



HAL
open science

Philanthropes en concurrence dans les favelas de Rio

Camille Goirand

► **To cite this version:**

Camille Goirand. Philanthropes en concurrence dans les favelas de Rio. Critique Internationale, 1999, 4 (1), pp.155 - 167. 10.3406/criti.1999.1530 . hal-02560417

HAL Id: hal-02560417

<https://hal.science/hal-02560417v1>

Submitted on 9 Mar 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.



« Philanthropes » en concurrence dans les *favelas* de Rio

par Camille Goirand

à

la fin de 1998, alors que se déroulait une morne campagne présidentielle et législative, les habitants des *favelas* Morro da Pedreira et Morro do Laguartixe, deux bidonvilles de la périphérie Nord de Rio de Janeiro abritant environ 30 000 habitants, firent l'objet d'un intérêt redoublé : juste au moment du scrutin décisif, leur quartier fut relié au réseau du métropolitain, cependant que plusieurs candidats leur proposaient des soins gratuits et des places à l'école publique la plus proche. Ils se virent également offrir des rations alimentaires, des vêtements et des cours d'alphabétisation par des fidèles des Églises Catholique, Baptiste, Universelle du Règne de Dieu et Assemblée de Dieu, des cours de formation professionnelle par une ONG, mais aussi des bals pour les jeunes par les chefs locaux du trafic de drogue. De telles aides, destinées à apporter un soulagement à des populations très vulnérables et donc très dépendantes, peuvent être considérées comme éléments de « stratégies » dès lors qu'il s'agit, chez les organisations donatrices, d'associer une assistance à un discours idéologique ou religieux, d'atteindre des objectifs électoraux ou de contrôler un territoire.

Les quartiers pauvres à la périphérie des métropoles brésiliennes présentent des conditions particulièrement propices au déploiement de ces « stratégies de la bienfaisance ». Dans ces espaces urbains marginalisés se regroupent de larges contingents de populations pauvres : principales victimes du creusement des inégalités depuis la crise économique des années quatre-vingt¹, ne bénéficiant pas de l'aide de l'État car elles occupent illégalement les terrains où elles ont construit leurs maisons, ces populations éprouvent un besoin urgent de reconnaissance et d'aide. Leur détresse morale ne cesse de s'aggraver depuis une quinzaine d'années : d'abord, ces quartiers sont les premiers concernés par l'intensification de la violence, ce qui accentue la disqualification sociale liée à l'habitat dans les bidonvilles ; ensuite, les services publics municipaux répondent moins que jamais aux besoins – qu'il s'agisse de la défaillance des systèmes scolaire et hospitalier ou du fait qu'un nombre croissant d'actifs sont sortis du secteur formel de l'économie et n'ont donc plus accès au système public d'assistance sociale. À ce tableau désastreux s'ajoute la démobilitation quasi générale des mouvements sociaux des années quatre-vingt comme les associations d'habitants ou les coopératives locales, qui avaient contribué à développer l'entraide communautaire et à compenser l'insuffisance des services publics².

Mille et un bienfaiteurs

Dans ce contexte de carences multiples, tant des infrastructures et des ressources que de la justice et de l'intégration, de nombreux acteurs extérieurs interviennent pour développer une action sociale dont ils attendent des bénéfices en termes de pouvoir politique et de contrôle social : s'y rencontrent, outre les services municipaux, les ONG humanitaires et les associations, des hommes politiques en campagne électorale, des trafiquants de drogue qui règnent sur leurs « territoires », des représentants de l'Église catholique et des nombreuses Églises protestantes traditionnelles et pentecôtistes³, dont l'audience ne cesse de croître. La rencontre de ces stratégies concurrentes dans ces quartiers d'exil est favorisée par deux facteurs. La forte densité de la population confère à toute action sociale une large notoriété ; et les autorités publiques (police, justice ou services d'action sociale) y sont peu présentes ou peu légitimes. Les bidonvilles constituent ainsi un terrain propice à toutes sortes d'entreprises de bienfaisance, à l'effet conservateur évident : non seulement elles colmatent les brèches sans apporter de solutions à long terme, mais encore elles réservent aux plus pauvres les services de moins bonne qualité, contribuant ainsi à renforcer leur infériorité sociale ; enfin, elles favorisent plutôt des comportements d'attente que de contestation.

Candidats en campagne

L'usage de la machine de l'État à des fins électorales passe traditionnellement au Brésil par la mise en place d'actions sociales dans les quartiers défavorisés : c'est la « politique du robinet », qui permet à un candidat sortant de s'assurer les voix des habitants d'un quartier pauvre s'il mène à bien, sur les budgets publics, de modestes travaux d'infrastructure. Loin d'avoir disparu avec le passage à la démocratie en 1985-1988, le clientélisme s'est au contraire renforcé avec le retour du pluralisme. Il s'est adapté aux changements de régime, à l'évolution de la société, ainsi qu'à l'apparition d'acteurs concurrents des hommes politiques dans les quartiers défavorisés des grandes métropoles⁴.

Les campagnes électorales s'accompagnent classiquement au Brésil, depuis le début du siècle, de distributions de « biens privés divisibles »⁵ tels que repas, alcool, tee-shirts, embauche de personnel pour la campagne, voire dons d'argent aux personnes influentes du quartier. Aujourd'hui, la relation de clientèle revêt un aspect plus ambigu car elle transite par l'appareil de l'administration publique, contrôlé par le « patron » : celui-ci distribue sélectivement les ressources des programmes sociaux, nomme ses agents électoraux à des emplois publics, rétribue sur les deniers de l'État ou de la ville ses « clients » fidèles. C'est dans les six mois qui précèdent une élection que l'on voit le plus souvent la rénovation hâtive d'un dispensaire, l'achat de matériel médical par un hôpital, la réouverture d'une crèche, le revêtement d'une rue, l'extension du réseau électrique, l'ouverture de cours de formation professionnelle... La relation de clientèle repose dans ces quartiers sur un réseau de « petits chefs » électoraux ; ces intermédiaires entre le candidat et ses électeurs, souvent responsables d'associations, jouissent d'un certain prestige local. Les campagnes électorales s'appuient ainsi sur les hiérarchies internes à la *favela*, qu'elles contribuent à renforcer.

L'ambiguïté de ces relations de clientèle réside dans le fait que l'accès aux dons distribués par les candidats passe bien par une relation personnelle, mais sans que le contact soit forcément direct : la personnalisation du choix électoral passe par

1. Voir Sônia Rocha, « Governabilidade e pobreza : o desafio dos números » dans Lícia Valladares et Magda Prates Coelho (dir.), *Governabilidade e pobreza no Brasil*, Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1995, pp. 221-265.

2. À partir de la fin des années soixante-dix, les associations d'habitants de *favelas*, d'abord destinées à l'entraide locale et à la revendication, se sont multipliées. Aujourd'hui institutionnalisées et reconnues par les municipalités, ces associations, dont les dirigeants sont élus par les habitants, exercent surtout des tâches d'administration locale.

3. Le terme de « pentecôtiste » s'applique aux groupes religieux de filiation chrétienne qui placent au premier plan la présence du Saint-Esprit, les miracles et l'émotion de la foi, ainsi que le don surnaturel de parler des langues. Voir André Corten, *Le pentecôtisme au Brésil. Émotion du pauvre et romantisme théologique*, Paris, Karthala, 1995, 307 pages.

4. Ce thème a été abordé plus en détail dans Camille Goirand, « Clientélisme et politisation populaire à Rio de Janeiro », dans Jean-Louis Briquet et Frédéric Sawicki (dir.), *Le clientélisme politique*, Paris, PUF, 1998, pp. 111-144.

5. Cette terminologie est proposée par Michel Offerlé, « Mobilisation électorale et invention du citoyen », dans Daniel Gaxie (dir.), *L'explication du vote*, Paris, Presses de la FNSP, 1985, pp. 149-174.

la médiation soit d'une personnalité du quartier soit de la télévision. Pour les candidats qui briguent le renouvellement d'un mandat, les actions engagées s'insèrent le plus souvent dans les programmes publics d'aide sociale, utilisés à des fins de campagne. La fonction redistributive de l'échange électoral incite les plus pauvres à utiliser leur vote comme moyen d'accès aux biens nécessaires à leur survie et à entrer ainsi dans une relation de clientèle : même si la distribution sélective de cette aide sociale est effectuée dans le cadre formel des programmes sociaux publics, le nom du candidat est toujours mis en avant⁶. Par exemple, en 1987 et 1991, le gouverneur de l'État de Rio a conçu une campagne électorale qui associait son engagement personnel auprès des pauvres à une politique d'éducation populaire très *tape-à-l'œil* ; l'ensemble lui a permis de consolider ses positions électorales dans les quartiers pauvres de la ville et de l'emporter une deuxième fois en 1991⁷.

Au cours de la campagne électorale de 1998, la presse a multiplié les descriptions des « bonnes œuvres » électorales des candidats : distributions de dentiers, financement de cercueils et d'enterrements, ligatures des trompes, dons de lopins de terre, surtout dans les États des frontières agricoles de la forêt amazonienne, distributions de rations alimentaires, de maisons – le gouverneur de l'État de São-Paulo, Mario Covas, aurait même promis de payer les premières mensualités de sa poche –, d'emplois publics, de maillots de l'équipe nationale de football, installation des lignes électriques nécessaires pour recevoir la télévision (don fort apprécié en cette année de Coupe du monde). Miguel Arraes, le gouverneur de l'État de Pernambouc, aurait fait installer l'électricité dans plus de 100 000 foyers ruraux en 1998⁸. Enfin, le projet « Brésil en action », lancé par le président Cardoso en 1996, a donné lieu, en 1997 et 1998, à une série de travaux d'infrastructure (électrification de l'intérieur rural du Nordeste, doublement de la route reliant le Minas Gerais à São-Paulo...) et à l'intensification de la politique d'alphabétisation.

Pragmatiques et pris par l'urgence, mais loin d'être crédules, les habitants des quartiers défavorisés acceptent ces faveurs électorales, voire les sollicitent. Sensibles aux promesses de campagne et aux « dons » des candidats, ils résument la motivation de leur choix électoral en affirmant qu'ils ne votent que pour celui qui « fait quelque chose » pour le quartier. Mais cette justification matérielle s'accompagne toujours de la conviction emportée par le « beau discours » du candidat et par le sentiment de « sympathie » qu'il inspire : si l'action sociale de type clientéliste constitue bien un facteur décisif dans le comportement de l'électeur, la légitimité de l'échange exige aussi que le candidat reconnaisse la dignité de ce dernier et suscite chez lui une émotion « corrélée à la manipulation des logiques de l'estime de soi »⁹.

Le clientélisme politique tel qu'il a été renouvelé depuis le retour à la démocratie, et qui repose le plus souvent sur un détournement des politiques publiques, présente, pour les patrons, deux faces quelque peu contradictoires. D'un côté, la mise en place de programmes sociaux destinés aux plus défavorisés multiplie les occa-

sions de former des clientèles ; d'un autre côté, le multipartisme instaure une concurrence croissante entre les candidats, qui les incite à surenchérir en promesses et en dons de campagne, sans pourtant jamais avoir la certitude d'en toucher les dividendes électoraux.

Trafiquants et bandits

Les stratégies clientélistes des hommes politiques se heurtent, dans les bidonvilles, au contrôle de l'espace local par les trafiquants de drogue, qui y développent par ailleurs une forme d'action sociale particulière. À partir des années quarante, la domination des trafiquants sur les *favelas* s'est ajoutée à celle, plus traditionnelle, des *bicheiros*, ces propriétaires de la loterie clandestine *Jogo do Bicho* (le « Jeu de la Bête »). Depuis lors, il existe un entrecroisement entre les réseaux récréatifs, en particulier les écoles de samba, le *Jogo do Bicho* et les trafics illégaux. Les *favelas* de la périphérie de Rio de Janeiro ont été partagées entre *bicheiros*, puis entre trafiquants, chacun dominant son « royaume » et le protégeant contre une invasion extérieure. C'est dans les années soixante-dix, avec l'introduction du trafic de cocaïne, beaucoup plus lucratif que celui de la marijuana, que les *favelas* ont vécu une élévation dramatique du niveau de la violence. Jusque-là, le trafic de drogue ne constituait pas un véritable problème social. Désormais dirigé par le *Comando Vermelho* (« Commandement rouge ») depuis les prisons, le trafic de cocaïne a changé la vie des habitants, en leur imposant ses impératifs à la fois économiques et politiques¹⁰. Au cours des années quatre-vingt, les différents groupes de trafiquants se sont livrés de véritables guerres ayant les *favelas* pour champs de bataille. À la fin de cette décennie, le trafic de drogue a connu une expansion rapide, il s'est étendu vers les périphéries des grandes villes et y a multiplié les points de vente au détail, les *bocas de fumo* (« bouches de fumée »). La rivalité entre les deux organisations du crime, le *Comando Vermelho* et le *Terceiro Comando* (« Troisième commandement »), a donné lieu à des affrontements meurtriers et s'est soldée par la perte d'indépendance des anciens trafiquants. Ceux-ci, longtemps originaires de la *favela* même où ils menaient leur trafic et assez bien intégrés à sa population, ont alors fait place à des bandes de jeunes trafiquants extérieurs au quartier, envoyés par leurs chefs pour en contrôler le territoire arme au poing.

6. Symptôme de ce phénomène qu'elle n'a pas vraiment réussi à freiner, une loi de 1997 interdit les inaugurations d'ouvrages publics, de même que le recrutement ou le licenciement de fonctionnaires, pendant les quatre mois précédant une élection.

7. Voir Camille Goirand, « Des écoles pour les favelas », *Cahiers d'Amérique latine* n° 16, février 1994, pp. 47-62.

8. *Folha de São-Paulo*, 10 sept. 1998, « Luz elétrica dá votos no Brasil "medieval" ».

9. Philippe Braud, *L'émotion en politique*, Paris, Presses de Sciences Po, 1996, p. 169.

10. C'est ce que montre Elizabeth Leeds, « Cocaine and parallel politics in the Brazilian urban periphery : Constraints to local-level democratization », *Latin American Research Review*, 31(3), 1996, pp. 47-83.

Les trafiquants alimentent un imaginaire simplificateur, qui a évolué avec le temps, quand les personnages du *malandro* et du *bicheiro* ont laissé place à ceux du *bandido* et du *marginal*¹¹. Le *malandro*, bandit au grand cœur, est une figure traditionnelle de la littérature et de la chanson brésiliennes, de même que le *bicheiro* dans la vie quotidienne de la périphérie. Ces archétypes du crime sont liés à une morale particulière du monde des hors-la-loi, fondée sur l'honneur, la ruse et le goût de la vie facile. Leurs émules de la fin des années quatre-vingt-dix sont plus violents et moins folkloriques : le *bandido* est un trafiquant de drogue jeune, violent, incontrôlé, dont l'arme à feu complaisamment exhibée a remplacé l'honneur dans l'échelle des valeurs. Le *marginal*, quant à lui, vit hors normes : dans les médias, ce terme très utilisé désigne tous les jeunes gens impliqués dans la petite délinquance¹². La figure du « bon » chef correspond à celui qui témoigne d'un intérêt pour le bien-être de la communauté, dont la violence n'est pas débridée ou gratuite, et qui suscite en retour un certain respect.

Les trafiquants exercent dans les *favelas* un pouvoir de contrôle. Nuit et jour, les collines sont surveillées : un système de sentinelles, de guetteurs et de signaux permet aux bandits d'observer les allées et venues sans être vus et de se préparer à riposter à tout moment aux attaques de la police ou d'une bande rivale, sans que les habitants aient bien sûr leur mot à dire sur ces explosions de violence. S'ils imposent leur pouvoir par la force des armes et la terreur, ils ne sont pas dépourvus de méthodes plus subtiles. Leurs moyens financiers et militaires leur permettent d'influer sur les politiques sociales de la municipalité. Ils vont même parfois jusqu'à rechercher la légitimité conférée par les urnes¹³. Ils peuvent aussi prendre la direction des associations locales comme dans la *favela* Dona Marta ; ou encore se substituer à leurs activités en finançant des installations collectives, comme l'école de samba ou l'asphaltage de la *favela* Parada de Lucas au cours de la « guerre » contre la *favela* voisine de Vigarrio Geral. La conquête des associations leur permet de disposer d'une façade légale, d'exercer avec plus de facilité leur contrôle non seulement sur la population mais aussi sur les points de vente locaux de la cocaïne, et enfin d'instaurer un rapport de patron à client avec les habitants, et d'intermédiaires avec les hommes politiques¹⁴. Enfin, les bandits organisent des loisirs, comme des bals folkloriques (les *pagodes* ou les *forrós*) ou des soirées pour les jeunes (les *bailes funks*), et viennent en aide aux plus nécessiteux, par exemple en subvenant aux frais de baptême ou d'enterrement, en organisant un service d'ambulance vers les hôpitaux, en parrainant des fêtes pour les enfants comme celle du « jour de l'enfant » où l'on offre de menus présents, en distribuant de la nourriture ou des médicaments¹⁵.

La « bienfaisance » associée à la peur, tel est le moyen, pour les trafiquants, de forcer l'acceptation de la population et donc de s'assurer le contrôle d'un territoire tout en se protégeant des dénonciations. Leur atout est de s'appuyer sur des espaces

sans protection : la violence privée liée au trafic s'immisce dans les espaces où les interventions de la force publique suscitent peur et méfiance. Les populations y ressentent un besoin de protection tant physique que sociale : « protégées » des « invasions » de la police ou des bandes rivales et recevant une certaine assistance, elles sont brutalement incitées à se plier aux injonctions des trafiquants. La bienfaisance fonde ainsi une relation de protection mutuelle¹⁶.

Bons apôtres

Les Églises évangélistes mènent elles aussi des actions sociales à travers lesquelles elles prétendent trouver une solution aux maux du peuple... solution sous-tendue par une implantation politique croissante. La stratégie déployée par l'Église Universelle du Règne de Dieu est à cet égard exemplaire, tant par sa réussite politique que par sa médiatisation et l'ampleur de ses bonnes œuvres, et par le fait que les autres Églises pentecôtistes brésiliennes imitent de plus en plus son « hypermodernité électronique »¹⁷ et suivent, comme elle, trois évolutions principales : l'usage croissant des médias audiovisuels et le développement de l'assistance sociale, associés à l'entrée en politique.

Créée au Brésil en 1977 seulement, par Edir Macedo, « évêque » autoproclamé, l'Église Universelle du Règne de Dieu est aujourd'hui implantée dans une cinquantaine de pays et compterait au moins 3,5 millions d'adeptes¹⁸. Son audience est démultipliée par le succès de TV Record, chaîne de télévision achetée en 1989 par Edir Macedo et qui occupe le second rang des réseaux télévisuels brésiliens après son ennemie TV Globo. Par ailleurs, l'hebdomadaire de l'Église Universelle,

11. Voir Roberto Da Matta, *Carnaval, bandits, héros : ambiguïtés de la société brésilienne*, Paris, Le Seuil, 1983, 310 pages.

12. Alba Zaluar analyse l'usage de ces termes par les habitants des *favelas* dans *Condomínio do Diabo*, Rio de Janeiro, ed. UFRJ, 1994 : « As classes populares e a lógica do ferro e do fumo », pp. 13-35.

13. Elizabeth Leeds, art. cité, p. 21. C'est ce processus de prise de contrôle que décrit Atílio Peppe à propos de la favela Dona Marta, dans la zone Sud de Rio de Janeiro : *Associativismo e política na favela Dona Marta*, maîtrise préparée à l'Université de São-Paulo, 1992, 543 pages.

14. C'est en particulier ce que suggère Atílio Peppe à propos des liens établis entre les trafiquants de la *favela* Dona Marta et l'administration du gouvernement Brizola à partir de 1991. Voir *Associativismo e política...*, op. cit., p. 426.

15. C'est aussi ce que décrit Ana Maria Quiroga Fausto Neto, « Organisation sociale et pouvoir parallèle », Colloque *Lieux de pouvoir et pouvoir des lieux dans les Amériques*, GRAL, Toulouse, 27-29 sept. 1995, vol. III, pp. 141-151.

16. Voir à ce sujet Elizabeth Leeds, « Cocaína e poderes paralelos na periferia urbana brasileira », dans Alba Zaluar et Marcos Alvito (dir.), *Um século de favela*, Rio de Janeiro, FGV, 1998, p. 250.

17. Cette expression est celle d'André Corten, qui insiste à la fois sur les spécificités de l'Église Universelle et sur l'évolution parallèle que suivent les autres pentecôtismes : « Pentecôtisme et néo-pentecôtisme au Brésil », *Archives des Sciences Sociales des Religions* n° 1, 1999. Voir aussi Leandro Piquet Carneiro, « Cultura cívica e participação política entre os evangélicos », dans Rubem César Fernandes et alii, *Novo Nascimento : os Evangélicos em casa, na Igreja e na política*, Rio de Janeiro, Mauad, 1998, pp. 181-210.

18. Philippe Waniez s'interroge sur le nombre réel de fidèles de cette Église dans « Les protestantismes dans la cartographie religieuse au Brésil », *Lasotopies*, 1998, pp. 449-478.

Folba Universal, a un tirage d'environ 600 000 exemplaires¹⁹. Cette Église pratique, outre les lectures collectives des Écritures, les rites expiatoires et d'exorcisme, les rites guérisseurs et les envoûtements. Les thèmes du miracle et de la lutte contre le diable y occupent une place fondamentale, les pasteurs étant investis de dons exceptionnels et d'une autorité qui tend à restreindre la participation des fidèles à la vie de l'Église. Très hiérarchisée, elle est dirigée par de fortes personnalités, dont la plus charismatique est celle d'Edir Macedo. Ses pasteurs proposent à leurs fidèles une explication du monde simplifiée à partir de dichotomies manichéennes qui opposent le bien et le mal, la maladie et la guérison, l'erreur et la vérité, etc. Or ces catégories religieuses, sur lesquelles repose sa « machine discursive », correspondent aux catégories morales appliquées par l'électorat populaire à la politique, telles que le bon ou le mauvais, mais aussi le haut et le bas, le peuple et les « gros », « eux » et « nous »²⁰. L'emprise de l'Église Universelle en est d'autant plus forte. Elle a fait son entrée, dans les années quatre-vingt, dans l'espace public à travers d'innombrables œuvres pies.

En 1994, soucieuse de développer une « catéchèse sociale », l'Église Universelle a créé l'Association des bénéficiaires chrétiens (ABC, Associação Beneficiente Cristão)²¹ chargée surtout de distribuer des rations alimentaires, qu'elle n'oublie jamais d'associer aux conversations pieuses, voire à un prosélytisme forcené. À cette activité s'ajoutent les aides aux populations victimes de catastrophes naturelles, et une présence remarquable dans les prisons où les « travailleurs » de l'Église œuvrent à la resocialisation et à l'évangélisation des détenus, distribuent des produits alimentaires ou d'hygiène. Enfin, l'ABC propose des cours d'alphabétisation. Ces actions d'aide sociale trouvent un écho retentissant dans les programmes de TV Record, avec une stratégie de communication fort efficace qui met l'accent sur l'expérience individuelle et le témoignage. Dans le même temps, les réseaux de bienfaisance restent très fermés car ils n'incluent que les fidèles ou les personnes susceptibles de se convertir dans un avenir proche²². L'assistance sociale menée par l'ABC repose donc sur un travail à la fois médiatisé par la publicité dans les journaux et les émissions de l'Église Universelle, et personnalisé avec une action de voisinage efficace. Sur le terrain, la construction d'une relation d'aide individualisée sous-tend la conversion du bénéficiaire et son intégration au réseau religieux.

L'intensification des actions sociales de ces Églises est allée de pair avec leur entrée dans la vie politique. C'est en 1986 que des évangélistes ont été élus pour la première fois à une assemblée fédérale (la Constituante). Le Parlement élu en novembre 1998 en compte vingt-quatre. Les candidats soutenus par les Églises évangélistes s'appuient sur le réseau de clientèle formé grâce à l'action sociale de leurs associations caritatives. Mais ces Églises n'adhèrent à aucune idéologie politique claire et affichée. Hormis un discours moralisateur et une position conservatrice, l'évangélisme pentecôtiste est foncièrement apolitique. Sa stratégie de pouvoir

passer par une présence accrue dans les institutions mais ne repose pas sur la diffusion d'une pensée politique propre ; elle implique pour les fidèles une sortie du politique, avec pour corollaire l'acceptation de leur état de dominés²³.

En 1998, l'Église Universelle affichait très clairement le lien entre son action sociale et l'entrée en politique de ses pasteurs. Son journal *Folha Universal* se félicitait qu'elle ait présenté aux élections législatives « des candidats ayant une expérience dans l'assistance sociale et l'aide aux nécessiteux » et tout particulièrement que l'« évêque » Carlos Rodrigues, responsable des questions politiques à l'Église Universelle, ait remporté un siège de député fédéral. Car « sa campagne a reposé sur des œuvres sociales évangélistes, dans des domaines méprisés par le gouvernement fédéral »²⁴. Ainsi l'incurie de l'État vient justifier l'action de l'Église et lui donner une légitimité politique. Dans l'ensemble, la présence accrue des évangélistes en politique témoigne de leur capacité à contrôler les orientations des fidèles. Pourtant, leur visibilité reste brouillée par des appartenances partisans multiples : s'ils ont constitué, dès la précédente législature, un groupe parlementaire, les évangélistes n'ont cependant pas formé de parti propre et se répartissent dans le paysage partisan traditionnel. Les 11 députés fédéraux et les 13 députés des États fédérés élus en 1998 appartiennent à 8 partis différents²⁵.

Concurrences et alliances

L'assistance sociale développée par ces différents acteurs dans les *favelas* s'appuie sur une forte personnalisation du rapport à l'autorité et sur l'instauration d'un lien individualisé avec son représentant : le pasteur, qui propose une médiation entre le fidèle et Jésus ; le bandit, dont l'emprise sur le quartier dépend de sa capacité à

19. L'Assemblée de Dieu s'engage aussi sur le chemin de la médiatisation avec Rede Boas Novas, les autres Églises diffusant leurs émissions sur d'autres canaux comme TV Manchete.

20. Sur cette « machine discursive », voir André Corten, « Pentecôtisme et néo-pentecôtisme... », art. cité. Et sur sa correspondance avec les représentations populaires du politique, voir Camille Goirand, *Démocratisation et mobilisation à Rio de Janeiro des années 1970 à 1990*, thèse de doctorat, IEP de Paris, 1998, chapitre 6.

21. Concernant les autres Églises, citons l'expérience assez médiatisée que mène le pasteur Caio Fábio, président de l'AEVB, Association évangéliste brésilienne, dans le quartier Acari à la périphérie Nord de Rio de Janeiro, avec la création de l'Usine de l'Espoir, qui propose des cours de formation professionnelle pour les adolescents.

22. Lors d'un entretien effectué en novembre 1998, un « membre » de l'Église Universelle du Règne de Dieu commentait l'action sociale menée par celle-ci en s'exclamant : « Les gens ne se convertissent tout de même pas pour rien ! »

23. C'est ce que souligne André Corten dans « La construction du lien social : pentecôtisme et théologie de la libération », *Lusotopies*, 1998, p. 258.

24. *Folha Universal*, 18 octobre 1998.

25. L'entrée en politique de l'Église Universelle répond aussi à une stratégie familiale de pouvoir. Ainsi Eraldo Macedo, frère de l'évêque Edir Macedo, a été élu en 1994 pour le parti PMDB comme député de l'État de Rio, et sa sœur Edna, d'abord candidate en 1994 à Rio de Janeiro pour le PPR à cette même fonction, a été élue député de l'État de São Paulo en 1998 pour le PTB.

contrôler la violence ; l'homme politique, qui « agit pour les pauvres »... Chacune de ces figures, derrière laquelle se devine une organisation puissante et hiérarchisée, plutôt mal connue des habitants (ou même secrète), développe une stratégie de contrôle du quartier, par le culte, par la force des armes, ou par le discours. La relation entre l'organisation qui prodigue la bienfaisance et l'individu ou la collectivité qui en bénéficie passe par la formation d'un lien privilégié et personnalisé avec un représentant d'une Église, d'une bande criminelle ou d'un parti politique. L'appartenance organisationnelle du « bienfaiteur » lui assure un pouvoir de redistribution, de conviction ou de pression, son charisme est relayé par la capacité financière que garantit l'organisation. Il est vrai que, si la politique et le trafic de drogue donnent facilement lieu à une personnalisation de la relation de bienfaisance, les Églises évangélistes, et surtout l'Église Universelle, s'efforcent d'empêcher l'émergence de personnalités pastorales locales trop fortes, au profit de figures centrales comme Edir Macedo. Mais leurs fidèles n'en entretiennent pas moins une relation individualisée à la bienfaisance et à la politique, comme en témoignent les discours de campagne de leurs candidats, qui présentent la politique comme un engagement moral, proche du religieux²⁶.

Ces stratégies présentent au moins trois points communs. D'abord, le charisme et l'action sociale sont associés à des stratégies de prise de contrôle : la domination du territoire par les trafiquants, la séduction de l'électorat ou les tentatives de formation de fiefs électoraux par les candidats, l'emprise de la religion sur les consciences en constituent l'objectif ultime. Par ailleurs, elles se rejoignent dans le brouillage qu'elles opèrent sur la séparation entre les sphères publique et privée : les bandes criminelles organisent la surveillance de l'espace physique de la *favela*, sans faire de différence entre la rue et la maison, l'espace domestique étant lui aussi soumis à des invasions violentes ; c'est aussi la vie dans cet espace privé que les politiques sociales « offertes » lors des campagnes électorales sont destinées à améliorer, beaucoup plus qu'elles ne favorisent la formation d'une communauté de citoyens participant à la vie publique ; l'intrusion des maux du « monde » dans la vie privée déplace la guerre de la foi de la sphère intime à celle de la rue²⁷. Ces stratégies de la bienfaisance se rencontrent enfin dans les simplifications qui leur servent de justification : tant l'ethos chrétien de la charité que la conception populaire du politique comme devant « tourner le regard vers les pauvres » sous-tendent l'action des candidats et des religieux. Quant aux trafiquants de drogue, ils proclament volontiers faire le « bien de la communauté » quand ils lui fournissent ce qui lui est habituellement refusé, comme les loisirs et les *bailes funks*.

Tous ces acteurs de la bienfaisance interviennent dans des espaces géographiques réduits, où ils sont amenés à entrer en concurrence dans leurs tentatives de tisser des liens exclusifs avec leurs clients potentiels. Or la population des quartiers pauvres leur répond par une stratégie opposée, qui consiste à refuser de choisir et

à diversifier les sources possibles d'aide. Non seulement recevoir de l'un n'empêche pas de recevoir de l'autre, mais la mise en concurrence des bienfaiteurs permet généralement de voir se multiplier les ressources distribuées. Par ailleurs, les bienfaiteurs sont parfois amenés à nouer des alliances entre eux. Dans les *favelas*, les campagnes électorales ne se déroulent qu'avec l'autorisation conditionnelle des bandits²⁸. Les Églises, elles, ont adopté une attitude offensive et développent une stratégie de contrôle des autres acteurs : par exemple en tentant de convertir les trafiquants ou en soutenant explicitement certains hommes politiques.

Quelles sont les conditions de succès de ces stratégies de la bienfaisance ? Qu'est-ce qui permet au « bienfaiteur » de consolider son pouvoir local ? D'une part, il faut qu'apparaisse une similitude entre lui et ses bénéficiaires. Une étude récente sur le comportement politique des pentecôtistes illustre la force du lien de clientèle tissé entre « semblables » : 78,5 % des fidèles de l'Église Universelle estiment que « l'homme politique qui apporte des ressources à mon Église mérite ma voix » et 87 %, que « l'on peut davantage faire confiance aux hommes politiques évangélistes qu'aux autres »²⁹. D'autre part, la force du discours compte autant, sinon plus, que le résultat concret de l'action sociale : la prédominance du style populiste chez les hommes politiques en campagne fait fleurir les promesses, tandis qu'au sein de l'Église Universelle l'action sociale alimente un discours de séduction, véhiculé par les médias de l'Église, et qui occupe, par exemple, jusqu'à la moitié des douze pages hebdomadaires de la *Folha Universal*.

Au niveau national, la configuration des interactions de la bienfaisance reproduit la concurrence locale, au moins en ce qui concerne les acteurs légaux. Depuis 1994, trois campagnes concurrentes de solidarité ont vu le jour : la « Campagne de la citoyenneté contre la faim et pour la vie » a été lancée en 1994 par l'intellectuel Herbert de Souza (« Betinho »). Si elle s'essouffle depuis 1998, elle a réuni jusqu'à 5 000 comités citoyens dans tout le Brésil en 1995 et, très médiatisée, a suscité une ample mobilisation. Se posant de façon explicite en concurrente de Betinho, l'ABC de l'Église Universelle a elle-même lancé un programme contre la faim en 1995, le « Mouvement Brésil 2000. Un avenir sans faim ». Parallèlement à ces deux campagnes, le gouvernement fédéral lançait en 1994 le programme

26. Un fidèle, interrogé en novembre 1998, déclarait que « ce n'est pas une campagne entre étrangers : il y a peu de propagande. C'est une campagne de confiance : il s'agit de pasteurs et de personnes qui savent ce qu'est un pasteur. Leur campagne, ils la font de bouche à oreille ».

27. C'est ce que montre André Corten dans « Pentecôtisme et néo-pentecôtisme... », art. cité, p. 14.

28. Voir Clara Mafra, « Drogas e símbolos : redes de solidariedade em contextos de violência », dans Alba Zaluar et Marcos Alvito, *Um século...*, *op. cit.*, pp. 277-298.

29. Dans les autres Églises pentecôtistes, ces pourcentages ne dépassent pas, respectivement, 54 % et 77 %. Chiffres proposés par Leandro Piquet Carneiro, « Cultura cívica... », art. cité., p. 195.

« Communauté solidaire », dirigé par la femme du président de la République, Ruth Cardoso. Mais l'Église Universelle dispose d'un double atout : la proximité des fidèles et sa capacité à s'entourer d'une aura religieuse dont les autres acteurs sont dépourvus. En comparaison, le programme Communauté solidaire, bien qu'il ait bénéficié de la présence de la « première dame », n'a pas réussi cette sacralisation du rapport à l'autorité : il s'agit d'un programme d'aide sociale aux accents clientélistes beaucoup plus classiques.

Ces stratégies concurrentes sont d'efficacité variable, en fonction de la légitimité de leurs acteurs mais aussi des systèmes de croyances et de pouvoir qui les soutiennent : quand l'action sociale ne sert qu'à camoufler la contrainte violente, elle ne fait guère illusion... En revanche, les pasteurs évangélistes semblent avoir choisi une stratégie payante, ainsi que l'atteste leur présence accrue en politique. Quant au clientélisme politique, son indéniable efficacité est tempérée par l'indépendance croissante des électeurs.

Bien que concurrentes, ces stratégies se rencontrent dans leurs effets conservateurs. Non seulement elles entretiennent une forte hiérarchisation sociale entre les donateurs et leurs bénéficiaires, mais encore elles construisent une relation autoritaire associée à une violence morale ou physique. Jean-François Médard a montré comment la structure pyramidale que forme le rapport de clientèle favorise une « intégration verticale de la société qui permet de maintenir la cohésion sociale malgré les inégalités politiques et sociales »³⁰, et qui renforce aussi le pouvoir local des élites tant associatives que politiques ou religieuses – et même criminelles dans le cas des *favelas* brésiliennes. Ces stratégies revêtent une triple dimension conservatrice. D'une part, elles accentuent la segmentation interne aux groupes qui en bénéficient. Les petits commerçants, les bistrotiers, les dirigeants associatifs ont souvent les moyens de refuser l'aide ou de mettre en concurrence ses dispensateurs, tandis que les chômeurs et les travailleurs précaires du secteur informel sont beaucoup plus dépendants. L'action sociale ainsi encadrée perpétue les inégalités et les hiérarchies car, en maintenant les plus pauvres dans une position d'assistés, donc d'inférieurs sociaux, et en reposant sur un lien clientéliste vertical entre élites locales et dirigeants politiques, elle favorise les comportements attentistes, la recherche du palliatif et de l'assistance, en somme l'acceptation de l'exclusion. D'autre part, elle ne remplace évidemment pas une politique publique qui aurait comme objectif la transformation de la structure sociale : pour trouver un terrain propice, les stratèges de la bienfaisance ont besoin de l'urgence engendrée par la misère, et donc de la configuration holiste d'une société où les pauvres sont en bas, et y restent... Enfin, la bienfaisance dépolitise l'action sociale : en l'utilisant comme monnaie d'échange personnalisée, elle la dépouille de tout projet de transformation et la dissocie de toute mobilisation contestataire.

Les stratégies de la bienfaisance, qu'elles soient menées par des hommes politiques ou des Églises, associent une mobilisation électorale ou religieuse encadrée à une passivité proportionnelle au degré de dépendance morale ou matérielle dans laquelle le bénéficiaire se trouve immobilisé. Elles ont un caractère antidémocratique car, tout en produisant des effets de redistribution, elles détournent de la mobilisation et de la revendication sociale. Mais leurs effets sont différenciés : si la démobilitation induite par le clientélisme politique reste après tout limitée dans un contexte d'apprentissage électoral³¹, la dépolitisation de l'électorat est en revanche particulièrement forte face à la peur des trafiquants, ou chez les fidèles des Églises pentecôtistes.

30. « Le rapport de clientèle : du phénomène social à l'analyse politique », *Revue française de science politique* 26(1), février 1976, pp. 103-131.

31. Voir Jean-Louis Briquet et Frédéric Sawicki (dir.), *op. cit.*