



Revue de Civilisation Contemporaine
de l'Université de Bretagne Occidentale
EUROPES / AMÉRIQUES
<http://www.univ-brest.fr/amnis/>

Alberto Fujimori : le populisme de l'efficacité

Diana Burgos-Vigna
Université de Cergy-Pontoise
France

Alberto Fujimori est un quasi-inconnu du monde politique lorsqu'il accède à la présidence du Pérou en 1990. Cet ingénieur agronome d'origine japonaise qui se dit « indépendant », dépourvu de tout appareil partisan, crée la surprise en battant le grand favori, l'écrivain Mario Vargas Llosa, soutenu, lui, par les grands partis politiques de droite. Malgré une campagne électorale durant laquelle cet *outsider* n'aura bénéficié, contrairement à son adversaire principal, que d'une faible couverture médiatique, la victoire est sans appel : Alberto Fujimori gagne les élections au deuxième tour avec 62% des voix contre 38% seulement pour Mario Vargas Llosa¹. Cet événement politique majeur, qui confirme le discrédit des partis politiques traditionnels, marque le début d'un profond bouleversement de la vie politique et institutionnelle du Pérou. Le nouveau chef d'Etat va, tout au long des années 1990, asseoir un pouvoir de plus en plus autoritaire par l'intermédiaire d'une stratégie politique reposant principalement sur la quête, réelle ou prétendue telle, de l'efficacité. L'acceptation, par la majorité de la population péruvienne, du coup d'Etat de 1992 qui accroît le pouvoir du président, et qui est confirmée par le référendum de 1993, ainsi que la réélection de Fujimori en 1995, témoignent d'une popularité croissante. Cette popularité est d'autant plus étonnante qu'elle s'inscrit dans un contexte économique difficile : à peine arrivé au pouvoir, Alberto Fujimori déclenche le « fujichoc », une série de mesures qui réduisent d'environ 50% le pouvoir d'achat des Péruviens².

Les raisons qui poussent les citoyens péruviens à accepter la dérive autoritaire des années 1990 sont à rechercher dans le style de gouvernement institué par le chef de l'Etat. Le fujimorisme combine en effet les vieilles recettes du populisme (recherche de la proximité avec le « peuple », relations directes et personnalisées avec les citoyens, rejet du système politique traditionnel et des médiations institutionnelles) et de nouvelles stratégies de pouvoir basées sur une utilisation spécifique des moyens de communication, l'instrumentalisation de certaines catégories de la population et la volonté de déstructurer le tissu social.

¹ Source : ONPE (Oficina Nacional de Procesos Electorales).

² Herrera, Javier, « Ajustement et stabilité économique à Lima », *Problèmes d'Amérique latine*, n° 38, juillet-septembre 2000, p. 80.

Un homme proche du peuple ou les vieilles recettes du populisme

Comment un homme inconnu du grand public, extérieur au monde politique, a-t-il pu remporter aussi facilement l'élection présidentielle de 1990 face à un intellectuel connu de tous, soutenu par une alliance solide de partis politiques et d'entrepreneurs, et porté par une campagne publicitaire sans précédents ? Les raisons sont diverses et relèvent tant des valeurs qui vont être spontanément associées à la figure d'Alberto Fujimori que de la situation du système politique national péruvien à la fin des années 1980.

« El Chino » contre l'aristocrate

L'identification des Péruviens à ce candidat, ainsi que les valeurs spécifiques qui sont associées à ce personnage, peuvent expliquer en partie le résultat surprenant du vote. La figure de l'écrivain Mario Vargas Llosa, haut personnage de la vie intellectuelle péruvienne, voire internationale, est en effet très rapidement associée dans l'opinion publique aux catégories riches, aux Blancs, aux *pitucos* (Blancs aisés). Celle d'Alberto Fujimori est au contraire assimilée aux pauvres, aux *cholos*, c'est-à-dire aux catégories les plus défavorisées de la population³. Cet ingénieur agronome insiste d'ailleurs tout au long de sa campagne sur ses origines modestes. Une autre raison de la victoire du candidat indépendant pourrait résider dans le prestige du Japon et dans l'image de sérieux, d'honnêteté et de modernité véhiculée par ce pays. Mais le principal facteur semble être la distance que prend Alberto Fujimori vis-à-vis des partis politiques, de leurs idéologies et de leurs programmes. Cependant, à peine élu, Fujimori appliquera à la lettre le programme économique défendu par son rival durant la campagne, et qui avait effrayé la population par son contenu ultra-libéral, en suivant les recettes préconisées par le Fonds Monétaire International. Le pragmatisme politique du nouveau Président ainsi que le détachement affiché et vérifié à l'égard de toute idéologie politique le situent parfaitement dans les critères de définition du populisme établis par Guy Hermet :

*le populisme ne s'inscrit pas dans une tradition d'engagement idéologique ou militant dans la mesure où il ne se développe que de façon épisodique ou cyclique.*⁴

Le candidat extérieur au monde politique traditionnel : l'outsider

Les structures de représentation traditionnelles sont en crise, avant même la tenue des élections présidentielles, comme le montrent deux évolutions majeures : l'effondrement des partis politiques et le déclin des syndicats.

Le discrédit des partis se manifeste de façon claire dès la fin des années 1980 lorsqu'un « indépendant », Ricardo Belmont, propriétaire d'une radio et d'une chaîne de télévision, gagne les élections municipales à Lima. Au niveau national, les élections municipales de 1993 viendront confirmer plus tard le succès des candidats indépendants, notamment dans les communes urbaines les plus pauvres. Ces élections révèlent l'échec des partis qui avaient joué un rôle de premier plan dans le processus de transition démocratique : l'APRA (Alliance

³ Rospigliosi, Fernando, « Pérou : discrédit des partis et autoritarisme dans les années 1990 », *Problèmes d'Amérique latine*, n° 15, octobre-décembre 1994, pp. 43-60.

⁴ Hermet, Guy, *Les populismes dans le monde*, Paris, Fayard, 2002, p. 52.

Populaire Révolutionnaire Américaine) et *Izquierda Unida* (Gauche Unie)⁵. Il semble que le bilan très négatif de la présidence d'Alan García, chef de file de l'APRA qui gouverne le pays entre 1985 et 1990, ainsi que l'incapacité à résoudre le problème de la violence (le Sentier Lumineux), aient pesé lourdement dans le vote des catégories populaires. La déception des Péruviens est alors à la mesure des espoirs suscités par l'arrivée au pouvoir d'Alan Garcia en 1985 : Yves Saint-Geours souligne l'ampleur du consensus dont bénéficiait ce chef d'Etat dès le début de son mandat, parfaitement résumé selon lui par le cri d'un Liménien, *Alan, haz lo que quieras ! (Alan, fais ce que tu veux !)*⁶

Le déclin des syndicats représente le deuxième signe de la fermeture du système politique péruvien. Alors que les années 1970 et 1980 avaient été riches en mouvements sociaux, le nombre de grèves organisées par les syndicats décroît sensiblement à la fin des années 1980. Or, cette situation est paradoxale dans la mesure où la situation salariale des Péruviens ne cesse alors de se détériorer⁷.

Discrédit des partis et déclin des syndicats dessinent alors un paysage politique propice à l'arrivée au pouvoir d'Alberto Fujimori. Pierre-André Taguieff décrit les conditions idéales pour l'apparition du populisme :

*la condition d'émergence d'une mobilisation populiste est une crise de légitimité politique affectant l'ensemble du système politique de représentation.*⁸

La situation que vit le Pérou à l'aube des années 1990 correspond parfaitement à cette crise et ne peut que favoriser un candidat qui se déclare ostensiblement extérieur aux formes de représentation traditionnelles. Hors parti, le candidat Fujimori peut se prévaloir d'être aussi « hors corruption », thème sensible après les accusations de détournement de fonds qui ont marqué la fin de la présidence précédente.

Alberto Fujimori refusera d'ailleurs toujours de créer un parti politique : les différentes appellations sous lesquelles se regroupent ses partisans tout au long des années 1990 (*Cambio 90, Vamos Vecino*) ne correspondent qu'à de très vagues mouvements d'adhésion à la personne du président Fujimori exempts de toute idéologie politique précise. Cette attitude de rejet du système politique partisan relève bien de l'un des aspects traditionnels du populiste que rappelle Guy Hermet :

*les populistes ne rejettent pas vraiment le principe de représentation cher à la démocratie. Ils le simplifient, lui donnent une tonalité émotionnelle, en refoulant les médiations compliquées.*⁹

Si Alberto Fujimori se garde bien de rejeter explicitement le principe de représentation démocratique qui lui a valu son élection, il neutralise cependant les institutions démocratiques du pays en procédant à un coup d'Etat le 5 avril 1992. Ce jour-là, aidé des hautes autorités militaires, Fujimori suspend la Constitution en dissolvant le Parlement et en plaçant sous contrôle les autorités judiciaires, les universités publiques, les gouvernements régionaux, ainsi que d'autres institutions. Il ne tarde pas à recouvrir ce coup d'Etat d'une légitimité

⁵ Pour une étude plus détaillée de la crise des partis politiques au Pérou, voir Tanaka, Martín, « Los partidos políticos y el fujimorismo (1992-1999), y las elecciones del 2000 », *Perfiles latinoamericanos*, n° 16, año 9, juin 2000, pp. 101-126.

⁶ Saint-Geours, Yves, « Pérou: au milieu des périls, le triomphe d'Alan García », *Problèmes d'Amérique latine*, n° 80, 2^{ème} trimestre 1986, p. 43.

⁷ Balbi, Carmen Rosa, « Sindicalismo y flexibilización del mercado del trabajo en el Perú », *Debates en Sociología*, n° 19, 1994, p. 91.

⁸ Cité par Guy, Hermet, *op. cit.*, p. 44.

⁹ *Ibid.*, p. 51.

démocratique en faisant approuver par référendum une nouvelle Constitution qui consacre les nouveaux pouvoirs du chef d'Etat, le 31 octobre 1993.

Le soutien à l'économie informelle

Le discours d'Alberto Fujimori s'adresse essentiellement aux catégories les plus défavorisées de la population. Mais contrairement à Perón qui s'appuyait, dans l'Argentine des années 1940 et 1950, sur la classe ouvrière, Fujimori, lui, cherche un autre type de soutien populaire. Les conditions de travail des ouvriers sont mises à mal à la suite du « fujichoc » de 1990 qui donne lieu à une précarisation du marché du travail, et donc à une importante vague de licenciements. Dans ces conditions, l'économie dite « informelle » ou « souterraine », qui existait déjà auparavant, se développe de façon exponentielle, avec, entre autres, la multiplication des vendeurs ambulants ou des emplois de chauffeurs de taxi illégaux. L'informalité devient la règle au lieu d'être l'exception : nombreux sont ceux qui, licenciés du jour au lendemain, sont obligés de chercher un emploi dans le secteur informel. Pour d'autres, encore salariés, une activité informelle peut représenter une source complémentaire de revenus non négligeable. Le visage de cet « autre Sentier », selon l'expression de Hernando de Soto¹⁰, que les Péruviens ont emprunté dans les années de crise, saute aux yeux de quiconque arpente les rues de la capitale : des milliers de personnes occupent l'espace, vendant une multitude de produits ou offrant un large éventail de menus services. Cette informalité se retrouve également dans les quartiers périphériques de la capitale où des familles entières occupent de façon illégale des terrains (*invasiones*¹¹) et construisent avec leurs propres moyens des habitations plus ou moins précaires, sans le moindre titre de propriété.

C'est à tous ces « informels » que s'adresse Fujimori, ce sont eux qu'il va voir lorsqu'il parcourt le pays, ce sont leurs rêves et leurs espérances qu'il exploite en leur faisant croire qu'ils peuvent créer leur propre entreprise, devenir leur propre patron, que la déréglementation du marché du travail ne peut que créer de l'emploi. C'est ici que se vérifie le mieux l'élément de différenciation majeur du populisme identifié par Guy Hermet : *l'exploitation systématique du rêve*¹². Le discours de Fujimori vend le rêve d'une vie meilleure, accessible dans un délai relativement court. En faisant croire aux Péruviens qu'ils peuvent tous devenir chauffeurs de taxi et retirer un revenu décent de cette activité, il inscrit sa politique dans :

*Un rapport au temps qui est en opposition absolue avec le temps normal de la politique, régi quant à lui par la longue durée (...) Le populisme se définit de la sorte au premier chef par la temporalité anti-politique de sa réponse prétendue instantanée à des problèmes ou à des aspirations.*¹³

L'un des objectifs d'Alberto Fujimori devient très rapidement de faire croire aux catégories populaires qu'il est le seul à pouvoir résoudre leurs problèmes de subsistance, notamment en matière d'alimentation, de logement et d'infrastructures de base. Pour ce faire, de nouvelles méthodes sont utilisées dans le cadre, par exemple, de ce qui est appelé « politique sociale » ou des moyens de communication, tous deux piliers de la politique fujimoriste de l'efficacité.

¹⁰ De Soto, Hernando, *L'Autre Sentier. La révolution informelle dans le Tiers-Monde*, Paris, La Découverte, 1994.

¹¹ C'est le nom donné aux occupations illégales de terrain qui, parfois, peuvent se faire en une nuit.

¹² Hermet, Guy, *op.cit.*, p. 50.

¹³ *Ibid.*, p. 50.

Les techniques de maintien au pouvoir ou les nouvelles recettes du populisme

1. *Politique sociale et instrumentalisation*

Fidèle à son image de non-professionnel de la politique, Alberto Fujimori refuse, comme nous l'avons vu plus haut, de structurer son mouvement en créant un nouveau parti. Il a cependant besoin d'un bras institutionnel lui permettant de mettre en œuvre une politique d'assistance sociale afin d'accéder aux catégories populaires et donc d'élargir sa base électorale. Le ministère de la Présidence devient très rapidement cet instrument magique : cette institution, qui avait été créée pour coordonner certains programmes nationaux avec les programmes régionaux, devient avec Fujimori une sorte de ministère hégémonique dont le budget ne cesse de croître tout au long des années 1990. Il dispose en effet de 9% du budget national en 1993, 10% en 1995 et 23% en 1996, devenant ainsi le deuxième ministère en termes de dotation budgétaire, après le ministère de l'Economie¹⁴. Or, ce ministère, chargé de l'exécution des programmes d'infrastructure ou d'assistance, acquiert très rapidement une grande visibilité sociale par la multiplicité des micro-projets mis en place, toujours annoncés par de grands panneaux de couleur orange, vite connus de tous.

Outre les projets mis en place par le ministère de la Présidence, la relation directe entre la population et le chef de l'Etat est souvent renforcée par la présence active de ce dernier, qui n'hésite pas à parcourir le pays, accompagné de caméras de télévision. Le ministère de la Présidence, chargé de la mise en œuvre des projets d'action sociale, devient ainsi un lien privilégié entre Alberto Fujimori et les habitants des quartiers populaires, ces derniers pouvant associer directement des réalisations concrètes à l'image de leur président.

Si l'utilisation d'actions sociales à des fins purement électorales n'est pas une invention du fujimorisme, les moyens utilisés par cette politique sont cependant « innovants » ou pour le moins originaux. Les deux exemples suivants en sont des illustrations.

La manipulation des femmes ou le chantage alimentaire

Alberto Fujimori met en place, dès son arrivée au pouvoir, des programmes d'aide alimentaire parmi lesquels le plus important est le PRONAA (*Programa Nacional de Asistencia Alimentaria*). Par ce biais, le chef de l'Etat va mettre en place une politique d'instrumentalisation des femmes, et plus généralement de déstructuration du tissu social, dans les quartiers populaires. Le PRONAA, programme de distribution alimentaire géré par le ministère de la Présidence, devient rapidement un instrument clientéliste de contrôle des réseaux d'action collective par le chef de l'Etat. Depuis les années 1970, ce sont les cantines populaires qui gèrent les problèmes de carence alimentaire dans les régions les plus pauvres du pays. Financées par l'Eglise ou directement bénéficiaires des dons des présidents successifs, ces structures ont toujours été une cible prioritaire de politiques clientélistes. Le fujimorisme ajoute cependant au clientélisme traditionnel une stratégie de déstructuration et de contrôle du tissu social. Cette stratégie s'organise selon quatre niveaux d'intervention : en premier lieu, la visibilité et la personnalisation du programme. Il suffit de circuler dans les quartiers populaires, notamment dans les districts périphériques de la capitale, pour découvrir l'existence du PRONAA grâce aux panneaux orange du ministère de la Présidence affichés sur les murs des cantines populaires. En second lieu, dans la capitale, les vivres sont directement acheminés aux centres d'approvisionnement des districts depuis des locaux du Ministère de la Présidence. Le président court-circuite ainsi la direction de la Fédération des cantines populaires de Lima en établissant un lien direct entre son gouvernement et

¹⁴ Béjar, Héctor, « La política social en el Perú : situación y prouestas », *Socialismo y Participación*, n° 76, décembre 1996, p. 17.

l'approvisionnement en nourriture. En troisième lieu, Fujimori neutralise les concurrents et s'impose comme seul donateur. En effet, l'assistance alimentaire était traditionnellement assurée au Pérou par différents canaux, dont les principaux étaient les ONG, l'Eglise et les programmes gouvernementaux. Dès le début des années 1990, la politique fujimoriste écarte le principal bienfaiteur qu'est l'Eglise en publiant de faux chiffres sur la pauvreté (avec une sous-estimation largement à la baisse). La mise à l'écart de l'Eglise est assez brutale : si elle distribue cent mille tonnes d'aliments en 1990, le chiffre descend à douze mille en 1998¹⁵. En réduisant le rôle de l'Eglise dans le domaine social, Fujimori parvient à s'octroyer le quasi-monopole de l'assistance alimentaire par l'intermédiaire d'un programme directement lié à sa personne. Enfin, la pression exercée sur les femmes des cantines populaires constitue le dernier ressort de cette instrumentalisation. En effet, les milliers de femmes qui travaillent dans les cantines populaires constituent une clientèle électorale facilement manipulable par le chef de l'Etat. Elles sont en contact direct et permanent avec les fonctionnaires du PRONAA, ces derniers leur remettant personnellement les vivres dans les centres d'approvisionnement. En échange des vivres, le gouvernement demande la collaboration des femmes pour participer à des activités officielles -comme l'anniversaire du Président. Cette pression est exercée dans de nombreux districts populaires de Lima, comme le relève, par exemple, le quotidien *La República* :

*La présidente de la Fédération des cantines populaires de Lima a dénoncé hier la remise, à des mères de famille de Ventanilla et de Lurín, d'affiches de Perú 2000 et l'exigence de leur participation à des manifestations comme militantes de l'alliance gouvernementale.*¹⁶

Cette stratégie aura également pour conséquence, dans les districts populaires de la capitale, l'apparition de conflits entre les groupes de femmes des cantines populaires, directement dépendantes du programme gouvernemental, et les femmes impliquées dans un autre grand programme d'assistance alimentaire, le Verre de Lait, dépendant, lui, de la mairie de Lima. La politique fujimoriste de distribution alimentaire contribue ainsi non seulement à accroître l'appui populaire au chef de l'Etat, mais également à déstructurer les réseaux d'action collective des femmes. La devise « diviser pour mieux régner » reflète bien ici l'objectif visé par les techniques clientélistes de pouvoir de Fujimori.

Crise du logement et clientélisme

Le clientélisme est également l'une des meilleures armes du gouvernement fujimoriste en matière de logement. Ici encore, Fujimori s'inscrit dans une pratique clientéliste traditionnelle consistant à utiliser les besoins en logements pour asseoir une légitimité présidentielle. Cependant, si la pratique est loin donc d'être novatrice, les techniques et l'ampleur de cette stratégie sont inédites. Il faut rappeler ici que la capitale du Pérou connaît la même problématique urbaine que la plupart des capitales latino-américaines : sous l'effet de vagues d'occupation de terrains successives, les quartiers périphériques de la capitale ne cessent de croître de façon chaotique et illégale. La pauvreté et le manque d'emplois poussent en effet vers la capitale des milliers de personnes qui, une fois sur place, occupent les terrains nus et s'y installent. La politique de laisser-faire de l'Etat a provoqué tout au long du XX^{ème} siècle la multiplication de ces quartiers populaires (appelés *pueblos jóvenes* depuis la fin des années 1960). La plupart des chefs d'Etat qui se sont succédé au Pérou depuis les années 1940 ont, de plus, utilisé les espoirs de ces populations en distribuant notamment des titres de propriété dans un objectif de légitimation de leur présidence. Alberto Fujimori, lui, va plus loin en

¹⁵ Mendoza, Raúl, « Ayuda que no llega », *Domingo*, 10 octobre 1999, p. 11.

¹⁶ *La República*, 11 mars 2000.

lançant une manœuvre clientéliste à grande échelle, à quelques mois des élections présidentielles de 2000. La stratégie est simple et, ici encore, efficace : dans la nuit du 27 au 28 janvier 2000, plus de dix mille personnes « envahissent » la zone agricole d'un district populaire de Lima, Villa El Salvador. Cette occupation entraîne des heurts avec les propriétaires : le bilan est de 5 morts. Alberto Fujimori intervient personnellement et lance deux semaines plus tard un programme de grande envergure, le PROFAM (programme de lotissements familiaux), qui vise à distribuer des terrains à court terme, aussi bien à Lima que dans le reste du pays. Les démarches à accomplir sont simples : le demandeur doit présenter sa carte d'électeur et remplir une fiche sommaire. Le programme promet un terrain à chaque demandeur dès que le recensement sera effectué, c'est-à-dire après les élections présidentielles. Huit cent mille personnes sont inscrites dès le mois de mars. Si la manœuvre a un objectif électoral plus qu'évident, elle permet en outre au chef de l'Etat d'empiéter sur l'autorité municipale en matière de logement. Cette stratégie s'insère ainsi dans la politique de restriction des compétences municipales que mène le gouvernement fujimoriste depuis le début des années 1990¹⁷.

2. Utilisation des médias et d'autres nouvelles technologies de la communication

Le bilan du gouvernement d'Alberto Fujimori, qui est largement vanté lors des élections présidentielles de 1995 et de 2000, repose sur trois succès majeurs : la bataille gagnée contre le terrorisme du Sentier Lumineux, la lutte contre l'hyper-inflation et les accords frontaliers signés avec l'Equateur après des années de conflit. Dans cette propagande de l'action politique fujimoriste, les médias vont jouer un rôle de premier plan. En effet, le coup d'Etat du 5 avril 1992, dont les objectifs officiels sont la restauration de l'ordre et la lutte contre la corruption et le terrorisme, marque le début d'une nouvelle ère pour la télévision, ainsi que pour la presse écrite, qui seront désormais placées sous l'étroite surveillance des autorités étatiques. Jusqu'en octobre 2000, les moyens de communication sont soumis au pouvoir du chef de l'Etat et à l'obligation de servir ses intérêts. Dans son étude sur la télévision au Pérou, Javier Protzel montre comment, pendant huit ans, les principaux journaux télévisés et les émissions politiques obéissent à des directives extérieures¹⁸. La désinformation devient la règle dans un contexte où le discrédit des partis politiques renforce encore davantage l'influence de la télévision.

Alberto Fujimori prend rapidement conscience de la force des images télévisées, comme le prouve la mise en scène orchestrée lors de l'arrestation, en 1992, du chef du Sentier Lumineux, Abimael Guzman : le *guerrillero* est exhibé dans une énorme cage, vêtu de la tenue traditionnelle des prisonniers (combinaison blanche à rayures noires horizontales) et exposé aux centaines de caméras et de photographes venus du monde entier pour immortaliser l'événement. Lors d'un entretien télévisé réalisé à cette occasion, le président se vante d'avoir choisi lui-même la cage, d'en avoir étudié scrupuleusement les dimensions, et se réjouit très visiblement de l'effet télégénique qui en résulte. La société du spectacle semble ici à son apogée : la télévision devient l'immense scène sur laquelle se déroule une pièce d'action politique dans laquelle le chef de l'Etat est à la fois metteur en scène et acteur principal. Il s'agit non seulement de ridiculiser le chef d'une organisation terroriste (le Sentier Lumineux ne s'en relèvera pas), mais aussi de glorifier avant tout celui qui tire les ficelles en pleine lumière, afin de prouver à tous l'efficacité de son action. Le même effet est recherché en 1997

¹⁷ Azcueta, Michel, *20 años de democracia municipal en el Perú*, Lima, Escuela Mayor de Gestión Municipal, 2000.

¹⁸ Protzel, Javier, « Télévision et leaderships politiques latino-américains. Le cas du Pérou », *Problèmes d'Amérique latine*, n° 43, octobre-décembre 2001.

lors de la prise d'otages dans l'ambassade du Japon à Lima par l'organisation terroriste Tupac Amaru : le 22 avril, Alberto Fujimori entre dans l'ambassade et, escorté par les soldats et surtout par les caméras de télévision, enjambe d'un air victorieux les cadavres des preneurs d'otages qui jonchent le sol.

La médiatisation de l'action politique est une donnée constante des années Fujimori : les caméras de télévision sont les compagnes fidèles du chef de l'Etat, notamment lors de ses parcours à l'intérieur du pays. Les différentes chaînes montrent le président inaugurant de nouvelles infrastructures dans les quartiers populaires, distribuant des vivres, caressant des enfants, et même chantant des airs de *technocumbia*¹⁹ avec des vedettes du show-business péruvien. De son côté, la presse *chicha* (presse bon marché vendue dans les rues) ne cesse de dresser des louanges au chef de l'Etat et ridiculise l'opposition qui se met en place dans la deuxième moitié des années 1990. En 1999, la mainmise étatique sur les médias est quasi totale puisque l'Etat devient même le premier annonceur à la télévision, mesure qui s'explique par les échéances électorales de plus en plus proches (les élections présidentielles de 2000)²⁰.

Mais ce contrôle de l'information va plus loin que les simples contraintes propagandistes imposées aux chaînes. C'est tout un dispositif d'espionnage à grande échelle qui se met en place durant les années 1990, et plus encore à partir de 1995. Son principal acteur en est le SIN (*Servicio de Inteligencia Nacional*), institution placée sous les ordres de l'éminence grise de Fujimori, Vladimiro Montesinos. Prenant comme prétexte la lutte contre le terrorisme, le SIN tisse très rapidement un réseau tentaculaire d'informateurs destiné à recueillir un maximum de données sur les opposants et à mener à bien la propagande fujimoriste. Les techniques utilisées vont de la propagation de fausses informations à travers les médias aux différents systèmes d'écoute traditionnels, en passant par le chantage exercé sur de nombreuses personnalités publiques. Ces pratiques ne seront découvertes que lors des élections présidentielles de 2000, année durant laquelle le pouvoir des médias va se retourner contre le chef de l'Etat d'une façon totalement inattendue, et là encore très spectaculaire : le 14 septembre, une chaîne câblée diffuse une séquence enregistrée à l'aide d'une caméra cachée montrant le chef du SIN, Vladimiro Montesinos, en train de remettre 15 000 dollars à un parlementaire de l'opposition afin qu'il change de camp. Cette vidéo démontre le chantage quasi systématique exercé sur les membres du Parlement pour les rallier au parti gouvernemental. Si Alberto Fujimori n'avait en effet obtenu que 52 sièges aux élections d'avril, il en comptait déjà plus de 70 en octobre²¹. Cette vidéo, première d'une longue série divulguée ultérieurement sous le nom de *vladivideos*, ainsi que plusieurs enquêtes sur le financement des chaînes de télévision et de la presse *chicha*, montreront par la suite au peuple péruvien l'ampleur de la manipulation et de la corruption politiques.

Conclusion : une demande de certitude et d'efficacité

Comment rendre compte de la popularité d'un populiste tel que Fujimori ? Si la démagogie et le clientélisme qui caractérisent le fujimorisme peuvent en partie expliquer l'attachement des Péruviens à leur Président, ils ne suffisent pas pour comprendre l'adhésion populaire à un régime qui, dès le coup d'Etat de 1992, emprunte la voie de l'autoritarisme. L'engouement populaire est constant depuis les élections présidentielles de 1990 jusqu'à celles de 1995 (64% des voix pour Fujimori contre 22% pour Pérez de Cuellar), en passant par le référendum de 1993 qui approuve le bouleversement constitutionnel avec 52,3% de oui, et par les différentes élections municipales des années 1990 marquées par une nette victoire des candidats

¹⁹ Musique « techno » péruvienne.

²⁰ Protzel, Javier, *op. cit.*, p. 38.

²¹ Zavaleta, Jorge, « Fujimori, dictadura en retirada », *Cambio* 16, 2 octobre 2000, n° 1504, p. 62.

fujimoristes²². Il est, de plus, aisé de remarquer que les résultats en faveur de Fujimori sont bien plus importants dans les quartiers populaires. Ainsi, si le oui au referendum n'obtient que 52% des suffrages au niveau national, le soutien est plus marqué dans les districts populaires de Lima par exemple, où le oui obtient 60% des suffrages.

Cette popularité se développe, durant les années 1990, parallèlement à l'accentuation du caractère autoritaire du régime. Fernando Rospigliosi, qui essaie de comprendre cette évolution, remarque, à propos des tendances autoritaires manifestes dans la population durant les années 1990 :

*Elles ne semblent pas s'expliquer uniquement par des raisons historiques ou culturelles (l'héritage colonial). Elles sont sans doute liées à l'échec des gouvernements démocratiques ou dictatoriaux (...) le désenchantement des années 1980 donne naissance, dans les années 1990, à un climat propice au retour de l'autoritarisme.*²³

Cette acceptation populaire de l'autoritarisme a donné lieu à des conclusions hâtives sur l'existence d'une culture autoritaire au Pérou²⁴. S'il est vrai que les bons résultats électoraux obtenus par Alberto Fujimori, ainsi que l'acceptation des mécanismes clientélistes du gouvernement sont des signes d'une popularité certaine du chef de l'Etat, ils ne nous semblent pas suffisants pour conclure en l'existence d'une culture politique autoritaire.

La relation gouvernés-gouvernants qui caractérise les années Fujimori semble davantage correspondre aux caractéristiques de la *démocratie délégitime* décrite par Guillermo O'Donnell²⁵ : les citoyens délèguent leur part de souveraineté à celui qu'il considère apte à répondre à leurs demandes et à résoudre leurs problèmes, lui laissant « carte blanche » pour gouverner à sa guise. Or, c'est dans cette « aptitude » que se trouve la clef de la popularité de Fujimori. Tout au long des années 1990, le chef de l'Etat n'a cessé de mettre en avant, avec l'aide des médias comme nous l'avons vu, sa compétence quasi technique en matière de résolution des problèmes socio-économiques, ainsi que les résultats concrets de ces compétences (victoire sur le Sentier Lumineux, arrêt de l'hyper-inflation, réduction de la pauvreté par une politique de dons directs, construction de nombreuses infrastructures à travers le pays).

Dans ces conditions, le soutien populaire à Alberto Fujimori, loin d'être révélateur d'une passivité inquiétante ou d'une culture politique autoritaire, est le signe d'une attente, et plus précisément d'une demande. Cette demande, c'est celle de l'efficacité et de la certitude. L'acceptation du jeu populiste et autoritaire de Fujimori est fondée sur un choix raisonné, sur une stratégie qui privilégie l'obtention de résultats dont l'atteinte aurait été plus aléatoire dans un contexte démocratisé. Car comme le rappelle Javier Santiso, « la démocratie est le régime politique de l'incertitude institutionnalisée »²⁶. Voter pour Fujimori, en acceptant la manipulation qu'il exerce sur elles, devient pour les femmes des cantines populaires non pas un signe de soumission à l'autorité ou de fascination face au leader charismatique, mais un acte qui leur assure, par l'obtention de vivres, un lendemain plus sûr. En sens inverse, refuser le jeu autoritaire qui leur est proposé serait synonyme d'incertitude et donc de risques qu'elles ne peuvent se permettre de courir.

La popularité du populiste déclinera progressivement dans la deuxième partie des années 1990, estompant les effets de la *démocratie délégitime*, comme en attestent les mobilisations

²² Source des résultats électoraux : ONPE.

²³ Rospigliosi, Fernando, *op. cit.*, p. 55.

²⁴ Voir par exemple Monzón, Roiz, Fernández, « Perfiles de una cultura política autoritaria : el Perú de Fujimori en los años 90 », *Revista Mexicana de Sociología*, vol. 59, n° 2, avril-juin 1997.

²⁵ O'Donnell, Guillermo, « Democracia delegativa », *Cuadernos de CLAE*, Montevideo, 1991.

²⁶ Santiso, Javier, « La démocratie incertaine. La théorie des choix rationnels et la démocratisation en Amérique latine », *Revue Française de Science Politique*, vol. 43, n° 6, déc. 1993, p. 978.

qui se succèdent à la fin de la décennie pour empêcher une troisième élection jugée inconstitutionnelle. L'efficacité de la gestion politique ne suffit plus à dissimuler ou à compenser l'ampleur de la manipulation et de la corruption présentes dans le système politique péruvien. Il faut cependant noter que Fujimori, en exil au Japon depuis 2000, a annoncé son intention de se présenter aux prochaines élections présidentielles qui auront lieu en 2006 au Pérou, fort d'enquêtes de popularité qui le placent en tête des personnalités présidentiables²⁷. Cette popularité semble être le résultat de la politique menée par le président Alejandro Toledo, qui n'a pas convaincu les classes populaires péruviennes. Ces dernières, au vu des bons résultats économiques nationaux affichés par le gouvernement, réclament une amélioration rapide de leurs conditions de vie, c'est-à-dire une politique sociale plus ... efficace.

²⁷ *Le Monde*, « Alberto Fujimori veut se représenter à la présidentielle du Pérou », 6 octobre 2005.