

Les mécanismes de la mobilisation latino à San Diego (Californie) lors des élections générales de 2012

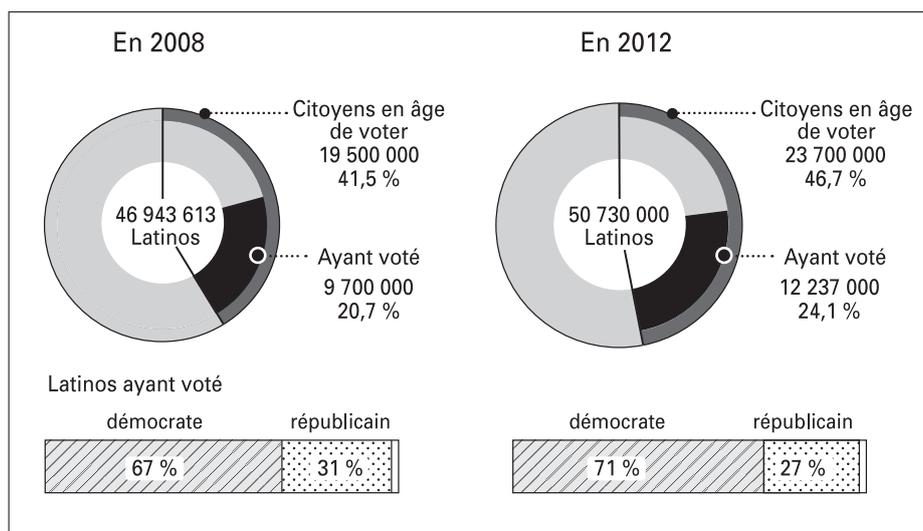
Émilie Bonnet¹

Lors des dernières élections présidentielles aux États-Unis, le vote latino a été l'objet de toutes les convoitises.

Les spécialistes, français comme anglo-saxons, travaillent depuis plusieurs années sur cette question, aussi bien au travers de la thèse du « géant endormi » que sur l'implication politique du groupe [Cain *et al.*, 2000 ; De la Garza, 2004 ; Douzet *et al.*, 2008 ; Le Texier, 2006]. Si depuis les années 2000, le vote hispanique est évoqué et reconnu, les élections américaines de 2012 ont constitué un tournant dans sa prise en considération. La publication des chiffres du recensement de la population est un premier élément qui permet d'éclairer ce nouveau contexte. En dix ans, la population latino a augmenté de 15,2 millions d'individus, constituant désormais 16 % de la population américaine (Census Bureau, 2010). Cette présence effective ne peut plus être ignorée et l'implication en politique du groupe ne cesse d'être encouragée. La question du vote latino relève cependant d'une certaine complexité. Le groupe demeure des plus divers et ses caractéristiques varient en fonction des États, du pays d'origine ou encore de la génération d'immigration. L'analyse de son impact durant les élections 2012 ne peut pas se faire sans prendre en considération cette multiplicité.

1. Doctorante, université de Rouen.

FIGURE 1. – POPULATION LATINO ET ÉLECTIONS PRÉSIDENTIELLES (2008-2012):
TENDANCES GÉNÉRALES



Les vecteurs de la mobilisation latino à l'échelle nationale sont connus et le débat sur l'immigration a sans aucun doute contribué à la mobilisation en faveur du président Obama [Douzet, 2012]. Au quotidien, la minorité latino répond aussi à des logiques communautaires, souvent ancrées spatialement, qui participent à la création de l'identité du groupe. Cette identité répond à son tour à une logique locale, voire microlocale, où les premiers effets de la mobilisation se font ressentir. L'implication et la mobilisation des communautés divergent ainsi en fonction des échelles. C'est du moins l'hypothèse que cet article se propose de discuter.

Au travers de l'exemple de la ville de San Diego en Californie, la mobilisation politique locale, voire microlocale, de la communauté pourra être envisagée comme la base d'une implication grandissante et affirmée de cette population dans la vie politique du pays.

Une présentation des principaux enjeux de l'élection présidentielle de 2012 à San Diego permettra dans un premier temps de situer le contexte politique local ainsi que la place occupée par les Latinos. Deux aspects seront ensuite abordés : le dispositif électoral mis en place par les autorités de la ville et les différentes mobilisations de la communauté latino observées au cours des semaines qui ont précédé l'élection. Cela permettra, en partie, de qualifier la nature de l'enjeu latino lors des

élections américaines. Cet article s'appuie sur un travail d'observation participante réalisé de la mi-octobre à la mi-novembre 2012, et qui fut l'occasion d'aller à la rencontre d'acteurs communautaires locaux, mais aussi d'assister à l'élaboration de cette mobilisation.

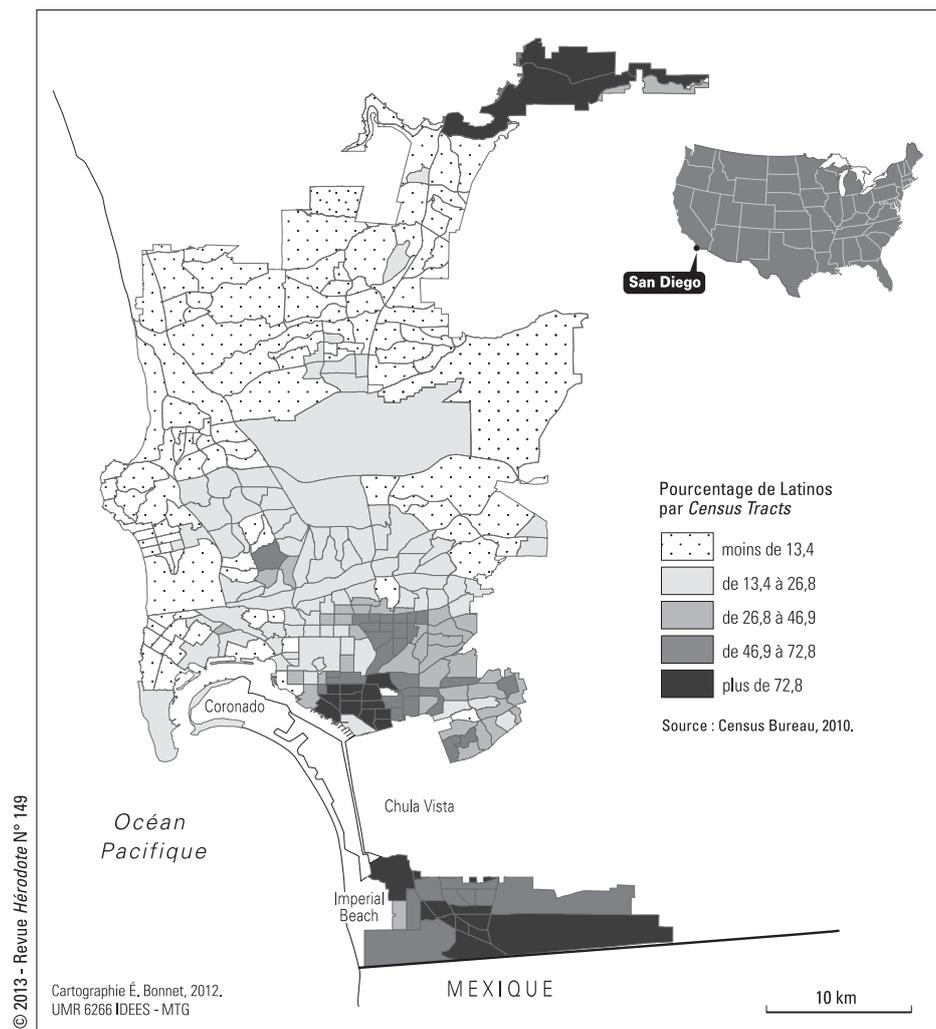
San Diego, un contexte favorable à l'expression communautaire

San Diego, métropole du sud de la Californie, constitue le terrain central de cette recherche. Sa situation géographique, politique mais aussi démographique en fait un laboratoire d'étude privilégié de l'implication politique des communautés aux États-Unis. Grâce à son interface frontalière, elle constitue une terre d'accueil pour les immigrés venus du Mexique, ou d'Amérique latine *via* le Mexique. La ville est composée d'Africains-Américains (6,7 %), de populations d'Asie-Pacifique (15,9 %) et de Latinos (28,8 %). Si la présence latino ne cesse de s'affirmer, la communauté afro-américaine connaît, à l'inverse, une certaine décroissance, à l'image de la Californie dans son ensemble. La population asiatique, elle, est de plus en plus présente et son statut socioéconomique est relativement supérieur à celui des autres minorités. San Diego est donc une ville multiethnique qui offre une porte d'entrée aux immigrés venus d'Amérique latine, mais aussi du Pacifique.

Ces flux d'immigration façonnent la ville – plus particulièrement certains quartiers – et participent à la création d'identités communautaires différenciées. Les quartiers sud, aux abords de la frontière mexicaine, regroupent parfois jusqu'à 98 % de personnes d'origine latino par îlots de recensement (carte 1) et leur proximité avec les municipalités de National City ou encore Chula Vista participe à la création d'une certaine identité du sud de la ville. À l'inverse, le *downtown* reste le cœur économique et dynamique de la cité et le centre d'attraction majeur des investisseurs privés. Des quartiers entiers du centre-ville de San Diego ont été métamorphosés dans le cadre de politiques de revitalisation urbaines [Billard, 1999].

Le gouvernement municipal, dominé depuis les années 1980 par une coalition conservatrice, ne reflète pas la diversité et le dynamisme culturel de la ville, bien que plusieurs élus progressistes et originaires de certains groupes minoritaires aient été élus depuis les années 1990. À l'échelle supérieure, le gouvernement du comté est lui aussi aux mains des républicains. À cela s'ajoute l'important vivier communautaire et associatif de la ville. La défense de l'identité d'un quartier ou encore d'intérêts communautaires donne lieu à de fréquentes confrontations entre les communautés et ce gouvernement encore trop peu représentatif de la diversité de la ville. C'est dans ce contexte que se sont déroulées les dernières élections générales de 2012 à San Diego.

CARTE 1. – RÉPARTITION DE LA POPULATION LATINO
À SAN DIEGO



Hérodote, n° 149, La Découverte, 2^e trimestre 2013.

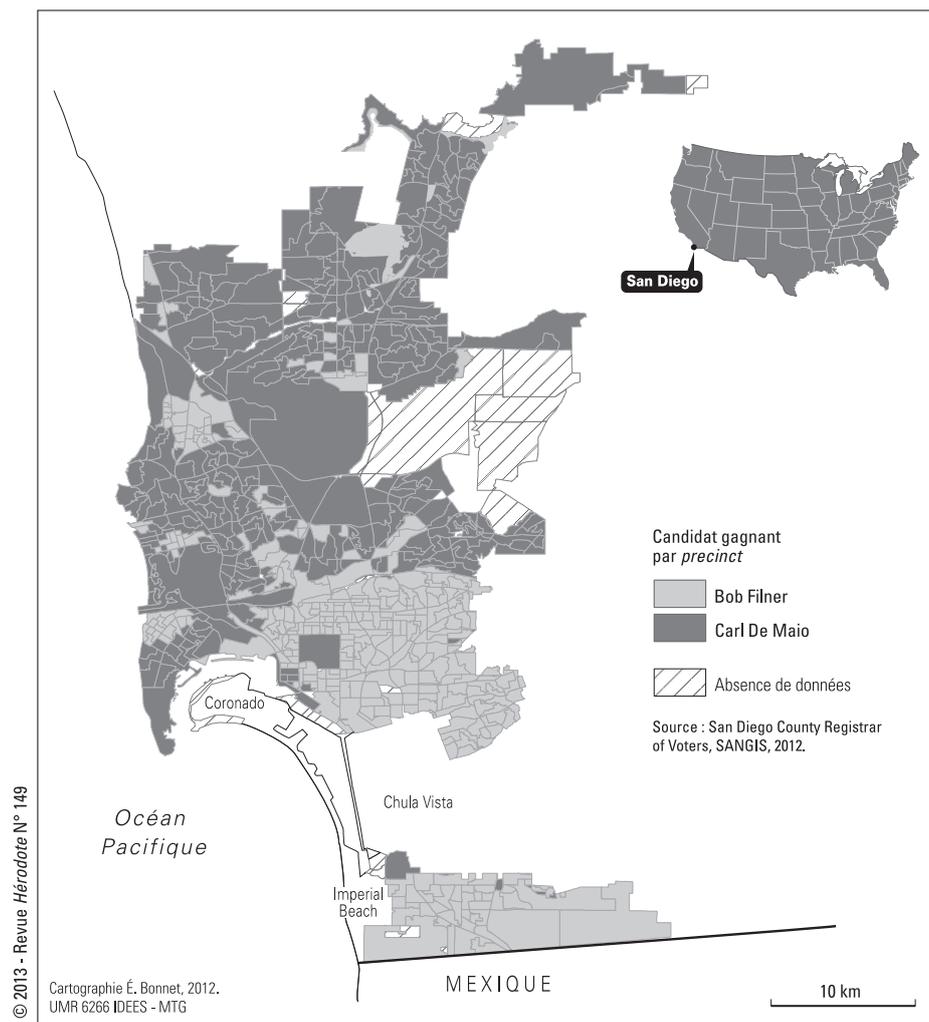
L'élection du 6 novembre 2012 à San Diego

Les élections générales aux États-Unis, à l'issue desquelles est élu le président, sont l'occasion de multiples scrutins au niveau de la ville, du comté, de l'État fédéré ou fédéral. Pour le comté de San Diego, un total de 592 candidats a été recensé toutes localités et scrutins confondus ! À San Diego même, l'enjeu local majeur portait sur l'élection du nouveau maire de la ville. Ce scrutin opposait un candidat démocrate, Bob Filner, représentant à la Chambre, à un candidat républicain, Carl De Maio, conseiller municipal du district 5 de San Diego. Lors des élections primaires de juin 2012, le candidat républicain a longtemps été donné favori dans les sondages mais la tendance s'est inversée au cours de la campagne, entretenant l'incertitude jusqu'au dernier moment. Les enjeux de ce scrutin portaient sur trois points centraux : les infrastructures municipales, les projets civiques et le renouveau financier. Les lignes de conduite des deux candidats étaient clairement opposées. D'un côté le candidat républicain, davantage conservateur en matière de fiscalité, proposait de réaménager les axes routiers, de compenser la réduction des dépenses publiques par la promotion d'un bénévolat rendant les habitants acteurs de la sécurité de leurs quartiers et, enfin, de régler une partie du déficit de la ville en coupant les fonds de pension des employés municipaux. Face à lui, le candidat démocrate Bob Filner prônait l'investissement massif dans les *neighborhoods* (quartiers) les plus défavorisés, le retour de l'emploi pour les classes moyennes et la décentralisation du pouvoir du *downtown*.

La question des pensions de retraite a polarisé le débat public durant une grande partie de la campagne. En s'attaquant à cette question, le candidat républicain s'est mis à dos l'ensemble des syndicats de la ville, qui se sont par la même occasion massivement mobilisés pour son adversaire. Cet aspect a été déterminant dans la poursuite de l'ampleur de la mobilisation électorale des Latinos et de leur soutien au candidat démocrate. La cause syndicale s'est, en effet, trouvée liée à la cause minoritaire car la crainte des électeurs progressistes était que cette réforme touche en premier lieu les minorités et les populations les plus défavorisées.

Le 6 novembre 2012 Bob Filner a remporté le scrutin avec 52,5 % des voix et un soutien clair de l'électorat latino (carte 2). Sa rhétorique de campagne s'est appuyée sur la transformation à la fois politique et ethnique de San Diego au cours des dernières années. En reconnaissant l'importance des *neighborhoods* qui se trouvent être les lieux privilégiés de la représentation communautaire, et en prenant en considération l'évolution démographique de la ville dans ses choix politiques, Bob Filner a courtisé le vote des populations minoritaires, et donc le vote latino. Pour David Alvarez, conseiller municipal du district latino de la

CARTE 2. – RÉSULTATS DES ÉLECTIONS MUNICIPALES
À SAN DIEGO



Hérodote, n° 149, La Découverte, 2^e trimestre 2013.

ville², le vote latino aurait même été déterminant pour la victoire de Bob Filner : « Il y a du travail en bord de mer, du très bon travail et Bob Filner veut étendre 6 000 nouveaux emplois à cet endroit... Je ne sais pas quels sont les pourcentages ethniques mais je sais qu'il y a beaucoup de Latinos qui travaillent en bord de mer et encore une fois, ce sont des emplois de classes moyennes³. »

L'électorat latino se constitue surtout autour d'enjeux spécifiques. Certes, ces enjeux sont souvent communs à l'ensemble du groupe et participe à l'homogénéité de son vote. Néanmoins, force est de constater que les Latinos constituent une minorité ethnique très diverse. L'homogénéité de leur vote ne va donc pas de soi, même si, dans une ville comme San Diego, la communauté latino partage des caractéristiques identitaires (proximité du Mexique, héritage culturel marqué, pratique établie de l'espagnol, etc.) qui favorisent des comportements politiques similaires. L'ampleur de la mobilisation, en revanche, dépend généralement d'enjeux encore plus spécifiques ; elle est plus importante lorsque ces enjeux concernent les individus dans leur vie quotidienne.

L'élection de deux candidats latinos locaux, tous deux d'origine mexicaine, a aussi favorisé cette mobilisation. En 1993, Juan Vargas, Mexicain-Américain né à San Diego, est élu en tant que représentant du district 8 de la ville. Ce district bénéficie du statut « majoritairement minoritaire » octroyé par le *Voting Rights Act* de 1965, et Juan Vargas devient son premier représentant d'origine latino. En 2000, il est élu à l'Assemblée d'État de Californie, en 2010 au Sénat californien et en 2012 à la Chambre des représentants. En parallèle, Ben Hueso, San-Diégaan et Mexicain-Américain, prend la tête du district 8 en 2005, avant d'être élu à son tour à l'Assemblée d'État de Californie en 2010 puis réélu lors du dernier scrutin. Le départ de Juan Vargas pour la Chambre des représentants suppose l'organisation d'élections spéciales courant 2013 où Ben Hueso risque certainement de se présenter à sa succession au Sénat. Le soir de l'élection du 6 novembre, les résultats de ces deux candidats ont été vécus comme de véritables victoires par les membres de la communauté car, en plus d'être originaires de San Diego, ils sont tous deux bien connus des différentes organisations politiques et communautaires de la ville. Leur candidature a suscité une mobilisation accrue non seulement durant la campagne mais aussi le jour du scrutin ; la participation a en effet été renforcée, et ce pour toutes les élections, y compris l'élection présidentielle.

Différents aspects entrent alors en considération pour faire perdurer cette mobilisation et la transformer en force politique. Si l'importance démographique des

2. La ville de San Diego est composée de neuf districts municipaux, chacun avec un élu à leur tête. Le district 8, situé au sud, aux abords de la frontière mexicaine, bénéficie du statut « majoritairement minoritaire » avec 70 % de population latino (Census Bureau, 2010).

3. Traduction libre. Entretien David Alvarez, San Diego, novembre 2012.

HÉRODOTE

Latinos et leur poids dans l'avenir de la nation semblent aujourd'hui reconnus, leur implication dans la vie politique est encore en plein développement.

Encourager la participation, faciliter le vote

La section 203 du *Voting Rights Act* de 1965 requiert que l'administration électorale d'un comté instaure un service bilingue d'accompagnement au vote si 5 % des citoyens d'un groupe minoritaire qui sont en âge de voter ne parlent pas suffisamment bien l'anglais, pour leur permettre de participer de manière pleine et entière au processus électoral. À San Diego, en 2012, le bureau bilingue d'enregistrement sur les listes électorales était composé de quatre services : le vietnamien, le philippin, l'espagnol et plus récemment, le chinois. Son travail consiste en la traduction de la totalité du matériel électoral, des notices d'informations officielles relatives aux élections, et la facilitation de l'accès à toutes les étapes du processus électoral pour toutes les populations concernées. Pénétrer dans un bureau de vote dans un quartier pluriethnique de San Diego, c'est avoir la possibilité de parler cinq langues différentes avec des travailleurs bilingues recrutés à cet effet, mais aussi de voter en chinois pour le futur président des États-Unis ! Ce système polyglotte ne doit néanmoins pas porter à confusion sur le droit de vote aux États-Unis : il concerne uniquement les individus bénéficiant de la citoyenneté américaine.

Le bureau bilingue cherche par ailleurs à favoriser une implication toujours plus importante des membres de la communauté. L'enregistrement sur les listes électorales en est la première étape, surtout concernant la communauté latino réputée pour son désintérêt relatif de la vie politique⁴. Lors d'une élection, de nombreuses organisations communautaires et associations se mobilisent pour inciter les individus à s'inscrire. L'administration du comté tient même une permanence lors des cérémonies de naturalisation des nouveaux citoyens américains, notamment des Latinos. La distribution du matériel en espagnol et la présence d'un personnel bilingue ont pour but de rassurer les individus et de faire en sorte que la première expérience de vote aux États-Unis soit une expérience positive, comme le souligne la responsable du service espagnol pour le comté de San Diego. Cet aspect est très important pour les Latinos. En effet, les conceptions électorales diffèrent en fonction des pays d'origine, et le système étatsunien est particulièrement compliqué en raison de la multiplicité des scrutins. Les médias mexicains sont d'ailleurs devenus un relais important de l'information électorale puisqu'ils bénéficient d'une large audience au sein de la communauté.

4. De 1996 à 2008, le taux de Latinos qui se sont rendus aux urnes pour les élections générales a oscillé entre 44 % et 49 % (Census Bureau, 2012).

La croissance de la population latino au cours des dernières décennies a contribué à la multiplication de ces dispositifs : 206 comtés étaient concernés pour la langue espagnole en 2011 (Census Bureau, 2011). À San Diego, l'année électorale 2012 a été l'occasion d'un taux d'inscription record pour la communauté : de janvier à octobre 2012, l'inscription des Latinos a augmenté de 39 % pour l'ensemble du comté. À la date butoir des inscriptions sur les listes électorales, ils constituaient 18,54 % de l'ensemble de l'électorat du comté en mesure de voter le 6 novembre (*San Diego County Registrar of Voters*, octobre 2012) – même si tous ne sont pas pour autant allés voter le jour de l'élection.

L'encadrement institutionnel a ainsi contribué à la mobilisation au niveau local. Elle n'en est cependant pas le seul moteur. L'analyse des techniques de mobilisation instaurées lors du dernier cycle électoral à San Diego permet de mettre en lumière les rouages qui entourent le vote latino.

Une mobilisation latino, des mobilisations communautaires

En 2008, la campagne de Barack Obama a apporté son lot de révolutions en la matière : réseaux sociaux, financement par petites donations privées, porte-à-porte, banque d'appels, etc. L'ensemble de cette machine de campagne a été décentralisé et réparti équitablement sur l'ensemble du territoire américain, jusqu'aux échelles les plus fines. Le président, candidat à l'époque, avait mis à profit ses expériences passées de *community organizer*. Cette stratégie locale de campagne électorale jouait donc avec les échelles en mobilisant les électeurs au niveau du quartier pour un impact national. Suite à la victoire incontestable de la stratégie instaurée en 2008, les campagnes électorales américaines s'inspirent de plus en plus de ce modèle. Quant au *community organizing*, il perdure et semble même avoir connu un certain essor depuis, du moins dans les considérations publiques. Pour la communauté latino, ce type de campagne semble d'autant plus adapté qu'il est nécessaire d'organiser davantage la mobilisation puisque celle-ci est encore trop rarement spontanée.

Le microciblage : une maison = une voix (ou plus...)

Expérimenter⁵ les techniques de démarchage en pleine campagne électorale à quelques semaines du jour de l'élection permet de comprendre que chaque vote compte ! À San Diego, le bureau du Parti démocrate pour la région sud (South

5. L'ensemble des éléments évoqués ci-après relève du terrain de recherche effectué à San Diego du 12 octobre au 12 novembre 2012. Outre les entretiens semi-directifs menés avec les principaux acteurs communautaires, la recherche s'est aussi grandement nourrie de nombreuses observations participantes et de la tenue régulière d'un carnet de terrain.

Bay Democratic party) avait un programme et un périmètre d'action bien établis. Les week-ends sont les périodes d'activités les plus efficaces : en tout début de matinée, les volontaires se réunissent, les leaders effectuent un rapide *training* pour les novices, les équipes se forment et partent pour une demi-journée de marche au travers des quartiers. Ces volontaires sont de différentes natures. Au-delà des militants du parti, il y a aussi beaucoup d'amis et de familles des candidats locaux, mais aussi de jeunes Américains qui choisissent d'effectuer leurs heures de bénévolat – incluses dans certaines formations scolaires – auprès d'organisations politiques. L'ensemble de cette mécanique est communément appelé le *get out the vote*, littéralement « faire sortir le vote », et les bases de données des électeurs en sont l'outil indispensable. Déjà en 2008 Barack Obama et son équipe de campagne avaient réussi à établir une base de données des électeurs à l'échelle nationale. En 2012, les deux partis ont affiné cet outil et ont massivement pratiqué le microciblage. Grâce à la centralisation de ces données, il est désormais possible de sensibiliser un électeur sur des questions qui sont susceptibles de le concerner. Dans ce cas, Internet reste un des principaux vecteurs de ces actions, mais le microciblage est aussi utilisé lors du porte-à-porte. Les équipes de volontaires partent avec en leur possession une liste très précise de personnes à aborder. Le logiciel – payant et strictement réservé aux ayants droit – produit cette liste pour chaque adresse, avec l'identité de l'électeur, son âge, son affiliation politique (telle qu'indiquée lors de son inscription sur les listes électorales) et sa participation aux cinq dernières élections. Cette base de données est renseignée au fur et à mesure par les retours des volontaires : on notera la présence de l'électeur et, le cas échéant, ses intentions d'après une grille de critères prédéfinis. Avec ce système, il est fréquent qu'un seul membre du foyer soit ciblé par la liste. Il est en effet possible de calibrer le logiciel en fonction de la stratégie de ciblage. Une journée de porte-à-porte, pour un candidat démocrate par exemple, pourra être destinée au ciblage des abstentionnistes. Dans ce cas, la liste produite par le logiciel sera composée d'individus enregistrés démocrates sur les listes électorales mais n'ayant pas voté lors des deux ou trois dernières élections. Bien évidemment, le panel des stratégies de ciblage offert par la base de données est multiple, mais les mobilisations initiées en 2008 par ces techniques se sont généralement dirigées vers des électeurs désintéressés et/ou abstentionnistes. Longtemps, les démarchages lors des campagnes électorales s'intéressaient à convaincre des électeurs de voter pour un candidat, un parti. Ici, il s'agit plutôt de mobiliser un électeur sur la base d'une idéologie qu'il partage déjà en amont.

Les semaines qui ont précédé le 6 novembre 2012 ont été l'occasion d'une multiplication de ces actions à San Diego. Au sud du comté, aux abords de la frontière mexicaine, de nombreux quartiers sont majoritairement habités par des membres de la communauté latino. Pour les volontaires et stratégies des partis

politiques, les challenges sont multiples face à cette population. Généralement, l'élection présidentielle n'est quasiment pas abordée par les électeurs, ce qui peut apparaître en décalage avec la couverture médiatique faite de l'élection. L'enjeu ici est surtout de percevoir la posture de l'individu face aux élections à venir, sa connaissance des candidats locaux et sa compréhension des enjeux discutés par ces derniers et par les propositions. La démarche est donc souvent articulée autour d'un ou deux candidats locaux et d'une ou deux propositions au maximum. Les *flyers* distribués permettent ensuite de rappeler le positionnement du parti pour l'ensemble des scrutins. L'espagnol est très régulièrement pratiqué, il permet aux électeurs d'être plus à l'aise avec leur interlocuteur et souvent de maintenir un dialogue qui n'aurait peut-être pas eu lieu en anglais. Durant les journées de porte-à-porte observées, les réactions survenues chez les électeurs latinos ont été relativement identiques. À la mention d'un candidat local d'origine latino, au conseil municipal par exemple, beaucoup de personnes rencontrées s'exclament : « Ah oui, lui je le connais, je vois bien de qui il s'agit⁶ ! » et s'engagent ensuite à aller voter ; les volontaires en profitent alors pour lui rappeler la somme des enjeux en lice le jour du scrutin. Les volontaires expliquent aussi que la consonance latino du nom de famille d'un candidat est un élément mobilisateur très efficace quand bien même le positionnement de ce dernier ne serait pas des plus bénéfique pour la communauté...

La mobilisation latino revêt alors de multiples facettes. D'une part, elle s'inscrit dans les stratégies de campagne que l'on pourrait qualifier, depuis 2008, de classique. Néanmoins, dans des régions comme au sud de San Diego où la communauté latino est particulièrement implantée, les stratégies d'approche et les discours prennent en compte la particularité latino. D'autre part, ces campagnes communes soulignent les faiblesses auxquelles les leaders de la communauté latino doivent se confronter. Un électeur interpellé de manière isolée se laissera facilement convaincre par des éléments de surface comme la consonance hispanique d'un nom de famille. L'éducation est donc primordiale. La mobilisation électorale du groupe nécessite d'être construite en amont. Le responsable du développement économique d'une organisation communautaire locale à San Diego explique qu'il faut éduquer les individus sur les enjeux du scrutin et leur exposer en quoi leur participation leur permettra d'avoir un impact sur leur communauté⁷. Finalement, le territoire semble être le point commun à chacun de ces aspects. Depuis Barack Obama, le microlocal connaît un essor significatif. On quadrille le territoire en organisant des réunions, des événements, des dîners, des débats. À leur échelle,

6. Observation participante, San Diego, octobre 2012.

7. Entretien, Karim. B, San Diego, mai 2012.

HÉRODOTE

les candidats locaux font de même. Quant aux communautés, elles s'établissent sur les bases de l'appartenance et de la pratique d'un territoire commun. C'est en prenant en considération une communauté locale dans son ensemble que pourra éventuellement naître un vote communautaire effectif. Plus précisément, c'est en éduquant et en mobilisant les Latinos à l'échelle du territoire de leur communauté qu'évoluera leur implication au jeu politique.

Exemple de campagne communautaire locale : «Nuestro voto, nuestro futuro»

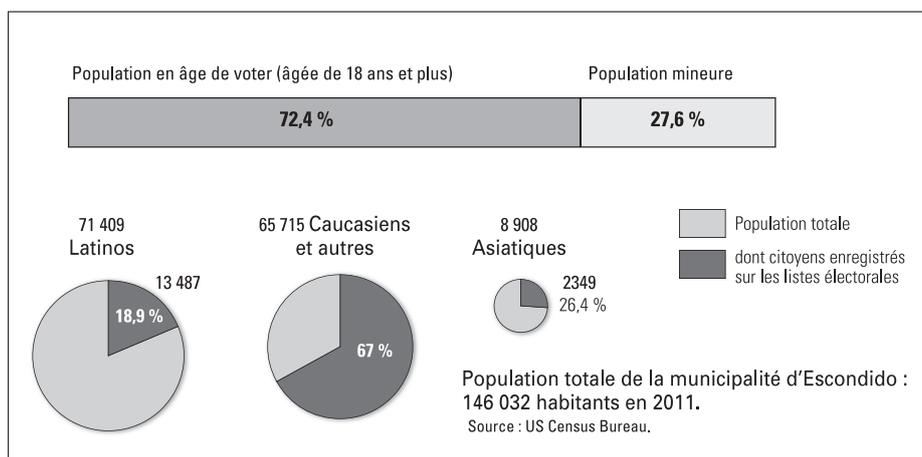
À Escondido, ville du nord du comté de San Diego, une campagne de mobilisation très ciblée s'est instaurée pour les élections générales. Intitulée «Nuestro voto, nuestro futuro: Our vote, our future» («Notre vote, notre futur»), cette campagne, dont l'initiative revient à l'organisation nationale ACLU (American Civil Liberties Union), avait pour premier objectif d'encourager la communauté latino d'Escondido à exercer son droit de vote en novembre.

La municipalité d'Escondido relève d'un contexte politique et démographique assez complexe. Il s'agit de la seule ville du comté ayant une population majoritairement latino représentant 48,9 % de la population, pour 40,4 % de Caucasiens, 6,1 % d'Asiatiques et 2,5 % d'Africains-Américains. Cette situation relativement inédite entre en confrontation avec d'autres éléments (figure 4). En effet, une majeure partie de la population latino recensée ne bénéficie pas de la citoyenneté américaine, rendant très relatif l'impact politique de la communauté. De plus, le gouvernement municipal en place – soutenu par un groupe de citoyens organisés et très impliqués – mène une politique très conservatrice, surtout en matière d'immigration. Dans la région, la ville est surnommée «Little Arizona», et certains estiment même que les milices citoyennes, appelées *Minute Men*, sont nées à Escondido. Une chose est sûre, elles y opèrent aujourd'hui en renfort d'une police municipale déjà très présente. Argumentant d'une meilleure qualité de vie, le gouvernement municipal a, depuis 2007, fait de l'immigration et des résidents en situation illégale son cheval de bataille. À cette fin, des *check points* sont régulièrement instaurés au sein de la ville ou à ses abords, l'objectif étant de vérifier que les conducteurs interpellés sont en situation réglementaire... En l'absence de carte d'identité aux États-Unis, le permis de conduire reste le seul moyen de vérifier le statut d'un individu, qui plus est lorsque le motif invoqué est relié à la sécurité routière ! Cette politique répressive est approuvée par la partie la plus conservatrice de la population d'Escondido. Seul un quart de la population décide pour l'ensemble de la ville, selon l'estimation de la leader d'une association communautaire⁸. Ce constat souligne les principales

8. Entretien, Kendell. T, San Diego, mars 2011.

LES MÉCANISMES DE LA MOBILISATION LATINO À SAN DIEGO

FIGURE 2. – ESCONDIDO : ENTRE DÉMOGRAPHIE ET CITOYENNETÉ⁹



Sources : US. Census Bureau (2010); *San Diego County Registrar of Voters* (2012)

Le bureau d'enregistrement sur les listes électorales fournit le détail des données uniquement pour les populations latino et asiatique. La troisième catégorie regroupe donc Caucasiens et Afro-Américains principalement.

problématiques d'Escondido. Bien que le climat soit très peu favorable aux populations immigrées et de surcroît en situation illégale, la supériorité numérique – tous statuts confondus – de la communauté latino et sa *quasi-absence* dans les instances décisionnelles de la ville demeurent paradoxales. Plus éduquée et plus organisée, la communauté pourrait obtenir une représentativité au conseil municipal et avoir un rôle dans la prise de décision. À l'inverse, l'atmosphère oppressante développée ces dernières années entretient une certaine inquiétude qui empêche les individus, y compris ceux bénéficiant de la citoyenneté, de s'impliquer.

C'est sur cette base et à l'appui de quelques chiffres que le projet de campagne d'ACLU s'est construit. Sur les 53 000 électeurs enregistrés sur les listes électorales à Escondido, 14 000 appartiennent aux communautés de couleur et, parmi eux, 11 000 sont latinos. Ces derniers représentent donc moins de 20 % de l'électorat, ce qui constitue un véritable décalage avec leur présence numérique effective dans la cité. La responsable du projet d'ACLU exprime qu'« une partie de notre stratégie pour novembre et à plus long terme est d'augmenter l'électorat latino de

9. En l'absence de données officielles sur les statuts de citoyenneté, les données exploitées ici cherchent à refléter les déséquilibres entre population réelle et exercice citoyen à Escondido.

manière à construire plus de pouvoir et à faire une différence dans les personnalités élues. Notre objectif en novembre est d'abord d'atteindre ces 11 000 électeurs inscrits et de les convaincre d'aller voter¹⁰ ».

La campagne *Nuestro voto, nuestro futuro* a donc débuté en août 2012 et reste active aujourd'hui. Les premiers mois de l'action se sont principalement concentrés sur l'élection présidentielle avec un objectif précis : informer les électeurs sur tous les aspects susceptibles de les concerner le jour du scrutin mais aussi les semaines précédentes. Il s'agissait donc aussi bien des procédures d'inscription sur les listes électorales que des enjeux en lice lors du scrutin ou bien encore des droits de chaque électeur. L'organisation bénéficie de droits lui autorisant l'accès aux bases de données de l'électorat mais, plus largement, les électeurs ciblés étaient ceux d'ores et déjà inscrits ainsi que les nouveaux inscrits. Comme lors des actions traditionnelles de porte-à-porte, les volontaires se retrouvent, font quelques exercices de mises en situation et sont informés des principaux objectifs de leur journée. Le week-end qui précédait le jour du scrutin¹¹, 28 593 personnes avaient été contactées, dont 9 734 à leur foyer et 18 859 par téléphone. Sur cet ensemble seul, 5 549 s'étaient formellement engagés à aller voter. L'objectif de cette dernière ligne droite était alors de retourner à la rencontre des électeurs absents lors de la première tentative de prise de contact. Deux jours avant l'élection il s'agissait aussi de rappeler aux individus les horaires d'ouverture des bureaux de vote, leur localisation ou encore – et c'est sur ce point que la démarche initiée à Escondido est quelque peu différente – leurs droits fondamentaux lors d'une élection, tout en leur proposant, en cas de non-respect de ces droits, une hotline juridique gratuite en place le 6 novembre.

Au premier abord, la campagne organisée à Escondido semble proche des campagnes de mobilisation politique classique, décrites précédemment. Elle revêt toutefois des aspects spécifiques qui soulignent à leur tour la particularité d'une mobilisation latino. Norma, responsable du projet, l'expose ainsi :

D'une part [notre démarche] sera traditionnelle avec du porte-à-porte, des banques d'appels, du contact avec les électeurs déjà inscrits pour les inciter à aller voter. L'autre partie sera plus jeune, plus portée sur les médias sociaux, la culture populaire [...] de manière à, en quelque sorte, les réunir et leur faire ressentir l'importance du vote. Notre projet n'est qu'à son commencement, pour novembre nous allons construire l'infrastructure, identifier les leaders et les différents quartiers. Ensuite nous les entraînerons comme des observateurs des droits civiques de manière à ce qu'ils puissent repérer les abus mais aussi pour qu'ils construisent leur *leadership* et leur capacité pour 2012, 2014 et après¹².

10. Traduction libre. Entretien Norma. C. P, San Diego, juin 2012.

11. Observation participante, Escondido, novembre 2012.

12. Traduction libre. Entretien Norma.C. P, San Diego, juin 2012.

Cette campagne propose donc une autre dimension. L'aspect partisan est totalement effacé. Certes, il existe de nombreuses associations communautaires non partisans aux États-Unis qui ont un rôle majeur dans l'organisation des groupes. Néanmoins, la démarche effectuée ici relève davantage d'un parti politique. Utiliser les techniques de campagne partisane à des fins de mobilisations communautaires, telle est la première particularité de ce projet. Par ailleurs, comme le souligne Norma, la campagne de 2012 constitue la fondation d'un projet plus large, amené à perdurer. L'élection constitue un levier, et le véritable enjeu est de maintenir et enrichir cette mobilisation afin de construire un pouvoir latino effectif dans les années à venir. Le dernier aspect intéressant réside dans le rôle de l'ACLU. Cette organisation nationale de défense des droits civiques possède des antennes sur l'ensemble du territoire américain, antennes qui ciblent à leur tour les particularités locales pour lesquelles l'action de l'association serait justifiée. Le travail de ce type d'organisations aux échelons les plus locaux de la mobilisation montre qu'il existe un rapport étroit entre les différentes échelles organisationnelles. Dans le même esprit, la hauteur de ces organisations nationales sur les problématiques locales se trouve compensée par le recrutement d'acteurs locaux, souvent issus de la communauté et qui jouent un rôle primordial dans la construction des actions. Cette génération de jeunes leaders fait partie des atouts majeurs pour une croissance de l'implication latino.

La campagne de mobilisation latino non partisane d'Escondido semble alors remplir tous les critères de la conquête durable de l'électorat latino. En mettant l'accent sur l'information et l'apprentissage des droits et devoirs civiques, ce type de démarche vise à fabriquer des citoyens actifs et intégrés au système démocratique.

Conclusion

Les élections générales de novembre 2012 et les campagnes qui les ont précédées à San Diego permettent de retenir différents aspects et, plus précisément encore, de définir ce qui constitue l'enjeu latino aujourd'hui aux États-Unis. Tout d'abord, le critère latino est multiple et diffère en fonction d'éléments de contexte à leur tour tout aussi multiples. Un premier pas vers son appréhension semble donc se faire au niveau local où la communauté correspond à un territoire, lui-même empreint d'enjeux quotidiens. Ensuite, mobiliser la communauté latino c'est avant tout l'éduquer. Cette éducation permet de former des citoyens conscients et certainement plus constants dans leur implication politique. Là encore, l'échelle locale semble la plus adaptée pour développer cette citoyenneté qui s'exprimera par la suite au rang national. Finalement, les aspects partisans sont quelque peu en retrait. L'importance est donnée à la participation à l'exercice

démocratique. Pour un candidat, courtiser le vote latino passe d'abord par la participation. Ce dépassement relatif des enjeux partisans s'associe à des démarches *grassroots* – c'est-à-dire d'implication microlocale des individus en vue de la constitution d'une base d'action. Leurs effets sur la mobilisation de l'électorat, invitent à une nouvelle considération de l'exercice politique. À l'échelle fédérale, la campagne Obama 2012 s'est construite en fonction de ces premiers constats. Les appels au vote anticipé¹³, pratiqué par Barack Obama lui-même, avaient pour objectif de démultiplier l'accessibilité au vote et surtout de combattre l'abstention. Ce dispositif, comme celui du vote multilingue, justifie de son côté la volonté institutionnelle de faciliter toujours davantage l'exercice démocratique.

S'il semble alors avéré que la mobilisation latino répond à un jeu d'échelles multiples, les interactions entre chacune de ces échelles induisent une certaine complexité. Du national au local, les interactions se font aussi entre le *haut* et le *bas*. En effet, l'augmentation constante des élus d'origine latino, et ce à des fonctions très diverses, multiplie les facettes de l'enjeu latino. Entre implication et inclusion au système politique, la mobilisation latino et son impact au sein de la société n'en sont qu'à leurs débuts.

Bibliographie

- BILLARD G. (1999), *Citoyenneté, planification et gouvernement urbains aux États-Unis. Des communautés dans la ville*, L'Harmattan, Paris.
- CAIN B., CITRIN J. et WONG C. (2000), *Ethnic Context, Race Relation and California Politics*, Public Policy Institute of California, San Francisco.
- CAIN B. *et al.* (2009), « La nouvelle carte politique des États-Unis », *Hérodote*, n° 132, p. 60-80.
- DAVIS M., MAYHEW K. et MILLER J., (2005), *Under The Perfect Sun. The San Diego Tourists Never See*, The New Press, New York.
- DE LA GARZA R. O. (2004), « Latino politics », *Annual Review of Political Science*, vol. 7, p. 91-123.
- DOUZET F., KOUSSEY T. et MILLER K. P. (2008), *The New Political Geography of California*, Berkeley Public Policy Press, Berkeley.
- DOUZET F. (2012), « Agrégation et désagrégation de la coalition Obama », in RICHOMME O. et MICHELOT V. (dir), *Le Bilan d'Obama*, Presses de Science Po, Paris.
- FILE T. et CRISSEY S. (2012), *Voting and Registration in the Election of November 2008, Population Characteristics*, US Census Bureau, juillet 2012.

13. *Early voting* : il s'agit d'une particularité en place dans certains États et qui fonctionne différemment en fonction des juridictions. Ce système offre la possibilité aux citoyens de voter avant le jour de scrutin.

LES MÉCANISMES DE LA MOBILISATION LATINO À SAN DIEGO

LE TEXIER E. (2006), *Quand les exclus font de la politique... Le barrio mexicain de San Diego, Californie*, Presses de Science Po, Paris.

LOPEZ M. C. et TAYLOR P. (2012), *Latino Voters in the 2012 Election*, Pew Hispanic Research Center, 7 novembre.