

ANNUAIRE FRANÇAIS
DE
RELATIONS
INTERNATIONALES

2020

Volume XXI

**PUBLICATION COURONNÉE PAR
L'ACADÉMIE DES SCIENCES MORALES ET POLITIQUES**

(Prix de la Fondation Édouard Bonnefous, 2008)



Université Panthéon-Assas
Centre Thucydide

LES ENJEUX POLITIQUES ET ÉCONOMIQUES DES MÉDIAS EN AMÉRIQUE DU SUD ENTRE 2002 ET 2019

PAR

IVAN SCHULIAQUER (*)

Les relations qui se sont instaurées entre les différents gouvernements sud-américains et les grands groupes médiatiques nationaux depuis le début des années 2000 s'avèrent à la fois multiples et complexes. Nous nous proposons ici d'en examiner la teneur exacte en nous appuyant sur un certain nombre de cas de figure, en particulier ceux de l'Argentine, de la Bolivie, du Brésil, de l'Équateur et de l'Uruguay.

Pour ce faire, nous distinguerons deux périodes. La première est caractérisée par un « tournant à gauche » de la région – celui-ci s'étant opéré à partir du début 2000 jusqu'en 2015 – et par une confrontation publique entre les gouvernements et les grands groupes médiatiques nationaux. Les différents gouvernements ont alors remis en cause les règles du jeu concernant les relations avec les médias et ont désigné les médias commerciaux comme étant leurs principaux opposants politiques, tout en déployant des politiques de communication jusqu'alors inédites dans la région. La seconde est caractérisée par l'interruption, à partir de 2015, de ce tournant politique régional : certains pays ont alors basculé à droite, d'autres ont poursuivi leur politique progressiste. Ce nouveau contexte a entraîné des changements dans les rapports entre les gouvernements et les médias. Nous chercherons donc à déterminer quelles sont les différences entre ces deux périodes.

Nous partons d'un postulat pour l'étude des médias en Amérique du Sud : les politiques de réforme des gouvernements ne sont pas indépendantes de leurs modes d'intervention dans les médias et, en même temps, les contenus publiés et diffusés par les grands groupes médiatiques ne peuvent pas se comprendre sans tenir compte de leurs intérêts en tant qu'acteurs politiques et commerciaux.

(*) Enseignant-chercheur à l'École de politique et gouvernement de l'université nationale de San Martin (Argentine).

Nous nous proposons d'explorer les continuités et les ruptures durant la période 2002-2019 aux niveaux nationaux et régionaux (1).

L'HISTOIRE DES MÉDIAS EN AMÉRIQUE LATINE

L'histoire des médias dans la région montre que les grands groupes privés ont joué un rôle central et qu'ils ont été les grands bénéficiaires des tentatives de régulation du secteur (2). Les États, de leur côté, ont eu un rôle déterminant dans la constitution des systèmes médiatiques d'Amérique du Sud puisqu'ils ont octroyé des licences et des ressources aux patrons de presse qui étaient leurs alliés et qui avaient des liens étroits avec ces gouvernements. L'Amérique latine est la seule région au monde où les médias audiovisuels se sont développés dans une perspective éminemment commerciale et où la participation des États dans la propriété des médias est la plus faible (3). Cette situation s'est intensifiée avec l'application de politiques néolibérales, dans une région caractérisée par de hauts niveaux de concentration de la propriété. De fait, la consolidation de la démocratie, après la fin des dictatures, n'a pas été véritablement suivie par une démocratisation des médias (4). Les médias de gauche ou progressistes ont été particulièrement poursuivis et, dans certains cas, fermés dans plusieurs pays. C'est en partie la raison pour laquelle les médias ont été identifiés – par les forces politiques de gauche – comme étant positionnés à droite.

Dans ce contexte, il existe des cas, comme ceux du groupe Clarín en Argentine et du groupe Globo au Brésil, où la propriété est concentrée dans les mains d'un grand groupe médiatique dominant à l'échelle nationale, ou comme celui de l'Équateur où, lorsque le président Rafael Correa arrive au gouvernement en 2007, six des huit chaînes de télévision ayant une couverture nationale appartiennent à des banques. Dans ces circonstances, les forces politiques de gauche ont disposé de peu de marges d'expression dans ces médias (5).

Comme le propose Afonso de Albuquerque (6), avant de tenter de discerner si la structuration des médias reproduit les divisions entre les

(1) L'article reprend des résultats d'un travail de recherche portant sur l'Argentine, la Bolivie et l'Uruguay depuis 2013 ; dans ce cadre, des entretiens ont été conduits avec 20 acteurs-clefs (politiques, fonctionnaires, journalistes, hommes d'affaires du milieu de la presse, académiques) de chacun de ces pays. Les cas du Brésil et de l'Équateur ont été abordés à partir de sources primaires et secondaires.

(2) Silvio Waisbord, « Media policies and the blindspots of media globalization: insights from Latin America », *Media, Culture & Society*, vol. XXXV, n° 1, janvier 2013, p. 132-138.

(3) Martín Becerra et Guillermo Mastrini, *La Concentración infocomunicacional en América Latina (2000-2015). Nuevos medios y tecnologías, menos actores*, Bernal, Universidad Nacional de Quilmes, 2017, 227 p.

(4) Elizabeth Fox et Silvio Waisbord, *Latin Politics, Global Media*, Austin, University of Texas Press, 2002, 203 p.

(5) Sallie Hughes et Paola Prado, « Media diversity and social inequality in Latin America », in Merike Blofield (dir.), *The Great Gap: Inequality and the Politics of Redistribution in Latin America*, University Park, Pennsylvania State University Press, p. 109-146.

(6) Afonso de Albuquerque, « Media/politics connections: beyond political parallelism », *Media, Culture & Society*, vol. XXXV, n° 6, septembre 2013, p. 742-758.

partis politiques (7), la question fondamentale est celle de la stabilité des rapports entre médias et politique. Les changements idéologiques qui se produisent d'une époque à l'autre sont davantage le résultat des stratégies menées par les propriétaires des conglomérats en tant qu'acteurs politico-commerciaux qu'en tant qu'acteurs partisans (8), notamment dans des pays où les partis n'ont pas joué, historiquement, un rôle central en tant qu'instance de médiation politique (9).

Par ailleurs, en Amérique latine le journalisme ne s'est pas vraiment développé comme un champ professionnel autonome et les journalistes subissent de nombreuses pressions politiques et économiques (10), face auxquelles ils ont peu de moyens de s'opposer en tant qu'organisation professionnelle-collective (11). La différence sur ce point avec la plupart des pays européens ne réside donc pas dans l'existence de grands conglomérats de presse dirigés par des magnats, mais dans la difficulté éprouvée par les journalistes à protéger leur autonomie professionnelle.

LES GOUVERNEMENTS DU « TOURNANT À GAUCHE » ET LES MÉDIAS (2002-2015)

L'arrivée de gouvernements de gauche dans différents pays d'Amérique du Sud a changé le rôle des médias dans l'espace public. Ceux-ci continuent d'être un espace de débat mais deviennent aussi un sujet de débat.

Le rôle des médias dans l'espace public

Lorsque nous parlons de ces gouvernements, nous faisons référence à : Néstor Kirchner et Cristina Fernández en Argentine (2003-2015), Lula da Silva et Dilma Rousseff au Brésil (2003-2016), Evo Morales en Bolivie (2006-2019), Rafael Correa en Équateur (2007-2017) et Tabaré Vázquez et José Mujica en Uruguay (2005-2020) (12). Ces gouvernements

(7) Daniel Hallin et Paolo Mancini, *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*, Cambridge, Cambridge University Press, 2004, 342 p.

(8) Le cas du groupe Clarín, en Argentine, est un exemple parfait. Au début des années 1990, ce dernier a appuyé le gouvernement de droite du président Carlos Menem et, durant la même présidence, est devenu un groupe médiatique d'opposition. Ensuite, lors de la présidence de gauche de Néstor Kirchner, il a agi de la même façon, en soutenant d'abord le gouvernement et en devenant ensuite un important vecteur d'opposition. Ces changements ne sont pas le fruit d'une modification partisane ou idéologique, mais d'un changement de cap dans la stratégie politique, une fois obtenus d'importants bénéfices de la part du gouvernement (la réforme de la loi permettant de créer des conglomérats médiatiques durant le ménémisme et autorisant la fusion entre les deux entreprises de télévision par câble les plus importantes du pays durant le kirchnerisme).

(9) Afonso de Albuquerque, *op. cit.*

(10) Sallie Hughes, *Newsrooms in Conflict: Journalism and the Democratization of Mexico*, Pittsburgh, University of Pittsburgh Press, 2006, 286 p.

(11) Ivan Schuliaker. *La Négociation des scènes médiatiques. Les gouvernements de gauche et les grands groupes médiatiques nationaux en Amérique du Sud*, thèse de Sciences sociales, Université Paris Sorbonne Cité/Universidad de Buenos Aires, 2018.

(12) Le gouvernement d'Hugo Chávez (1999-2013) a initié le tournant à gauche régional. Son successeur Nicolás Maduro s'inscrit dans la même veine. Néanmoins, la crise que traverse le pays depuis 2017, avec l'appel à une nouvelle Assemblée constituante, nécessiterait un long développement, hors de propos dans le cadre de cet article.

sont apparus comme instaurant une rupture, plus ou moins claire, avec les expériences néolibérales antérieures. Ils ont remporté au moins trois élections consécutives (eux-mêmes ou les candidats qu'ils soutenaient) et, malgré leurs différences, ils peuvent être qualifiés de gauche ou de centre-gauche. Une gauche qui ne se définit plus par son engagement en faveur du socialisme, mais qui place au cœur de son programme la réduction des inégalités sociales et économiques (13). Ces gouvernements ont mis en œuvre des politiques de redistribution et de bien-être social (14).

Les gouvernements de ces pays ont eu en commun de montrer du doigt les grands groupes médiatiques nationaux et de les considérer comme leurs principaux opposants politiques (15). Cependant, ce diagnostic partagé n'a pas conduit à des stratégies identiques. Les questions politico-médiatiques se sont jouées dans chaque cas au niveau national (16).

Comme le note Razmig Keucheyan (17), l'objectif de la gauche a été de rompre le consensus existant, souvent conservateur. Dans la mesure où les droits sociaux sont associés à la politique égalitaire de la gauche, l'arrivée de gouvernements de gauche semblait présenter une opportunité politique pour équilibrer le système médiatique, marqué par une forte surreprésentation des intérêts des élites économiques (18).

Dans un premier temps, les gouvernements se sont contentés de mettre en lumière le rôle des médias, présentés comme des acteurs conservateurs et impliqués dans la scène politique. Cependant, dans un second temps et dans certains pays, s'est ajoutée au discours gouvernemental une volonté d'influer plus fortement sur la structure du système médiatique national.

Les gouvernements de gauche d'Argentine, Bolivie, Équateur et Uruguay ont promulgué des lois d'encadrement des médias. Néanmoins, les gouvernements sud-américains de gauche, à la tête d'États fragilisés par l'application antérieure de politiques néolibérales, avaient de bonnes raisons de s'allier avec des conglomérats médiatiques afin d'influencer la manière dont ils seraient représentés sur la scène médiatique. Cela explique aussi pourquoi, au départ, ils ont évité de trop bousculer les positions des acteurs privés du système médiatique. Transformer les médias privés disposant de forts taux d'audience d'adversaires idéologiques

(13) Steven Levitsky et Kevin Roberts, *The Resurgence of the Latin American Left*, Baltimore, Johns Hopkins University Press, 2011, 480 p.

(14) *Idem*.

(15) Ivan Schuliaquer, *Les Médias et le pouvoir*, *op. cit.*

(16) Seul le Venezuela, avec la chaîne internationale Telesur – dans laquelle ont également investi d'autres pays –, a proposé la création d'une nouvelle chaîne qui parlerait du continent, qui augmenterait la circulation des flux médiatiques entre les pays concernés, avec une chaîne en anglais et une transmission internationale. Cependant, la chaîne nord-américaine CNN, en version espagnole, reste la chaîne d'information latino-américaine la plus regardée, plus fortement dans les pays qui n'ont pas de chaînes d'information diffusant 24h/24h, comme la Bolivie, l'Équateur et l'Uruguay.

(17) Razmig Keucheyan. *Hémisphère gauche. Une cartographie des nouvelles pensées critiques*, Paris, La Découverte, 2010, 316 p.

(18) Philip Kitzberger, « The media politics of Latin America's leftist governments », *Journal of Politics in Latin America*, vol. IV, n° 3, 2012, p. 123-139.

en ennemis déclarés impliquait un coût politique énorme. En effet, les responsables politiques considèrent que les groupes médiatiques sont parmi les acteurs ayant le plus grand pouvoir d'influence sur la société et agissent donc en conséquence. C'est pourquoi, malgré les demandes de différentes organisations sociales, les gouvernements n'ont pas impulsé, au début, de nouvelles régulations du monde des médias qui auraient eu pour principale cible les grands groupes médiatiques privés. Sauf dans le cas de l'Uruguay, ces lois d'encadrement des médias ne sont apparues qu'après des crises politiques et des points de rupture. En Argentine, il s'agissait du conflit autour de la modification des montants des taxes sur l'exportation de grains qui a eu lieu en 2008 ; en Bolivie, des attaques sécessionnistes qui ont précédé l'approbation de la nouvelle Constitution en 2008-2009 ; en Équateur, de la rébellion policière de 2010 qui a entraîné la détention du président Correa pendant quelques heures. Dans chaque cas, les gouvernements ont ressenti l'urgence de réduire le pouvoir des grands groupes médiatiques nationaux, qu'ils voyaient comme des acteurs-clefs de l'opposition politique (19).

À ce propos, les théories qui défendent l'idée d'une centralité déterminante de la télévision et de ses règles établies sur la politique (20) ne suffisent pas à expliquer le rapport tendu existant entre ces gouvernements de gauche et les grands groupes médiatiques. D'une part, parce que ces gouvernements ont désigné les conglomerats médiatiques de leur pays comme leur principal adversaire politique, ce qui ne les a pas empêchés de disposer d'une majorité électorale, ni d'être confirmés par les urnes. D'autre part, parce que ces gouvernements ont modifié les formes de leurs interventions médiatiques, avant même l'essor des médias numériques et des réseaux sociaux. Ils ont ainsi remis en question le rôle central joué dans la vie politique par le studio de télévision et ont plutôt cherché à se montrer au cœur des mobilisations citoyennes. Par exemple, lors des premières années de gouvernement en Bolivie, Evo Morales a fait plusieurs voyages en hélicoptère dans différents petits villages de tout le pays. Et bien souvent, c'était la première fois qu'un président leur rendait visite. Sur place, le président Morales réalisait de grandes réunions politiques et participait à des fêtes populaires dans lesquelles il se montrait aux côtés de la population mobilisée. Non seulement le président ne se rendait plus dans les studios de télévision, mais c'étaient désormais les caméras qui devaient le suivre. Un autre exemple est celui des trois gouvernements du kirchnérisme en Argentine. Les médias étaient invités aux réunions politiques où chacun des présidents avait pris l'habitude d'annoncer ses principales mesures politiques. Lors de ces réunions, il n'y avait pas d'espace pour les questions des journalistes. Les télévisions montraient les

(19) Dans les quatre pays, un tiers des licences audiovisuelles a été accordé à des médias à but non lucratif, ce qui a impliqué la reconnaissance d'acteurs qui jusqu'alors émettaient illégalement et l'ouverture de licences audiovisuelles à des organisations telles que les syndicats, les universités et les organisations sociales.

(20) Giovanni Sartori. *Homo videns: la sociedad teledirigida*, Madrid, Taurus, 2012, 205 p.

présidents en train de s'adresser directement à la population, bien qu'elles aient été conçues, évidemment, pour être médiatisées. Les gouvernements de gauche ont aussi eu d'autres stratégies pour négocier leur participation médiatique, par exemple en limitant la fréquence de leurs conférences de presse.

Certains gouvernements ont ajouté de nouveaux médias privés et publics au système médiatique national. Dans le cas de l'Argentine, il s'agit de nouvelles chaînes de télévision éducative, dans celui de l'Équateur et de la Bolivie, de la mise en place de nouveaux médias publics et de la création de journaux quotidiens nationaux publics. En même temps, dans ces trois pays, la publicité officielle a eu une influence décisive sur le choix de la ligne éditoriale adoptée par certains médias privés, très proches des gouvernements concernés. Les gouvernements ont justifié leur décision par le besoin d'équilibrer le système. Les présidents ont aussi choisi d'autres moyens de communication plus directs. Le président équatorien Rafael Correa, par exemple, avait sa propre émission hebdomadaire de radio-télévision, diffusée sur les médias publics. À cela s'ajoute, à partir de 2010, l'usage des réseaux sociaux Facebook et Twitter et les possibilités que ces derniers offrent de passer outre les médias traditionnels.

Les différents cas de figure

Il existe une différence marquée entre les pays où les forces de gauche sont arrivées au pouvoir à partir des partis politiques établis, comme dans les cas du Brésil et de l'Uruguay, et ceux où elles se sont appuyées sur des partis politiques récemment constitués, comme en Équateur et en Bolivie. Le cas argentin combine les deux caractéristiques : le « kirchnérisme » fait partie du péronisme mais n'était à cette époque qu'un secteur minoritaire (21).

Les cas brésilien et uruguayen

Dans les cas brésilien et uruguayen, la sortie de la crise néolibérale s'est réalisée à l'aide de partis politiques qui accédaient, certes pour la première fois, aux plus hautes fonctions de l'État, mais qui faisaient déjà partie de l'échiquier politique depuis les années 1980. Le Parti des travailleurs, au Brésil – et son *leader*, Lula da Silva – et le Frente Amplio en Uruguay – et son *leader* Tabaré Vázquez – avaient déjà souffert de la partialité de certains médias privés lors de leurs précédentes candidatures. En 1989, Rede Globo, la chaîne la plus importante du grand conglomerat médiatique brésilien, a diffusé le débat présidentiel entre Lula da Silva et Fernando Collor de Mello de façon à favoriser le candidat de droite, qui a ensuite gagné les élections. En Uruguay, la publicité sur les chaînes privées avait un prix plus élevé pour le candidat du Frente Amplio, certaines

(21) De fait, lors des élections présidentielles de 2003, le parti Justicialiste a présenté trois candidats et Néstor Kirchner a été élu avec 22% des voix en raison du désistement avant le second tour du candidat Carlos Menem, appartenant au même parti.

de ces chaînes ayant même refusé de passer ses spots de campagne. Ces présidents sont arrivés au pouvoir en ayant en mémoire le rôle joué par les médias en tant qu'acteurs politiques. Cependant, ils ont su cohabiter avec eux durant leur mandat et réussi à ne pas y être présentés de façon totalement défavorable.

Dans le cas du Brésil, durant la première étape, Lula da Silva a participé à des *interviews* et fait de ses relations avec Globo une priorité. Dans le cas de l'Uruguay, les présidents du Frente Amplio, Tabaré Vázquez (2005-2010 et 2015-2020) et José Mujica (2010-2015) ont choisi des médias ayant une ligne éditoriale traditionnelle comme interlocuteurs privilégiés pour accorder leurs entretiens et diffuser des *scoops*. En même temps, le discours de ces partis a toujours fait des grands médias privés ses opposants : ce n'était donc pas une nouveauté de les désigner comme des représentants de la droite.

Les cas bolivien et équatorien

En Bolivie et en Équateur, les gouvernements ont marqué une rupture avec les cadres institutionnels dont ils avaient hérité et ont convoqué des assemblées constituantes pour générer une nouvelle constitution de leur pays, dans un contexte de forte critique envers les politiques néolibérales et les médias privés.

En Bolivie, plusieurs propriétaires de ces médias étaient aussi des élus ou des figures politiques associés aux gouvernements successifs depuis le retour de la démocratie en 1982, que le président Evo Morales considérait comme faisant partie de l'*establishment* antérieur. Dans le cas équatorien, le discours du président Correa, avec sa rhétorique anti-néolibérale, s'est focalisé sur l'élite politique antérieure et le secteur financier dont une partie était à la fois constituée de propriétaires de médias.

La critique envers les médias de ces pays, dont la population est majoritairement indigène, coïncide avec les demandes des secteurs qui avaient été historiquement exclus des scènes médiatiques et qui représentaient la principale base sociale de ces gouvernements. Dans ce contexte, Evo Morales et Rafael Correa ont d'abord refusé de négocier avec les patrons de presse en vue d'être bien traités dans les médias en échange de ressources économiques de la part de l'État et les ont désignés comme étant leurs principaux opposants. Dans les deux cas, les gouvernements ont réussi à redéfinir les relations de pouvoir avec le secteur des médias, tirant parti du fait que les grands médias privés étaient régionaux et que leur niveau de concentration était plus faible qu'en Argentine et qu'au Brésil.

Le cas argentin

En Argentine, le rôle des médias a été mis en cause dès la première étape du gouvernement kirchnériste (2003-2007), certains d'entre eux étant considérés comme des adversaires idéologiques et accusés de représenter le *statu quo* antérieur. Clarín, le grand groupe médiatique privé, ne

faisait cependant pas partie de ces médias, puisqu'il a bénéficié d'une sorte d'alliance pragmatique : le gouvernement a été plutôt bien traité et en échange Clarín a obtenu des bénéfices en tant qu'acteur politico-commercial. D'abord, grâce à la loi des biens culturels qui a empêché que le groupe, dans le cadre de la crise financière du pays, ne soit absorbé par ses créanciers étrangers. Ensuite, grâce à la rénovation des licences de toutes les chaînes privées et, enfin, grâce à l'autorisation de la fusion entre les deux entreprises de télévision payante les plus importantes du pays, ce qui a permis au groupe d'obtenir la moitié des abonnés de tout le territoire. L'affrontement a commencé à partir de 2008, lorsque le traitement de l'information consacrée au gouvernement est devenu ouvertement d'opposition, cela à la suite du refus de la part du gouvernement d'autoriser l'achat de Telecom Argentina, l'une des entreprises de télécommunication les plus importantes du pays. La réaction du gouvernement a été de mettre en cause publiquement le rôle du conglomérat médiatique et de le présenter comme étant une corporation antidémocratique. Ce débat public s'est aussi accompagné de différentes mesures de régulation, notamment celle concernant la loi des services de communication audiovisuelle – qui a remplacé la loi antérieure qui existait depuis la dictature et qui, basée sur un projet des organisations de la société civile, considérait la communication comme un bien public et obligeait le groupe Clarín à se délester de certaines de ses entreprises.

En résumé, entre 2002 et 2015, les gouvernements de gauche ont remis en question la place occupée par les médias durant l'époque précédente et les règles du jeu historiques qui existaient entre les gouvernements et les conglomérats médiatiques, tout en développant aussi des stratégies pragmatiques afin de garantir, avant tout, leur maintien au pouvoir.

LES RELATIONS ENTRE GOUVERNEMENTS ET MÉDIAS DEPUIS LA FIN DU « TOURNANT À GAUCHE » (2015-2019)

Le « tournant à gauche » s'est interrompu en Argentine, au Brésil et en Équateur mais s'est maintenu en Bolivie et en Uruguay. Nous nous proposons d'examiner le développement des relations entre les médias et la politique dans chacun de ces pays, en faisant la distinction entre ceux dont les gouvernements sont restés à gauche et ceux qui sont passés à droite.

Les pays du « tournant à droite » : l'Argentine, l'Équateur et le Brésil

Trois des gouvernements ont été remplacés par des administrations d'une autre couleur politique : en Argentine, à la suite de la défaite électorale du kirchnérisme en 2015, face à la coalition d'opposition Cambiemos, dirigée par Mauricio Macri ; au Brésil, après le renversement de Dilma Rousseff lors d'un *impeachment* en 2016 et son remplacement par Michel Temer (jusqu'alors vice-président et allié, bien que membre d'un parti de droite

qui allait se révéler être un élément-clé de la destitution) ; en Équateur, à travers une rupture et un réalignement politique en 2017, où Lenin Moreno, présenté comme le candidat du parti au pouvoir, se définira, après sa victoire aux élections, comme le principal opposant de son prédécesseur Rafael Correa et mettra en place un programme de « dé-corrésation » du pays.

Les trois expériences se sont situées en opposition aux gouvernements antérieurs. Les médias traditionnels, acteurs fondamentaux du récit anti-gouvernements de gauche, constitueront l'un des principaux alliés des nouveaux présidents. Malgré les changements opérés dans l'écosystème médiatique, le pouvoir attribué aux grands groupes médiatiques a poussé les gouvernements à chercher à s'en faire des alliés. Ces conglomerats médiatiques sont donc passés du statut d'opposants frontaux aux gouvernements précédents à celui de participants directs aux définitions des politiques de communication.

Les relations avec les journalistes

Dans les trois pays, et de façon plus marquée en Argentine et au Brésil, le journalisme dit de dénonciation, caractérisé par la publication de scandales (22), s'est développé. Il s'agit d'un journalisme qui ne cherche pas à suivre l'actualité, mais à la produire. Cependant, ce journalisme a constitué un chien de garde (*watchdog*) sélectif, ne dénonçant pas toutes les forces politiques de la même façon et prenant surtout pour cible les partis de gauche. En effet, lorsque les *leaders* de gauche ont quitté la présidence, le journalisme de dénonciation a continué à les attaquer et, dans les cas de l'Argentine et de l'Équateur, a laissé de côté la dénonciation des gouvernements de droite au pouvoir. Dans bien des cas, c'est ce que Silvio Waisbord a nommé « *denuncismo* » qui a primé : « des dénonciations faciles, insuffisamment prouvées, qui sont le produit d'informations fournies par une ou deux sources » (23). À titre d'exemple, en Argentine, une semaine avant les élections de 2015, le candidat kirchnériste au gouvernement de la province de Buenos Aires a été accusé, lors de *Periodismo para todos*, l'émission politique du groupe Clarín ayant le plus d'audience de tout le paysage audiovisuel, d'avoir été l'auteur d'un triple crime lié au trafic d'éphédrine, commis sept ans auparavant, cela sur la base de deux témoignages : l'un apporté par un condamné à perpétuité et l'autre, par l'un des associés (ex-policier) de l'une des victimes. Par la suite, il est apparu que ce témoignage avait été enregistré au domicile de l'une des *leaders* de l'opposition. Lors du procès, l'accusation a été démentie par les mêmes témoins qui étaient apparus à la télévision : le candidat, qui

(22) Sebastian Pereyra. *Critique de la politique, expertise et transparence. La corruption en tant que problème public en Argentine (1989-2001)*, thèse en Sociologie, École des Hautes Études en Sciences Sociales, 2010.

(23) Silvio Waisbord, *Watchdog Journalism in South America: News, Accountability and Democracy*, New York, Columbia University Press, 2000, p. 103.

était jusqu'alors favori, a perdu les élections de la région la plus importante du pays. Cette défaite a préparé le terrain de la victoire du président Mauricio Macri. Les responsables de l'émission du groupe Clarín ne sont jamais revenus sur la question, ni n'ont présenté de démenti.

Dans le cas argentin et brésilien également – mais dans une moindre mesure –, une autre caractéristique du journalisme politique a été le manque de distinction claire entre les rubriques d'opinion et d'information, ainsi qu'entre les positions adoptées par les propriétaires des médias et celles de l'équipe éditoriale (24). Au cours de cette période, l'intervention des propriétaires sur les contenus informatifs des médias était habituelle (25). Par exemple, dans le quotidien *Clarín*, il était normal de consulter les propriétaires avant d'imprimer la une. Une situation similaire a eu lieu dans le cas des quotidiens du groupe médiatique Veintitrés, dont la ligne éditoriale est proche du gouvernement et qui est l'un des principaux bénéficiaires de la publicité officielle durant les gouvernements de Cristina Fernández (2007-2015).

Les relations avec les médias

Dans le cadre d'une confrontation avec les acteurs établis, les gouvernements kirchnéristes, en Argentine et ceux de Rafael Correa en Équateur, ont mené d'ambitieuses réformes médiatiques. Les grands médias privés ont été la cible d'un programme de régulation : une partie de leur pouvoir a été réduite tandis que des médias publics et sans but lucratif ont bénéficié de plus de ressources. Ces lois mettaient fin à une pratique historique : la régulation, qui jusqu'alors avait eu tendance à être définie en privé, avec les acteurs directement intéressés, était brusquement soumise au débat public. Cependant, des différences marquées ont pu être observées entre la législation argentine et la législation équatorienne. La réforme argentine a été reconnue par différents organismes internationaux comme étant légitime et répondant aux standards de la liberté d'expression tandis que l'équatorienne a été l'objet de critiques, parce qu'elle comprenait des articles concernant des sanctions en fonction des contenus, avec des clauses de qualité de l'information, qui rendaient cette dernière sujette à des sanctions extra judiciaires (26). En revanche, les gouvernements du Parti des travailleurs (PT) au Brésil n'ont pas mené de réformes médiatiques.

Bien que les réseaux sociaux aient été au cœur de la stratégie de communication du gouvernement de Mauricio Macri, les conglomerats de médias ont également joué un rôle-clef, en particulier, le grand groupe médiatique national Clarín. Les actions menées pour le favoriser ont été éloquentes. Vingt jours après son arrivée au pouvoir, le gouvernement a mis fin par décret aux clauses anti-concentration de la régulation audiovisuelle

(24) Ivan Schuliaquer, *Les Médias et le pouvoir*, op. cit.

(25) Martin Sivak. *Clarín. La era Magnetto*, Buenos Aires, Planeta, 2015, p. 439.

(26) Philip Kitzberger et Ivan Schuliaquer, « The media politics of Latin America's post left-turn: legal (counter)-reforms in Argentina and Ecuador », *Mimeo*, 2019.

de 2009. Il a approuvé par la suite la fusion entre Telecom et Cablevision, entreprises à la fois de médias et de télécommunication, ce qui allait à l'encontre de la loi et avait été, précisément, au centre de la confrontation entre Clarín et le kirchnérisme. La fusion permettait au groupe *leader* de tous les médias (télévision, radio, journaux, sites Internet) et détenteur de la moitié de la télévision payante du pays d'acquérir la moitié de la téléphonie fixe, un tiers de la téléphonie mobile et d'augmenter sa part de marché dans le secteur des fournisseurs d'accès à Internet, où il occupait déjà une place dominante. Par conséquent, Clarín représente l'acteur communicationnel qui détient le plus de médias de la région : il est à la fois le *leader* des médias et des télécommunications. Ces bénéfices octroyés aux conglomérats médiatiques par le gouvernement ont coïncidé avec la baisse du financement des médias publics.

Après avoir établi une nouvelle alliance de centre droit, le président de l'Équateur Lenin Moreno a placé la régulation médiatique au cœur de son programme gouvernemental. La modification de la loi organique de communication, sanctionnée en 2013, a permis de marquer une différence avec le gouvernement précédent de Rafael Correa et de tisser des relations avec certains acteurs politiques : les entreprises médiatiques, mais aussi certaines organisations de la société civile et certains organismes internationaux qui se consacrent à la question des médias et de la liberté d'expression. Le Parlement équatorien a modifié la loi début 2019, après un débat ouvert. Cependant, les grands groupes privés médiatiques équatoriens, absents du secteur des télécommunications et dont la propriété était fragmentée en différentes entreprises de taille semblable, sont parvenus à exercer une influence pour obtenir que la nouvelle législation leur soit plus avantageuse qu'aux médias à but non lucratif et publics, contrairement à ce qui avait été convenu lors des consultations préalables. L'alliance du gouvernement avec les médias audiovisuels allait transparaître dans les changements survenus à la vice-présidence : après deux remplacements, c'est Otto Sonnenholzer qui a été nommé à ce poste. À 35 ans, cet homme d'affaires du secteur de l'audiovisuel a été *leader* de l'association des radiodiffuseurs et ne s'est jamais présenté à des élections. À l'instar de ce qui s'était produit en Argentine et de ce qui allait se produire au Brésil, les médias publics, qui s'étaient développés au cours des administrations précédentes, ont perdu une partie de leurs financements alors que certaines chaînes, qui avaient été reprises par l'État, ont été privatisées.

Le cas brésilien doit être analysé en deux étapes : la présidence de Michel Temer (2016-2018) d'une part et celle de Jair Bolsonaro (depuis 2019) de l'autre. Les gouvernements PT (2002-2016) n'avaient pas réalisé de réformes médiatiques en matière législative, mais avaient créé une chaîne de télévision publique nationale (TV Brasil), ainsi qu'une radio, et mis en place des agences nationales d'information. En même temps, ils avaient modifié les modes de distribution de la publicité de façon à soutenir les

acteurs alternatifs. Ces actions ont été interrompues par le gouvernement de Michel Temer qui, de plus, a fortement réduit le budget destiné aux médias publics. Cette mesure a été prise avec l'objectif d'obtenir une alliance avec les grands médias privés, dont, en particulier, le conglomerat médiatique brésilien Globo, *leader* en matière d'audience et disposant, entre autres, de plus de 200 licences de télévision, de plusieurs radios, de quotidiens et de services de télévision payante (27). Ce gouvernement sans popularité trouva un soutien chez les acteurs médiatiques, surtout du fait de leur opposition aux gouvernements précédents (28).

La situation devait changer avec l'arrivée au pouvoir de Jair Bolsonaro, en 2019. Ce *leader* d'extrême droite a choisi, durant sa campagne, de faire publiquement de Globo un opposant et un gardien du « politiquement correct ». En revanche, il a mis en place une alliance avec le second réseau le plus important du pays, TV Record, dont le propriétaire est Edir Macedo, le fondateur de l'Église universelle du règne de Dieu (évangéliste), qui a explicitement soutenu sa candidature. Cet appui a été mis en évidence le soir du débat présidentiel d'octobre 2018, lorsque tous les candidats ont participé au débat diffusé sur TV Globo tandis que Jair Bolsonaro a accordé, à la même heure, un entretien sur TV Record. Néanmoins, Jair Bolsonaro a pris soin de ne pas briser complètement son lien avec Globo et a assuré depuis le début qu'il n'y aurait aucun changement du cadre législatif (29).

Jair Bolsonaro a également fondé sa campagne électorale sur les médias numériques et les réseaux sociaux, d'une façon qui a bien des points en commun avec la stratégie médiatique de Donald Trump aux États-Unis. Comme l'ont montré Natalia Aruguete et Ernesto Calvo, les médias les plus engagés en faveur de Jair Bolsonaro ont été les médias numériques (30). Par exemple, *O Antagonista*, fondé par d'ex-journalistes de l'hebdomadaire *Veja* (de ligne éditoriale conservatrice), a apporté un appui explicite à sa candidature et a été en même temps le média le plus référencé sur les réseaux sociaux par les partisans de Bolsonaro. Plus encore, de faux médias ont été au cœur de la stratégie médiatique de Jair Bolsonaro. Créés spécialement pour l'occasion, avec des usagers inexistantes, ils ont diffusé

(27) Philip Kitzberger, « Media wars and the new left: governability and media democratization in Argentina and Brazil », *Journal of Latin American Studies*, vol. XLVIII, n° 3, 2016, p. 447-476.

(28) Cela doit être nuancé, dans la mesure où Rede Globo, après son soutien initial, a laissé filtrer des enregistrements où on entend Michel Temer donner son accord au paiement de pots-de-vin à son ex-allié Eduardo Cunha, qui purgeait une peine pour corruption et avait impulsé et présidé *l'impeachment* contre Dilma Rousseff.

(29) En octobre 2019, c'est précisément Rede Globo qui diffusera, sans preuves à l'appui suffisantes, des informations qui affirmaient que les assassins de la dirigeante politique de gauche Marielle Franco avaient rendu visite à la famille du président le jour de sa mort. Jair Bolsonaro a répondu sur ses réseaux sociaux, en comparant Globo à un caniveau et en menaçant de lui retirer sa licence audiovisuelle.

(30) Natalia Aruguete et Ernesto Calvo, *Odiar las redes. Información, polarización y conflicto en las redes sociales*, Buenos Aires, Siglo XXI, à paraître. Jair Bolsonaro a tiré parti du fait que l'ex-président Lula da Silva (2002-2010) n'a pas pu se présenter aux élections – alors qu'il était premier dans les sondages en intention de vote – parce qu'il avait été emprisonné cinq mois avant les élections à la suite du jugement rendu par le juge Sergio Moro, futur ministre de la Justice de Jair Bolsonaro.

avec succès des *fake news* portant sur son principal rival et adversaire, le PT et son *leader* Lula da Silva (31). À la différence des gouvernements de droite en Argentine et en Équateur, Jair Bolsonaro représente une option clairement autoritaire, puisqu'il a toujours exprimé publiquement son adhésion à la dernière dictature brésilienne et qu'il qualifie d'illégitimes tous les gouvernements démocratiques jusqu'à son arrivée au pouvoir (32).

Les stratégies des gouvernements du « tournant à droite » ont consisté à se différencier de leurs prédécesseurs. Les grands groupes médiatiques restent perçus comme des facteurs-clefs de la gouvernance par les nouveaux gouvernements ; cela explique que ces conglomerats prennent une participation active dans la définition des politiques de communication visant à renverser celles qui les affectaient et à obtenir ainsi de nouvelles ressources. Par ailleurs, les gouvernements attendaient de la part de ces conglomerats un traitement favorable ainsi qu'une dénonciation des oppositions de gauche. Cela vaut pour les gouvernements de Mauricio Macri, de Michel Temer et de Lenin Moreno. Le cas de Jair Bolsonaro est différent. Bien qu'il s'appuie également sur un récit anti-gauche, ce président fait reposer son action sur des médias numériques et sur les réseaux sociaux ainsi que sur certains médias traditionnels. Jair Bolsonaro crée un nouveau type de liens entre gouvernements et médias en Amérique latine, mais il est encore trop tôt pour en tirer de plus amples conclusions.

Les pays dont les gouvernements se sont maintenus à gauche : la Bolivie et l'Uruguay

Fin 2014, le Frente Amplio en Uruguay, avec Tabaré Vázquez, et le Mouvement pour le socialisme en Bolivie, avec Evo Morales, ont été réélus et ont obtenu la majorité parlementaire pour un mandat de cinq ans. Loin des premiers moments de confrontation publique avec les médias privés les plus importants, lorsque ces derniers ont été accusés d'être les principaux acteurs de l'opposition, la période allant de 2015 à 2019 a été plus stable et plus favorable à la négociation.

En ce qui concerne le paysage médiatique, les deux pays ont divisé le spectre audiovisuel en trois tiers, de façon inédite, entre médias privés, médias publics et médias à but non lucratif : la Bolivie grâce à la loi générale sur les télécommunications de 2011 et l'Uruguay grâce à la loi sur les services de communication audiovisuelle de 2014.

En Bolivie, la question n'a pas occupé une place centrale dans le débat public. Les principaux propriétaires de médias audiovisuels se sont opposés à la loi. Cette dernière établissait pour la première fois que les licences devaient être régulièrement renouvelées. Cependant, elle ne les

(31) Natalia Aruguete et Ernesto Calvo, *Odiar las redes...*, *op. cit.*

(32) Steven Levitsky, « How do democracies die? », conférence prononcée à la Fondation Fernando Henrique Cardoso, 8 août 2018 (en ligne : <https://fundacaoofhc.org.br/en/initiativesdebates-en/how-do-democracies-die-by-steven-levitsky>, consulté le 24 novembre 2019).

obligeait pas à réduire leurs investissements, la stratégie du gouvernement consistant à ne pas entrer en conflit avec les groupes médiatiques avec lesquels il considérait qu'il pouvait négocier favorablement sa présence dans les médias.

Dans le même temps, les journalistes se sont éloignés de la confrontation entre le gouvernement et les groupes médiatiques privés. En tant que collectif, ils ont soutenu un dialogue propre et distinct avec le gouvernement, pour protéger une norme qu'ils considéraient comme intouchable : la loi de l'imprimerie, qui leur permettait de s'autoréguler. Cette loi, qui date de 1925, dispose que les délits d'imprimerie sont inexistantes et que les questions liées aux régulations professionnelles doivent être soumises à un tribunal spécial propre aux journalistes.

En Uruguay, la loi des services de communication audiovisuelle a été sanctionnée, malgré une forte opposition des médias privés audiovisuels et de l'opposition politique, et n'a pas occupé une place centrale dans le débat public. Cette loi correspondait aux standards internationaux et faisait partie du programme historique du Frente Amplio, mais le président José Mujica (2010-2015) s'est montré ambivalent au moment d'impulser le projet de loi : ce sont les parlementaires du parti au pouvoir qui s'en sont chargés, grâce à leur majorité législative. Tabaré Vázquez (2005-2010 et 2015-2020), à la fois son prédécesseur et successeur, n'a pas modifié la loi et n'a pas créé l'autorité de régulation qui devait appliquer la norme. Il s'agit donc d'une loi inachevée : elle n'a pas été appliquée et n'a pas eu d'incidence majeure sur les grands acteurs.

Ainsi, bien qu'en Bolivie et en Uruguay, de nouvelles politiques législatives aient provoqué une rupture avec un modèle historique fait d'arrangements entre les élites gouvernementales et médiatiques, elles n'ont pas fondamentalement changé la configuration du système médiatique. Les gouvernements et les grands groupes médiatiques ont considéré qu'il ne convenait pas de modifier radicalement les règles du jeu : les gouvernements parce qu'ils se considéraient comme bien traités dans les médias ; les grands groupes médiatiques parce que, n'ayant pas pu atteindre les objectifs qu'ils s'étaient fixés – l'entrée dans les télécommunications, dans le cas de l'Uruguay et un changement de gouvernement, dans celui de la Bolivie –, ont préféré soutenir une stratégie défensive de préservation du *statu quo*.

Le type de journalisme politique pratiqué a également été un facteur important. Dans les deux pays, il existe une distinction relativement marquée entre l'opinion et l'information, ainsi qu'entre les propriétaires et les journalistes. La ligne éditoriale des médias distingue nettement les articles d'opinion des articles d'information : on observe un large consensus partagé par les différents médias au sujet des questions centrales de l'actualité. En ce sens, les médias ont été les témoins des disputes politiques plus que les acteurs principaux, comme cela a été le cas en Argentine et au Brésil. L'absence d'un journalisme de dénonciation

et la présence d'un « journalisme de déclaration » a également contribué à cette situation. Ce journalisme, qu'on retrouve aussi en Équateur, se caractérise par le fait qu'il considère que sa fonction principale n'est pas de « contrôler » les politiques, mais de leur demander leurs opinions sur les différentes questions du moment. Ce respect pour les figures politiques institutionnelles et ce journalisme qui croit qu'il doit suivre la réalité politique, et non pas la produire, a également pour résultat que les gouvernants sont les sources principales d'information. Dans le cas uruguayen, le phénomène est plus marqué, dans la mesure où les partis politiques occupent une place centrale en tant qu'espace de médiation de la politique depuis 1830, au point d'accepter l'idée selon laquelle les partis précèdent l'État.

La Bolivie est un pays où la propriété des médias est fragmentée et régionalisée. Historiquement, le poids fondamental de l'État en tant qu'annonceur et le fait que la majeure partie des propriétaires de médias se consacrent à d'autres activités économiques plus rentables (secteur bancaire, fonds de pension, transports aériens, mines, agro-industrie) les conduit à entretenir de bons rapports avec l'État. Dans le cas bolivien, en droite ligne avec l'histoire instable de ce pays, on a observé des changements dans la propriété de certains médias, dont certains sont passés aux mains d'hommes d'affaires qui avaient de bonnes relations avec le gouvernement : c'est le cas du quotidien *La Razón*, de la ville de La Paz, qui appartenait au groupe espagnol Prisa et a été vendu à Carlos Gill, homme d'affaires nord-américain et vénézuélien, qui a débarqué dans le pays avec des investissements dans d'autres secteurs plus rentables, notamment celui des chemins de fer. Bien que le gouvernement ait souffert de l'opposition de certains médias pendant la période 2006-2009, après trois larges triomphes électoraux (33), il a reçu un bon traitement de la plupart d'entre eux entre 2009 et 2019. En ce qui concerne les télécommunications, le gouvernement d'Evo Morales a modifié le panorama : en 2008, il a nationalisé Entel, qui avait été privatisée en 1995. Il s'agissait de l'entreprise *leader* en matière de téléphonie mobile, fixe et d'accès à Internet, qui contrôlait 46% des télécommunications et commençait à offrir, depuis 2015, des services de télévision payante.

Dans le cas uruguayen, la principale politique de communication s'est concentrée sur l'entreprise de télécommunications publique Antel, qui a élargi sa couverture et ses recettes pendant cette période. Cette compagnie a gardé le monopole de la téléphonie fixe et de l'Internet fixe tout en devenant le *leader* de la téléphonie mobile. L'entreprise a toujours été publique, conséquence d'un référendum pour contourner les articles

(33) Cette période a été caractérisée par une forte confrontation entre l'Est et l'Ouest boliviens, ce conflit historique et de longue date mêlant des questions économiques, sociales et ethniques. Les médias de l'Est ont fortement soutenu l'agenda de l'opposition mais, entre 2008 et 2009, Evo Morales a remporté trois élections avec chaque fois plus de 60% des votes : d'abord un référendum révocatoire de son mandat, puis l'approbation de la nouvelle constitution de l'État et enfin sa réélection présidentielle.

d'une loi des années quatre-vingt-dix qui permettait la privatisation des entreprises publiques. En Uruguay, il n'existait pas un seul grand groupe national de médias mais une alliance entre trois groupes qui, unis, se comportaient comme l'acteur prédominant du secteur. Les « trois grands », formés par les groupes Cardoso-Pombo Scheck, Fontana-De Feo et Romay-Salvo/Romay-Echer, ont une position dominante et de *leader* dans la radio et la télévision depuis les débuts de la radiodiffusion en Uruguay, mais aussi dans le secteur de la télévision payante. Cette alliance fonctionne selon une logique de cartel (34). Elle a aussi essayé d'entrer sur le marché des télécommunications, mais le gouvernement l'en a empêchée en ne soutenant pas les réformes que ces groupes réclamaient et dont ils avaient besoin pour avancer. Face à l'impossibilité d'entrer sur le marché des télécommunications, ils ont commencé à adopter chacun une stratégie différente qui les a mis en concurrence. De fait, l'un des groupes a décidé de s'allier à Antel pour offrir ensemble des services de *triple play*.

L'expérience comparée montre que les gouvernements de gauche de Bolivie et d'Uruguay ont trouvé une façon acceptable de participer au système médiatique national, qu'ils considèrent cependant comme leur étant défavorable. Comme nous l'avons noté, ils ont disposé de la centralité de l'État dans ces pays, de l'absence de groupes médiatiques aussi concentrés qu'en Argentine et au Brésil, ainsi que des caractéristiques du journalisme politique en vigueur dans ces pays. Leurs actions n'ont donc pas entraîné une reconfiguration du système médiatique mais plutôt un certain équilibre qui s'est maintenu durant tous leurs mandats. À présent, cet équilibre est remis en cause : fin 2019, la vague de gouvernements de gauche, qui avait commencé au début du siècle, s'est achevée. En Bolivie et en Uruguay, les deux expériences qui avaient perduré au-delà du tournant à droite amorcé en 2015, ont pris fin. Cependant, l'horizon se présente de façon différente dans chacun de ces deux pays : en Uruguay, le changement s'est produit après la défaite du Frente Amplio aux élections, face à une coalition de droite dirigée par le Parti national, tandis qu'en Bolivie il a été provoqué par le coup d'État du 10 novembre 2019.

* *

*

Quels ont été les acquis des gouvernements de gauche quant aux rapports entre médias et politique ? Quelles ont été les modifications à partir du tournant à droite ?

Comme nous l'avons montré, les gouvernements de gauche sud-américains ont en partie équilibré les systèmes médiatiques et ont davantage fait preuve de pluralisme, accordant un plus grand espace aux voix provenant du discours de gauche, lequel, jusqu'alors, avait été fortement sous-représenté

(34) Edison Lanza et Gustavo Buquet, *La televisión privada comercial en Uruguay. Caracterización de la concentración de la propiedad, las audiencias y la facturación*, Montevideo, Friedrich-Ebert Stiftung, 2011, 35 p.

dans les médias. Ce processus a eu lieu au niveau des systèmes médiatiques nationaux mais ne s'est pas toujours reflété au niveau du pluralisme interne, c'est-à-dire de l'apparition de positions idéologiques diverses au sein d'un même média. De plus, les gouvernements de gauche ont mobilisé de nouvelles politiques de régulation qui ont cassé la dynamique antérieure de politiques publiques décidées en accord avec les grands acteurs privés et loin du débat public. Ils ont aussi accordé un espace d'expression plus ample aux nouveaux médias publics et sans but lucratif.

Le tournant à droite opéré depuis 2015 a marqué une certaine restauration de la situation antérieure. D'une part, plusieurs médias créés à l'époque précédente, publics et privés, ayant une vision plus proche de celle du gouvernement, ont perdu leur poids médiatique ou ont changé radicalement de ligne éditoriale, ce qui a rendu plus difficile pour les secteurs de gauche – surtout ceux qui se sont identifiés avec les gouvernements antérieurs – la possibilité de bénéficier d'un espace dans les médias. D'autre part, les grands groupes ont repris leur participation directe dans les politiques de régulation de la communication en cherchant leur bénéfice propre. Plusieurs facteurs ont convergé : la longue histoire qui alimente les liens entre gouvernements et médias privés ; la stratégie offensive des grands groupes médiatiques en tant qu'acteurs politiques et commerciaux ; la quête du pouvoir des forces de droite en s'alliant avec ces entreprises, dont elles espéraient en contrepartie un bon traitement sur le devant de la scène médiatique. En Amérique du Sud, région ayant une très faible tradition de médias publics, il s'agit d'une démonstration des limites des politiques de communication très organisées autour de l'État, politiques qui changent lorsque changent les gouvernements. Cependant, la restauration n'a pas été vraiment complète puisque les secteurs sans but lucratif, bien que recevant moins de soutien de l'État, ont maintenu des positions dont ils ne bénéficiaient pas auparavant.

En ce qui concerne l'avenir des relations entre les gouvernements et les médias, la nouveauté la plus disruptive est représentée par Jair Bolsonaro. L'une des différences fondamentales avec les gouvernements du tournant à gauche est que la critique de l'*establishment* provient de l'extrême droite et d'un *insider* qui se présente comme un *outsider* (35). Son récit s'articule à travers les réseaux sociaux et les médias numériques faits sur mesure, dont certains produisent et diffusent des *fake news*. Il s'agit d'une tentative de reconfiguration de l'écosystème médiatique brésilien, qui entretient cependant des liens très étroits avec une partie importante des médias traditionnels.

Autre changement : fin 2019, en Argentine, le premier pays à avoir tourné à droite, un gouvernement de gauche a été élu. Le président est Alberto Fernández, ancien chef de cabinet des gouvernements kirchnéristes (2003-2008) qui avait démissionné lors du début du conflit avec le groupe

(35) Natalia Aruguete et Ernesto Calvo, *Odiar las redes...*, *op. cit.*

Clarín, avec lequel il entretenait une bonne relation. Onze ans plus tard, lorsque Alberto Fernández est nommé candidat par Cristina Fernández en mai 2019, celui-ci a assuré qu'il ne procéderait à aucun changement dans la régulation du secteur médiatique et a rapidement déclaré que « la guerre contre Clarín est terminée ». Une fois de plus, un président de gauche cherche à s'attirer les bonnes grâces des médias pour éviter d'en faire des adversaires frontaux.

Le paradoxe réside dans le fait que les médias traditionnels, qui continuent de perdre des parts de marché et de l'audience, restent considérés par les gouvernements comme des acteurs-clefs. Les réseaux sociaux et les médias numériques, en Amérique du Sud, apparaissent toutefois comme des instruments médiatiques d'avenir pour la communication, mais le moment qui consiste à se passer des médias traditionnels et de leur pouvoir est encore très loin d'être arrivé.