangement au PAN lui-même qui fonctionne par cercles concentriques : il faut d'abord être

23. [http://es.wikipedia.org/wiki/Estadio\\_Azteca](http://es.wikipedia.org/wiki/Estadio_Azteca)

24. Seulement 19,6 % des participants résident à Mexico contre 43 % dans le cas du PRI et 79 % dans le cas du PRD. Voir Tableau 7 en annexe.

25. Ces trois États du centre sont aussi gouvernés par le PAN.

26. *Tamalito* : plat populaire à base de farine de maïs cuite dans une feuille de maïs ou de bananier et fourré à la viande ou sucré ; *torta* : forme de sandwich.



membre adhérent avant de devenir membre actif. Pour devenir membre adhérent, il est nécessaire de s'engager activement dans les activités du PAN – en particulier une campagne électorale – pendant au moins un an. De plus, jusqu'aux années 1980, le PAN est resté un parti essentiellement composé de classes moyennes (universitaires, professions libérales, petits et moyens propriétaires terriens, petits et moyens propriétaires d'industrie, commerçants) du centre et du nord du pays. Plus on monte dans le stade plus la population militante est métissée et populaire. Quelques familles – visiblement aisées – se sont installées dans leur loge louée à l'année, avec bar et toilettes, séparée de la foule.

Sur les écrans géants défilent des photos de Felipe Calderón, de sa famille – une vieille famille fondatrice du PAN<sup>27</sup> – et des moments clés de la vie politique mexicaine. Au détour d'une image apparaissent des hommes en armes, *sombrero* et regard noir, iconographie classique de la révolution mexicaine bien connue des militants du PRI. Malgré quelques influences *cristera*<sup>28</sup> – contre-révolution dans les années 1920 qui défend les acquis de l'Église contre l'État révolutionnaire –, le PAN lui aussi revendique l'héritage de la révolution mexicaine mais dans son versant libéral. Les nouveaux entrants socialisés aux grandes liturgies priistes ne sont sans doute pas dépaysés. Une publicité de Coca-Cola encadre les écrans géants, autre marqueur du caractère marchand du lieu. Cependant, ici, symboles marchand et partisan se rejoignent : rappelons que le président Fox fut directeur de Coca-Cola Mexique. Une chanteuse commerciale à la mode chauffe le stade avant l'entrée du candidat du PAN à la mairie de Mexico : Demetrio Sodi. Discours court et virulent, voire violent, de ce paniste de fraîche date, entièrement tourné contre López Obrador. En 1996, Demetrio Sodi, cas exemplaire du nomadisme politique en période de « transition », avait quitté le PRI et avait été investi par le PRD pour les sénatoriales dans le District fédéral. Ce n'est que quelques mois avant les élections de 2006 qu'il a rejoint le PAN et obtenu l'investiture pour la mairie de Mexico, devenant un des détracteurs les plus féroces de López Obrador.

Puis Felipe Calderón, le candidat à la présidentielle, accompagné de sa femme et de ses trois enfants, monte sur l'estrade. Il est le seul candidat à mettre en scène sa famille, ce qui est cohérent avec l'image qu'il a donnée tout au long de la campagne : celle d'un bon père de famille catholique. Dès que le discours commence, la famille s'éclipse : seule la cadette – fillette d'environ cinq ans aux cheveux longs et clairs – apporte de l'eau à son père de temps en temps

27. Tout au long de la campagne et particulièrement durant sa pré-campagne, Felipe Calderón a mis l'accent sur son origine militante, sur le fait qu'il appartient à une vieille famille traditionnelle du PAN. Cette insistance est un des moyens de se démarquer du président de la République Vicente Fox (2000-2006), entré au PAN dans les années 1980 avec un groupe d'entrepreneurs et qui n'était donc pas dépositaire de l'identité historique du parti.

28. Meyer (J.), *Apocalypse et révolution au Mexique. La guerre des Cristeros (1926-1929)*, Paris, Gallimard-Julliard, 1974.

et tournoie autour de ce dernier quand il évoque le Mexique de demain, les questions d'emploi et d'éducation, mais disparaît de la scène dès qu'arrivent les discours contre la corruption, la délinquance et le narcotrafic. Calderón est en fait seul face au stade. C'est un homme d'appareil, entré depuis son plus jeune âge au PAN. Nul besoin de mettre en scène le soutien du parti, comme dans le cas du PRI, de montrer un PAN qui serre les rangs derrière son candidat. C'est un moyen aussi d'éviter la présence encombrante de Vicente Fox, président de l'alternance au bilan mitigé<sup>29</sup>. Calderón, dans son discours, évite soigneusement les références aux six ans de gouvernement de son parti.

Dans le cas du PRD, l'estrade est installée devant le palais présidentiel, place du Zócalo. Les chaises placées devant celle-ci sont réservées à des membres de « la révolution blanche », mouvement de personnes âgés fortement investi auprès de López Obrador. Ce dernier a fait de l'amélioration des conditions de vie des personnes âgées un des axes de sa gestion comme maire de Mexico. Il leur a garanti la gratuité des transports publics et a créé une pension universelle pour toutes les personnes de plus de 70 ans. Mesure sans aucun doute la plus populaire de son bilan comme l'atteste la référence récurrente faite par les personnes interrogées durant le meeting et dont l'extension nationale est proposée dans son programme.

López Obrador entre par un vaste corridor, partant d'une rue adjacente au Zócalo, protégé de rambardes et d'un service d'ordre composé de jeunes membres de la vaste équipe de campagne. Arrivé sur la place, il est accueilli par un orchestre d'une trentaine de mariachis, puis rejoint l'estrade. Face aux attaques de ses adversaires qui l'ont présenté comme le Chávez mexicain, López Obrador offre l'image d'une gauche plurielle. Sur l'estrade bondée, serrés les uns contre les autres, sont rassemblés les représentants d'une grande partie de la gauche mexicaine : les principaux cadres nationaux du PRD, bien sûr, avec une représentation des différents courants ; les leaders des autres petits partis présents dans la coalition « Pour le bien de tous » ; des figures de la gauche mexicaine, comme Rosario Ibarra, mère d'un guérillero disparu dans les années 1970, candidate dans les années 1980 à la présidence pour un parti trotskiste et figure très engagée auprès des zapatistes ; ou encore des membres d'un groupe de technocrates de la mairie de Mexico sous le PRI, dont López Obrador s'est rapproché durant son mandat de maire, ce qui ne fut pas sans provoquer de nombreuses polémiques au sein du PRD, et dont la figure la plus emblématique est le candidat bientôt victorieux du PRD à la mairie de Mexico, Marcelo Ebrard. On pouvait aussi préjuger du grand retour de Porfirio Muñoz Ledo, ancien numéro 2 du PRD tout au long des années 1990, partisan d'une social-démocratie à la mexicaine, fortement inséré dans les années 1980 et 1990 dans les réseaux de l'internationale socialiste et ami de Felipe González. Porfirio Muñoz Ledo a quitté le PRD en 1999 pour se lancer dans la course à la présidentielle, avant

29. D'ailleurs durant la campagne interne, Felipe Calderón avait choisi le slogan de « Hijo desobediente », fils désobéissant, manière de prendre de la distance vis-à-vis de Vicente Fox.

de finalement se rallier au candidat du PAN, Vicente Fox. Bref, mis à part le sous-commandant Marcos, López Obrador s'est entouré de toutes les nuances de la gauche mexicaine et notamment a placé autour de lui, sur l'estrade, des représentants de « la gauche responsable ». Son discours est tourné vers la lutte contre le chômage, la pauvreté mais aussi les monopoles et teinté de références aux premières heures de la République mexicaine plus qu'à la révolution, à Benito Juárez<sup>30</sup>, plus qu'à Zapata ; moyen de se démarquer de l'héritage du PRI. López Obrador s'est fait l'apôtre de « l'austérité républicaine ».

### **Mettre en scène les soutiens**

Les meetings donnent aussi lieu à une mise en scène des participants, des formes de militantisme et de l'ancrage social des partis. La manière de se donner à voir comme militant, le comportement des participants dans le meeting, leur attitude illustrent leur rapport au parti<sup>31</sup>. Comment se positionnent ces participants vis-à-vis des partis qu'ils viennent soutenir en meeting ? Existe-t-il des *ethos* militants clairement identifiables en fonction des appartenances partisans<sup>32</sup> ? Pour tenter de répondre à ces questions, notre attention se porte particulièrement sur « le kit militant », c'est-à-dire l'apparence militante (tee-shirts, casquettes, déguisements, etc.) et sur tous les matériaux militants (banderoles, tracts, etc.). Tous ces éléments participent des formes d'identifications partisans et sont autant de marqueurs de la relation au parti. Ils parlent aussi du contrôle du parti sur sa « marque »<sup>33</sup> et ses militants.

Tout d'abord le meeting du PRI. Les participants interrogés<sup>34</sup> sont dans leur très grande majorité des militants, souvent fidèles et aguerris. Peu de curieux venus sans avoir de liens forts avec le PRI (82,4 % des présents – tableau 8 – ont l'intention de voter pour le PRI<sup>35</sup>). Les hommes sont majoritaires (55,3 %, tableau 6) et répartis sur l'ensemble de classes d'âge<sup>36</sup>.

Le PRI, malgré la perte du pouvoir en 2000, a réussi à maintenir une identité partisane forte et même a continué à recruter des militants... et cela dans les États où il est au pouvoir à l'échelle locale : Edomex, Puebla, etc., comme en attestent plusieurs militants.

30. Président mexicain (à différentes occasions entre 1858 et 1872), d'origine indigène, Benito Juárez est considéré par beaucoup d'historiens comme le père de la République mexicaine.

31. Notre objectif n'est pas de préjuger de ce que serait le vrai sentiment des manifestants, suivant en cela les justes recommandations de N. Mariot. Mariot (N.), *Bains de foule. Les voyages présidentiels en province, 1988-2002*, Paris, Belin, 2006. Nous cherchons juste à analyser les modèles d'encadrements militants et à comprendre comment ils influent sur les comportements en action.

32. Autant d'aspects que nous avons cherché à saisir à travers les entretiens mais aussi l'observation des personnes interrogées et la réalisation d'une photographie de ces dernières dans leur environnement militant.

33. Offerlé (M.), *Les partis politiques*, Paris, PUF, 5<sup>e</sup> mise à jour, 2006, p. 25.

34. Tous les pourcentages sur les participants, présentés dans cet article, sont tirés de l'enquête appliquée pendant les meetings. Ces chiffres restent à manier avec prudence étant donné l'échantillon modeste (308 individus). Pour l'ensemble des pourcentages cités dans le texte, se reporter aux tableaux en annexe.

35. Comme nous le verrons plus avant 9,2 % sont venus au meeting du PRI « contre leur volonté ».

36. Avec toutefois une sous-représentation des plus de 56 ans (tableau 5).

« Je continue à insister avec le PRI [...]. Non, bien sûr que non [je n'ai pas pensé quitter le PRI après 2000]. Moi, depuis que j'ai commencé à voter à 18 ans j'ai été au PRI et j'y resterai jusqu'à ma mort. Je ne suis pas le genre de personne qui change de parti comme de chaussettes. Continuer, être sincère et honnête avec le parti. [...] Beaucoup de gens sont partis dans un autre parti, parce qu'on les appelle, parce qu'on leur donne un petit quelque chose, un petit cadeau et puis quand ce parti est au pouvoir, ce parti les méprise. » (Homme, ouvrier, 60 ans, Edomex, meeting du PRI)

Dans les entretiens, mais aussi dans le discours des dirigeants à la tribune, la référence à la valeur de l'identité et de la fidélité priiste est récurrente. Les militants présents au meeting sont investis assez fortement dans la campagne électorale :

« J'assiste autant que possible à des meetings et à des réunions. Bon, moi, je travaille. Je me lève et je travaille à la mairie [priiste] et là, s'ils nous le permettent, à 5 heures, je vais travailler au parti jusqu'au soir. » (Homme, étudiant et travailleur, 19 ans, Cuatitlán, meeting du PRI)

« Presque, presque tous les jours j'apporte mon appui, depuis le début du mois, pas un jour ne s'est écoulé sans que je donne mon appui. Nous sommes deux, trois petits groupes, des petits groupes pour discuter avec les gens, leur dire pour qui nous votons et pourquoi nous allons voter et ce que nous savons du *licenciado* Madrazo. » (Homme, ouvrier, Edomex, 60 ans, meeting du PRI)

D'ailleurs, plusieurs personnes interrogées sont des professionnels du militantisme : par exemple, l'un travaille dans une fondation du PRI (*la fundación Colosio*), un autre se charge d'organiser l'une des organisations sur laquelle repose l'ancrage populaire du parti : *Antorcha*<sup>37</sup>.

Se dégage du meeting une impression de discipline renforcée par l'homogénéité du « kit militant » et de l'attitude des participants. Des membres de l'organisation, avec leur badge du Comité exécutif national en bandoulière, distribuent des casquettes et des tee-shirts à ceux auxquels le candidat à la députation ou l'organisation sociale n'ont pas fourni un « kit militant » : casquette, tee-shirt, petites mains en plastique aux couleurs du PRI. Une touche de diversité dans l'uniformité du « kit militant » découle de leur venue au meeting soit *via* une organisation du PRI, soit *via* « la structure territoriale ». Le tee-shirt se décline alors sur l'une des trois couleurs du PRI : rouge, vert ou blanc. Par ailleurs, les militants du PRI sont calmes ; on salue Madrazo à son passage sans que cela donne lieu à des « Je t'aime », à des cris et à des coups de sifflet. On applaudit son discours mais il n'y a pas de moments de grande émotion apparente. Dans le public, aucun « entrepreneur de mobilisation » ne suscite et ne construit l'émotion : pas de slogan lancé et repris en cœur ; pas d'incitation à

37. « Je travaille à temps complet, campagne ou pas campagne. Je suis un lutteur social » (« *luchador social* »). Entretien avec un leader d'*Antorcha* de Chalco, 50 ans, meeting du PRI.

agiter frénétiquement les drapeaux qui ont été distribués. Les militants ne sont pas pour autant désinvestis : « Je suis en train d'écouter, me dit une militante, j'attends qu'il [le président du PRI de Mexico] finisse de parler pour m'interroger ». Les militants du PRI le savent : leur candidat ne gagnera pas mais il faut serrer les rangs derrière les candidats à la députation. C'est donc un meeting de cohésion militante plus que de démonstration de force électorale.

Les participants aux meetings du PAN sont notablement plus jeunes que dans les autres meetings<sup>38</sup>. Les femmes sont aussi plus importantes, en proportion, que dans celui du PRI : 49,1 % (tableau 6). Ces participants ont aussi des profils militants plus variés. Plus de sympathisants que dans le meeting du PRI mais, aussi, des personnes se définissant comme des « participants à la campagne », des adhérents et des militants. Cette diversité découle des normes du PAN, parti qui a longtemps favorisé un accès limité au statut de militant avec, en amont, une « vraie » formation militante afin de se démarquer du modèle du parti de masse du PRI. Un militant entré au PAN en 1993, jardinier à son compte à Cuernavaca, explique :

« Allons-y par étape. D'abord on va à des discussions et on devient adhérent. On t'explique les règles du parti, la doctrine d'Action nationale, que nous sommes là pour être au service du parti, etc. Et puis tu deviens militant [minimum au bout d'un an]. C'est cela la différence entre militant et adhérent. Quand tu es militant, tu as des obligations qu'il faut remplir, que ce soit en contribuant économiquement ou physiquement. » (Homme, jardinier, Cuernavaca, 40 ans, meeting du PAN)

Les statuts du PAN distinguent les membres adhérents des membres actifs. « Les participants », comme ils se définissent, collaborent à la campagne, et, ont souvent récemment au PAN mais n'ont pas encore suivi leur formation de membres adhérents en ces temps de campagne électorale. Quelles sont les activités réalisées pendant la campagne ?

« Je me lève, je déjeune et je sors faire campagne avec des dirigeants de quartier ou avec les gens que je rencontre dans la rue, avec le chauffeur de taxi, avec mes amis. Avec tout le monde, je fais campagne ». Elle a « amené » 25 personnes de son quartier et précise : « cela me fait plaisir. Je vois les effets de mon travail. » (Femme, vendeuse, 50 ans, État de Morelos, meeting du PAN)

« Je participe à la campagne à temps complet, distribuant des tracts, collant des affiches dans la rue, et le 2 juillet, je serai scrutateur. » (Femme, graphiste, 24 ans, Edomex, meeting du PAN)

« Nous sommes une équipe de 30 et on va de ferme en ferme. » (Homme, ouvrier de la chaussure, 24 ans, Michoacán, meeting du PAN)

---

38. 33 % ont moins de 26 ans contre 21,1 % dans le meeting du PRI et 19,2 % dans celui du PRD (tableau 5).

Qu'ils soient sympathisants ou adhérents, le « kit militant » des participants au meeting du PAN est très standardisé. Tous portent le même type de tee-shirt bleu et blanc aux couleurs du PAN, ont des ballons et des petites mains de couleur. Tout cela a été produit massivement et des membres de l'organisation distribuent le « kit militant » à chaque entrée du stade. Quand les participants sont venus avec les équipes de campagne, on décèle des petites nuances : le nom du candidat à la députation, souvent accompagné de celui de Calderón, apparaît sur les tee-shirts, bracelets, foulards ou parapluies. L'encadrement partisan par la structure territoriale et, plus généralement, le contrôle du parti sur le « kit militant » paniste sont forts<sup>39</sup>. Même la campagne contre López Obrador est centralisée. Les jeunes du PAN portent un tee-shirt noir avec un jeu de mots sur l'État d'origine de López Obrador – le Tabasco : « Halte au tabasquisme ». Les affiches et les autocollants représentant López Obrador en Pinocchio menteur sont diffusés massivement. En revanche, aucun signe visible d'organisations (associations, syndicats, etc.).

Cette forte homogénéisation militante se ressent aussi dans les entretiens où les formules partisans scandent le discours des participants : slogans d'hier (de 2000, essentiellement sur le thème du changement) et d'aujourd'hui. « Je viens aider Felipe, jusqu'à la fin, jusqu'à la victoire<sup>40</sup> ». « On continuera à avancer<sup>41</sup> ». « Le changement se voit ». « Nous vivons le changement ». Les participants du meeting du PAN sont dans leur ensemble enflammés. Comment d'ailleurs ne pas se laisser prendre par l'ambiance d'un stade de plus de 100 000 personnes, par la musique entraînante, les ballons, bref, le spectacle impressionnant d'une grande fête politique ? Un peu partout dans le stade, des membres des équipes de campagnes lancent des consignes, des slogans et incite à agiter frénétiquement les drapeaux dès que s'approche l'une des caméras qui balayent le stade. On crie, on affirme haut et fort son soutien. Puis comme le note Rémi Lefèbre, « les campagnes portent à leur acmé les émotions militantes et donnent corps au sentiment gratifiant de contribuer à un juste combat et de diffuser des valeurs au-delà du cercle partisan »<sup>42</sup>.

Plus que pour les deux autres partis, dans le cas du PRD, la participation est majoritairement féminine : 55 % des participants (contre 44,7 % pour le PRI et 49,1 % pour le PAN – tableau 6). Le profil de cette population est à chercher dans la nature du milieu partisan à Mexico. Historiquement, le PRD s'est implanté dans la capitale à travers des organisations de quartiers et de

39. Nous avons principalement évolué dans la partie du stade où ont été orientés les militants arrivés en autobus, donc appartenant majoritairement à des milieux populaires, ce qui a impliqué un fort biais concernant ce point.

40. Entretien avec une assistante administrative, 30 ans, Veracruz, militante du PAN.

41. Entretien avec une assistante administrative, *op. cit.*

42. Lefèbre (R.), « Ethnographie des porte-à-porte de Martine Aubry », in Lagroye (J.), Lehoucq (Patrick), Sawicki (E.), dir., *Mobilisations électorales*, PUF-CERAPS-CURAPP, 2005, p. 201.

lutte pour le logement, essentiellement composées de femmes. Les plus de 56 ans sont aussi bien plus représentés que dans les autres partis<sup>43</sup>. La génération entrée en militantisme après 1968 ou politisée dans les années 1970 reste très présente chez les militants et est dominante chez les cadres du parti<sup>44</sup>.

Le meeting du PRD revêt une apparence assez différente de ceux du PRI et du PAN. Les militants ne sont pas mis en scène mais se mettent en scène. Ce qui frappe au premier abord, c'est la diversité des « kits militants ». Bien sûr, le jaune, couleur du PRD, domine. Mais ici, aucun membre de l'organisation du PRD ne distribue les tee-shirts. Les vendeurs accrédités par le parti ou à la sauvette proposent de multiples modèles que les militants doivent acheter. On bricole son « personnage » de militant ou de supporteur de López Obrador avec drapeaux, autocollants, tee-shirts, tracts, pins distribués durant la campagne, tee-shirts à l'effigie des grandes figures de la gauche mexicaine. On invente aussi : une photo d'un coq d'un côté, de ALMO de l'autre (« c'est mon coq » est l'équivalent de « c'est mon poulain ») ; un masque fait à partir d'une affiche, etc. De plus, les militants perredistes sont nombreux à venir avec leurs banderoles, leurs dessins, leurs slogans voire leurs chansons. Cette créativité militante a d'ailleurs été encouragée pendant la campagne. Sur le site Internet, on pouvait poster des affiches, des tracts, des poèmes, des chansons (classées par genres) et même des vidéos. L'engagement dans la campagne peut ainsi se faire de manière inventive, en dehors des structures militantes.

« Tous les jours, je participe à la campagne. Je suis professeur à la retraite et chauffeur de taxi. Dans mon taxi, je dis aux passagers que les élections arrivent et je leur demande pour qui ils vont voter et je commence à “*brigadear*”<sup>45</sup> et à leur donner le panorama national et je les convaincs car je suis informé. Je leur dis “à moi, le *licenciado*”<sup>46</sup> López Obrador me dit qu'il faut faire payer le prix juste”. Quand ils [les passagers] me demandent combien ils me doivent [pour la course], je leur réponds qu'ils me donnent ce qu'ils veulent et qu'ils ne me donnent rien s'ils vont voter pour AMLO. Mais oui, mais oui ! [...] Tous les soirs, je vais dans les quartiers. Et sur le toit de ma voiture je mets une télévision et je passe la vidéo de Mandoqui<sup>47</sup>. Et on y va ! Et si j'arrive à en convaincre 9 ou 10 à chaque fois, cela s'ajoute. Rien que de ma famille, on va être 18 à voter dimanche et dès 6 heures du matin, quand on installe les urnes, nous serons là pour voter et pour défendre le triomphe. » (Homme, chauffeur de taxi, 63 ans, Michoacán, meeting du PRD)

43. 18,3 % contre 9 % dans le cas du PRI et 9 % dans le cas du PAN.

44. Combes (H.), *De la politique contestataire à la fabrique partisane*, op. cit.

45. « *Brigadear* » : dans les années 1990, les équipes de campagne du PRD s'appelaient « les brigades du soleil ».

46. Au Mexique, il est très courant de nommer les personnes ayant fait des études universitaires en faisant précéder le titre.

47. Un documentaire intitulé « Qui est Monsieur AMLO ? » et très largement diffusé par le PRD pendant la campagne.

Ce foisonnement de pratiques militantes apparaît comme symptomatique des manières très différentes de s'identifier au parti et du faible contrôle de ce dernier sur « sa marque ». D'ailleurs, majoritairement, les participants au meeting hésitent pour qualifier leur relation au parti, fait fort rare dans le cas du PRI et du PAN. Sont-ils militants ou sympathisants ? « Peux-tu m'expliquer la différence ? », me demande l'un d'eux. « Les deux choses », me répond un participant qui quelques minutes plus tard tirera de son portefeuille avec fierté sa carte du parti datant de 1989, faisant de lui un membre fondateur, tout en disant que maintenant il ne fait plus grand-chose. D'autres encore répondent simplement : « Nous sommes avec el Peje<sup>48</sup> », surnom de López Obrador. La personnalité de López Obrador draine à n'en pas douter des sympathisants nouveaux : les participants au meeting ne sont que 59,2 % à avoir voté pour le candidat du PRD à l'élection présidentielle de 2000<sup>49</sup>. De plus, le PRD, parti encore adolescent, comme aime à le dire certains de ses dirigeants, ayant eu 18 ans en mai 2007, peut cependant se prévaloir d'un registre – en fait peu fiable – de près de 6 millions d'affiliés. La mise en place d'élections et de primaires internes ouvertes en 1996 a contribué à créer un militantisme intermittent<sup>50</sup>. La majorité des participants aux meetings sont formellement des militants car ayant voté lors d'élections internes et, donc, étant inscrits dans le registre des militants du parti ; mais contrairement au PAN, aucune formation ne leur est proposée et les structures locales du parti fonctionnent peu. D'où leur difficulté à clairement définir leur rapport au parti. Si l'identité partisane est parfois floue, en revanche on s'affirme plus facilement de gauche<sup>51</sup>.

Le militantisme perrediste ou obradoriste est aussi un militantisme exalté, qui se porte à fleur de peau : nombreux sont les militants avec un tatouage éphémère de López Obrador sur un bras ou une joue. On hurle, on applaudit, on rit et on pleure. Je m'approche d'un militant pour réaliser un entretien. Immigré à Vancouver, il est revenu pour suivre López Obrador. Est-il accompagné de camarades d'un de ces comités locaux du PRD qui existent maintenant dans la majorité des grandes villes nord-américaines ? Non, répond-il, il est aujourd'hui « avec le peuple », et dans un mouvement ample il embrasse la place centrale de Mexico – le Zócalo –, maintenant pleine à craquer. Durant ces derniers jours, il a écumé le centre du Mexique de meeting en meeting, se réjouissant de l'affluence populaire partout où passe le candidat. Pour lui, pas de doute, le temps de la victoire est enfin arrivé, comme un aboutissement d'une longue trajectoire

48. Nom d'un poisson très présent de l'État de Tabasco à l'apparence inoffensive mais qui double de volume et sort ses épines quand on le menace.

49. Au meeting du PRI, ils sont 68,4 % à avoir voté pour le PRI en 2000. Dans le meeting du PAN, malgré l'importance des jeunes dont certains n'avaient pas le droit de vote en 2000, ils sont 73,2 % à avoir voté pour ce parti.

50. Combes (H.), « Élections internes et transition démocratique. Le cas du Parti de la révolution démocratique au Mexique », *Problèmes d'Amérique latine*, 54, 2004.

51. Aucun participant au meeting du PAN ne s'est présenté comme de droite.



de résistance de la gauche au régime de l'ancien parti dominant puis à la politique « néolibérale » du gouvernement de droite du Parti action nationale.

« En 1968, j'étais élève de collègue et je venais [aux meetings] avec mon papa qui était ouvrier et je voyais comment les *granaderos* [équivalent des CRS] donnaient des coups aux étudiants... J'ai vu 1968... Il a fallu de nombreuses années pour arriver à aujourd'hui. Beaucoup de mes compagnons sont morts [...] Certains lors des fraudes électorales de 1988... plus de 500 militants sont morts dans la lutte contre les fraudes. Aujourd'hui, c'est le résultat d'années et d'années de lutte. » (Homme, 55 ans, professeur, Vancouver, meeting du PRD)

Sa diction est lente et entrecoupée de lourds sanglots. Il lui faudra plusieurs minutes pour reprendre son souffle et sécher ses larmes. Pourtant cette victoire historique tant attendue par les milliers de militants drainés par des meetings de López Obrador n'aura pas lieu. Ces élections déboucheront sur un conflit post-électoral<sup>52</sup> : López Obrador ne reconnaîtra pas la courte, très courte victoire de Calderón<sup>53</sup> ; seulement 0,5 % auraient finalement séparés les deux candidats<sup>54</sup>.

## Les réseaux de la mobilisation

À partir des « kits militants », mais aussi des récits des participants sur leur rapport au parti, on peut identifier des *ethos* militants différenciés et des formes variées de contrôle par les partis des modalités de mobilisation. Il faut en second lieu analyser et comprendre les différents mécanismes de la mobilisation à travers l'étude du milieu partisan et des réseaux de la mobilisation, en particulier en s'intéressant au rôle des « entrepreneurs de mobilisations » pour reprendre les termes de McCarthy et Zald<sup>55</sup>. Comment les militants viennent-ils au meeting et quels sont les vecteurs de la mobilisation et les réseaux concrètement mobilisés ?

### ***L'affaiblissement de la mobilisation corporatiste : le cas du PRI***

Au meeting du PRI, les participants arrivent en petits groupes de 10 ou 15. On vient avec son syndicat (« le syndicat des cuisiniers » ; la CTM, la puissante « Confédération nationale des travailleurs », etc.) : « fédérés » ou « confédérés »

52. Sur le mouvement post-électoral, voir le dossier coordonné par Sergio Tamayo « Proceso y etnografías de un movimiento », *El cotidiano*, Mexico, 141, 2007.

53. Au-delà des polémiques sur l'existence ou non de fraudes électorales, le politiste José Antonio Crespo a montré, à travers une étude détaillée des procès-verbaux électoraux, qu'il n'était pas possible de déterminer le nom du vainqueur. Crespo (J.), 2006 : *hablan las actas. Las debilidades de la autoridad electoral mexicana*, México, Debate, 2008.

54. Sur les élections de 2006 voir, entre autres, les numéros spéciaux de *Problèmes d'Amérique latine*, 64, 2007, de *El cotidiano*, *op. cit.* et de *Desacatos*, 24, 2007.

55. McAdam (D.), McCarthy (J.), Zald (M.), « Social Movements », in Smelser (N.), ed., *Handbook of Sociology*, Newberry Park California, Sage, 1988.

mais toujours « uniques », la liberté syndicale n'existant toujours pas. Les « organisations sociales » (*Antorcha*<sup>56</sup>, organisations de vendeurs ambulants, organisations de quartier, etc.) et les équipes de candidats à la députation locale ou fédérale<sup>57</sup> sont aussi très visibles. La venue au meeting est à l'image de la structure du parti : territoriale<sup>58</sup> et sectorielle. Certains groupes sont plus nombreux : *Antorcha* est venue en force et colore de rouge une partie de l'assistance : 1 000 participants rien que pour le *municipio* de Chalco, la banlieue la plus pauvre de Mexico, nous dit un dirigeant. *Antorcha* et la CTM sont sans doute les organisations les plus présentes à ce meeting : deux piliers du PRI correspondant à des âges différents de son développement partisan.

Premier pilier du meeting de Madrazo : *Antorcha*. Créée en 1974, elle n'a rejoint le PRI qu'en 1988 avec la victoire de Carlos Salinas de Gortari à la présidence de la République (1988-1994). *Antorcha* était alors venue renforcer les « organisations populaires » de ce parti<sup>59</sup>. C'est Raul Salinas de Gortari, ancien maoïste et frère de l'ancien président, qui l'a amenée dans le giron priïste. Les Salinas s'étaient alors lancés dans la refonte du PRI et la revitalisation du système corporatiste à bout de souffle, épuisé notamment par les politiques libérales initiées en 1983. Certains parleront alors du néocorporatisme des Salinas de Gortari. Paradoxe d'un mandat où s'allièrent ouverture économique, notamment avec l'ALENA, fermeture politique, avec la répression contre le PRD, et réactivation de la mobilisation partisane priïste. *Antorcha* a aussi été, d'une certaine manière, « le bras populaire » de la bataille frontale entre Salinas et le PRD. À partir de 1997, elle a été l'opposant le plus tenace au PRD à la mairie de Mexico, installant un campement permanent devant ses portes.

« Nous avons affrété 25 autobus pour le meeting [...] pour amener les *Antorchas* de Chalco », explique le dirigeant, sans signe extérieur de militantisme, contrairement à ses militants. Seuls ses deux portables, qui sonnent sans arrêt, laissaient transparaître son statut. Il répond affirmativement à ma question sur la capacité de mobilisation rapide des militants d'*Antorcha*. J'insiste : « Cela vous a demandé beaucoup de travail de mobiliser 1 000 militants pour le meeting ? » « Non ! Nous venons d'avoir une mobilisation, le 12 juin. Nous avons fait une manifestation nationale au Zócalo. Nous avons bougé 70 000 *antorchistas* »<sup>60</sup>.

56. Leur symbole est une torche – *una antorcha* – avec un point levé.

57. Dans le cas des militants du PRI avec qui nous avons réalisé des entretiens aucun n'est venu seul, entre amis ou en famille. Tous sont arrivés au meeting avec une organisation sectorielle ou territoriale du PRI. Voir Annexe.

58. La structure territoriale n'est créée que dans les années 1980, le PRI ayant fonctionné jusqu'alors sur la stricte base corporatiste.

59. Les « organisations populaires » ont été créées au début des années 1970 afin d'encadrer dans le système semi-corporatiste les non-salariés, vivant notamment dans les banlieues pauvres. Elles viennent rejoindre le « secteur ouvrier » et le « secteur paysan ».

60. Entretien avec un leader d'*Antorcha* de Chalco, 50 ans, meeting du PRI.

C'est donc le noyau dur des militants qui est présent à ce meeting et qu'on me laisse interroger sans aucune forme de contrôle<sup>61</sup>.

Autre pilier du meeting : la CTM, fondée en 1936 par le président Lazaro Cárdenas avec le syndicaliste Vicente Toledano. À sa fondation la CTM comptait 2 810 syndicats réunissant officiellement 533 400 membres<sup>62</sup>. À ses heures de gloire, elle a encadré quasiment l'ensemble de la population salariée du pays. Le grand leader de la CTM, Fidel Velázquez, a d'ailleurs sa statue à deux pas du monument de la Révolution. Élu secrétaire général en 1941<sup>63</sup>, il ne quitte son poste qu'à sa mort en 1997. Dans les années 1990, les Mexicains l'appelaient « notre Fidel », avec indulgence ou rage. La CTM occupe une bonne place dans le meeting et est l'un des seuls grands syndicats historiques à être vraiment visible. Le Syndicat national des travailleurs de l'éducation (SNTE) est presque absent ; il a juste une petite banderole isolée. Rien d'étonnant : la campagne électorale et la vie partisane du PRI ont été marquées ces dernières années par l'affrontement fratricide entre la *maestra* Elba Ester Gordillo, la puissante dirigeante de la SNTE, et Madrazo, se soldant par la défection de ce syndicat<sup>64</sup>. Elba Ester Gordillo a appuyé la création d'un nouveau parti, *Nueva alianza*<sup>65</sup>, qui a obtenu 9 députés fédéraux aux élections législatives le 2 juillet, fait marquant pour un nouvel entrant. Et surtout ce parti s'est rallié au PAN pour le volet présidentiel des élections générales du 2 juillet. Après les élections, Elba Ester Gordillo et ses opérateurs de terrain seront accusés par le PRD d'avoir été les ordonnateurs de la supposée fraude électorale lors de l'élection présidentielle. La présence du SNTE est donc des plus discrète dans le meeting. Quant au puissant syndicat de la compagnie nationale d'électricité *Luz y Fuerza*, le syndicat des *electricistas* dont le siège se situe à quelques pâtés de maisons du monument de la Révolution, il est en pleine campagne interne. En passant devant le syndicat lors de notre arrivée au meeting, nous avons observé un moment les bruyantes marques de soutien aux deux listes syndicales en lice : les partisans de l'une arboraient un tee-shirt vert, les partisans de l'autre un tee-shirt jaune. Assez logiquement, nous avons pensé que les premiers étaient priistes (nombre d'organisations priistes ont le vert comme couleur) et les deuxièmes perredistes (le jaune est la couleur

61. Lors de mon travail de terrain sur le PRD durant ma thèse, j'ai tenté à plusieurs reprises de réaliser des entretiens avec des militants de *Antorcha*. Plusieurs fois, j'ai été rabrouée sans ménagement par des dirigeants qui ne voyaient pas d'un bon œil mes débuts d'entretien avec des militants. Alors, cette fois-ci, j'ai d'abord interrogé ce dirigeant avant de lui demander l'autorisation de réaliser des entretiens avec des militants. La réponse a été assez sèche : « tu discutes avec qui tu veux ici ! »

62. <http://ctmorganizacion.org.mx/>

63. Il perdra juste cette fonction entre 1947 et 1950.

64. Les sections dissidentes du SNTE se sont multipliées depuis les années 1980. La plus ancienne et puissante est la section de Oaxaca, en 2006, en plein mouvement contre le gouverneur de cet État, Ulises Ruiz... gouverneur priiste.

65. En l'espace de quelques mois, lors des démarches afin d'obtenir le registre électoral, *Nueva alianza* est parvenue à réunir 221 170 affiliés (<http://www.nueva-alianza.org.mx/web/start.php?act=con&sec=his>) quand la loi électorale en demande 65 000. Le slogan de *Nueva alianza* : « Avec la force de l'éducation » souligne le lien au monde du syndicalisme enseignant.

de ce parti). « Non ! », nous a expliqué un homme au tee-shirt vert, « ici on roule tous pour López Obrador ». Autant dire que le syndicat des *electricistas* est invisible au meeting de Madrazo. Le quartier du monument de la Révolution n'est même plus vraiment priïste. Les grands syndicats qui le peuplent ont soit tourné le dos au PRI, soit ne votent plus comme un seul homme ou ne font plus l'effort de mobiliser leurs militants pour les meetings priïstes<sup>66</sup>, à Mexico du moins.

Si, au premier regard, les organisations corporatistes semblent encore dominer le meeting du PRI, ce premier examen du milieu partisan laisse déjà apparaître une évolution<sup>67</sup>. Six ans d'alternance ont reconfiguré les loyautés partisans des grands syndicats et la « structure territoriale » du PRI – les comités organisés autour des districts électoraux et donc des candidats à la députation par la voie majoritaire – s'affirme de plus en plus sur l'organisation corporatiste.

### ***Un modèle de mobilisation en mutation : le cas du PAN***

Dans le cas du PAN, difficile au premier regard de déceler les formes de l'encadrement partisan. La masse des sympathisants et des militants est très homogène : beaucoup de petits drapeaux aux couleurs du PAN, peu de banderoles. Quelques participants venant des États fédérés ont déployé, le temps que le stade se remplisse, des banderoles géantes avec le nom de leur région. Il ne s'agit pas forcément de bastions panistes, comme si la grandeur de la banderole pouvait compenser une certaine faiblesse militante. Contrairement donc au meeting du PRI, le milieu partisan ne se dévoile pas dans les affiches, tee-shirts et banderoles. Cependant, trois formes de mobilisation partisane se dégagent : l'importance des réseaux affinitaires (famille et amis), la mobilisation à travers la structure du parti et la mobilisation, bien moins visible, à travers des « entrepreneurs de mobilisation ».

68,8 % des participants n'appartiennent à aucune organisation autre que le PAN (tableau 2). 56,3 % sont venus en famille (tableau 3)<sup>68</sup>, ce qui dépasse de loin les cas du PRI et du PRD. Élément en cohérence avec ce parti qui fait de la famille un des piliers de la société et de son discours. D'ailleurs, les militants du PAN évoquent plus spontanément l'importance de la socialisation politique

66. Le bâtiment de la Confédération nationale des organisations populaires (CNOP) donne directement sur la place du monument de la Révolution. Elle continue à afficher bien haut son priïste : une immense banderole se déroule sur un bâtiment ; en juillet, elle a organisé une campagne, « Le poids de la militance » (<http://www.cnop.org.mx/>), afin de financer le PRI. Pourtant au meeting sa présence a été bien discrète.

67. L'enquête confirme que les « organisations sociales » et syndicales constituent un facteur important de la mobilisation mais ne sont plus hégémoniques. 32,5 % des personnes interrogées lors du meeting du PRI affirment être venues à l'appel d'une organisation autre que le parti (tableau 1). De plus, 34,5 % sont venues avec des collègues de travail, preuve de l'importance des réseaux syndicaux. D'ailleurs, les participants du meeting du PRI sont ceux qui militent le plus dans une organisation en dehors du parti (52,6 %, tableau 2). Ce sont aussi ceux qui sont le moins venus en famille au meeting (19,7 %).

68. 23,2 % sont venus avec des amis (tableau 3).

au sein de la famille que les participants du PAN et du PRD. Par exemple, une militante de Veracruz invoque l'amitié de son père avec Gómez Morin, le fondateur du PAN. Cependant, la majorité de personnes interrogées lors des entretiens sont venues avec des comités de campagne d'un candidat à la députation locale ou fédérale, aspect non pris en compte par l'enquête. Réseaux affinitaires et mobilisation *via* la structure du parti sont le plus souvent complémentaires.

Si cette dernière se voit fortement dans la mobilisation des participants, il n'y a aucun signe d'autres types d'organisations (« organisations sociales », syndicats, etc.), comme nous l'avons déjà signalé. Pourtant, bien que cela soit fort peu visible, dans le cas du meeting du PAN, des « entrepreneurs de mobilisation » étaient présents et se sont appuyés sur des organisations sociales, comme nous l'expliquent certaines personnes interrogées.

« Je suis militant d'une organisation de commerçants. Je suis dans la structure [du PAN] et je contacte tous les leaders. Eux ensuite se chargent de mobiliser. » (Homme, employé, 50 ans, Morelos, meeting du PAN)

« On fait une visite aux leaders ou aux représentants de quartier, et on envoie une convocation qu'ils préviennent les gens qui sont d'accord avec le gouvernement paniste. Tous les gens qui sont là, en commençant par moi, tous on est là volontairement, on ne nous paye pas, on ne nous donne rien. Nous supportons le soleil, la faim et tout cela avec comme but que reste [au pouvoir] un gouvernement du PAN. » (Femme, vendeuse, 50 ans, Morelos, meeting du PAN)

« Avec ma mère, on a monté un réseau de 2 500 femmes que nous tentons d'entraîner [vers le PAN] et qui a d'abord été dans la pré-campagne de Felipe Calderón et maintenant on est convaincues que c'est la meilleure option actuelle. Plus que tout, on discute, on leur donne les projets, les projets de Felipe, on parle des avancées qu'a vécues le pays depuis 6 ans. » (Femme, employée dans l'administration, 32 ans, Veracruz, meeting du PAN)

Quelle est la caractéristique de ces « entrepreneurs de mobilisation » ou des militants qu'ils « mobilisent » dans le meeting ? Certains sont entrés au PAN après 2000 (victoire de ce parti à la présidence) et viennent d'un État fédéré gouverné par ce dernier. Tout laisse à penser qu'il s'agit d'un décrochage de secteurs corporatistes du PRI ralliés au PAN et ce essentiellement dans les États fédérés dirigés à l'échelle locale par le PAN. Ils sont aussi significatifs de l'émergence de nouveaux « entrepreneurs politiques » – ce n'est pas uniquement spécifique au PAN, mais un phénomène également fort présent au sein du PRD – qui fonctionnent de manière très indépendante de la structure partisane. L'encadrement de l'appareil partisan paniste reste fort, l'émergence de ses entrepreneurs de mobilisation se produit en partie à la marge de ce dernier mais est significative des mutations impliquées par l'arrivée au pouvoir à l'échelle fédérale. En effet, le PAN a connu une importante croissance de ses militants et les anciennes modalités d'encadrement ne correspondent plus à la réalité du parti.

Au-delà de ce cas de figure, les organisations de socialisation primaire des panistes ne sont pas visibles – organisations religieuses, organisations d’entrepreneurs, groupes d’étudiants d’universités privées. Un membre de l’équipe tombe toutefois sur un tract avec la Vierge de Guadalupe et un appel à ne pas voter pour López Obrador. Bien maigre indice de l’importance des sociabilités catholiques au sein du PAN et signe des limites de notre méthode d’analyse dans le cas de ce parti dont l’observation du milieu partisan nécessiterait un travail ethnographique de plus grande ampleur.

### ***La multiplication des modalités de l’encadrement militant : le PRD***

Plus que pour le PAN et le PRI, les banderoles d’organisations diverses et variées fleurissent dans le meeting du PRD et s’affichent sous les arcades de la mairie et des bureaux de l’Assemblée législative du District fédéral. La diversité du milieu partisan se lit dans le foisonnement des banderoles de groupes extrêmement variés. Bien que peu de militants déclarent être venus avec une organisation<sup>69</sup>, plus d’une trentaine de syndicats, organisations sociales et mouvements variés sont identifiables : associations pour les personnes âgées, d’étudiants, de chauffeurs de bus, pour le logement, paysannes, etc. Dans le meeting du PRD, les configurations de l’encadrement militant sont variées : on vient davantage seul, avec des amis ou en famille que dans le cas des autres partis. Mais aussi avec son candidat à la députation, avec des réseaux liés aux mairies perredistes, avec son organisation sociale<sup>70</sup>, avec son syndicat et avec son « réseau citoyen », nom donné aux équipes de campagne de López Obrador, nom symptomatique de sa volonté de se différencier de la structure partisane.

Seulement 8,3 % des participants sont venus avec des collègues de travail. Là encore, difficile de distinguer les amis des collègues. Plusieurs personnes interrogées expliquent être venues entre copains... de travail. Juan, 31 ans, employé fédéral, est justement arrivé avec un copain de travail : « Nous ne sommes pas venus par le syndicat, nous sommes venus de manière personnelle. » Roberto est aussi accompagné de copains de travail de *Luz y Fuerza*, la compagnie nationale

69. D’après l’enquête, seulement 5 % des participants déclarent être venus au meeting sur appel d’une organisation autre que le parti. Ce chiffre est toutefois à manier avec prudence. En effet, au cours de ces dernières années, des forts débats internes ont agité ce parti sur le supposé développement d’un corporatisme à la priiste, débats liés à des luttes de ressources militantes entre les principaux courants du PRD, largement instrumentés par les adversaires de ce dernier et repris par les médias. En cause : les organisations de quartier, de lutte pour le logement ou les organisations de chauffeurs de taxi, etc. Autant de groupes identifiés précédemment dans le milieu partisan présent lors du meeting. Il y a fort à penser que nombre de militants du PRD, ne souhaitant pas véhiculer l’image d’un parti corporatiste fort présente dans les médias, ont mis l’accent sur la venue en famille ou entre amis (respectivement 47,5 % et 20,8 % des personnes interrogées – tableau 3).

70. Si on vient avec une organisation de quartier, c’est aussi avec des voisins, qui sont aussi des amis, avec des membres de la famille qui, dans bien des quartiers populaires de Mexico, vit dans le même pâté de maisons voire dans la même *vecindad* (habitat collectif). Cela pousse aussi à s’interroger sur la difficulté à finalement dissocier les différentes formes de sociabilité politique.

d'électricité déjà évoquée en pleine campagne interne. Il est syndiqué. « Les 8 [copains] roulent pour AMLO, et le syndicat aussi est pour lui ! » Il n'est cependant pas là dans le cadre syndical mais « juste entre potes (*cuates*) », insiste-t-il. Au-delà du syndicat, pointe ici l'importance des réseaux de sociabilité professionnelle et transparaît aussi la reconfiguration d'un appui syndical de moins en moins contrôlé par la structure et passant de plus en plus par des formes plus individualisées de participation.

Par ailleurs, des membres d'administrations locales ont-ils mis à profit leur position institutionnelle ? Rappelons que le PRD gouverne plusieurs grandes villes de banlieue, Mexico, et que 14 des 16 mairies d'arrondissements sont entre ses mains : « Nous sommes venus avec la mairie d'Azcapotzalco [une mairie d'arrondissement du PRD]. Ils nous ont invités mais on est venus de notre propre volonté (*voluntad propia*) voir AMLO », expliquent trois amies, la cinquantaine, respectivement vendeuse de journaux, vendeuse ambulante<sup>71</sup> et employée de maison. Si des membres de l'administration municipale mobilisent, c'est de manière lâche : deux de ces trois femmes ne savaient pas avec quel groupe elles étaient venues (« C'est quoi notre organisation ? », demande la première interrogée à une de ses copines !). Qui invite ? On joue sans doute de l'ambiguïté des doubles casquettes. A-t-on répondu à l'invitation d'un fonctionnaire de la mairie ou d'un cadre du PRD depuis toujours, de celui qui distribue les programmes sociaux ou du voisin qui milite depuis des années dans une association de quartier ? Difficile à dire.

Enfin, certains participants du meeting du PRD sont venus avec les « réseaux citoyens » (*redes ciudadanas*), structure d'organisation de la campagne à l'échelle territoriale. López Obrador est le candidat d'une coalition réunissant le PRD, le Parti du travail (PT)<sup>72</sup> et Convergence, jeune et minuscule parti de gauche. La structure de la campagne dépasse donc l'appareil du PRD à l'échelle locale, appareil par ailleurs déficient dans certaines régions. Cependant, ces « réseaux citoyens » ont bien souvent été source de tensions entre nouveaux entrants, « acteurs de la société civile », membres d'ONG et la structure locale du parti. Un psychologue de Tampico, grand port du nord du pays, est coordinateur des « réseaux citoyens » de son État, l'État de Tamaulipas. Il est venu en autobus avec 50 personnes. Ce coordinateur d'un des 32 États du pays va voter pour la première fois pour le PRD (il n'appartient ni au PT ni à Convergence). Que fait-il dans la campagne ? « Je forme [avec] une vidéo qui donne toutes les informations d'avant la campagne, pendant la campagne et le jour de l'élection, jusqu'à ce que cela se termine » (psychologue, 50 ans, Tamaulipas, meeting du PRD). Cette structure entre donc en concurrence avec l'appareil du parti.

71. Vendeuse du commerce informel appartenant donc au secteur le plus précaire du petit commerce.

72. Fondé en 1990 par des anciens maoïstes ayant milité dans des organisations civique et paysannes dans des États du nord du pays (Zacatecas, Durango, Monterrey), le PT a obtenu des députés fédéraux dès 1994 et fait alliance avec le PRD depuis 2000 pour les élections présidentielles.

## ***Une « économie morale » des mobilisations ?***

Comment comprendre l'engagement de ces militants et de ces participants aux campagnes électorales ? Comment évaluer la place des rétributions matérielles dans leur militantisme ? Ces rétributions, bien réelles dans le quotidien du Mexique des années 2000, sont souvent présentées comme au cœur de la mobilisation de toute une catégorie de participants. En est-il vraiment ainsi ? Interroger les participants sur leur propre mobilisation permet de comprendre comment la question des rétributions s'inscrit plus largement dans une « économie morale » des mobilisations.

Nous avons désormais une vision plus précise des types de mécanismes et des formes de mobilisation dans les différentes configurations partisans. Donnons maintenant quelques éléments sur les profils sociaux-économiques des participants. L'enquête permet de déterminer certaines différences sociales parmi les participants aux meetings des trois partis (tableau 4). Les plus pauvres sont les plus présents au meeting du PRI et du PAN. Cependant, les différences sociales entre les militants et sympathisants des trois partis ne sont pas nettes : plus de petites classes moyennes commerçantes dans le cas du PAN et de petites classes moyennes avec des études universitaires dans le cas du PRD (38,4 % contre 32,1 dans le cas du PAN et 19,8 % dans le cas du PRI – voir tableau 11 en annexe). Quoi qu'il en soit dans les trois cas, les « milieux populaires » sont majoritaires, à l'image du pays.

Comme cela transparait dans plusieurs entretiens déjà cités, les milieux populaires insistent sur leur présence volontaire, assumée, consciente, au meeting. Ils détaillent ensuite les raisons pour lesquelles leur candidat leur semble le meilleur en s'appuyant sur des éléments de programme et cela même si, pour toutes les raisons que nous avons vues, notamment l'inscription dans des réseaux de sociabilité variés, le programme n'est bien sûr pas forcément la principale raison de leur choix politique : car le PRI défend une aide pour les mères célibataires, d'après Sonia, une vendeuse ambulante de Chalco ; car le PAN a apporté « un changement après des années de gouvernement corrompu » ; car le PRD<sup>73</sup> a créé la pension pour les personnes âgées à Mexico, le transport public gratuit pour les plus de 60 ans et les déjeuners scolaires, d'après, respectivement, une vendeuse de journaux et une employée de maison ; etc. Cette nécessité d'affirmer leur libre-arbitre et la connaissance du programme de leur candidat est d'autant plus forte quand ils viennent avec une organisation sociale ou un dirigeant. Ces milieux populaires, dans leurs réponses, s'affirment contre un

---

73. « La mesure la plus importante de López Obrador ? La pension pour les personnes âgées. Moi je crois qu'aucun président n'avait jamais rien donné à aucun citoyen, ni aux personnes âgées ni aux mères célibataires... enfin pas comme cela de manière égalitaire. » (Homme, 29 ans, Ecatepec, employé de Luz y Fuerza, Mexico, meeting du PRD). « Parmi les propositions de López Obrador, quelles sont les plus importantes ? Le slogan de campagne ! D'abord les pauvres ! Pour le bien du Mexique d'abord les pauvres ! » (Homme, 50 ans, employé dans l'administration fédérale, État de Guanajuato, meeting du PRD).



discours des médias, des intellectuels, souvent relayé par les universitaires, qui présentent leur engagement, comme ayant été acheté par les partis, comme étant nécessairement clientéliste. Alors, face à ces discours, certains participants issus des milieux populaires se portent en faux, avec force, parfois presque avec une pointe de colère, comme si nécessairement ils étaient perçus comme des masses sans conscience. Les trois quinquagénaires, citées plus haut, nous expliquent :

« Quand on entend parler d'un événement du PRD, on y va ! On laisse tout en plan et on y va pour être avec eux ! Par exemple, moi je vends des journaux, j'arrête de vendre et je suis ici. [La deuxième femme] On est ici parce qu'on le veut, personne ne nous oblige. [La troisième femme] C'est par volonté propre. Ils ne nous ont pas *accarreados*. [...] Nous avons toujours voté pour la gauche. » (Vendeuse de journaux, vendeuse ambulante et employée de maison)

À juste titre d'ailleurs, car ces « milieux populaires » n'apparaissent pas des *acarreados*, terme qui désigne les participants venus « contre leur volonté », parfois moyennant finance. L'enquête d'ailleurs tendrait à le montrer, à rebours des idées reçues. Les *acarreados* représentent 9,2 % des personnes interrogées dans le cas du PRI (1,8 % dans le cas du PAN et 1,7 % dans le cas du PRD ; tableau 10). Si on s'arrête sur le niveau de revenu et d'études des *acarreados*, que constate-t-on ? 45,5 % ont poursuivi des études universitaires contre 19,8 % des priistes interrogés et 31,5 % de l'ensemble de l'échantillon (tableau 11)<sup>74</sup>. Les *accarreados*, appartiennent à la frange des classes moyennes de notre échantillon venant aussi bien du secteur privé que du secteur public<sup>75</sup>. Comment expliquer ce phénomène loin de la vision traditionnelle de « milieux populaires » sous la coupe de courtiers ? Bien que n'ayant pas de témoignage à cet égard, nous pouvons avancer l'hypothèse que ces classes moyennes se voient contraintes de participer aux meetings (essentiellement du PRI), pour des raisons professionnelles : les pressions des hiérarchies furent un mode classique de mobilisation dans le régime priiste. Moins que nous éclairer sur les comportements politiques des classes moyennes, ces résultats nous parlent, en creux, de ceux des « milieux populaires » présents aux meetings : ils montrent leur très forte adhésion et leur forte politisation. Cette dernière n'exclut pas cependant les attentes de rétribution. Car en effet, précisons que, bien souvent, la participation aux meetings s'accompagne, se nourrit, se complète de l'attente d'une rétribution matérielle, ce qui n'implique cependant pas que les participants soient *acarreados*. Venir à la mobilisation apparaît comme un devoir du bon militant et s'inscrit dans un lien de collaboration, de réciprocité vis-à-vis « d'entrepreneurs de mobilisation ».

74. 27,2 % se situent même dans la catégorie ayant le revenu le plus élevé (plus de 20 000 pesos) contre 2,7 % de l'échantillon. 63,3 % sont des hommes. En revanche, aucun des *acarreados* n'a uniquement le niveau de l'école primaire (contre 18,3 % de l'échantillon).

75. Ces chiffres restent cependant à manier avec prudence étant donné le petit échantillon et la possibilité d'un biais important : la crainte des plus « dominés » de répondre à l'enquête.

« Je suis venu avec ma député María Elena Torres [aussi dirigeante d'une organisation de lutte pour le logement] [...]. Toute la journée je travaille dans la campagne. J'aide à faire les petits drapeaux, à faire les tracts, à parler avec les gens dans le quartier et grâce à la députée et à López Obrador nous allons avoir une maison, une maison gratuite<sup>76</sup>. [...] Cela fait trois ans que l'on milite pour cela. Maintenant, grâce à López Obrador et la députée María Elena, je vais recevoir mon logement en février. Ça c'est le bénéfice qu'on nous donne pour l'aide que l'on donne. [...] Là, à côté, on a la députée qui vit à nos côtés, c'est celle qui est en jaune, elle nous aide beaucoup pour cela on l'appuie beaucoup. [...] Elle vient à toutes les réunions, elle nous parle comme à n'importe quelle personne, elle nous donne bien à manger. [...] Nous nous plaignons de rien. Nous nous aidons les uns les autres, que des camarades ! » (Homme, 63 ans, chauffeur de la marine à la retraite, Mexico, meeting du PRD)

Comme le note Javier Auyero dans le cas du péronisme en Argentine, ce n'est pas sous le sceau de l'obligation que l'on répond aux *punteros* (rabatteurs de voix appartenant souvent à l'administration municipale) mais sous celui de la gratitude ou de la collaboration<sup>77</sup>. Aspect que l'on retrouve clairement chez les trois quinquagénaires évoquées plus haut, mêlé à la question de leadership de López Obrador.

« [Nous appuyons AMLO] car cela ne s'était jamais vu une aide comme cela. Même pas le PRI il avait fait cela. [...] L'aide aux mères célibataires, aux personnes âgées, pour les maisons. Moi, je suis une des premières qui ait eu une aide pour la construction de la maison. Pour cela nous sommes ici. Les gens humbles il les a relevés [*la gente humilde la ha levantado*]. Il a su répondre à l'aide demandée par les gens humbles. »

On retrouve un peu dans les deux extraits d'entretien ce que Richard Banégas a observé dans le cas du Bénin : la distribution de biens apparaît comme « une vertu éthique et civique »<sup>78</sup> car les hommes politiques sont « redevables de leur position privilégiée ». Dans le cas des participants et des militants interrogés se dessine une « économie morale » au sens de E. P. Thompson<sup>79</sup>. C'est-à-dire que les militants demandent « justice » dans les termes mêmes de leurs dirigeants ; dirigeants et assistants au meeting de fin de campagne partagent une « morale commune ». Les militants demandent une rétribution des activités réalisées dans le cadre de la campagne. Nous ne sommes pas dans une relation clientéliste verticale dans laquelle les militants n'ont pas droit de parole. De la même manière que Thompson, nous pouvons parler ici de l'existence d'un « imaginaire de justice » du militantisme. La demande de rétribution des participants

76. Il fait référence à l'accès à un logement social.

77. Auyero (J.), *La política de los pobres*, Buenos Aires, Manantial, 2001.

78. Banégas (R.), « "Bouffer l'argent". Politique du ventre, démocratie et clientélisme au Bénin », in Briquet (J.-L.), Sawicki (F.), dir., *Le clientélisme politique dans les sociétés contemporaine*, Paris, PUF, 1997, p. 77.

79. Thompson (E.P.), « The Moral Economy... », art. cit.

(sympathisants ou militants) de leurs activités s'inscrit dans « cet imaginaire de justice ».

Dans bien des cas, les attentes perceptibles dans les entretiens se situent en termes d'accès à des politiques publiques. La rétribution matérielle anticipée par les militants – que ce soit l'accès à un logement social, à un permis pour les commerçants, à des programmes gouvernementaux pour des paysans, etc. – constitue un levier fort de la mobilisation.

« [*Et vous, vous êtes paniste depuis longtemps ?*] Non moi, je n'étais pas paniste. J'étais priiste. Mais j'ai trouvé beaucoup de défauts dans le PRI, ils ont fait beaucoup d'erreurs. Je n'ai pas rencontré d'aide, en rien. Maintenant avec le PAN je reçois une aide, les choses sont différentes. Ils sont aimables. Les choses sont complètement différentes. » (Femme au foyer, 58 ans, Veracruz, meeting du PAN)

« Nous sommes panistes car nous travaillons et le PAN nous appuie. Si nous avons un problème, le PAN nous appuie. [...] Depuis que le PAN a gagné – vous savez qu'avant tout le monde était priiste ? – je suis paniste. [...] Quand le PRI a perdu, nous avons pleuré pour de vrai. » (Homme, 70 ans, vendeur de glaces dans la rue, Morelos, meeting du PAN)

Ce vendeur ambulant priiste jusqu'en 2000 opte ensuite pour le PAN, une fois que celui-ci arrive au pouvoir. Clairement, pour lui, la présence au pouvoir est déterminante. Être militant du parti au pouvoir serait une garantie d'accès aux politiques publiques. Bien sûr, les pratiques clientélistes dans l'attribution de ces dernières existent de manière plus ou moins importante en fonction des lieux mais, plus encore, l'identification de ces dernières reste assimilée au parti au pouvoir (localement ou nationalement). Militer pour le parti au pouvoir apparaît donc comme une garantie d'accès aux politiques publiques et s'inscrit dans cet « imaginaire de justice » : « Si je milite pour ce parti, en retour, ce parti m'aidera. » Ici réside un important levier de la mobilisation.

Par ailleurs, les campagnes électorales fournissent pléthore de petits emplois, certes précaires, souvent rémunérés entre 1 500 et 3 000 pesos (entre 100 et 200 euros), à ceux qui accompagnent un candidat à la députation locale ou fédérale, et appartiennent à son staff. Ceux qui déclarent être « à temps complet » sont généralement des militants rémunérés : *a priori* un tiers environ des panistes et des priistes interrogés et un quart des perredistes. Bien sûr cela ne peut être mentionné qu'à titre indicatif étant donné la très faible proportion de personnes interrogées dans le cadre des entretiens<sup>80</sup>. Si on laisse de côté les professionnels de la politique, cadres locaux et nationaux des appareils partisans, parmi ces militants rémunérés se dégagent deux types de population, quels

80. Notons d'ailleurs que nous avons réalisé plus d'entretiens lors des meetings du PRD et du PAN qui ont duré nettement plus longtemps.

que soient les partis : les jeunes (souvent étudiants venant de terminer leurs études secondaires ou universitaires) et les femmes au foyer (sur-représentées). Ces populations trouvent dans les campagnes électorales un emploi temporaire permettant souvent de gagner plus que le salaire minimum. Attention cependant à une lecture purement instrumentale de la participation à la campagne.

« C'est la première fois [que je travaille pour le PRI]. J'avais accompagné ma sœur qui a commencé avec cela [le militantisme au sein du PRI]. Moi aussi, j'ai voulu travailler au PRI. Comme beaucoup de gens ont retourné leur veste, lui ont tourné le dos, on nous a proposé de travailler pour un autre parti mais cela ne m'intéresse pas, même s'ils me payent des millions, non ! » (Femme, sans emploi stable, 23 ans, Mexico, meeting du PRI)

Cette jeune femme appartient à l'équipe d'un jeune et sympathique candidat et participe à un groupe de 25 personnes, essentiellement des jeunes, qui font du porte-à-porte : ici jouent des réseaux de sociabilité tout autant que les rémunérations et les convictions préalables créant la loyauté partisane<sup>81</sup>. Comme le note Remi Lefebvre, « faire campagne en participant aux porte-à-porte c'est avant tout pour les militants l'occasion de participer à une aventure collective où les relations interpersonnelles, les liens émotionnels et la convivialité sont particulièrement intenses, où les occasions de se retrouver sont répétées<sup>82</sup> ». De nombreux entretiens en témoignent. L'ancien chauffeur de la marine évoque avec émotion l'entraide entre les membres de son organisation de lutte pour le logement. Une nouvelle militante du PAN insiste sur l'amabilité de ces nouveaux compagnons de parti. Le vendeur de glaces de 70 ans nous explique plus tard qu'il est bien heureux d'être à ce meeting, « à cette fête » avec des voisins et ses filles, qui en fait semblent avoir été les artisans de sa conversion au panisme. Dans le cas de la jeune femme de 23 ans, là encore, la bonne ambiance dans la très jeune équipe de campagne n'est sans doute pas étrangère à l'engouement pour son petit boulot au sein du PRI. Les rétributions matérielles n'expliquent que de manière très partielle l'adhésion.

\*

Les meetings, comme répertoire partisan spécifique, donnent à voir comment les partis inscrivent leurs identités partisans dans l'espace urbain ; comment cette inscription dans l'espace urbain est en retour productrice d'identité(s) partisane(s). L'approche ethnographique, dans sa complémentarité aux autres méthodes, apporte une vision fine de certains phénomènes comme le relâchement

81. Randall et Svåsand soulignent qu'en Amérique latine, le « clientélisme » ou les formes de patronage ne sont pas incompatibles avec des formes de fortes loyautés partisans. Randall (V.), Svåsand (L.), « Party Institutionalisation in New Democracies », *Party Politics*, 1, 2002, p. 24.

82. Lefebvre (R.), « Ethnographie... », art. cit., p. 201.

des liens de contrôle partisan sur les militants dans le cas du PRI ou la place non négligeable des organisations sociales dans le cas du PRD. Combinée à la réalisation d'entretiens et d'une enquête par questionnaire, elle permet de comprendre de plus près les reconfigurations du militantisme et des milieux partisans des trois principaux partis au Mexique : l'affirmation des appareils locaux (« la structure territoriale ») face aux structures corporatistes dans le cas du PRI ; l'émergence d'entrepreneurs de mobilisation indépendants dans le cas du PAN et ce malgré la force de l'appareil du parti ; la diversité de l'encadrement militant et le lien lâche au label partisan dans le cas du PRD. Cette perspective met aussi mis en relief les variations des *ethos* et des sociabilités militantes en fonction des partis comme l'importance variable de la famille ou des réseaux affinitaires. Enfin, elle permet de comprendre que la mobilisation repose aussi sur l'existence d'une « économie morale » qui dépasse les « sous-cultures » partisans.

Bref, on brosse ici le portrait d'un militantisme en mutation et dont les reconfigurations restent encore incertaines dans un contexte post-parti dominant, dans un moment de réajustement des modalités de consolidation des loyautés partisans et d'évolution des modes d'appréhension du lien entre parti et *seguidores*<sup>83</sup> par les militants et sympathisants. En arrière-plan, se profile un autre constat : comment des profondes mutations des machines partisans peuvent intervenir par le bas, impulsées par les modes d'investissement, dans le parti, des militants et des « entrepreneurs de mobilisation » à l'échelle locale. Loin des stratégies des équipes de direction, militants et « entrepreneurs de mobilisation », en fonction des défaites ou des victoires électorales, investissent des machines partisans, façonnant des *ethos* militants et des formes spécifiques de mobilisation qui ne font pas partie des répertoires de ces partis et que ces partis, bien souvent, officiellement réfutent, bien qu'ils élargissent désormais leurs assises militantes grâce à eux (dans le cas du PAN et du PRD). Reste à comprendre comment ces mutations « par le bas » peuvent être un facteur de transformation profonde de ces machines partisans et des modalités de la compétition politique.

---

83. Terme utilisé pour qualifier ceux qui appuient un parti ou un dirigeant, littéralement « ceux qui le suivent ; ceux qui sont derrière lui ».

## Annexe

**Tableau 1 : Présence au meeting suite à l'appel d'une organisation sociale**

PRI N = 76	PAN N = 112	PRD N = 120
32,9 %	11,6 %	5 %

**Tableau 2 : Membre d'une organisation autre que le parti**

	PRI N = 76	PAN N = 112	PRD N = 120
Appartient à une organisation	52,5%	31,2%	24,2%
Aucune	47,5 %	68,8 %	75,8 %

**Tableau 3 : Présence au meeting**

	PRI N = 76	PAN N = 112	PRD N = 120
Seul	13,2 %	6,3 %	18,3 %
En famille	19,7 %	56,3 %	47,5 %
Avec des amis	30,3 %	23,2 %	20,8 %
Avec des collègues de travail	34,5 %	7,1 %	8,3 %
Autre cas	2,3 %	7,1 %	5,1 %

**Tableau 4 : Revenu familial mensuel des participants**

	PRI N = 76	PAN N = 112	PRD N = 120
Moins de 4 000 pesos	42 %	38,7 %	31,4 %
Entre 4 000 et 8 000	34,9 %	30,1 %	37,4 %
Entre 8 000 et 12 000	10,2 %	16,1 %	14,3 %
Entre 12 000 et 20 000	8,6 %	8,7 %	11,4 %
Plus de 20 000	4,3 %	6,4 %	5,5 %

Le salaire médian par foyer est environ de 8 500 pesos au premier trimestre 2007 : <http://www.inegi.gob.mx/>

Le salaire minimum se situe autour de 2 000 pesos par mois. Attention cependant car par exemple un maître de conférences titulaire en début de carrière dans une université publique touche 10 fois le salaire minimum. Un député fédéral touche 35 fois le salaire minimum.

**Tableau 5 : Âge des participants**

Meeting Age	PRI N = 76	PAN N = 112	PRD N = 120	Moyenne
Moins de 26 ans	21,1 %	33,0 %	19,2 %	24,4 %
Entre 26 et 35 ans	23,7 %	25 %	20 %	22,9 %
Entre 36 et 45 ans	22,4 %	13,5 %	22,5 %	19,2 %
Entre 46 et 55 ans	23,8 %	19,5 %	20 %	20,8 %
Plus de 56 ans	9 %	9 %	18,3 %	12,7 %

**Tableau 6 : Sexe des participants**

Meeting Sexe	PRI N = 76	PAN N = 112	PRD N = 120	Moyenne
Femme	44,7 %	49,1 %	55,0 %	50,5 %
Homme	55,3 %	50,9 %	45,0 %	49,5 %

**Tableau 7 : Lieu de résidence des participants**

Meeting Lieu de résidence	PRI N = 76	PAN N = 112	PRD N = 120	Moyenne
District fédéral (Mexico)	43,4 %	19,6 %	79,2 %	48,9 %
Edomex	47,4 %	21,4 %	11,7 %	23,8 %
Veracruz	-	18,8 %	-	7,8 %
Guadalajara	-	9,8 %	-	3,6 %
Autres	9,2 %	30,4 %	9,1 %	15,9 %

**Tableau 8 : Intention de vote des participants**

Meeting Intention de vote	PRI N = 76	PAN N = 112	PRD N = 120
PRI	82,9 %	-	-
PRD	-	-	84,8 %
PAN	-	80,0 %	-

**Tableau 9 : Vote aux élections présidentielles de 2000**

Meeting Vote	PRI N = 76	PAN N = 112	PRD N = 120
PRI	68,4 %	8,9 %	5,0 %
PAN	6,6 %	73,2 %	15,0 %
PRD	11,6 %	3,6 %	59,2 %
Aucun	11,6 %	14,3 %	20,0 %
Autre	1,8 %	-	0,8 %

Tableau 10 : « Présence d'acarreados »

PRI N = 76	PAN N = 112	PRD N = 120
9,2 %	1,8 %	1,7 %

Tableau 11 : Niveau d'étude des participants

Meeting Niveau d'études	PRI N = 76	PAN N = 112	PRD N = 120	Moyenne
Primaire	19,7 %	25,1 %	10,8 %	18,3 %
Collège	22,4 %	18,5 %	16,7 %	18,7 %
Lycée	26,3 %	19,8 %	23,3 %	22,6 %
Enseignement technique	10,5 %	4,5 %	8,3 %	7,6 %
École normale	1,3 %	0 %	2,5 %	1,3 %
Licence	14,5 %	29,4 %	32,5 %	26,8 %
Maîtrise / doctorat	5,3 %	2,7 %	5,9 %	4,7 %

Source de l'ensemble des tableaux : Enquête « Meetings », équipe coordonnée par Ricardo Torres.

**Hélène COMBES** est chargée de recherche CNRS rattachée au Centre de recherches politiques de la Sorbonne (CRPS), Université Paris 1. Dans le cadre de sa thèse, elle a travaillé sur les relations entre partis et mouvements sociaux au Mexique (*De la politique contestataire à la fabrique partisane : le cas du Parti de la révolution démocratique au Mexique (1989-2000)*) (à paraître chez

Karthala en 2009)). Elle coordonne actuellement un projet collectif sur l'action manifestante à Mexico dans le cadre du projet ANR-Palapa. Par ailleurs, elle co-anime le Groupe d'études sur les organisations et partis politiques (GEOPP) de l'Association française de science politique ([www.geopp.org](http://www.geopp.org))

[hcombes@univ-paris1.fr](mailto:hcombes@univ-paris1.fr)