



HAL
open science

Entretien avec Giuliano Da Empoli

Jordan Fraser Emery, Tiécoura N-Daou, Giuliano da Empoli

► **To cite this version:**

Jordan Fraser Emery, Tiécoura N-Daou, Giuliano da Empoli. Entretien avec Giuliano Da Empoli. 2020. hal-04669945

HAL Id: hal-04669945

<https://hal.science/hal-04669945v1>

Preprint submitted on 19 Aug 2024

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.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - ShareAlike 4.0 International License

Entretien avec Giuliano Da Empoli

Université Savoie Mont-Blanc

Colloque « Démocratie Libérale et Liberté d'expression »

**Tiécoura N-Daou
Jordan Fraser Emery
Doctorants LLSETI**

30 janvier 2020

Tiécoura : merci de nous accorder ce court entretien. Vous avez présenté ce matin une présentation dans le cadre du colloque « Démocratie libérale et liberté d'expression: le défi populiste », dans laquelle vous avez fait cas du mouvement *Cinq étoiles* en Italie et de quelques cas aux États-Unis. En quelques mots, pouvez-vous nous dire ce qui vous a motivé à venir à ce colloque et aussi décrire l'état des lieux des mouvements populistes dans le monde ?

Giuliano : D'abord, en effet être italien n'est pas toujours un avantage, mais ça l'est quand on étudie le populisme parce que nous sommes un vrai laboratoire de mouvements populistes depuis longtemps. Et notamment une de ces dernières incarnations, c'est le mouvement *Cinq étoiles*, que j'ai un peu étudié et sur lequel j'ai écrit. C'est un mouvement intéressant parce que dès le début il est basé presque entièrement sur la dimension digitale et Internet. C'est la créature d'un entrepreneur visionnaire qui s'appelait Gianroberto Casaleggio, qui a fait un peu ce qu'avait fait Silvio Berlusconi dans les années 1990. Berlusconi était une entreprise politique pour le temps de la télévision alors que Casaleggio et le mouvement *Cinq étoiles* c'est une Start-Up, toujours une entreprise privée fondamentalement, mais adaptée au temps de la communication digitale. La raison pour laquelle c'est intéressant, et ça m'a permis d'étendre un peu mes recherches et mes réflexions à d'autres pays et d'autres contextes, c'est que ce mouvement et d'autres mouvements qu'on appelle « les populistes » ou « nationaux-populistes » ont une façade assez primaire, avec des personnages souvent hauts en couleur, comme Donald Trump, Jair Bolsonaro, justement comme Beppe Grillo et Matteo Salvini en Italie et bien d'autres. Mais en dessous de ça il y a une infrastructure digitale qui est souvent très sophistiquée et qui a importé en politique la logique des grandes plateformes Internet. Les grandes plateformes Internet marchent à l'engagement, donc leur seule valeur, leur seul objectif c'est d'engager le plus possible les personnes : disons le public. Donc elles analysent les données qu'elles ont sur chacun des usagers et ces plateformes essaient de donner et de produire des contenus qui vont générer de l'engagement. Ça peut être n'importe quoi, mais évidemment en sachant que certains contenus sont plus engageants que d'autres. Des contenus plus incendiaires, des contenus qui vont générer plus de passion, plus de colère, tout ça va être poussé par ces plateformes. Les nouveaux mouvements nationaux-populistes marchent de la même façon, ils ont de moins en moins un programme cohérent et de plus en plus des opérations pour cibler leur public et générer le plus d'engagements possibles. Et ça ils le font à travers des

mots d'ordre de caractère général qui sont généralement justement contre les élites ou contre des groupes spécifiques, comme cela peut être le cas des migrants. Mais après ils le font aussi en essayant d'exploiter tous les arguments qui peuvent générer de l'engagement à l'intérieur de groupes, même de très petits groupes. Par exemple, dans le cas du *Brexit*, quand il s'agit de faire la campagne pour la sortie de l'Union Européenne, la campagne du « Leave », le grand thème était de « reprendre le contrôle », mais en-dessous de ça ils ont ciblé des groupes différents en disant à chacun ce qui pouvait l'exciter le plus contre l'Europe même si c'étaient des messages contradictoires. Ainsi, on a dit que l'Europe protégeait mal les animaux puis on a dit aux chasseurs que l'Europe protégeait trop les animaux. Donc aujourd'hui la politique se fait de plus en plus en surexcitant des groupes, même de façon contradictoire et de moins en moins en envoyant un message qui soit consensuel, qui soit le même pour tous. C'est une façon différente de faire de la politique.

Tiécoura : En parlant du politique, est-ce que vous pensez que les politiques seront dans le futur esclaves des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication ?

Giuliano : Je pense qu'ils sont de plus en plus dépendants de la technologie parce que justement auparavant l'homme politique évoluait dans un monde qui était pauvre de données. Il n'y a pas si longtemps ceux-ci avaient peu d'éléments pour évaluer l'état de l'opinion publique des différents groupes, et même les individus. On les appelait des *animaux politiques*, qui fonctionnaient à l'instinct d'une certaine façon et avec empathie. Ils possédaient une capacité un peu instinctive à entrer en relation avec le public, qui était fondamentale. Aujourd'hui aux Etats-Unis dans les campagnes politiques on dit « why debate when you can test ? » : pourquoi discuter des choses quand vous pouvez tester. Et c'est vrai que vous pouvez, si vous avez un message, immédiatement le tester sur des plateformes, il y a des systèmes pour le faire de façon « continue ». Ils ont été développés dans le monde du commerce. Avant d'arriver en politique on fait des tests et on voit ce qui marche, et on peut le faire en temps réel sur des segments d'utilisateurs regroupés de façon très très spécifique. Cela change un peu la nature du métier politique, même si ceci n'est qu'un aspect parce qu'après il y a d'autres aspects où l'instinct, comme la personnalité du candidat deviennent plus importants. On a plus de plats partis traditionnels et donc la personnalité du candidat et du *leader* devient plus important pour certains aspects, même si on va moins évaluer sa compétence ou ses capacités. Et on va davantage vouloir juger sa valeur d'*entertainer*, sa valeur spectaculaire où son authenticité par exemple. L'authenticité c'est le critère de base des personnages des *reality show* et c'est aujourd'hui le critère sur la base de laquelle on évalue beaucoup d'hommes politiques.

Tiécoura : Pensez-vous qu'Internet, notamment à travers les réseaux sociaux, va être un outil incontournable pour élire les dirigeants de demain ?

Giuliano : Oui, sans aucun doute. C'est un outil qui a de plus en plus d'importance, on le voit de façon empirique dans les campagnes présidentielles américaines. Le chef de la campagne digitale d'Obama en 2008 est le directeur de toute la campagne d'Obama en 2012. Le chef de la campagne digitale de Donald Trump en

2016 devient le directeur de toute la campagne pour la réélection de Trump en 2020. Donc c'est très facile de le constater. Ces choix là ce sont des investissements de centaines de millions de dollars. Ils ne sont pas faits au hasard. Donc, on voit une montée en puissance des instruments digitaux, des réseaux sociaux en politique qui correspond d'ailleurs à ce qu'on voit dans beaucoup d'autres secteurs. La politique, encore une fois, arrive relativement plus tardivement dans ce domaine, et d'ailleurs elle s'appuie sur une infrastructure qui a été construite dans le monde des entreprises et dirons nous du commerce.

Tiécoura : Est-ce qu'en se fiant seulement aux datas des réseaux-sociaux on peut s'assurer de gagner une campagne ?

Giuliano : Non. Il y a quand même beaucoup d'ingrédients qui jouent en même temps. Même si l'on sait que c'est un instrument efficace et qu'il peut être déterminant. Par exemple, dans les États-Unis, nous savons qu'il y a, pour la façon dont fonctionne le système électoral américain, des petits, des très petits chiffres, des très petits nombres d'électeurs qui peuvent faire basculer le résultat d'ensemble. Donc là effectivement on peut cibler de façon précise ces dispositifs de ciblage. Cela n'a pas été fait d'ailleurs que de façon positive. On peut cibler des personnes aussi pour supprimer du vote. Il y a un gros travail qui a été fait par exemple par le parti Républicain aux États-Unis dans ces processus de suppression. Parce que vous savez qu'il y a des catégories d'électeurs qui de toute façon ne vont pas voter pour vous, donc vous n'allez pas essayer de les convaincre et que de toute façon ils ne seront pas de votre côté. Alors le seul objectif devient qu'ils n'aillent pas voter et il y a beaucoup de façons et notamment avec le digital pour aider à décourager les gens, à démotiver les gens par rapport à l'utilité d'aller voter.

Mais encore une fois, même si l'instrument digital devient de plus en plus important, il n'est pas suffisant. Heureusement d'une certaine façon la politique n'a jamais été et ne sera malgré tout, à mon avis, jamais une science exacte. Donc, on ne peut pas gagner une élection seulement avec un algorithme. Il y a plusieurs facteurs qui doivent être alignés. Justement il y a des facteurs qui deviennent plus importants par le digital et le leadership, la personnalité justement prennent de l'importance. On a eu en Nouvelle-Zélande par exemple une candidate qui est entrée très tard dans la campagne électorale du parti du *labour* — c'était le parti progressiste de gauche, dans une campagne qui était pratiquement perdue —, et quand Jacinda Ardern est arrivée sur la même plateforme avec les mêmes instruments, les mêmes algorithmes, le même personnel politique, elle est arrivée je crois un mois avant les élections il y a eu un bond dans les suffrages pour le parti « labouriste » et ils ont gagné. Donc, encore une fois, il y a des conditions socio-économiques et la force d'une proposition politique reste quand même très importante comme d'ailleurs la personnalité du candidat. Mais l'effet des réseaux sociaux et d'Internet transforme la manière dont on perçoit ceux-ci. Parce que, encore une fois, vous êtes un Homme politique dans un environnement à haute concentration de données où vous ne vous adressez plus nécessairement à un public dans sa généralité mais vous avez la possibilité de vous adresser, même avec des messages contradictoires, disons à des groupes d'individus et presque même personnellement à des individus de façon beaucoup plus ciblée. Cela

change déjà aujourd'hui la dynamique de la politique et à mon avis ça va le faire de plus en plus.

Un mouvement qui avait tendance à être centripète parce que c'était le même message pour tout le monde devient centrifuge. La surexcitation de groupes, même de groupes extrêmes comme la capacité d'additionner ces groupes devient la nouvelle façon pour beaucoup d'agréger une majorité. Ça ce n'est pas inédit, mais c'est quand même nouveau de faire de cette façon et c'est pour ça que Dominic Cummings qui était le chef de la campagne du *Leave* pour le *Brexit* en Grande-Bretagne et qui est aujourd'hui le bras droit de Boris Johnson devenu premier ministre, signifie que si vous voulez gagner en politique aujourd'hui, il faut étudier moins de Sciences Politiques et d'Histoire de la Communication et plus de Physique et de Mathématiques. Ça fait un peu peur.

Jordan : Vous reprenez dans votre livre Peter Sloterdijk qui a écrit en 2006 *Politique de la Colère*, et vous montrez rapidement comment on est passé d'une colère qui peut s'exprimer au travers d'un exutoire jusqu'à aujourd'hui dans les forces du populisme. Alors, justement comment selon vous cela se passe lorsque *ça déborde des données, ça déborde de l'écran, ça déborde des chiffres* et que tout cela s'exprime dans la rue ? On va légitimer dans les médias la violence légitime de l'État, mais on va mettre en accusation la violence populaire des gens ordinaires. Quel est votre point de vue là-dessus ?

Giuliano : L'analyse de Sloterdijk (2006) m'a beaucoup frappée et déjà à l'époque le livre *Colère et temps* (2007), qui date d'une dizaine d'années. Fondamentalement sa thèse c'était que la société produit toujours un certain niveau de colère, après ça dépend des époques, des moments et ça peut monter et ça peut baisser mais ça existe tout le temps. Il y a eu historiquement ce qu'il appelle « des banques de la colère », c'est à dire des institutions et des mouvements qui avaient la capacité de récupérer la colère et de la réinvestir sur un projet de transformation. Alors ça pouvait être, disons historiquement et Sloterdijk parle de l'Église par exemple, mais ça a été notamment en cours du XXème siècle les partis de la gauche qui ont eu cette capacité. Si vous n'étiez pas satisfait de la situation, vous pouviez effectivement souvent vous adresser au parti de la gauche qui après vous encadrait dans un processus comme ça de transformation plus générale. Bon, ces banques de la colère sont entrées en crise au cours des dernières décennies pour plusieurs raisons et donc elles n'ont plus été capables de capter la colère. Et il est vrai que la colère est restée comme ça, dans un état de moins en moins organisée avec de moins en moins de débouchés politiques cohérents. Les nouveaux mouvements nationaux-populistes ont été très bons dans la récupération de cette colère. Justement aussi avec des instruments beaucoup plus sophistiqués qu'auparavant pour aller chercher les colères des différents groupes même si elles étaient contradictoires entre elles.

Alors, bon quand tout ça déborde du cadre virtuel et que ça déborde dans la rue. D'abord, il faut bien voir que la connexion avec la dimension virtuelle reste toujours très forte. On a bien vu dans le mouvement des gilets jaunes par exemple que le rôle que Facebook a joué là-dedans est tout à fait extraordinaire. C'est vraiment un mouvement social qui s'est développé là. D'ailleurs les interlocuteurs des médias, les médias traditionnels sont en général assez désemparés face à tout

ça et donc les leaders de ce mouvement et les interlocuteurs des médias étaient simplement les gens qui avaient les pages Facebook et les comptes Facebook les plus suivis. Donc là, effectivement, l'intérêt de connexion a été assez impressionnant. Après moi je suis peut-être un peu vieux, c'est tout à fait possible, la barbe blanche aurait tendance à témoigner de cela, je pense quand même que le refus de donner un débouché organisé et politique de quelque forme à ce type de mouvement l'a inévitablement limité. C'est à dire qu'on peut comprendre le désir de ne pas être récupéré, de ne pas rejouer le jeu, ça c'est tout à fait compréhensible, aussi parce effectivement ça déborde un peu du cadre de la démocratie représentative, avec l'instance de nouvelles formes de démocratie de participation et tout ça. Mais il va falloir quand même tôt ou tard que ça débouche sur une réorganisation politique parce que sinon justement ça débouche dans la violence, c'est stérile des deux côtés. Là je crois que du côté du pouvoir en France et il y a eu par moments des tentatives d'aller dans la bonne direction parce que je pense quand même que même si c'était une opération de propagande d'un certain point de vue, *Le Grand Débat* et puis les assemblées citoyennes, le truc de l'environnement et cætera, je pense quand même qu'il y a une tentative d'activer de nouvelles formes de participations, mais c'est tout à fait insuffisant et c'est souvent des opérations de communication et on ne voit pas vraiment le débouché de ce processus et donc ça génère encore plus de frustration et de colère. Mais il y a une vraie opération d'imagination politique à mon avis qui est nécessaire des deux côtés. Du côté du pouvoir et du côté de la contestation. Comment savoir justement quels éléments vont réagir d'un côté et de l'autre ? Moi je ne suis pas chimiste. Je pense qu'il y a des phases de transformation et qu'on est dans le milieu d'une phase : tout le monde de tous les côtés a très peur et est très peu satisfait. Mais ça va déboucher probablement sur une forme de démocratie, qui ne sera plus la démocratie représentative telle qu'on l'a connue, mais qui sera une démocratie qu'on appellera d'une autre façon et qui sera plus compatible avec justement les instruments qu'on a avec nous et la façon dont on vit aujourd'hui dans d'autres secteurs. Parce que si ces instruments altèrent notre rapport à la consommation, à l'autre, aux relations interpersonnelles et à l'ensemble du système. Il n'y a aucune raison pour laquelle ça ne devrait pas transformer de façon assez radicale aussi notre rapport à la politique.