



HAL
open science

La programmation culturelle de l'Alliance Française de Panama : stratégies d'existence et de visibilité au cœur d'un bouillonnement culturel

Jérémy Portemont

► **To cite this version:**

Jérémy Portemont. La programmation culturelle de l'Alliance Française de Panama : stratégies d'existence et de visibilité au cœur d'un bouillonnement culturel. Sciences de l'Homme et Société. 2020. dumas-02901067

HAL Id: dumas-02901067

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-02901067v1>

Submitted on 15 Feb 2021

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.



MÉMOIRE

pour obtenir le diplôme de

MASTER DE L'UNIVERSITÉ SORBONNE NOUVELLE – PARIS 3

Master 2 Professionnel

Mention : Études internationales et européennes

Spécialité : Études latino-américaines

présenté par

Jérémy PORTEMONT

dirigé par

Juliette DUMONT

Maîtresse de conférence en Histoire

La programmation culturelle de l'Alliance Française de Panama : stratégies d'existence et de visibilité au cœur d'un bouillonnement culturel

Mémoire soutenu le 2 juillet 2020

Institut des Hautes Études de l'Amérique latine

Campus Condorcet

Bâtiment de recherche sud

5, cours des Humanités,

93322 Aubervilliers

Remerciements

Si solitaire que puisse être un travail de ce type, il n'est jamais vraiment le fait d'une seule personne. Je souhaiterais donc remercier celles et ceux qui m'ont aidé à le mener à bien.

Merci d'abord à ma directrice de mémoire Juliette Dumont, pour ses conseils avisés et son suivi toujours aussi attentif que bienveillant.

Un grand merci à l'équipe de l'Alliance Française de Panama, en particulier sa directrice Sylvia Benassy et sa responsable culturelle Juliette Ozanne, pour m'avoir accueilli et offert une expérience de stage des plus enrichissantes et formatrices. Un grand merci également à Justine Blin pour avoir été une co-stagiaire formidable et une amie indispensable.

Merci aux professionnel.le.s de la culture au Panama et aux membres des publics ayant accepté de m'accorder un entretien. Leur apport a été essentiel à cette réflexion.

Merci à tou.te.s mes ami.e.s et connaissances au Panama pour leurs clarifications sur certains éléments qui me manquaient, en particulier Juliette Ozanne, Janelle Sibauste et Jehan Shanel. La précision de certains paragraphes leur doit beaucoup.

Merci infiniment à mon très grand et très cher ami Axel Ribeiro, pour son soutien de chaque instant et pour le travail de relecture minutieux sans lequel ces pages n'auraient pas la clarté que leur connaît le lecteur ou la lectrice.

Merci enfin à ma famille, sans le soutien infaillible de laquelle le Panama, comme jadis les Andes et la Chiquitanie, ne serait pas beaucoup plus qu'une destination lointaine et rêvée.

Table des matières

Introduction.....	5
I. Une institution dans un espace au croisement des influences culturelles mondiales.....	15
A. L'héritage spécifique de la France en Amérique latine et au Panama.....	15
1. L'Alliance Française, la culture et l'Amérique latine.....	15
2. La France au Panama et l'Alliance Française dans le monde : développement croisé d'intérêts économiques et culturels.....	19
3. Des représentations mutuelles limitantes.....	22
B. Le Panama, une mosaïque d'influences culturelles.....	25
1. « <i>Un crisol de razas</i> ».....	26
2. L'ombre d'une domination coloniale : les États-Unis.....	31
C. Soixante-dix ans d'Alliance Française au Panama.....	35
1. Histoire d'une institution ancienne et multiforme.....	36
2. Le service culturel de l'Alliance Française et les autres acteurs français de l'étranger	42
II. Créer l'événement à Panama City.....	51
A. S'insérer dans un environnement culturel dynamique et en pleine mutation	51
1. Les opérateurs de la culture et leurs publics à <i>Ciudad de Panamá</i>	51
2. Les stratégies de coopération institutionnelle de l'Alliance.....	57
B. Présenter une programmation ample en fonction de multiples paramètres	63
1. Un ensemble d'objectifs et de contraintes.....	64
2. ... auxquels répondent des moyens ambitieux.....	69
C. Diversifier ou fidéliser ses publics ?.....	78
1. La communication.....	78
2. Profils de publics et buts de consommation.....	82
3. Motivations et freins communs à différentes catégories de publics.....	87
4. Portées et limites des solutions proposées par l'Alliance.....	90

III. La programmation au concret : études de cas.....	95
A. Un rendez-vous annuel au croisement des enjeux et stratégies programmatisques de l'Alliance : la Fête de la Musique 2019.....	95
1. Enjeux anciens et nouveaux de la Fête de la Musique au Panama.....	96
2. Une co-organisation en étoile.....	99
3. Sens, portée et limites des choix d'espaces avant tout hors-les-murs.....	103
4. Résultats contrastés d'une prospection vers de nouveaux publics.....	106
B. <i>Un projet évolutif : les rencontres ArtBox Digital</i>	111
1. Prémices incertains d'une proposition atypique.....	112
2. La production maîtrisée d'un format expositif innovant.....	115
3. Une communication plus ou moins partagée.....	118
4. ... pour une réception en demi-teinte.....	122
Conclusion.....	125
Table des illustrations.....	131
Sources.....	132
Bibliographie.....	137
Annexes.....	141

Introduction

2019 aura été une année faste pour la culture et les institutions qui la transmettent ou la diffusent au Panama. Si elle a fait l'objet des attentions et des efforts de nombreuses structures locales, nationales et internationales depuis déjà plusieurs années, c'est bien en 2019 que s'est manifesté avec le plus de force l'intérêt relativement nouveau pour les événements culturels dans le pays isthmique. Cette année est d'une part marquée par une série de manifestations sociales et culturelles de grande ampleur au Panama, d'autre part, par des décisions fortes de reconnaissance de l'importance des questions culturelles au niveau politique. La célébration des 500 ans de la fondation de *Ciudad de Panamá* dont le point d'orgue a été le jour anniversaire du 15 août¹, l'organisation des Journées Mondiales de la Jeunesse (JMJJ) fin janvier², l'élection de la ville en tant que Capitale ibéro-américaine de la culture³ et surtout la création d'un Ministère de la Culture après les élections générales de mai 2019⁴ consacrent et manifestent la vivacité d'un secteur attractif et moins anecdotique qu'il n'y paraît. À une échelle plus modeste mais non moins essentielle, de nombreux festivals petits et grands

-
- 1 La célébration de cet anniversaire a donné lieu dès 2014 à la création par la municipalité d'une commission dédiée à l'organisation d'événements tout au long de l'année 2019 (Site internet de la commission des 500 ans de la fondation de *Ciudad de Panamá* : <https://ciudadpanama500.org/acerca-de/>, consulté le 1^{er} mai 2020).
 - 2 Les JMJJ sont un événement religieux catholique de portée internationale. Elles sont organisées à l'initiative du Pape (Site internet des JMJJ 2019 : <https://panama2019.pa/es/onepage/>, consulté le 1^{er} mai 2020).
 - 3 « *Ciudad de Panamá es designada Capital Iberoamericana de Cultura 2019* », article paru le 14 juin 2016 dans le quotidien *La Prensa* (https://www.prensa.com/cultura/Ciudad-Panamá-Capital-Iberoamericana-Cultura_0_4505549585.html), consulté en ligne le 1^{er} mai 2020). Ce titre est attribué chaque année à une ville ibéro-américaine par la *Unión de Ciudades Capitales Iberoamericanas* (UCCI).
 - 4 « *Cortizo sanciona ley que crea Ministerio de Cultura* », article paru le 15 août 2019 dans le quotidien *la Estrella de Panamá* (<https://www.laestrella.com.pa/nacional/190815/ley-crea-cortizo-sanciona-ministerio>, consulté en ligne le 1^{er} mai 2020).

nourrissent la vie culturelle de la City et du pays depuis plusieurs années, avec des programmations centrées sur l'expression d'une catégorie spécifique de la population (*El Festival de cine pobre Panalandia* depuis 2014⁵), ou bien sur un type d'expression (*Festival de Artes Escénicas* depuis 2010⁶), ou même sur un aspect très précis d'un art particulier (*Muestra Internacional de Clarinetes de Panamá* depuis 2018⁷). A cette liste déjà longue, ajoutons les nombreux relais numériques qui diffusent cette offre (comme le site internet et réseau social *Siempre Eventos*⁸) et, bien sûr, une liste impressionnante d'artistes ou d'organisations culturelles panaméen.ne.s ou non offrant des propositions artistiques diverses.

Ce dynamisme culturel est pourtant loin de retenir l'attention, du moins à des yeux européens et en particulier français, dans lesquels l'isthme a du mal à se départir d'un certain nombre de clichés et de simplifications, quand il a seulement l'heur d'en être connu. L'image de la République centraméricaine est plutôt celle du lieu de passage, de transitions et de transactions de toutes sortes, mouvements dont surgissent ses points attractifs : écrin d'un des canaux les plus importants du monde, paradis fiscal, camée de diversité naturelle et humaine⁹... Si le Panama et ses 4,2 millions d'habitant.e.s¹⁰ ne retiennent pas autant l'attention que d'autres pays de la région, il est pourtant singulier à plus d'un titre, rendant difficile sa comparaison avec la plupart des autres pays de l'Amérique ibérique. Outre la situation géographique particulière qui façonne son identité¹¹ et détermine une croissance économique¹² en faisant le pays le plus riche d'Amérique centrale¹³, le Panama est le dernier

5 Compte Instagram du festival *Panalandia* : <https://www.instagram.com/panalandia/> (consulté en ligne le 5 mai 2020).

6 Site internet du *Festival de Artes Escénicas* : <http://faepanama.org/> (consulté en ligne le 5 mai 2020).

7 Page Facebook de la *Muestra Internacional de Clarinetes de Panamá* : <https://www.facebook.com/miclapfestival/> (consulté en ligne le 5 mai 2020).

8 Compte Instagram de *Siempre Eventos* : <https://www.instagram.com/siempreeventos/> (consulté en ligne le 5 mai 2020).

9 On peut citer pour exemple de cette image la présentation vidéo du Panama sur le site de l'Ambassade du pays : <https://embajadadepanamaenfrancia.fr/panama/> (consulté en ligne le 1^{er} mai 2020). Cette présentation paraît tournée avant tout vers un public de futur.e.s touristes et n'insiste pas sur la vie culturelle de la capitale ou du reste du pays.

10 SARDON Jean-Paul, « La population des continents et des États en 2019 : données et analyse », *Population et avenir*, vol. 745, n°5, Association Population et Avenir, Paris, 2019, pp. 18-23, p. 20.

11 « Depuis son inauguration en 1914, le Canal est le moteur de la transformation locale » (COLLIN-DELAUVAUD Anne, « La région centrale du Panama, un nouvel espace mondial ? », *L'information géographique*, vol. 75, n°2, Armand Colin, Paris, 2011, pp. 25-48, p. 27).

12 Plus des 3/4 du PIB du pays dépend du secteur des services, en majeure partie tourné vers l'international (COLLIN-DELAUVAUD Anne, *op. cit.*, p. 26).

13 Avec un Produit National Brut (PNB) par habitant.e de 23 510\$ en 2018, le Panama se place au-dessus de la moyenne latino-américaine (hors Caraïbes). Avec 1 000 dollars de différence, seul le PNB par habitant.e chilien lui est supérieur (SARDON Jean-Paul, *op. cit.*, p. 20).

État d'Amérique hispanique à prendre son indépendance, et le seul à le faire vis-à-vis d'une autre nation latino-américaine, la Colombie¹⁴. Plus que tout autre sans doute, l'isthme est durant tout le siècle passé une périphérie des États-Unis qui occupent dès sa naissance une portion de territoire qui coupe de fait la République en deux, transformant durablement sa configuration démographique et géographique¹⁵. Celle-ci reste aussi très marquée, comme bien d'autres pays latino-américains, par une nette division entre les aires urbaines et rurales. La capitale, *Ciudad de Panamá*, exerce une macrocéphalie écrasante sur le reste du territoire, puisqu'elle concentre à elle seule plus du tiers des habitant.e.s du pays¹⁶. Chaque jour, celle-ci draine les populations des districts environnants dans des migrations pendulaires domicile-lieu de travail qui présentent de nombreux défis en termes de transports urbains¹⁷. Le quotidien d'une personne vivant dans le district d'Arraiján ou de la Chorrera, de l'autre côté du canal, et travaillant dans la City est ponctué de 2 à 3 heures de *tranques**¹⁸, accentuant une culture individualiste du transport et de la voiture, véritable extension du domicile. Par contraste, le reste du pays (appelé *interior**) est beaucoup moins densément peuplé et ne comporte que quelques villes d'intérêt économique et culturel limité¹⁹. Ce contraste est particulièrement frappant dans l'est du pays, marginalisé par l'interruption de la Panaméricaine (axe routier traversant les Amériques de part en part le long du Pacifique) par

14 Le pays déclare son indépendance le 3 novembre 1903. En Amérique centrale et hors de la zone ibérique, le Belize prend son indépendance en 1981.

15 La zone étasunienne du canal occupe en 1903 une superficie de 1 676 km² (FISCHER Georges, *Les États-Unis et le canal de Panama*, L'Harmattan, Paris, 1979, p. 6). La répartition de la population du district de Panama City par *corregimientos* montre clairement que l'ancienne zone du canal correspond peu ou prou au seul *corregimiento* de Ancón, bien plus vaste que la plupart des autres, et qu'il est parmi les moins peuplés du district (« *Distribución de la población total en el distrito de Panamá, según corregimientos* », *Censos de población y vivienda año 2010*, carte téléchargée le 21 avril 2020 depuis https://inec.gob.pa/archivos/0.02512759DISTRIB_POBLA_DIST_PANAM%C3%81.pdf).

16 COLLIN-DELAUVAUD Anne, *op. cit.*, p. 28. J'obtiens ce chiffre à partir des données indiquées par cet article pour l'année 2000, en calculant le pourcentage de la population de la province de Panamá vivant dans les districts de Panama et San Miguelito en 2000. Je multiplie ensuite ce pourcentage par celui de la population nationale vivant dans la province. Le résultat coïncide avec les données disponibles, sous forme de carte, du dernier recensement de 2010 (« *Distribución de la población en la República de Panamá, según distrito* », *Censos de población y vivienda año 2010*, carte téléchargée le 4 mai 2020 depuis https://inec.gob.pa/archivos/0.1867639DISTRIB_POB_DISTR.pdf).

17 Le développement du métro ne désengorge pas encore les deux seuls ponts routiers qui traversent le canal côté pacifique. De nouvelles connexions relieront dans les prochaines années les deux rives du canal (Page « *Red maestra* » du site internet du métro de Panama City : <https://www.elmetrodepanama.com/red-maestra/>, consulté en ligne le 1^{er} mai 2020).

18 Les termes marqués d'un astérisque sont définis dans le lexique en annexe 1 (p. 141).

19 On peut citer Colón, sur la rive orientale atlantique du canal, en fort déclin depuis au moins 40 ans, David dans la province extrême-occidentale de Chiriquí, et Santiago de Veraguas, au-dessus de la péninsule d'Azuero.

le bouchon du Darién, à la frontière colombienne. Ces disparités géographiques entraînent des inégalités socio-économiques et socio-culturelles entre la capitale et l'*interior*²⁰.

Dans le paysage culturel du pays et de sa capitale, l'Alliance Française de Panama occupe une place essentielle. Avec plus de 100 événements par an²¹, l'institution créée le 28 avril 1951 avec un statut d'Organisation Non-Gouvernementale (ONG)²² est l'un des lieux culturels les plus actifs et les plus anciens de la capitale. Sur le seul premier semestre 2019, 59 événements ont été réalisés, coordonnés ou sponsorisés par

Photo 1 : Le patio central de la *Casa Blanca*, bâtiment de l'Alliance Française de Panama.



Source : site internet de l'Alliance.

l'Alliance, soit une moyenne de plus de deux par semaine, avec des périodes d'une extrême densité, comme le Mois de la Francophonie regroupant à lui seul, en 24 jours, 25 événements. Elle se présente par ailleurs comme l'opérateur privilégié de la politique culturelle extérieure française au sein du pays : les principaux organes étatiques qui se sont succédés (Institut Français d'Amérique Centrale (IFAC) jusqu'en septembre 2019, Service de Coopération et d'Action Culturelle (SCAC) centralisé depuis) conduisent des actions régionales pour toute l'Amérique centrale, et sont physiquement présents à San José, au Costa Rica²³. Si l'Ambassade de France au Panama développe ses propres projets *via* son SCAC, ceux-ci sont

20 Pour les inégalités socio-économiques : « Au niveau national, les disparités de revenus recourent une dualité géographique entre, d'une part, la ville de Panama et la région centrale et le reste du pays », COLLIN-DELAUVAUD, *op. cit.*, p. 46. Pour les inégalités socio-culturelles : le taux d'analphabétisme est significativement plus important dans les districts à forte proportion de population indigène, autour du *Golfo de los Mosquitos* au nord-ouest, près du Golfe de San Blas et dans le Darién à l'est (« *Porcentaje de la población analfabeta por distrito, en la República de Panamá* » et « *Distribución de la población indígena por grupo étnico, en la República de Panamá, según provincia y comarca indígena* », *Censos de población y vivienda año 2010*, cartes téléchargées le 21 avril 2020 et le 1^{er} décembre 2019 depuis <https://inec.gob.pa/archivos/0.7844747POBLACI%C3%93N%20ANALFABETA.pdf> et https://inec.gob.pa/archivos/0.3480493DISTRIB_POB_INDIG.pdf).

21 *Convenio de cooperación cultural Alcaldía de Panamá / Alianza Francesa de Panamá – informe de actividad 2015-2019*, 2019, p. 7.

22 TEILLOL Magali et VILAR Lucie (coord.), Livre commémoratif des 60 ans de l'Alliance Française de Panama (bilingue), Stern Taylor Inc, Panama City, 2011, p. 36.

23 Entretien avec Sylvia Benassy, directrice de l'Alliance Française de Panama, 20 juin 2019, p. 5.

beaucoup moins nombreux et en partie portés dans leur réalisation (production, logistique, localisation) par l'Alliance elle-même²⁴.

Le constat de ce dynamisme tranche avec la rareté des moyens humains et financiers à la disposition de l'Alliance. Le service culturel compte à l'année une seule employée permanente en recrutement local, poste occupé depuis 2016 par une Française, Juliette Ozanne, précédemment stagiaire du service. Cet effectif est complété par des stagiaires, au nombre de deux sur la période qui nous intéresse : Justine Blin, alors étudiante d'un master en culture et médiation des arts du spectacle de l'université de Tours dont elle est diplômée depuis, et moi-même. Enfin, la directrice de l'Alliance Française, Sylvia Benassy, personnel détaché du Ministère de l'Europe et des Affaires Étrangères (MEAE) et en poste depuis 2016, est reconnue comme une personne « très impliquée » dans le travail du service culturel selon Juliette Ozanne²⁵. L'Alliance Française de Panama est « une ONG à but non lucratif »²⁶ : en termes comptables, ce sont donc les cours qui financent des événements culturels dans leur écrasante majorité gratuits. En conséquence, le personnel de l'Alliance cherche à réaliser des événements qui soient les moins coûteux possibles²⁷. Autre particularité notable, l'Alliance Française de Panama est reconnue comme un centre culturel important de la ville bien qu'elle ne dispose pas d'infrastructure spécialement adaptée aux événements qu'elle organise. Pas de salle de spectacle, pas d'amphithéâtre ou d'auditorium à la *Casa Blanca*, le bâtiment occupé par l'Alliance : les manifestations culturelles ont lieu soit sur le parking à l'extérieur, soit dans le patio (le hall central, espace peu pratique selon les événements en raison des huit colonnes néoclassiques qui soutiennent le plafond²⁸), soit hors-les-murs. Si l'espace intérieur se prête assez bien aux expositions, sa jauge est vite limitée à une grosse centaine de personnes pour tout événement nécessitant des assises. L'espace extérieur permet de doubler voire tripler ce nombre, mais est inutilisable en saison des pluies – un peu plus de la moitié de l'année. Un autre des paradoxes de l'Alliance Française de Panama est la relative étanchéité entre deux catégories de publics : d'une part, les quelques 900 étudiant.e.s qui y prennent des cours de

24 Parmi les huit derniers articles de la rubrique « Activités culturelles » du site officiel de l'Ambassade, correspondant aux actualités de début 2019 à aujourd'hui, seuls cinq sont des événements organisés par l'institution étatique sans lien avec l'Alliance (<https://pa.ambafrance.org/-Actualites-Culturelles-et-de->, consultée en ligne le 4 mai 2020).

25 Entretien avec Juliette Ozanne, responsable du service culturel de l'Alliance Française, 3 juillet 2019, p. 2. La directrice appuie notamment le service culturel dans les tâches de construction de la programmation et la promotion des événements auprès des médias. Elle est présente à presque tous les événements entre janvier et juillet 2019.

26 Entretien avec Sylvia Benassy, p. 2.

27 « Je dirais que 8 000 dollars est mon maximum pour un projet », *Id.*, p 10. En 2019, 1\$ équivaut à environ 0,89015€ (<https://www.insee.fr/fr/statistiques/2381462>, consulté en ligne le 4 mai 2020).

28 Voir photo 1 page précédente.

français, d'autre part les quelques 5 400 visiteur.se.s uniques des événements culturels organisés ou coordonnés par l'Alliance²⁹. Il y a là un aveu de réussite et d'échec tout ensemble : l'Alliance ne parvient pas à intéresser un public apprenant le français, donc *a priori* directement concerné par des événements dont une partie donne à voir la création culturelle française et francophone, tout en étant capable de toucher d'autres publics avec ces mêmes événements. Enfin, l'Alliance Française de Panama évolue dans un pays où la mémoire de l'Hexagone et l'histoire de l'institution coïncident. Le début des années 1880 voit à la fois la naissance de l'Alliance Française à Paris³⁰ et de la Compagnie Universelle du Canal Interocéanique de Panama³¹. Le diplomate français et héros du canal de Suez Ferdinand de Lesseps est, en l'espace de six ans, fondateur de la seconde et président d'honneur de la première. Si la présence d'un portrait de Lesseps dans le bureau du service culturel de l'Alliance relève de la blague potache plutôt que d'une admiration quelconque, elle symbolise et rappelle la concordance entre les origines de l'association et la présence française au Panama, donnant à la succursale panaméenne des racines équivoques qu'elle ne peut oublier mais s'efforce de mettre en question. Ce processus rencontre à la fois celui du nécessaire renouvellement des représentations de la France à l'étranger et en particulier au Panama, trop souvent attachées à une image d'Épinal fanée³², et celui d'une diversification des objectifs de l'Alliance Française et de la diplomatie culturelle en général vers la prise en compte des cultures francophones et l'appui aux expressions culturelles locales.

Le travail du service culturel de l'Alliance Française de Panama comprend donc plusieurs points de tensions : tension entre ses différents publics, tension entre son rôle majeur dans un paysage culturel mouvant et dynamique et ses capacités, tension enfin entre le poids d'un passé colonial très visible au Panama et ses objectifs présents de diversité culturelle et d'humanisme. Quelles stratégies l'institution, malgré les difficultés plus ou moins évidentes que soulèvent ces disparités internes et externes, mobilise-t-elle pour se maintenir parmi les

29 Calcul réalisé à partir du tableau détaillant les événements culturels du premier semestre 2019 à l'Alliance (voir annexe 3, p. 146). Ce calcul n'inclut pas les quelques 3 400 visiteur.se.s supplémentaires des événements *sponsorisés* par l'Alliance. Je reviendrai par la suite sur la distinction que je fais entre organisation, coordination et sponsoring.

30 BRUEZIERE Maurice, *L'Alliance Française, histoire d'une institution*, Hachette, Paris, 1983, p. 16.

31 Article « Canal de Panama – Construction et exploitation du canal », *Encyclopedia Universalis* (<https://www.universalis.fr/encyclopedie/canal-de-panama/2-construction-et-exploitation-du-canal/>, consulté en ligne le 4 mai 2020).

32 « On est face à une image un peu surannée, limitée de la France, qui est aujourd'hui aussi un pays moderne. » (entretien avec Sylvia Benassy, p. 8).

acteurs culturels essentiels d'une ville et d'un pays qui connaît un développement sans précédent de son offre culturelle ?

La construction de mon objet d'étude autour de cette thématique ou problématique centrale est l'aboutissement de plusieurs arbitrages. Une approche par les rapports institutionnels entre l'Alliance et les acteurs du réseau diplomatique français et les structures culturelles panaméennes a été assez vite écartée, parce que jugée trop limitante et trop peu fournie (notamment du côté des acteurs français, qui ont pour certains – l'IFAC – un impact très limité sur le travail de l'Alliance au niveau local). Il ne s'agit pas de nier ces relations ou les intérêts qui les gouvernent, simplement de ne pas en faire la pierre angulaire, le liant de cette réflexion. C'est donc une approche par les stratégies qui sous-tendent l'action culturelle de l'Alliance qui a été privilégiée, car elle est pour moi à même d'intégrer les interactions entre les différents acteurs culturels en présence lorsque c'est nécessaire sans laisser de côté des approches plus concrètes et matérielles du travail du service culturel, plus nettement indépendantes de ces acteurs : rapports avec les publics, modalités de production des événements, rapports internes entre les différentes missions de l'Alliance... C'est pour cette raison que le mot « programmation » est ici entendu dans un sens très large : il regroupe non seulement le travail de sélection de projets culturels proprement dits, mais aussi leur réalisation ou mise en place, leur promotion, leur suivi... Le pourquoi, le comment, le où, le qui de l'événement : tout ce qui fait que le projet a lieu *in fine*.

Ce choix obéit également à des aspirations plus professionnelles au niveau individuel. En tant qu'ancien stagiaire du service culturel de l'Alliance Française, situé durant la période étudiée – janvier-juillet 2019 – au cœur du travail de mise en place des événements culturels qui nous intéressent, j'ai cherché à faire un retour sur expérience afin de prendre de la distance et de la hauteur par rapport aux missions qui m'ont été confiées et auxquelles j'ai participé. L'approche choisie me permet, *a posteriori*, de décomposer le travail du service afin d'en comprendre les enjeux et les logiques et ainsi de compléter l'expérience professionnelle vécue à l'Alliance par son analyse critique enrichie d'apports théoriques. Plus largement, ce travail pourra apporter une compréhension des enjeux qui président à la construction de la programmation d'un centre culturel étranger dans un pays comme le Panama.

L'étude s'ouvrira par la présentation critique de l'environnement socio-historique dans lequel se place l'Alliance Française de Panama. Détailler l'héritage spécifique de la France et de l'Alliance Française en Amérique latine en général et au Panama en particulier servira à comprendre les stratégies déployées par les acteurs de la diplomatie culturelle française, à l'échelle globale, pour sortir d'une image parfois limitante voire problématique. L'influence culturelle française est loin d'être la seule au Panama aujourd'hui : c'est ce qu'on verra en présentant les multiples influences socio-culturelles à l'œuvre dans la société panaméenne, fruit d'une multiculturalité séculaire. L'Alliance Française de Panama, en près de 70 ans d'existence, rencontre et participe des enjeux de cette double histoire.

Ensuite, il s'agira d'analyser la construction de la programmation proprement dite, dans le but de mettre en évidence ses aspects les plus marquants, ainsi que les enjeux qui la sous-tendent et les limites qu'elle entraîne. J'esquisserai le paysage culturel de la capitale afin de voir comment l'Alliance s'y intègre, avant d'expliquer qu'à l'origine de choix plus ou moins contraints, les missions de l'Alliance conduisent le service culturel vers une programmation très dense et diversifiée. Une enquête sur les publics montrera que la disparité des profils et des attentes entre parfois en contradiction avec les objectifs de l'Alliance ou ses limites, rendant difficiles le développement et la diversification de ces publics auxquels elle prétend.

Dans la dernière partie, j'analyserai dans le détail deux groupes d'événements de la programmation : l'édition 2019 de la Fête de la Musique et les rencontres *ArtBox Digital*. Grâce à ce changement d'échelle et la précision qu'il induit, cette étude me permettra de nuancer et de questionner les éléments apportés précédemment, allant dans le sens d'une porosité, d'une imprégnation et d'une interpénétration entre objectifs, enjeux, limites et attentes de la programmation culturelle de l'Alliance Française de Panama.

Ce travail s'appuie sur une documentation volontairement ample et multiforme. Les principales sources utilisées sont de deux ordres. D'abord, des données de divers organismes et acteurs nationaux panaméens (notamment celles de l'*Instituto Nacional de Estadísticas y Censos* – INEC, les sites internet et réseaux sociaux de différents organismes culturels...), français (conventions entre l'Alliance Française et le MEAE, discours et interventions d'acteurs de la diplomatie culturelle française à l'étranger, réflexions et rapports sur la place des institutions françaises dans la diplomatie extérieure...) et internationaux (rapports du

Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD) sur des questions indigènes ou afro-descendantes...). Ensuite, des documents collectés et construits par le personnel de l'Alliance. J'inclus dans cette catégorie les neuf entretiens que j'ai menés en présentiel ou à distance avec deux membres du personnel de l'Alliance, trois co-organisateurs.trices de certains des événements de la période et quatre membres des publics. Le livre commémoratif des 60 ans de l'Alliance Française de Panama, publié en 2011 à l'occasion de cet anniversaire, sera aussi utilisé. Un autre document essentiel est le bilan culturel bilingue du premier semestre 2019 réalisé par Justine Blin et moi en fin de stage. Son contenu recense dans sa grande majorité des éléments constitués et collectés tout au long de la période ; n'ayant pas fait l'objet d'une validation de la part de nos responsables, son contenu demande, comme le reste des sources utilisées, une analyse critique.

La bibliographie rassemble diverses approches d'histoire et des ouvrages théoriques sur la promotion des activités culturelles. Les travaux d'histoire des relations culturelles internationales d'auteurs comme Denis Rolland ou François Chaubet serviront à clarifier la place et l'héritage de l'Alliance Française en Amérique latine et dans le paysage institutionnel de l'action culturelle extérieure française. Des ouvrages dédiés à l'histoire du Panama du point de vue des relations internationales (Gregorio Selser et Georges Fischer sur la question de la présence étasunienne) voire de la socio-histoire (Michael E. Donoghue) clarifient les liens entre le pays et d'autres puissances de la région. Les travaux de recherches en marketing culturel rassemblés par Isabelle Assassi, Dominique Bourgeon-Renault et Marc Filser, les études sur les publics du secteur culturel de l'ouvrage de Jean-Paul Baillargeon et celles sur la médiation culturelle de Jean-Marie Lafortune appuieront particulièrement le « diagnostic » des publics de l'Alliance.

Précisons pour terminer quelques choix d'ordre terminologique. D'abord, le choix d'utiliser l'écriture inclusive obéit à un objectif de gain de précision : elle me sert à distinguer clairement les moments où je souhaite parler de ce que font hommes et femmes de manière indistincte de moments où le comportement que je décris est uniquement observé chez les hommes ou uniquement chez les femmes.

C'est aussi une recherche de précision qui guide le choix des termes désignant certaines catégories de personnes vivant sur le sol panaméen. J'utilise ainsi le terme « afro-descendant.e » ou « afro-panaméen.ne » pour évoquer toute personne qui se revendique ou se

reconnaît d'un héritage culturel ou d'une ascendance en lien avec les immigrations de populations africaines ou afro-antillaises au Panama, récemment ou non. Si la conscience de cet héritage de la part des personnes que je désigne n'a évidemment pas toujours pu être vérifiée, le mot a l'autre avantage de correspondre à la terminologie employée par la plupart des sources et apports bibliographiques étudiés pour ce travail. Il me permet donc à la fois de sortir d'une caractérisation purement empirique, individuelle et arbitraire de ces populations, d'intégrer les conceptions des personnes elles-mêmes et les avancées scientifiques récentes sur la question. Un choix similaire est fait lorsque j'utilise le terme « indigène » pour me référer aux populations qui se reconnaissent des racines biologico-culturelles antérieures aux arrivées européennes, africaines ou asiatiques sur le territoire panaméen. Je préfère ce terme à celui d'« autochtone », utilisé officiellement dans les institutions publiques françaises, car il se rapproche davantage du mot espagnol « *indígena* » utilisé au Panama pour désigner de telles populations : il colle donc mieux à la terminologie locale.

Enfin, j'utilise indistinctement les expressions « *Ciudad de Panamá* » et « Panama City » pour désigner la capitale de l'isthme. Ce choix obéit là aussi à un besoin de précision : la plupart des habitant.e.s hispanophones du pays parlent de « *la Ciudad* », qui serait trop vague et curieux tel quel dans une phrase en français, ou simplement de « *Panamá* », qui est encore plus confus. L'utilisation du nom complet de la capitale en espagnol est sa désignation panaméenne officielle, son nom anglophone un usage courant entre étrangers.ères non-hispanophones. Les autres mots en langue espagnole employés dans le corps du texte font l'objet d'une définition dans le lexique en annexe 1. Je fais ce choix afin de coller le plus possible à la réalité panaméenne, lorsque ces termes me semblent dénoter ou connoter un aspect de cette réalité que ne rend pas la traduction française : l'expression panaméenne « *en el interior* » n'est pas notre « en province » parisien ou francilien, pas plus que « embouteillage » ne sonne aussi claquant et désagréable que l'espagnol « *tranques* ».

I. Une institution dans un espace au croisement des influences culturelles mondiales

A. L'héritage spécifique de la France en Amérique latine et au Panama

Le 7 février 2018, l'Alliance Française de Panama organise la projection du documentaire franco-panaméen *Paname, el fantasma del Gran Francés* de Daniel Zapateiro. Le film prétendant retracer de manière critique l'histoire du canal français et de son concepteur, Ferdinand de Lesseps³³, a fait l'objet d'un cocktail de collecte de fonds à l'Alliance pour sa production³⁴. L'événement représente à lui seul toute l'ambiguïté du regard porté aujourd'hui sur les relations passées entre le Panama et la France, voire l'Alliance Française : un héritage à la fois utile et à questionner.

1. L'Alliance Française, la culture et l'Amérique latine

A l'époque de sa création, l'Alliance Française constitue un véritable hapax dans le paysage institutionnel français. Présentée comme une « œuvre patriotique »³⁵ par un comité d'organisation réuni pour la première fois le 21 juillet 1883³⁶, et composé de notables de toute obédience religieuse, politique et sociale³⁷, l'association fondée officiellement le 10 mars 1884³⁸ utilise de manière systématique un instrument radicalement nouveau pour défendre les intérêts français hors du pays : la diffusion de sa langue et, partant, de sa culture. Au départ,

33 L'affiche de promotion du film porte la mention « ¿Fue Ferdinand de Lesseps un héroe visionario? ¿O un ladrón corrupto? » (Page de la projection du film au *Cine Universitario* de la *Universidad de Panamá* : <https://www.gecupanama.com/single-post/2019/01/10/PANAME-El-fantasma-del-Gran-Franc%C3%A9s>, consultée le 11 mai 2020).

34 Page dédiée à la projection du film sur le site internet de l'Alliance Française de Panama (<https://www.alianzafrancesapanama.com/sin-categoria/gran-premiere-del-documental-franco-panameno-paname-el-fantasma-del-gran-frances-de-daniel-zapateiro/>, consultée en ligne le 11 mai 2020).

35 BRUEZIERE Maurice, *op. cit.*, p. 10.

36 CHAUBET François, « L'Alliance Française ou la diplomatie de la langue (1883-1914) », *Revue historique*, n°4, Presses Universitaires de France (PUF), Paris, 2004, pp. 763-785, p. 765.

37 *Id.*, p. 770.

38 BRUEZIERE Maurice, *op. cit.*, p. 10.

l'enseignement du français ne vise pas l'Amérique latine, mais avant tout les colonies et les protectorats français dans une démarche colonialiste et offensive vis-à-vis d'autres influences européennes³⁹. Cette « invent[ion] » ou « façonn[ement] » d'une « politique culturelle extérieure moderne »⁴⁰ par l'Alliance Française est d'autant plus novatrice et surprenante qu'elle n'émane pas d'une institution officielle de l'État français, dont elle défend pourtant les intérêts dans ce domaine précis. L'organisation décentralisée⁴¹ de l'Alliance assure une « mutualisation des expériences » d'enseignement qui constitue l'un de ses points forts aujourd'hui encore⁴². Ses prétentions mondiales la placent par ailleurs dans une tradition d'universalisme à la française que ne défend pas le faible rayonnement démographique du pays à l'époque⁴³. Les spécificités de l'Alliance, « organisme diplomatique officieux »⁴⁴, rendent complexes ses liens avec les institutions étatiques en charge de la politique culturelle extérieure aujourd'hui. En 2010, trois ans après la structuration au niveau central de l'Alliance Française en Fondation⁴⁵, l'historien François Chaubet évoque ainsi l'hypothèse circulant dans les instances gouvernementales d'un réseau culturel extérieur géré entièrement par l'Alliance⁴⁶. C'est pourtant cette même année qu'est créé l'Institut Français voué à jouer ce rôle de centrale pour la diplomatie culturelle⁴⁷. Les vagues de réformes entamées dans ce domaine de l'action extérieure depuis 1979⁴⁸ ne semblent toujours pas avoir clarifié et structuré durablement le réseau, comme l'ont récemment montré, au Sénat, les questionnements à propos des diverses structures et de leurs liens⁴⁹.

39 CHAUBET François, « l'Alliance Française [...] », *op. cit.*, 2004, p. 765.

40 *Id.*, p. 763.

41 BRUEZIERE Maurice, *op. cit.*, p. 13.

42 CHAUBET François, « Introduction » in CHAUBET François (dir.), *La culture française dans le monde – 1980-2000 – les défis de la mondialisation*, L'Harmattan, collection « Inter-national », Paris, 2010, pp. 11-16, p. 13.

43 CHAUBET François, « l'Alliance Française [...] », *op. cit.*, 2004, p. 767.

44 *Id.*, p. 764.

45 Page « Historique » du site internet de la Fondation Alliance Française (FAF) : <https://www.fondation-alliancefr.org/?cat=538> (consultée le 11 mai 2020).

46 CHAUBET François, « L'Alliance Française (1980-2006) : une réussite discrète » in CHAUBET François (dir.), *op. cit.*, 2010, pp. 53-67, pp. 65-66.

47 BOULANGER Philippe, *L'Alliance Française : Francophonie et diplomatie culturelle au XXI^e siècle*, éditions du Cygne, Paris, 2017, p. 110.

48 Le sénateur Louis Duvernois fait du rapport Rigeaud de 1979 le point de départ de ce cycle de transformations. DUVERNOIS Louis, *Rapport d'information n° 91, fait au nom de la commission des Affaires culturelles sur la stratégie d'action culturelle de la France à l'étranger*, annexe au procès-verbal de la séance du 1^{er} décembre 2004, p. 71.

49 Audition de Pierre VIMONT, ambassadeur de France, par les Commissions de la culture, de l'éducation et de la communication et la Commission des affaires étrangères, de la défense et des forces armées, vidéo de 1h30, mercredi 14 mars 2018.

Si l'Alliance Française se présente avant tout comme une école de langue, de nombreuses filiales en France et dans le monde mettent en place, et ce très rapidement, des événements centrés autour d'activités culturelles. On assiste alors progressivement à la structuration de véritables services culturels. Parmi les sept moyens d'action définis en 1883 pour permettre à l'Alliance de mener à bien sa mission, le dernier mentionne l'organisation de « conférences et autres moyens divers de propagande »⁵⁰. Dans les premières décennies, les actions de ce type sont en effet majoritairement des conférences, événements mondains parfois terminés par « un divertissement musical ou théâtral »⁵¹. La mise en place de soirées de ce type fait l'objet d'une systématisation dans la Fédération des Alliances Françaises aux États-Unis au début du siècle passé⁵². À en croire Maurice Bruézière, c'est à partir de la fin de la Seconde Guerre mondiale que les Alliances Françaises deviennent de vrais centres culturels⁵³. La terminologie qu'il utilise dans ce chapitre, consacré aux cinq années d'après-guerre, montre cependant que les actions menées dans ce domaine par les Alliances ne justifient pas encore leur regroupement au sein d'un service précis⁵⁴. Les années 1970-1980 sont le point d'inflexion à partir duquel on peut réellement parler de programmation culturelle en tant que telle. La place de l'Alliance Française dans la vie culturelle de son pays d'implantation est le premier thème de réflexion du congrès mondial des Alliances de 1973⁵⁵. L'arrivée au secrétariat général de Philippe Greffet oriente l'Alliance vers la « programmation artistique » et l'ouvre à de nouvelles formes d'expressions. La formation professionnelle des personnels de l'Alliance se diversifie : un cinquième de ses effectifs ne vient plus de l'éducation nationale⁵⁶. Surtout, à partir de 1979, de nombreux artistes français sont envoyés dans le réseau des Alliances en étroite collaboration avec l'Association Française d'Action Artistique (AFAA)⁵⁷. Selon la Fondation Alliance Française, l'action culturelle des Alliances Françaises regroupe plus de 23 500 manifestations par an pour un public de 3,3 millions de personnes⁵⁸.

50 BRUEZIERE Maurice, *op. cit.*, p. 11.

51 CHAUBET François, *La politique culturelle française et la diplomatie de la langue – L'Alliance Française (1883-1940)*, L'Harmattan, collection « Inter-national », Paris, 2006, p. 96.

52 *Ibid.*

53 BRUEZIERE Maurice, *op. cit.*, p. 143.

54 Il évoque certaines de ces actions dans une section intitulée « Le livre, le cinéma, la conférence » (*Id.*, pp. 144-145).

55 *Id.*, p. 191.

56 CHAUBET François, « L'Alliance Française [...] » in CHAUBET François (dir.), *op. cit.*, 2010, p. 58.

57 *Id.*, p. 59.

58 Page « Promouvoir la culture francophone » de la FAF : https://www.fondation-alliancefr.org/?page_id=28415 (consultée le 11 mai 2020).

Le réseau latino-américain des Alliances Françaises participe fortement de ce dynamisme, et ce depuis longtemps. Perçue à travers une double dimension de tradition et de modernité⁵⁹ auprès d'élites qui trouvent en l'universalisme français un terrain d'entente sur les plans politique et culturel⁶⁰, la France jouit dans l'Amérique latine aisée d'une image avantageuse. Selon Gilles Matthieu, « le rayonnement de sa production intellectuelle et artistique » est même l'un des seuls leviers de développement possible pour l'influence française dans le sous-continent, où elle ne domine pas sur les plans économique ou colonial⁶¹. Jusqu'à la Seconde Guerre mondiale, l'Alliance Française s'implante bien en Amérique latine sans qu'elle semble occuper une place particulière dans son réseau⁶². Selon François Chaubet, à partir des années 1910, dans les grands États latino-américains qui favorisent les immigrations européennes sur leur territoire et qui n'intéressent pas le Ministère des Affaires Étrangères, l'association a cependant un rôle pionnier⁶³. C'est à partir de la fin de la guerre que l'Alliance Française occupe une place de plus en plus importante dans la zone, en Mésoamérique notamment : les comités mexicains se regroupent en fédération en 1947, et de nombreux pays d'Amérique centrale se dotent d'une Alliance, dont le Costa Rica, le Salvador et le Nicaragua⁶⁴. La croissance du réseau latino-américain jusqu'en 1968, le plus dense au monde sur la période, est présentée à la fois comme une réussite institutionnelle et le résultat d'un intérêt personnel du secrétaire général Marc Blancpain⁶⁵. Si la place de l'Alliance en Amérique latine paraît diminuer depuis quelques décennies, François Chaubet parle plutôt de « redéploiement géographique » que de déclin⁶⁶. Aujourd'hui, un quart des Alliances Françaises se trouve dans un territoire toujours considéré comme la « terre d'élection » de l'association⁶⁷.

59 ROLLAND Denis, *La crise du modèle français – Marianne et l'Amérique latine – culture, politique et identité*, Presses Universitaires de Rennes (PUR), collection Histoire, Rennes, 2000, p. 12.

60 *Id.*, pp. 85-92.

61 MATTHIEU Gilles, *Une ambition sud-américaine – Politique culturelle de la France (1914-1940)*, L'Harmattan, collection « Recherches et documents Amériques latines », Paris, 1991, p. 34.

62 Selon Maurice Bruézière, 10 % des subventions de l'Alliance vont à l'Amérique latine au début du XX^e siècle (BRUEZIERE Maurice, *op. cit.*, p. 60). Dans l'entre-deux-guerres, l'Alliance maintient son influence intellectuelle au Mexique face aux États-Unis et le nombre de cours est particulièrement important en Argentine et en Uruguay (*Id.*, pp. 106-107).

63 CHAUBET François, « l'Alliance Française [...] », *op. cit.*, 2004, p. 768.

64 BRUEZIERE Maurice, *op. cit.*, pp. 140-141.

65 *Id.*, pp. 176-177.

66 CHAUBET François, « L'Alliance Française [...] » in CHAUBET François (dir.), *op. cit.*, 2010, p. 59.

67 Page « Amérique latine » de la FAF (<https://www.fondation-alliancefr.org/?cat=10>, consultée le 11 mai 2020). La Fondation recense 210 Alliances dans le sous-continent pour 834 structures au total (Rapport d'activité 2018 de la FAF, p. 17).

2. La France au Panama et l'Alliance Française dans le monde : développement croisé d'intérêts économiques et culturels

Le passé latino-américain de l'Alliance Française se double au Panama d'une histoire française beaucoup plus directement liée à des velléités colonialistes. L'imbrication de ces deux passés, compliquée par la proximité voire la confusion entre leurs acteurs, forme un héritage ambigu pour l'Alliance Française de Panama.

Durant la seconde moitié du XIX^e siècle, les liens entre la France et le Panama, alors territoire colombien, se renforcent autour du projet de canal porté par le diplomate français Ferdinand de Lesseps. Si un consulat français existe dans l'isthme depuis 1843⁶⁸, la création de la Compagnie Universelle du Canal Interocéanique qui obtient en 1881 le droit d'entamer le percement d'un canal⁶⁹ marque le début d'une influence française importante. Sur le plan économique, les capitaux français engagés dans la Compagnie n'amorcent pas une relation financière durable entre les deux pays, puisque l'entreprise avorte à la suite du « scandale de

Photo 2 : Monuments de la *Plaza de Francia* du *Casco Antiguo*.



Source : blog touristique « *Atractivos turísticos de Panamá* ».

Panama »⁷⁰. Sur le plan culturel en revanche, cette période signe l'âge d'or de la France au Panama, en particulier dans ce qui deviendra la capitale du nouvel État en 1903. Dans une section consacrée à la formation de la culture panaméenne, les concepteurs de la politique culturelle de Panama soulignent cette influence en termes architectonique, artistique, dans la mode et les pratiques de consommation⁷¹. La langue française est également présente dans les écrits, le commerce et les manifestations culturelles de

68 TEILLOL Magali et VILAR Lucie (coord.), *op. cit.*, p. 38.

69 Article « Canal de Panama – Construction et exploitation du canal », *Encyclopedia Universalis* (<https://www.universalis.fr/encyclopedie/canal-de-panama/2-construction-et-exploitation-du-canal/>, consulté en ligne le 4 mai 2020).

70 MATTHIEU Gilles, *op. cit.*, pp. 27-28.

71 INAC, *Política cultural de la República de Panamá*, UNESCO, collection « *Políticas culturales : estudios y documentos* », 1977, pp. 15-16.

l'époque aux côtés de l'anglais⁷². De 1907 à 1950 au moins, elle est enseignée dans le premier établissement scolaire public de Panama, l'*Instituto Nacional*⁷³ ; dix ans plus tard, à la Fraternité, une organisation présente à Panama City dès 1917 et dès 1919 à Colón pour permettre aux Antillais.e.s francophones de conserver leur patrimoine linguistique, entre autres⁷⁴. Sur le plan symbolique, la *Plaza de Armas* du *Casco Viejo* (ou *Casco Antiguo*), le quartier historique à l'architecture coloniale de *Ciudad de Panamá*, est rebaptisée en 1920 *Plaza de Francia*, 14 ans après l'installation dans un de ses immeubles de la première mission consulaire française dans la jeune République. L'Ambassade actuelle occupe toujours le bâtiment, en face d'une place où trônent depuis 1922 un obélisque avec un coq et les bustes de divers protagonistes de la tentative française de percement, dont Ferdinand de Lesseps⁷⁵. S'il est difficile d'attribuer cette prégnance à la seule entreprise du canal français menée par Lesseps, qui n'est finalement qu'une aventure à peine décennale dans la vie du futur pays, l'influence française au Panama coïncide bien avec celle que l'on retrouve ailleurs en Amérique latine, et surtout avec la formation de l'Alliance Française dont Lesseps est le président énergique de 1887 à 1888⁷⁶.

L'enchevêtrement des temporalités, acteurs et institutions qui préside à la présence économique, culturelle, diplomatique voire pseudo-coloniale française au Panama constitue une référence à la fois indispensable et problématique. D'une part, cet héritage complexe opère une identification de l'Alliance Française à des acteurs notables de son passé et son lien avec l'influence culturelle française historique dans le pays, qu'il serait difficile voire préjudiciable d'omettre. D'autre part, en plus d'un renvoi aux objectifs premiers de l'Alliance Française dont on a vu qu'ils correspondaient à une démarche de type colonialiste, il la lie à des événements traumatiques de la mémoire d'une partie des populations de l'isthme : parmi les employés de la construction, des Colombiens, des Antillais francophones et des Jamaïcains partis de leurs îles moururent par milliers de la fièvre jaune durant les six ans du chantier⁷⁷. Plusieurs documents de l'Alliance Française de Panama mentionnent ou évoquent bien le

72 *Id.*, p. 16.

73 TEILLOL Magali et VILAR Lucie (coord.), *op. cit.*, p. 42.

74 *Id.*, p. 43.

75 Voir photo 2 page précédente.

76 Selon Maurice Bruézière, le diplomate impulse un développement rapide de l'Alliance durant sa présidence (BRUEZIERE Maurice, *op. cit.*, p. 16).

77 Jean-Guy Degos et Christian Prat indiquent 21 900 décès de 1882 à 1888 dans leur article consacré au canal. DEGOS Jean-Guy et PRAT Christian, « L'échec du canal de Panama – Des grandes espérances à la détresse financière », *Revue française de gestion*, vol. 8, n° 188-189, Lavoisier, Cachan, 2008, pp. 307-324, pp. 314-315.

passé de l'institution, sans en faire le panégyrique ni la critique : dans le livre commémoratif des 60 ans de l'Alliance, le président du Conseil d'Administration de l'époque, Jean-Pierre Canzano, dresse un parallèle entre la création de l'association à Paris et les débuts du canal français⁷⁸. Daniel Lefort, le directeur de l'IFAC, donne à sa déclaration le titre « l'Alliance Française : un canal entre la France et le Panama »⁷⁹. La plaquette de l'Alliance Française de Panama, document destiné à en faire la promotion auprès des publics, mentionne Lesseps, Jules Verne et Louis Pasteur ainsi que la date de création parisienne⁸⁰.

Si les racines coloniales de la politique culturelle extérieure française ne font pas l'objet d'un questionnement particulièrement important aujourd'hui au Panama, c'est qu'une réflexion aboutissant à la redéfinition de ses formes et objectifs a déjà été conduite au niveau national dans la seconde moitié du XX^e siècle. On observe à cette époque l'apparition de concepts et moyens d'action nouveaux dans lesquels s'inscrit l'Alliance Française, sans cesser de se défier de formes d'influences plus anciennes⁸¹. François Chaubet situe dans les années 1970-1980 le passage en France d'une diplomatie culturelle de « rayonnement » – caractérisée par son unilatéralisme reposant sur une « affirmation de la grandeur de la culture française en soi »⁸² et l'isolation de la sphère culturelle d'autres domaines comme l'économie et le politique – à une diplomatie « d'influence ». Ce deuxième modèle lie plus volontiers culture, politique et économie, se tourne en particulier vers les futur.e.s décideur.se.s d'autres États, et surtout fait la part belle aux autres expressions culturelles et artistiques dans une démarche multilatérale⁸³. Pour Mahfoud Galloul, ce glissement constitue une réponse aux défis de la mondialisation par la mise en place d'« une certaine culture du partage et de l'interculturalité »⁸⁴. L'émergence d'un « impérialisme culturel » aux États-Unis pousse en effet les pouvoirs publics des décennies 1970-1980 à présenter la culture française, pour sa

78 TEILLOL Magali et VILAR Lucie (coord.), *op. cit.*, p. 11.

79 *Id.*, p. 13.

80 Plaquette promotionnelle de l'Alliance Française de Panama, 2017.

81 « Bien sûr, il faut toujours [se] méfier [du néocolonialisme]. L'Alliance Française a été conçue par des gens respectables du temps de la colonisation, un fait que quasiment personne ne remettait en cause. » (entretien avec Sylvia Benassy, p. 9).

82 CHAUBET François, « L'action culturelle française dans le monde : 150 ans d'expériences », Communication dans le colloque « Où va la diplomatie culturelle de la France ? Du rayonnement culturel à la diplomatie d'influence », Paris, Hypothèses – Politique de la culture, 26 février 2018 (<https://chmcc.hypotheses.org/2725#sdfootnote1anc>, consultée en ligne le 4 mai 2020).

83 *Ibid.*

84 GALLOUL Mahfoud, « La culture face aux défis de la mondialisation », in ROCHE François, *La culture dans les relations internationales*, Publications de l'École française de Rome, Rome, 2002, pp. 441-456, p. 456.

propre préservation, « comme diverse, ouverte, raffinée » et opposée à des formes culturelles outre-atlantique qui seraient « tournée[s] vers la satisfaction vulgaire des besoins de divertissement d'un consommateur sans racines ni conscience »⁸⁵. Ce qui compte désormais est peut-être moins la promotion de la culture française que celle d'une conception française de la culture⁸⁶. La défense du principe de diversité culturelle *à la française* en vient alors à être portée par des institutions qui sont extérieures aux pouvoirs publics de l'Hexagone. L'Organisation Internationale de la Francophonie (OIF), qui rassemble, depuis 1986, les chefs d'États « ayant le français en partage » lors de Sommets et qui se structure sous sa forme actuelle en 2005⁸⁷, fait de « la promotion de la langue et de la diversité culturelle » le premier des quatre grands axes définis dans son cadre stratégique décennal de 2004⁸⁸. Dans ce but, l'OIF contribue à l'adoption par l'UNESCO de la Convention de 2005 sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles⁸⁹. Pour Sylvia Benassy, le concept de francophonie et l'OIF, défendant les valeurs politiques, sociales et culturelles partagées par les pays qui en font partie, est un bon instrument pour préserver des institutions comme l'Alliance d'une attitude néocolonialiste⁹⁰. Sans nécessaire lien avec l'OIF, l'Alliance Française semble bien être une tête de pont de cette présence des cultures *francophones* à l'étranger : leur place dans son travail est considérée comme suffisamment importante pour qu'au Sénat, un rapporteur de la Commission de la culture, de l'éducation et de la communication suggère que d'autres pays francophones participent au financement de l'association⁹¹.

3. Des représentations mutuelles limitantes

L'influence française passée affecte les représentations actuelles qu'ont les locaux.ales de l'Hexagone, et à l'inverse, celles des Français.e.s expatrié.e.s du Panama. Si ces représentations contiennent des éléments que l'on retrouve ailleurs en Amérique latine, d'autres points sont plus spécifiques au Panama.

85 MARTIGNY Vincent, *Dire la France – Culture(s) et identités nationales 1981-1995*, Presses de la Fondation nationale des sciences politiques, Paris, 2016, p. 68.

86 *Id.*, p. 118.

87 Page « De la naissance de la coopération francophone jusqu'à aujourd'hui », site internet de l'OIF : <https://www.francophonie.org/de-la-naissance-de-la-cooperation-francophone-jusqua-aujourd'hui-914> (consultée en ligne le 12 mai 2020).

88 TREAN Claire, *La Francophonie*, Le Cavalier bleu, Paris, 2006, p. 93.

89 *Id.*, pp. 71-78.

90 Entretien avec Sylvia Benassy, p. 11.

91 Audition de Pierre VIMONT, 11h 45min 15sec.

Bien qu'ayant vécu un régime autoritaire dans les années 1980, le Panama n'a pas connu d'émigration massive d'opposant.e.s politiques vers la France qui « réactive » pour d'autres États latino-américains l'image que l'on peut avoir de l'Hexagone selon Denis Rolland⁹². L'immigration panaméenne en France aujourd'hui n'est pas davantage significative : moins de 1 500 Panaméen.ne.s habitent en France entre 2011 et 2016⁹³. La modernisation éventuelle de l'image française au Panama passerait donc essentiellement par une action française dans le pays même. Or, dans les deux dernières décennies du siècle passé, des sondages réalisés par les Ambassades françaises dans divers pays du sous-continent laissent penser que la France n'est pas perçue comme un pays dont la culture serait « active »⁹⁴. Pour Sylvia Benassy, c'est bien à une image « un peu surannée, limitée de la France » que l'Alliance est confrontée au sein même de sa *Junta directiva**. Cette représentation du « pays de culture, du raffinement, du luxe » est pour elle aussi utile, « vendeu[se] à l'étranger » que restreinte⁹⁵. Pour Juliette Ozanne, qui rappelle que cette représentation peut être vécue par les Français.e.s dans leur quotidien panaméen, elle n'est pas un handicap et attire des publics auxquels il s'agit ensuite de faire découvrir de nouveaux éléments de la France actuelle⁹⁶. Dans un exercice de description, « la France en 5 mots », deux étudiant.e.s de l'Alliance paraissent pourtant toujours tributaires de cette vision limitée : Jessica Martínez, Vénézuélienne de 29 ans, utilise les mots « culture, amour, Louvre, crêpes et boulangerie ». Luis Castillo, Panaméen de 15 ans, choisit les mots « révolution, liberté, triomphe, football et amour »⁹⁷.

Les Français.e.s établi.e.s au Panama paraissent avoir une image tout aussi tronquée de la société panaméenne, et en particulier de sa relation à la culture. L'isthme n'est, pas plus que la France pour les Panaméen.ne.s, un pays d'immigration française massive. Les chiffres du recensement de 2010 nous indiquent que moins de 10 000 Européen.ne.s vivent au Panama ;

92 ROLLAND Denis, « Du paradigme culturel au paradigme normal – l'image de la France en Amérique latine depuis 1980 », in CHAUBET François, *op. cit.*, 2010, pp. 197-224, pp. 206-209.

93 Institut National de Statistiques et d'Études Économiques (INSEE) : « Étrangers – immigrés : pays de naissance et nationalités détaillées » (<https://insee.fr/fr/statistiques/4197229?sommaire=4197305#titre-bloc-10>, consulté en ligne le 12 mai 2020).

94 ROLLAND Denis, « Du paradigme culturel [...] », in CHAUBET François, *op. cit.*, 2010, p. 216.

95 Entretien avec Sylvia Benassy, p. 8.

96 Entretien avec Juliette Ozanne, p. 5.

97 TEILLOL Magali et VILAR Lucie (coord.), *op. cit.*, pp. 106 et 108.

on peut estimer à moins de 1 000 le nombre de Français.e.s⁹⁸. Pour certain.e.s d'entre eux/elles, le Panama est un pays en voie de développement sans tradition culturelle propre et dont l'éducation culturelle laisse à désirer. Dans l'entretien qu'elle m'a accordé chez elle fin juin, Dakota⁹⁹, Française expatriée depuis 20 ans et au Panama depuis dix, souligne le peu de jugement esthétique panaméen dans le domaine de l'art visuel :

« On a un public qui n'est *absolument pas* éduqué, qui n'a *aucune* idée, [...] qui n'arrive pas à former son jugement. [...] Panama travaille comme ça, avec les... *la propagation orale*. [...] *c'est le bouche à oreille, le tam-tam, c'est des choses comme ça*. [...] Et donc il n'y a aucune éducation à ce niveau-là, *les gens ne comprennent rien à l'art visuel, rien de rien*¹⁰⁰. »

Dans cet extrait, Dakota utilise des tournures négatives absolues montrant que l'éducation à l'art visuel est, selon elle, inexistante au Panama, et qu'il y a une impossibilité pour ses habitant.e.s de « former son jugement » par l'intellect (« les gens ne comprennent rien ») ou le sentiment esthétique. Dans sa description de la communication entre Panaméen.ne.s autour d'un événement, elle emploie des expressions indiquant qu'elle associe leur société à une circulation orale de l'information selon des logiques presque tribales (« le tam-tam »). Ailleurs dans cet entretien, Dakota oppose nettement la France et le groupe des « pays en voie de développement » dans lequel elle inclut le Panama :

« [...] *ils font des efforts énormes, ils viennent de très loin, nous on a déjà une culture, on a déjà un passé, une histoire etc*, et c'est bien d'encourager les pays en voie de développement. C'est bien notre rôle aussi, nous qui apportons la culture mais aussi on peut amener *l'encouragement à atteindre la culture* dans le pays où nous sommes¹⁰¹. »

Le Panama, comme d'autres États du monde, serait un pays sans culture, sans passé, sans histoire, qui pourrait « atteindre la culture » grâce aux « encouragements » de pays comme la France. Nous ne sommes pas très loin du constat fait en 2010 par Denis Rolland :

98 « *Población nacida en el extranjero por sexo, según provincia y comarca indígena* », *Censos de población y vivienda año 2010* (carte téléchargée le 12 mai 2020 depuis <https://inec.gob.pa/archivos/0.2288156POBLACI%C3%93N%20NACIDA%20EN%20EL%20EXTRANJERO.pdf>).

99 Les noms des quatre membres des publics de l'Alliance avec qui j'ai fait des entretiens ont été changés.

100 Entretien avec Dakota, 22 juin 2019, p. 7. Je souligne.

101 *Id.*, p. 3. Je souligne.

« la France éprouve de sérieuses difficultés à sortir de son vocabulaire de supériorité culturelle vis-à-vis de l'Amérique latine¹⁰². »

La France et l'Alliance Française héritent donc d'un passé riche, complexe et ambigu au Panama. Bien qu'utilisé avec la distance critique nécessaire et après une remise en question à l'échelle du réseau diplomatique culturel extérieur, on en trouve des traces plus ou moins problématiques dans les représentations croisées entre Français.e.s et habitant.e.s de l'isthme.

Si importante soit-elle, l'influence culturelle française est loin d'être la seule au Panama. De multiples groupes qui se distinguent par leur nationalité ou des caractéristiques socio-culturelles voire socio-ethniques contribuent à l'élaboration d'une identité panaméenne kaléidoscopique.

B. Le Panama, une mosaïque d'influences culturelles

Le soir du 30 mars 2019 au *Parque Omar*, devant une jeune foule survoltée attendant l'apparition du chanteur portoricain *Residente*, invité à l'occasion du festival MUPA organisé par la ville, la directrice du Pôle Culture et Éducation citoyenne de la Municipalité de Panamá, Alexandra Schjelderup, prononce un discours plaçant l'événement dans la lignée des célébrations des 500 ans de la capitale : « *Seguimos en busca de nuestro ADN cultural. ¿Quién aquí tiene raíces de España? ¿de Italia? ¿de África? ¿Indígenas?* »¹⁰³. D'autres racines sont exhumées – portugaises, colombiennes, antillaises... À chaque adjectif, une partie différente du public réagit et manifeste bruyamment son identification à l'une ou l'autre ascendance. Les descendant.e.s d'Étasunien.ne.s, (à dessein?) oublié.e.s, se taisent.

Cette anecdote illustre la pluralité des origines des habitant.e.s de Panama, territoire au carrefour géographique, commercial et stratégique des deux Amériques. Aujourd'hui, certaines de ces origines sont reconnues pour avoir forgé l'identité panaméenne. D'autres, liées à des événements encore douloureusement proches de l'histoire du pays, sont tues malgré leur apport tout aussi patent.

102 ROLLAND Denis, *op. cit.*, in CHAUBET François, *op. cit.*, 2010, p. 215.

103 « Nous poursuivons la recherche de notre ADN culturel. Qui ici a des origines espagnoles ? Italiennes ? Africaines ? Indigènes ? ». Traduction personnelle.

1. « Un crisol de razas »

L'expression que j'ai choisie pour cette section consacrée aux apports culturels de groupes non-dominants de la société panaméenne¹⁰⁴, que l'on peut traduire par « creuset de races », illustre parfaitement la tradition d'immigration par laquelle se forme, s'étoffe et se pense aujourd'hui encore l'identité panaméenne. « *Crisol de Razas* » est aussi bien le nom d'un programme de régularisation migratoire¹⁰⁵ qu'un leitmotiv utilisé dans un contexte formel ou non par les habitant.e.s de la République¹⁰⁶. Cette reconnaissance des apports de certains groupes sociaux identifiés par leur couleur de peau, leur origine nationale ou leur appartenance ethnique s'est cependant constituée de manière progressive et inégale.

Comme de nombreux pays d'Amérique latine, le Panama compte plusieurs peuples indigènes dans sa population. Selon le recensement de 2010, un.e Panaméen.ne sur huit se définit comme tel.le¹⁰⁷. Parmi les huit « groupes ethniques » identifiés par le recensement, le plus important numériquement est le peuple ngäbe, localisé dans sa grande majorité à l'ouest du canal et en particulier dans la *comarca** Ngäbe Buglé, l'une des cinq circonscriptions politiques indigènes du pays¹⁰⁸. Les deux *comarcas* du Darién sont principalement habitées par les Emberás qui constituent le dernier des trois principaux groupes indigènes de Panama. C'est en effet le peuple guna¹⁰⁹ qui, bien que représentant moins d'un indigène sur cinq, est le plus visible au Panama¹¹⁰. Cela est d'abord dû à leur situation géographique : principaux.ales habitant.e.s de la *comarca* Guna Yala, écrin des quelques 300 îles San Blas (véritable paradis touristique auto-géré), ils/elles sont aussi les indigènes les plus présent.e.s des provinces de Panamá et de Colón, où se trouvent les deux principales villes et la majorité de la population

104 Dans cette configuration, le groupe social dominant (au sens numérique du terme) est celui des Panaméen.ne.s d'origine hispanique ou métisse ne se reconnaissant pas en tant qu'indigènes, afro-descendant.e.s ou toute autre catégorie utilisée ici. Je suis en cela la section « Généralités » de la *Política cultural de la República de Panamá* qui considère en 1977 ce groupe comme le « *tronco básico cultural* » de la République (INAC, *op. cit.*, p. 10).

105 Article « *Crisol de Razas, migración atiende a miles de extranjeros* » sur le site internet du service national de migration de Panama (<https://www.migracion.gob.pa/inicio/noticias/73>, consulté le 12 mai 2020).

106 « *Panamá es un crisol de razas* », extrait d'un entretien réalisé dans le cadre d'une enquête du PNUD sur les populations afro-descendantes du Panama (GARCÍA SAVINO Silvia Beatriz (dir.), *Percepciones y autopercepciones de la población afropanameña : identidad y desarrollo*, PNUD, 2013, p. 31).

107 « *Distribución de la población indígena, por grupo étnico, en la República de Panamá, según provincia y comarca indígena* », *Censos de población y vivienda año 2010*.

108 *Ibid.*

109 Prononcer « kouna ». Les Gunas s'auto-identifient par le terme « dule », à prononcer « toulé ».

110 *Ibid.*

nationale¹¹¹. Surtout, les Gunas forment le premier peuple indigène d'Amérique latine à obtenir la reconnaissance de ses revendications territoriales. Treize ans après l'éclatement de la Révolution Dule de 1925, les Gunas obtiennent une partie de leurs terres actuelles sur la côte Caraïbe, élevée au rang de *comarca* en 1953¹¹². Entrer dans la *comarca* Guna Yala revient à traverser une frontière : au kilomètre 19 de la route El Llano-Gardi, les fonctionnaires du *Servicio Nacional de Fronteras* (SENAFRONT) arrêtent les visiteur.se.s avant leur entrée en territoire guna, passeport en main. La place de ce peuple dans le paysage politique national paraît s'affirmer ces dernières années : Petita Ayarza est la première femme guna élue à l'Assemblée Nationale en mai 2019¹¹³.

Pour ce qui est de la sphère culturelle, l'acte fondateur de la politique culturelle de Panama situe les premières recherches historiques et ethnologiques revalorisant les apports indigènes au début des années 1970¹¹⁴. Dans ce domaine comme dans les autres, il semble que ce soient avant tout les Gunas qui fassent l'objet d'une visibilité importante aujourd'hui. Du 4 avril au 9 juin, le *Museo de Arte Contemporáneo* (MAC) de Panama City héberge une exposition consacrée à l'art et à la culture guna avec « un regard contemporain »¹¹⁵. Au mois de juin, le Lycée Français International de Panama présente deux expositions sur la culture guna, installées à l'Alliance Française. La première est consacrée à l'albinisme, proportionnellement exceptionnel dans le peuple indigène ; la seconde est constituée de gravures inspirées des *molos*, une forme d'art textile propre aux Gunas¹¹⁶. L'artisanat guna est visible sur de nombreux marchés et lieux touristiques de Panama.

Photo 3 : exemple de *mola*.



Source : site internet officiel des îles San Blas.

111 *Ibid.*

112 PNUD, *Imaginando un futuro común : Plan de desarrollo integral de los pueblos indígenas de Panamá*, 2015, p. 11.

113 « *Petita Ayarza: primera mujer gunadule en la Asamblea Nacional* », article de Juan Molina publié le 17 mai 2019 dans le quotidien *La Prensa* (https://www.prensa.com/impres/panorama/Petita-Ayarza-gunadule-Asamblea-Nacional_0_5305719458.html), consulté en ligne le 13 mai 2020).

114 INAC, *op. cit.*, p. 18.

115 Page de l'exposition Dulemar sur le site internet du MAC : <https://macpanama.org/pages/dulemar> (consultée le 12 mai 2020).

116 Bilan culturel de l'Alliance Française de Panama – janvier-juillet 2019, rapport d'activités bilingue réalisé par Justine Blin et Jérémy Portemont, stagiaires du service culturel sur la période, juillet 2019, pp. 52-53. Voir photo 3 ci-contre.

Le deuxième ensemble significatif de minorités ethniques du Panama est constitué d'afro-descendant.e.s. En 2010, 9,1 % des Panaméen.ne.s déclarent leur appartenance à ce groupe¹¹⁷. Dans un rapport du PNUD paru en 2013 et consacré aux perceptions et auto-perceptions de ces populations au Panama, les détails de répartition par âge et dans l'espace national indiquent la jeunesse de la population et sa forte concentration dans la province de Colón¹¹⁸. Bien que les populations afro-descendantes aient conscience d'une identité commune et reconnaissent subir des formes de discriminations (de moins en moins importantes à mesure qu'on monte les échelons sociaux)¹¹⁹, il ne s'agit pas pour autant d'un groupe homogène. Le *Censo de población y vivienda* de 2010 introduit pour la première fois dans les statistiques la distinction jusque-là présente mais informelle entre « noir.e colonial.e » et « noir.e antillais.e »¹²⁰. La première catégorie désigne les descendant.e.s d'esclaves africain.e.s arrivé.e.s au Panama pendant la colonie espagnole. La seconde se réfère aux descendant.e.s de travailleur.se.s antillais.e.s principalement francophones et anglophones arrivé.e.s à partir de la fin du XIX^e siècle¹²¹. La distinction, critiquée par les organisations de la société civile pour les divisions et incompréhensions qu'elle génère¹²², a pourtant bien motivé des formes de discrimination différenciées par le passé. Dans son étude sur les relations sociales à la frontière de la zone étasunienne du canal au XX^e siècle, Michael E. Donoghue souligne que c'est un ensemble de caractéristiques culturelles, et pas seulement la couleur de peau, qui détermine la « *blackness* » au Panama : « seuls les noirs des Antilles qui parlaient anglais et pratiquaient le protestantisme étaient vraiment des *negros* selon les standards panaméens »¹²³. Des phénomènes de discrimination existent aussi entre les afro-

117 « *Población afrodescendiente en la República de Panamá, según provincia, comarca indígena y grupo al que pertenece* », *Censos de población y vivienda año 2010* (carte téléchargé le 13 mai 2020 depuis <https://inec.gob.pa/archivos/0.28883POBLACI%C3%93N%20AFRODESCENDIENTE%20POR%20GRUPO%20AL%20QUE%20PERTENECE.pdf>).

118 83 % des afro-descendant.e.s ont moins de 54 ans. Un tiers des habitant.e.s de Colón s'auto-définit comme afro-panaméen (GARCÍA SAVINO Silvia Beatriz (dir.), *op. cit.*, p. 18).

119 *Id.*, pp. 28 et 36.

120 « *negro(a) colonial* » et « *negro(a) antillano(a)* ». Traduction personnelle.

121 *Id.*, p. 9.

122 Ces organisations réfutent l'utilisation de la distinction lors du recensement car elle crée des dissensions au sein du groupe afro-descendant (*Id.*, p. 30). Pour certaines d'entre elles, le manque d'informations préalables explique que la distinction est peu opérante dans les résultats : ceux-ci indiquent que seul.e.s 46 % des interrogé.e.s déclarent leur appartenance à l'un ou l'autre groupe, les autres se rangeant dans les catégories « noir.e » (45%), « autre » (5%) ou « non déclaré » (4%) (*Id.*, pp. 45-46 et « *Población afrodescendiente en la República de Panamá, según provincia, comarca indígena y grupo al que pertenece* », *Censos de población y vivienda año 2010*).

123 « *only black from the West Indies who spoke English and practiced Protestantism were truly negro by Panamanian standards* » (DONOGHUE Michael E., *Borderland on the Isthmus – Race, culture and the struggle for the canal zone*, Duke University Press, Durham and London, 2014, p. 106). Traduction personnelle.

antillais.e.s eux/elles-mêmes¹²⁴. De manière générale, plus le groupe afro-descendant auquel on s'identifie est présent depuis longtemps au Panama et correspond aux attentes socio-culturelles dominantes, plus il est facile de s'intégrer socialement.

L'héritage culturel des groupes afro-descendants fait aujourd'hui l'objet d'une réhabilitation assez visible. Les afro-panaméen.ne.s reconnaissent qu'il est de plus en plus possible de défendre cet héritage, mais que cela est plus difficile dans des régions du pays où ce groupe n'est pas considéré comme prédominant¹²⁵. Certaines formes d'arts, comme la peinture murale et la musique, sont particulièrement intégrées à la culture populaire panaméenne : des artistes comme Lord Cobra créent des courants musicaux imbriquant musique afro-caribéenne (la calypso), jazz et cumbia, les décorations des *Diablos Rojos* – bus urbains – perpétuent la tradition picturale afro-antillaise¹²⁶... Des manifestations annuelles comme le festival de la culture Congo à Portobelo ou l'Afro Festival de Colón donnent aux groupes afro-descendants de la côte atlantique des espaces pour mettre en avant leurs formes d'expressions culturelles propres¹²⁷, mais sont aussi critiquées pour leur dénaturation en vitrines touristiques¹²⁸. L'enjeu de préservation des pratiques culturelles afro-descendantes est d'autant plus important que les structures traditionnelles de diffusion, au sein de la famille notamment, sont mises à mal par l'immigration urbaine¹²⁹. Au niveau national, des dispositifs et institutions ont été créés récemment pour mettre en avant ces apports culturels, notamment afro-antillais : célébration du Mois de l'Afro-descendance en mai, création d'un secrétariat exécutif de « l'Ethnie noire », du centre d'études afro-panaméennes, ouverture d'un Musée Afro-antillais à Panama City¹³⁰... Les organisations concernées reconnaissent l'existence de ces avancées au niveau étatique¹³¹.

Le Panama héberge par ailleurs de nombreuses communautés minoritaires à l'origine nationale ou religieuse marquée. L'immigration de certains de ces groupes remonte au creusement du canal étasunien (européen.ne.s méditerranéen.ne.s, Chinois.e.s, Colombien.ne.s, centraméricain.e.s...) ¹³². On relève dès les années 1970 la présence d'une

124 *Id.*, pp. 98-99.

125 GARCÍA SAVINO Silvia Beatriz (dir.), *op. cit.*, p. 33.

126 DONOGHUE Michael E., *op. cit.*, p. 101.

127 GARCÍA SAVINO Silvia Beatriz (dir.), *op. cit.*, pp. 57-58.

128 *Id.*, p. 33.

129 *Id.*, p. 61.

130 *Id.*, pp. 56-57.

131 *Id.*, p. 62.

132 DONOGHUE Michael E., *op. cit.*, p. 28.

communauté juive¹³³ aujourd'hui propriétaire de commerces dans la province de Colón, à l'instar des populations désignées comme « arabes »¹³⁴. La communauté juive, estimée à 15 000 personnes, est reconnue par une partie de la diaspora internationale comme un groupe influent et actif de la société panaméenne¹³⁵. Les personnes d'origine chinoise, dont la présence géographique paraît un peu plus dispersée, sont identifiées comme les propriétaires de la plupart des petites épiceries de la capitale. « Aller chez le Chinois » à Panama City revient à dire que l'on passe à la boutique alimentaire d'à côté. L'immigration est une dynamique active du Panama actuel. En 2010, plus de 4 % des habitant.e.s du pays sont né.e.s à l'étranger, dont plus de 65 % viennent du reste de l'Amérique latine ou des Caraïbes. À en croire les discussions que j'ai pu avoir sur place avec le personnel français ou non de l'Alliance et d'autres habitant.e.s du Panama, les immigrations latino-américaines de ces dernières années sont très liées à des contextes de crise dans le pays d'origine : Venezuela, Nicaragua... Plus d'une personne d'origine étrangère sur dix vit dans la province de Panamá¹³⁶. L'ouverture à l'extérieur revendiquée par les pouvoirs publics panaméens ne paraît pas empêcher des phénomènes de racisme et de xénophobie, en particulier vis-à-vis de ces immigrations latino-américaines récentes¹³⁷.

Il est difficile de jauger la présence de certaines de ces minorités en termes de manifestations culturelles. On peut supposer que celles qui semblent présenter une forte cohésion interne pour des raisons linguistiques (les Chinois.e.s par exemple) ou socio-géographiques (la diaspora juive se concentre autour de certaines synagogues ou établissements scolaires) développent une vie culturelle propre plus ou moins volontairement déconnectée de celle du reste de la population panaméenne, sans forcément qu'il y ait hermétisme total¹³⁸. En revanche, les immigré.e.s latino-américain.e.s sont particulièrement actif.ve.s sur ces questions : Daniella Orta, l'animatrice vénézuélienne de l'émission « *la Movida* » sur Cool FM, invite très régulièrement des artistes à venir s'exprimer et présenter

133 INAC, *op. cit.*, p. 11.

134 GARCÍA SAVINO Silvia Beatriz (dir.), *op. cit.*, p. 48.

135 « *The vibrant jewish community of Panama* », article de Lauren Kramer publié le 17 août 2017 dans le périodique *The Canadian Jewish News* (<https://www.cjnews.com/living-jewish/the-vibrant-jewish-community-of-panama>, consulté le 14 mai 2020).

136 « *Población nacida en el extranjero por sexo, según provincia y comarca indígena* », *Censos de población y vivienda año 2010*.

137 Entretien avec Sylvia Benassy, p. 9.

138 Dans un article consacré au Nouvel an chinois 2019 au Panama, Alexis Lorenzo cite Vanessa Choi, représentante de l'Association chinoise au Panama : « lors de cette célébration on invite tout le monde » (« *Comunidad China en Panamá le da la bienvenida al Año del Cerdo de Tierra* », article d'Alexis Lorenzo publié le 4 février 2019 dans le périodique *La Crítica*, <https://www.critica.com.pa/nacional/comunidad-china-en-panama-le-da-la-bienvenida-al-ano-del-cerdo-de-tierra-540162>, consulté le 14 mai 2020).

leurs projets¹³⁹. Parmi les personnes étrangères résidant au Panama, ce sont également elles qui se tournent le plus vers l'Alliance Française pour obtenir une place dans la programmation : sur les 25 candidatures reçues début 2019 dans le cadre de l'appel à projets locaux de l'Alliance, dix venaient d'étranger.ère.s latino-américain.e.s résidant au Panama, et au moins cinq venaient du seul Venezuela¹⁴⁰.

2. L'ombre d'une domination coloniale : les États-Unis

Parmi les influences étrangères notables dans l'isthme, la présence étasunienne est sans conteste la plus ancienne et la plus problématique. La longue et complexe histoire des liens entre les deux nations a toujours des échos dans le Panama actuel.

Dans un récit historique à charge et détaillant minutieusement les manœuvres étasuniennes en vue de s'assurer un contrôle du passage isthmique, Gregorio Selser fait remonter les intérêts étasuniens dans la zone au milieu du XIX^e siècle. À cette époque, la *Panama Railroad Company* permet aux nord-américains de se rendre sur la côte ouest de leur territoire sans traverser de part en part les régions, largement inexplorées par les colons, du centre des États-Unis actuels¹⁴¹. Sous la présidence de Theodore Roosevelt et après la tentative française, infructueuse, deux hypothèses de percement d'un canal dans l'isthme centraméricain sont étudiées : une par le Nicaragua, l'autre par le Panama. Une campagne de propagande pro-Panama menée par le français Philippe Bunau-Varilla (principal actionnaire de la compagnie liquidatrice de l'entreprise française), en accord avec la population panaméenne (en particulier les élites) qui voient dans la construction du canal un moyen de maintenir leur richesse économique, pousse Roosevelt à choisir cette option¹⁴². Le traité Hay-Herrán, cédant aux États-Unis les droits de l'entreprise et approuvé par des notables panaméens comme Nicanor Obarrio, Federico Boyd et Manuel Amador Guerrero, est rejeté par le gouvernement colombien¹⁴³. Avec la complicité des élites panaméennes, qui utilisent le

139 Bien que la crise sanitaire actuelle fausse un peu le constat pour les dernières publications, le compte Instagram de l'émission donne une idée de cette activité (<https://www.instagram.com/lamovidapanama/>, consulté le 14 mai 2020).

140 Présentation *PowerPoint* des projets de la *convocatoria* 2019 de l'Alliance Française de Panama, document réalisé par Justine Blin et JérémY Portemont, réseau interne de l'Alliance, mars 2019.

141 SELSER Gregorio, *El rapto de Panamá*, Editorial Universitaria Centroamericana, San José, 1982, p. 90.

142 *Id.*, p. 142 et NOUAILHAT Yves-Henri, *Les États-Unis et le monde de 1898 à nos jours*, Armand Colin, Malakoff, 2003, pp. 47-48.

143 SELSER Gregorio, *op. cit.*, p. 161.

développement d'un mouvement séparatiste dans l'isthme, et de Bunau-Varilla, le gouvernement de Roosevelt appuie alors par la présence armée le coup d'État du 3 novembre 1903, fomenté par les précédents : la République de Panama est née¹⁴⁴. Quinze jours plus tard, Bunau-Varilla, reconnu entre-temps « ministre plénipotentiaire du gouvernement provisoire de Panama »¹⁴⁵, force la main des autorités panaméennes et signe chez le secrétaire d'État Hay une nouvelle version du traité Hay-Herrán qui aggrave la dépendance panaméenne vis-à-vis des États-Unis et renforce leurs droits sur le canal et le pays¹⁴⁶. La création du Panama apparaît donc comme le produit d'intérêts liés en partie seulement à la population de l'isthme, et le constitue de fait en protectorat « économiquement et culturellement dépendant et politiquement conditionné »¹⁴⁷. Une série de protestations panaméennes alliées à un contexte de revendications portées par le Tiers Monde et à la « politique des droits de l'Homme » du président étasunien Jimmy Carter aboutissent, après 13 ans de négociations, à la signature des traités Torrijos-Carter de 1977. Ils engagent la rétrocession progressive au Panama, jusqu'en 1999, de l'ensemble de la zone du canal et de la souveraineté sur la gestion du passage¹⁴⁸. Les États-Unis conservent tout de même le droit de protéger le canal quand ils le jugent opportun¹⁴⁹.

La présence étasunienne au Panama pendant près d'un siècle a laissé bien plus que les ruines des bâtiments militaires et civils de la zone du canal. Michael E. Donoghue étudie dans son ouvrage *Borderland on the Isthmus* les relations de pouvoir qu'entre-exercent les populations de l'isthme et les États-Uniens dans la zone du canal, fonctionnant comme « une colonie interne, un instrument de domination et de co-optation qui a forgé une zone-frontière pan-américaine unique ayant étendu son influence à travers la République »¹⁵⁰. Cet ensemble de phénomènes sociaux est en effet loin de fonctionner dans un seul sens et comme une unique forme de domination impérialiste d'un peuple sur l'autre : les échanges culturels et linguistiques dans la zone brouillent les frontières entre les deux nations¹⁵¹ et entre les

144 *Id.*, pp. 164-210.

145 NOUAILHAT Yves-Henri, *op. cit.*, p. 48.

146 SELSER Gregorio, *op. cit.*, pp. 229-248.

147 « *un país económica y culturalmente dependiente y políticamente condicionado* » (INAC, *op. cit.*, p. 14). Traduction personnelle.

148 FISCHER Georges, *op. cit.*, p. 100.

149 *Id.*, p. 198.

150 « *an internal colony, an instrument of domination and co-optation that forged a unique pan-American borderland that spreads its influence across the republic.* » (DONOGHUE Michael E., *op. cit.*, p. 49).

Traduction personnelle.

151 *Id.*, pp. 25 et 36-37.

nationalités même des protagonistes¹⁵². Les minorités socio-culturelles du Panama déjà évoquées n'y sont pas étrangères, et ne sont pas nécessairement les victimes d'une relation de soumission vis-à-vis des voisin.e.s du Nord. Bien que vivant.e.s dans les villes d'« argent » distinctes des villes d'« or » des blanc.he.s¹⁵³, les afro-antillais.e.s actuel.le.s ayant vécu dans la zone du canal se rappellent y avoir été mieux payé.e.s qu'aujourd'hui¹⁵⁴. Michael E. Donoghue explique les allégeances plus volontaires de ces populations au système de domination étasunien par sa proximité socio-linguistique avec le système britannique, que connaissait auparavant une grande partie des afro-antillais.e.s. Par contraste, il existe dans la société panaméenne des phénomènes de ségrégation *de facto*, hérités et réappropriés de l'ère coloniale, qui sont moins bien compris et qui suscitent la méfiance¹⁵⁵. Des peuples indigènes comme les Gunas et des minorités nationales comme les Chinois.e.s ont également cherché chez les populations étasuniennes de l'isthme une forme de protection contre les discriminations et les invasions territoriales panaméennes¹⁵⁶. La zone du canal a même pu servir de refuge à des politiciens lors du coup d'État d'Omar Torrijos en octobre 1968¹⁵⁷.

Les interactions sociales complexes de l'époque de « *la invasión* », comme l'appellent aujourd'hui certain.e.s habitant.e.s de Panama City, ont donc fortement marqué la société panaméenne qui en garde les traces aujourd'hui. Michael E. Donoghue situe le passage d'une société rurale à une société urbaine au Panama entre les années 1940 et 1980, à une période où la zone étasunienne offre des promesses d'emplois formels ou informels¹⁵⁸. Bloquée par la zone du canal, Panama City est forcée de se développer vers l'est. L'urbanisation qu'entraîne la croissance économique de la capitale atteint la côte ouest du canal sous forme d'agglomérations de pavillons résidentiels. La zone urbaine de *Panamá Pacífico*, où se trouve le Lycée Français International, est un cas exceptionnel qui utilise son ancien statut de base militaire pour se transformer en *gated community* où l'on peut vivre, travailler et même prendre l'avion pour quelques destinations sans jamais en sortir. Du point de vue économique,

152 Outre les classiques mariages mixtes et envois de Panaméen.ne.s aux États-Unis pour leurs études supérieures, la stratégie anti-impérialiste du président Omar Torrijos, qui décide en 1972 d'accorder la nationalité panaméenne à toutes les personnes nées dans la zone du canal, met particulièrement au défi l'identité des Étasunien.ne.s résidant dans la zone (*Id.*, pp. 10 et 88).

153 *Id.*, pp. 26-27.

154 GARCÍA SAVINO Silvia Beatriz (dir.), *op. cit.*, p. 38.

155 DONOGHUE Michael E., *op. cit.*, pp. 106-107 et 120.

156 *Id.*, pp. 26 et 29. Les Gunas sont le seul groupe indigène à avoir voté contre les traités Torrijos-Carter lors du référendum organisé sur la question (*Id.*, p. 26).

157 *Id.*, p. 20.

158 *Id.*, pp. 23-24.

la monnaie nationale, le balboa, est alignée sur le dollar et n'existe qu'en pièces pour des valeurs inférieures ou égales à un dollar, le reste des échanges se faisant dans la devise étasunienne. Le langage courant est truffé de termes anglo-saxons que l'on retrouve sous des formes plus ou moins hispanisées¹⁵⁹ et le régime consumériste est particulièrement visible dans le plus grand mall d'Amérique centrale. Situé dans l'ancienne zone du canal côté est, Albrook Mall est aussi une plateforme multimodale où se trouvent un petit aéroport et le terminal pour les autobus à destination du reste du pays et de l'international.

Dans mes échanges avec les habitant.e.s de Panama City, j'ai également été frappé par l'utilisation récurrente du mot « communauté »¹⁶⁰ pour désigner soit une circonscription géographique précise¹⁶¹, soit une catégorie de population distincte des autres sur le plan social, national, géographique, ethnique, socio-racial voire sexuel¹⁶². Par certains aspects, cette appréhension de la société panaméenne comme un ensemble de « communautés » distinctes mais entrecroisées me semble tendre vers un régime de multiculturalité à l'étasunienne. Le rapport du PNUD concernant les afro-descendant.e.s mentionne des cas de discrimination dans les familles respectives de deux membres d'un couple « mixte » (un.e partenaire afro-descendant.e et l'autre non)¹⁶³, et certains partis politiques créent des secrétariats nationaux spécifiquement dédiés aux questions afro-descendantes¹⁶⁴. Dans sa déclaration pour le livre commémoratif des 60 ans de l'Alliance Française de Panama, María Eugenia Herrera de Victoria, la directrice générale de l'INAC, voit dans la culture un instrument de « dialogue entre les communautés » qu'il s'agirait de favoriser pour préserver la paix sociale¹⁶⁵. Mais la compréhension panaméenne du terme de « *comunidades* » me paraît aussi dépasser ce cadre : d'une part, ces définitions ne s'accompagnent pas de formes de ségrégation spatiale. Certaines « communautés » ne sont pas cantonnées à un espace à cause de leur appartenance à un groupe ethnique ou socio-culturel précis ; en revanche, leur situation spatiale peut déterminer leur appartenance à la « communauté » de la capitale ou de l'*interior**. D'autre part, les frontières entre « communautés » sont poreuses en ce qu'elles permettent assez librement la rencontre et les échanges sociaux entre des individus de « communautés » différentes, ainsi

159 Pour dire que quelque chose est joli, on dit par exemple « *Está bien prity* ».

160 « *Comunidad* » en espagnol.

161 Entretien avec Ana González, directrice de *Arteproyección*, 1^{er} août 2019, p. 5.

162 En évoquant les diasporas latino-américaines, la directrice de l'Alliance me disait ainsi « Toutes les communautés ici sont pourtant plutôt bien intégrées » (entretien avec Sylvia Benassy, p. 9).

163 GARCÍA SAVINO Silvia Beatriz (dir.), *op. cit.*, pp. 34-35.

164 *Id.*, p. 44.

165 TEILLOL Magali et VILAR Lucie (coord.), *op. cit.*, p. 9.

que l'affiliation d'une même personne à plusieurs d'entre elles sans exclusivité ou subdivision d'une des « communautés » en fonction de l'autre : une « communauté » indigène ne se divise pas entre une « communauté indigène de la capitale » et une « communauté indigène de l'*interior* » par exemple.

Le Panama, et en particulier sa capitale, apparaissent donc comme des espaces d'une richesse sociale et d'une diversité culturelle exceptionnelles. Les influences qu'a eues par le passé la présence étasunienne sont encore bien visibles, bien que plus ou moins bien et volontairement occultées. Les expressions culturelles de certains groupes minoritaires arrivés récemment ou non sur le territoire sont au contraire de plus en plus valorisées, et leur contribution à la formation de l'identité socio-culturelle panaméenne, reconnue. L'Alliance Française, présente depuis près de sept décennies dans le pays, doit pouvoir compter avec et s'adapter à ces repositionnements et redéfinitions des enjeux culturels panaméens.

C. Soixante-dix ans d'Alliance Française au Panama

L'année 2011 est une étape importante pour l'Alliance Française de Panama. Le soixantenaire de sa fondation est en effet célébré par des manifestations culturelles et pédagogiques diverses¹⁶⁶, par la publication d'un livre commémorant sa présence historique dans l'isthme¹⁶⁷, mais surtout par un quatrième et (jusqu'à présent) dernier déménagement dans un des seuls bâtiments du quartier *Bella Vista* que la frénésie constructrice n'a pas transformé en gratte-ciel. Pour le président du Conseil d'Administration de l'époque, la *Casa Blanca*, édifice à l'architecture très reconnaissable au croisement du néocolonial et du néoclassique¹⁶⁸, est à l'image des missions de l'Alliance : « heureux compromis entre la tradition, l'histoire et la modernité d'un langage et d'une culture qui, avec la francophonie, s'ouvre à l'universalité »¹⁶⁹.

Les missions, valeurs et stratégies portées aujourd'hui par l'Alliance Française de Panama sont le résultat d'une conjugaison entre plusieurs éléments. D'une part, elles sont

166 *Id.*, p. 118.

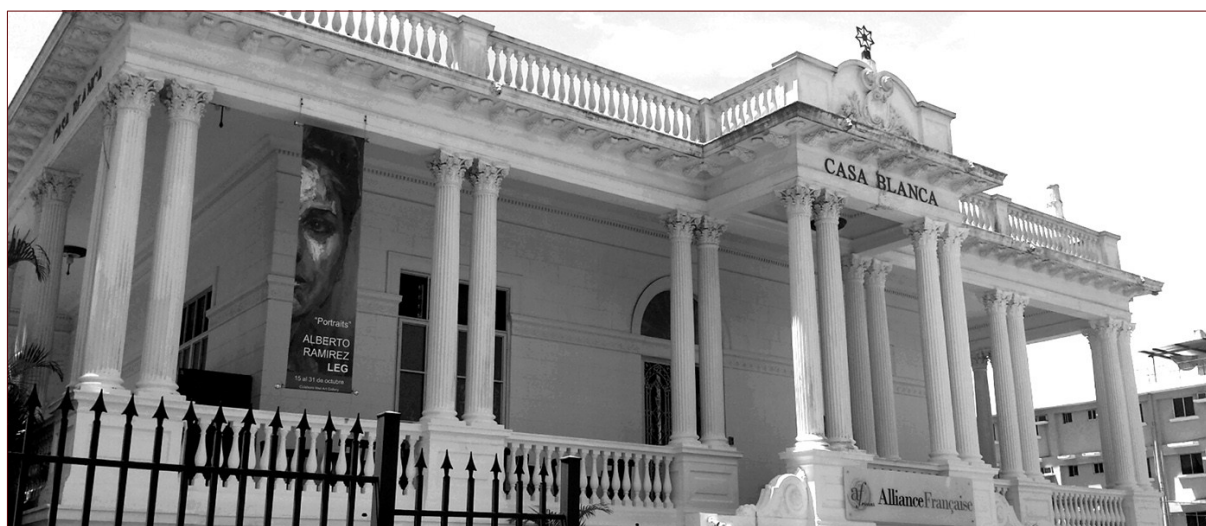
167 TEILLOL Magali et VILAR Lucie (coord.), Livre commémoratif des 60 ans de l'Alliance Française de Panama (bilingue), Stern Taylor Inc, Panama City, 2011, 131 p.

168 Voir photo 4 page suivante.

169 *Id.*, p. 11.

liées à des interprétations et réappropriations des divers héritages déjà analysés. D'autre part, elles dépendent de l'histoire propre de l'institution depuis sa création en 1951, et des relations qu'elle entretient depuis cette date avec son réseau et les autres acteurs français de l'étranger présents au Panama.

Photo 4 : Extérieur de l'Alliance Française de Panama.



Source : site internet de l'Alliance.

1. Histoire d'une institution ancienne et multiforme

Le projet de création d'une Alliance Française au Panama remonte, si l'on suit Maurice Bruézière, à la fin du XIX^e siècle où un premier comité est installé à Gatún, près de Colón¹⁷⁰. L'historien de l'Alliance relève l'apparition d'un deuxième comité en 1910, dirigé par Pablo Arosemena qui devient président de la République cette même année¹⁷¹. Maurice Bruézière ne précise pas ce que deviennent ces deux comités, mais le livre commémoratif publié à l'occasion des 60 ans de l'institution au Panama place 1951 comme la date fondatrice de l'Alliance sans faire mention de ces antécédents. La création de l'Alliance Française de Panama City, présentée dans le livre comme le fruit d'une idée toujours existante¹⁷², reçoit un soutien fort de l'Ambassade qui lui prête une partie de ses locaux et dont l'attaché culturel Henri Deleuze devient directeur de la nouvelle institution¹⁷³. La date de 1951 fait entrer

170 BRUEZIERE Maurice, *op. cit.*, p. 29.

171 *Id.*, p. 79.

172 « La volonté de créer un lieu pour faire vivre la langue et la culture française au Panama a toujours existé depuis l'arrivée des premiers Français », (TEILLOL Magali et VILAR Lucie (coord.), *op. cit.*, p. 36).

173 *Id.*, p. 47. Le cas n'est pas rare dans le réseau, comme le souligne François Chaubet (CHAUBET François, « l'Alliance Française [...] » in CHAUBET François, *op. cit.*, 2010, pp. 64-65).

l'Alliance Française de Panama dans le processus global de renouvellement du réseau après la Seconde Guerre mondiale¹⁷⁴. L'une des spécificités de l'association enregistrée comme ONG à but non lucratif est qu'en près de 70 ans d'existence, elle occupe quatre lieux successifs dans divers quartiers de Panama City. Dans le livre commémoratif, le propos identifie chaque déménagement à une époque à part entière de l'histoire de l'Alliance. Après les considérations générales sur l'Alliance Française et sa présence en Amérique centrale, comparant l'institution de Panama City avec les autres établissements de la région en termes de moyens humains et du nombre d'étudiant.e.s¹⁷⁵, le propos est divisé en quatre chapitres correspondant à ces différentes implantations géographiques. De 1951 à 1965, l'Alliance est installée dans l'Ambassade de France dans le *Casco Viejo* (la partie habitée la plus ancienne de la ville, à l'architecture coloniale) ; de 1965 à 1980, dans son premier local indépendant du quartier de *la Exposición* ; de 1980 à 2011, à *Bella Vista*, dans une rue proche de sa localisation actuelle¹⁷⁶. Outre une émancipation matérielle vis-à-vis de l'Ambassade, le déplacement vers l'est et l'installation de l'Alliance dans un édifice à l'architecture marquée d'un quartier économiquement dynamique comme *Bella Vista* reflètent le renouvellement des objectifs du réseau culturel extérieur français, d'une diplomatie de rayonnement à une diplomatie d'influence¹⁷⁷. On note en effet une plus grande participation des Panaméen.ne.s à la vie de l'Alliance (le recrutement de professeur.e.s locaux.ales commence¹⁷⁸) et une ouverture à d'autres formes d'expression culturelle à partir des années 1970. Pour Antonia Gramunt, la première professeure recrutée localement, les années 1965-1980 furent la « belle époque » de l'Alliance, marquée par un rapprochement avec la « communauté antillaise » et l'importance du « dialogue des cultures » sur l'impulsion de l'attaché culturel de l'Ambassade de 1968 à 1975, Joseph Jos¹⁷⁹. De 1974 à 1979, le nombre d'étudiant.e.s de l'Alliance de Panama double selon Maurice Bruézière (de 600 on passe à 1 200 élèves), et le premier local de *Bella Vista* est inauguré par le président de la République en 1980¹⁸⁰. À partir de 1965, on assiste donc bien à un renouvellement du travail de l'Alliance, étroitement corrélé aux stratégies centrales de redéfinition de la diplomatie culturelle extérieure française.

174 CHAUBET François, « l'Alliance française et la reconstruction d'un réseau mondial (1945-1955) », in DULPHY Anne, FRANK Robert, MATARD-BONUCCI Marie-Anne, ORY Pascal (dir.), *Les relations culturelles internationales au XX^e siècle – De diplomatie culturelle à l'acculturation*, PIE Peter Lang, collection « Enjeux internationaux », Bruxelles, 2010, pp. 491-498.

175 TEILLOL Magali et VILAR Lucie (coord.), *op. cit.*, p. 18.

176 *Id.*, pp. 31, 53, 79 et 99.

177 Cette temporalité coïncide en effet avec celle soulignée par François Chaubet dans sa communication sur la question (CHAUBET François, *op. cit.*, 2018).

178 TEILLOL Magali et VILAR Lucie (coord.), *op. cit.*, p. 60.

179 *Id.*, p. 73.

180 BRUEZIERE Maurice, *op. cit.*, p. 216.

L'organisation d'événements culturels par l'Alliance Française de Panama connaît aussi une évolution importante. Comme c'est le cas ailleurs dans le réseau, celle-ci va dans le sens d'une structuration des manifestations en une programmation culturelle de plus en plus dense et étoffée, De 1951 à 1965, l'organisation d'activités culturelles n'est pas la mission principale des personnels des institutions françaises, et paraît viser avant tout à satisfaire la « communauté française » dans un projet conjoint entre l'Ambassade et l'Alliance¹⁸¹. On retrouve parmi les médias et manifestations évoqués ceux mis en avant par Maurice Bruézière pour la même période, tournés vers les étudiant.e.s de l'Alliance : conférences, prêts et échanges de livres, théâtre, chant, danse, projections de films¹⁸²... La période 1965-1980 est présentée comme un âge d'or de l'action culturelle à l'Alliance. Les subventions de l'État permettent la mise en place d'événements « spectaculaires » et de donner à voir le meilleur de la production culturelle française ou francophile : lithographies de Picasso, œuvres théâtrales de Sartre¹⁸³... Le programme choisi semble toujours avoir pour but le rayonnement français. Le choix de réaliser certains de ces événements hors de l'Alliance est présenté comme un moyen d'accueillir le public nombreux¹⁸⁴. C'est vraisemblablement à partir des années 1980 et surtout 1990 que l'organisation d'événements culturels à l'Alliance s'ouvre à la production locale : le 13 juillet 1990, elle organise un concert avec Rubén Blades, l'un des chanteurs les plus connus de l'isthme. Le lien avec les valeurs françaises reste fortement et explicitement souligné : l'affiche du concert porte la mention en espagnol « Liberté Égalité Fraternité – 3 mots d'amour pour les enfants du Panama »¹⁸⁵. Dans ses nouveaux locaux de *Bella Vista*, l'institution dispose d'une salle de spectacle propre, d'une galerie inaugurée à la fin des années 1990 et d'une médiathèque qui ouvre en 2000¹⁸⁶. Les pratiques mises en place à la période précédente s'autonomisent vis-à-vis de l'Ambassade et se structurent autour de grands rendez-vous. Certains ont disparu (comme la « Quinzaine Scientifique » créée en 2003 ou « Lire en fête » qui ne connaît que deux éditions en 2002 et 2003¹⁸⁷), mais d'autres rythment encore aujourd'hui la programmation annuelle de l'Alliance (une « Quinzaine de la

181 TEILLOL Magali et VILAR Lucie (coord.), *op. cit.*, p. 44.

182 *Id.*, p. 45.

183 *Id.*, p. 66. Pour Joseph Jos, cette période est celle où les moyens alloués à l'Ambassade pour mener à bien des actions culturelle correspondent le mieux à ses ambitions. L'Alliance de Panama apparaît déjà comme le lieu privilégié de mise en place de ces projets (*Id.*, p. 74).

184 *Id.*, p. 66.

185 « *Libertad Igualdad Fraternidad – 3 palabras de amor para los niños de Panamá* » (*Id.*, p. 92). Traduction personnelle.

186 *Id.*, pp. 93-94.

187 *Id.*, p. 96.

Francophonie » est programmée du 17 au 31 mars 2003¹⁸⁸). Malgré cette densification progressive des activités, il est difficile de situer l'apparition d'un service culturel en tant que tel à l'Alliance Française de Panama. La période 1980-2011 paraît marquée par une intervention importante en ce domaine de la direction et de la *Junta directiva** (surtout en termes de relations publiques pour cette dernière)¹⁸⁹. La page détaillant le programme des activités culturelles de la célébration des 60 ans de l'Alliance est rédigée par Nils Petterson, membre de la *Junta* élu trésorier, présenté également comme le « coordinateur de la programmation culturelle 2011 ». Jusqu'à cette date au moins, l'organisation des activités culturelles est donc portée par des membres de l'association et par des personnels dont la culture n'est pas la mission première¹⁹⁰. Le programme des célébrations des 60 ans, qui mêle événements mondains et mise en valeur des travaux des étudiant.e.s et de la création artistique française et locale, opère une synthèse de l'ensemble des buts et méthodes dont s'est dotée l'Alliance Française de Panama depuis sa création. Pour Nils Petterson, l'Alliance Française de 2011 est une référence de la vie culturelle panaméenne et doit le rester¹⁹¹.

Durant la période de *la Exposición* (de 1965 à 1980), dont on a vu qu'elle était analysée par certains de ses acteurs comme un âge d'or de l'Alliance, deux comités décentralisés voient le jour. À partir de 1969 à Colón, ville encerclée par la zone du canal étasunienne, gravitent autour d'une nouvelle Alliance les chefs d'entreprises de la ville et de la Zone Franche, mais aussi des militaires et des étudiant.e.s de la zone du canal. Les institutions gouvernementales françaises (le Consulat) et l'Alliance mutualisent leurs moyens matériels et humains à Colón comme ils le faisaient à la création du comité de la capitale. Le travail de l'Alliance à Colón est décrit comme précaire, nécessitant la venue de personnels depuis *Ciudad de Panamá* par le chemin de fer étasunien ; l'établissement ferme dix ans après son apparition. La naissance d'un « climat d'insécurité » et le départ de plusieurs membres du comité semblent en sonner le glas¹⁹². La concordance entre le déclin de la ville enclavée et la fermeture progressive, à partir de 1977, de la zone du canal m'invitent à considérer la

188 *Ibid.*

189 *Id.*, pp. 96-97 et 118.

190 *Id.*, p. 118. Dans les remerciements du livre commémoratif, la professeure Jovanka Araúz est également citée comme « coordinatrice culturelle » (*Id.*, p. 129). D'après mes échanges sur le sujet avec le personnel en poste de l'Alliance, Juliette Ozanne est la troisième personne à être responsable du service culturel à l'Alliance. Le poste aurait été créé en 2012.

191 *Id.*, p. 118.

192 *Id.*, pp. 68-69.

rétrocession du canal comme un autre élément causant indirectement la fermeture de l'Alliance.

Dans la plus grande ville de l'ouest du Panama, l'Alliance Française connaît un destin plus souriant. Le mouvement francophile à David se structure en 1959 autour du club de lecture de littérature française mené par Gustavo et Xenia de Obaldía, de retour de France. Ils/elles prennent contact avec l'Ambassade qui les aide à faire leur demande auprès du secrétariat général de l'Alliance à Paris. Le comité local de David est créé en 1964 et dispose jusqu'en 1968 d'un soutien logistique (pour les événements culturels) et financier de la part de l'Ambassade. La rupture des relations diplomatiques entre la France et le Panama après le coup d'État d'Omar Torrijos interrompt le fonctionnement de l'Alliance à David¹⁹³. La réouverture de l'institution en 1976 est de nouveau soutenue par l'Ambassade qui nomme son nouveau directeur. Selon le docteur de Obaldía, consul de France à David de 1974 à 1997, la représentation diplomatique française reste très présente dans la vie de l'Alliance occidentale. La Foire internationale de David, vitrine agricole et industrielle de la province de Chiriquí, célèbre à partir des années 1970 le « jour de la France »¹⁹⁴ où les entreprises hexagonales mettent en avant leur production. Depuis 2001 au moins, l'Alliance Française de David est dirigée par l'enseignante panaméenne Carmen Paniza de Jaén. Gustavo de Obaldía la présente comme une directrice apte à redonner à son établissement un dynamisme certain¹⁹⁵. De fait, le premier congrès centraméricain des professeurs de français, événement supposant un travail logistique important, a lieu au début du mandat de Carmen Paniza de Jaén, en décembre 2001, à David¹⁹⁶. Les échanges que j'ai eus durant mon stage avec les personnels et artistes envoyé.e.s dans la ville s'accordaient sur la qualité du travail de la directrice, recrutée localement.

De sa création jusqu'à aujourd'hui, l'Alliance Française de Panama se construit autour et à l'aide d'acteurs locaux qui font partie des catégories sociales et professionnelles les plus influentes de la société panaméenne. Dans les premiers Conseils d'Administration de l'Alliance Française, on retrouve par exemple deux directrices de l'*Instituto Nacional* des

193 *Id.*, p. 70. Le rédacteur de cette section, le docteur Gustavo de Obaldía, mentionne aussi une fermeture de l'Alliance de la capitale à partir de 1968. Le reste du livre n'en fait pas mention.

194 « *Día de Francia* » dans la version espagnole du livre.

195 *Id.*, p. 71.

196 *Id.*, p. 88.

années 1940-1960¹⁹⁷ ou des membres de la noblesse¹⁹⁸. Pour Joseph Jos, l'Alliance a formé dans les années 1970 de nombreuses personnalités occupant des « postes stratégiques » du Panama actuel, parmi lesquelles des diplomates, des universitaires, de haut.e.s fonctionnaires¹⁹⁹... On retrouve ce type de profil dans les témoignages d'ancien.ne.s étudiant.e.s de la période 1980-2011 : par exemple l'avocate et première femme procureur de la République Ana Matilde Gómez, députée de l'Assemblée Nationale de 2014 à 2019²⁰⁰. À nouveau, le travail de l'Alliance semble obéir à une stratégie de diplomatie d'influence par la sensibilisation des futures élites politiques et sociales locales à la langue française et aux cultures francophones. De plus, la vie du comité local de l'Alliance profite de l'expérience et de l'investissement d'acteurs de longue durée qui ont fait eux-mêmes partie de l'équipe enseignante ou du vivier étudiant de l'institution. Ainsi, la première professeure recrutée localement, Antonia Gramunt, est secrétaire du Conseil d'Administration en 1995²⁰¹, puis présidente de 2003 à 2007²⁰². Elle occupe de nouveau ce poste depuis 2019. Le parcours d'Eduardo Dudley, président du Conseil d'Administration de 1978 à 1979²⁰³, montre que l'intérêt pour le projet de l'Alliance française peut se constituer très progressivement au fil des années. Son ascendance antillaise pousse Eduardo Dudley à suivre des cours à la Fraternité, puis à l'Alliance, avant de poursuivre ses études en France. L'inscription à l'association dès son retour au Panama en 1972 et son élection comme sous-secrétaire en 2011 est un moyen pour le Panaméen de rester « très attaché à l'Alliance Française »²⁰⁴. Dans le cas d'une adhésion au projet de l'Alliance qui s'inscrit dans une logique familiale, l'intérêt des membres se porte à la fois sur les activités pédagogiques et culturelles. Dans l'entretien qu'il m'a accordé à distance le 21 août, Carlos se souvient d'événements culturels auxquels il assiste avec ses parents depuis le début de ses études à l'Alliance en 1999²⁰⁵. Sa mère Ofelia, membre de l'association, est aussi une spectatrice assidue des événements²⁰⁶. Ces différents portraits révèlent cependant que les acteurs qui « font » l'Alliance sur le long terme au Panama forment un petit groupe assez homogène, ce qui peut aider l'institution à s'implanter

197 *Id.*, p. 43.

198 La famille des du Bois de Montulé notamment (*Id.*, p. 45).

199 *Id.*, p. 74.

200 *Id.*, p. 90 et profil LinkedIn de Ana Matilde Gómez (<https://www.linkedin.com/in/anamatildegomez/>, consulté en ligne le 21 mai 2020).

201 TEILLOL Magali et VILAR Lucie (coord.), *op. cit.*, p. 73.

202 *Id.*, p. 81.

203 *Id.*, p. 55.

204 *Id.*, pp. 48-49.

205 Entretien avec Carlos, 21 août 2019, p. 1.

206 Entretien avec Ofelia, 21 août 2019, p. 1.

mais lui pose aussi le défi de représenter en son sein la diversité des populations de l'isthme²⁰⁷. L'inscription à l'association, en théorie ouverte pour tou.te.s, ne paraît pas empêcher que les principales personnes élues au Conseil d'Administration soient avant tout des francophiles déjà convaincu.e.s, des notables voire des personnes ayant travaillé en France ou travaillant dans des entreprises françaises au Panama²⁰⁸.

2. Le service culturel de l'Alliance Française et les autres acteurs français de l'étranger

Étant donnés ses effectifs extrêmement réduits et précaires²⁰⁹ et sa création récente au vu de l'existence pluridécennale de l'institution, le service culturel de l'Alliance Française de Panama doit pouvoir compter sur l'appui du reste des équipes de l'association, sur le réseau des Alliances et sur les autres institutions françaises partageant tout ou partie de ses missions au Panama.

De tous les autres départements de l'Alliance Française de Panama, c'est très nettement la direction qui soutient et collabore le plus et le plus facilement avec le service culturel. Outre les questions d'affinités interpersonnelles, la directrice Sylvia Benassy fait de la promotion culturelle la pierre angulaire du travail de l'Alliance :

« je considère que la partie pédagogique, on va dire pure, de mon travail entre aussi quelque part dans le travail de programmation. La langue entrerait dans ce domaine de la culture pour moi. [...] Parce qu'apprendre une langue, c'est apprendre une culture et parce que [...], étant une ONG à but non lucratif, les cours que je vends [me fournissent] l'argent qui va me permettre de faire de la culture qui dans 99 % des cas est gratuite. Au fond pour moi, je vois donc des interactions, des interférences entre tout ce que je fais, même si je sais que je dois bien sectoriser car j'ai des gens spécialisés dans un domaine ou dans l'autre²¹⁰. »

207 Entretien avec Sylvia Benassy, p. 8.

208 C'est le cas d'Ofelia par exemple (entretien avec Ofelia, p. 1).

209 Le service ne compte qu'un.e responsable et un.e ou plusieurs stagiaires. Trois responsables recruté.e.s en contrat local se sont succédés en huit ans.

210 Entretien avec Sylvia Benassy, pp. 1-2.

Dans cet extrait, Sylvia Benassy fait de l'organisation d'activités culturelles une fin en soi du travail de l'Alliance, en accord avec les liens existants entre langue et culture dans sa conception de l'apprentissage. Sur le plan financier, les cours sont présentés comme un moyen de maintenir une programmation culturelle gratuite. En termes d'organisation, cette fin vers laquelle tendre n'empêche pas une segmentation des activités en fonction des compétences de chacun.e. Dans son travail quotidien à l'Alliance, Sylvia Benassy est partie prenante des tâches du service culturel. En plus du soutien en termes de relations publiques qu'elle apporte en tant que directrice, elle participe à la promotion des événements culturels lors de rendez-vous avec les médias (systématiquement sur les plateaux téléés, souvent dans les radios²¹¹). Elle assiste à la plupart des événements et accueille les publics de quelques mots²¹². Pour Juliette Ozanne, la responsable du service, l'expérience et le bagage culturel de la directrice sont des atouts qui l'aident à mettre au point la programmation. Selon elle, leurs compétences sont complémentaires, ce qui rend possible une activité soutenue du service²¹³.

Bien que Sylvia Benassy accorde un rôle prévalent à la programmation culturelle, elle regrette que toutes les équipes « n'assume[nt] pas forcément l'ensemble des missions de l'Alliance » qui viserait à faire connaître les cultures francophones²¹⁴. Juliette Ozanne comme la directrice perçoivent un « cloisonnement » des enjeux entre les services pédagogique et culturel, malgré la sensibilisation effectuée auprès des professeur.e.s²¹⁵. Pour la responsable du service culturel, le profil des membres de l'équipe pédagogique est une autre raison de cette implication à géométrie variable : elle souligne en effet que les professeur.e.s les plus jeunes, peu nombreux.ses, sont les plus aptes à montrer leur intérêt par la présence lors d'événements²¹⁶. Quoique les relations entre Juliette Ozanne et la responsable de l'équipe pédagogique (en 2019 Pauline Jaffuel, recrutée en Volontariat International en Administration – VIA) soient excellentes, j'ai pu constater qu'une partie de cette équipe pouvait voir d'un mauvais œil l'installation d'activités culturelles dans les espaces de l'Alliance à certaines périodes de l'année (notamment le parking). Le problème n'est visiblement pas propre à

211 Par exemple, le 28 juin 2019, elle présente le festival de cinéma français « *Dúos de cine* » à l'émission *The Weekend Radio Show* sur *Radio Mía* (Tweet de l'Alliance Française, 28 juin 2019 : <https://twitter.com/AlianzaFrPanama/status/1144664940055334913>, consulté en ligne le 21 mai 2020).

212 Le 14 février 2019 par exemple, lors de la présentation du recueil de poèmes *26 Lágrimas de luz* (Publication Facebook de l'Alliance Française de Panama, 15 février 2019 : <https://www.facebook.com/alianzafrancesadepanama/posts/2272031816192545>, consultée en ligne le 21 mai 2020).

213 Entretien avec Juliette Ozanne, p. 2.

214 Entretien avec Sylvia Benassy, p. 2.

215 *Ibid.*

216 Entretien avec Juliette Ozanne, p. 4.

l'Alliance de Panama : Juliette Ozanne rapporte que lors d'une discussion avec le délégué régional de la FAF en Amérique centrale, Marc Saggaerts, celui-ci indique que « concilier pédagogie et culture » est toujours le plus difficile à faire²¹⁷. Sylvia Benassy voit dans sa gestion passée de l'Alliance Française de Maracaibo une réussite inégale mais réelle dans ce domaine²¹⁸.

Les liens du service culturel avec la *Junta directiva** (auprès de laquelle Sylvia Benassy, en tant que directrice, doit rendre des comptes) semblent encore plus distendus. Les membres de cet organe, figure juridique de l'association, se composent d'adhérent.e.s de l'association élu.e.s selon un fonctionnement proche de celui d'une association loi 1901²¹⁹. Chaque année, l'Alliance organise un appel à candidatures (appelé *convocatoria**) invitant les artistes locaux.ales à soumettre un projet qui pourra faire partie de la programmation culturelle de l'institution. En théorie, les artistes de la *convocatoria* sont sélectionné.e.s par la *Junta* qui participe ainsi à la construction du programme de l'année. Dans les faits, en 2019, la présentation des projets à la *Junta* a d'abord été préparée par le service culturel. Après un premier tri opéré par la directrice et la responsable du service pour éliminer les projets qu'elles jugent infaisables ou inintéressants, puis des entretiens avec les artistes pour s'assurer de retenir les autres, le document de présentation est retravaillé pour être présenté à la *Junta*. Cette ultime réunion apparaît alors comme une sorte de chambre d'enregistrement de projets déjà virtuellement sélectionnés en amont. La logistique de ces événements n'est pas plus portée par l'organe décisionnel que celle des autres. Pour Sylvia Benassy, le peu d'implication de la *Junta* dans le travail du service culturel et de l'Alliance en général s'explique par le profil des membres (des notables très occupé.e.s par leurs obligations professionnelles) et par un enracinement anecdotique de la culture du bénévolat dans les mœurs panaméennes. Le désir d'entrer dans le Conseil d'Administration de l'Alliance Française de Panama traduit plutôt une recherche de prestige et de contact avec une image peu actualisée de la culture française²²⁰. Le constat se rapproche de celui que fait Denis Rolland qui va jusqu'à parler de « mur traditionaliste » lorsqu'il évoque le rôle des comités locaux de l'Alliance dans toute l'Amérique latine²²¹. Demeure le paradoxe que les membres de ce Conseil représentent pour certains les garant.e.s de la mémoire de l'Alliance, à la vie de laquelle ils participent depuis

217 *Id.*, p. 5.

218 Entretien avec Sylvia Benassy, pp. 2-3.

219 *Id.*, p. 7.

220 *Id.*, p. 8.

221 ROLLAND Denis, *op. cit.*, in CHAUBET François (dir.), *op. cit.*, 2010, pp. 197-224, p. 219.

bien plus longtemps que la grande majorité de ses employé.e.s. Il y aurait donc un équilibre entre leurs rôles et celui, plus opérationnel et rénovateur, des équipes exécutantes.

Le service culturel profite par ailleurs de l'inscription de l'Alliance Française dans un réseau régional et global. L'institution fait partie du réseau des Alliances Françaises d'Amérique centrale qui regroupe 14 établissements (dont quatre « annexes » au Nicaragua et au Costa Rica) dans les six pays hispanophones de la zone. Des réunions régionales régulières existent depuis 1977²²² mais semblent surtout orientées vers des questions transversales (la formation « Démarche qualité » en février 2020 à San Salvador²²³) ou pédagogiques (première réunion des responsables de ce pôle en novembre 2019²²⁴). La coopération entre services culturels, qui existe bel et bien, se manifeste sous la forme d'une programmation mutualisée comportant quelques tournées de projets soumis au réseau par chaque Alliance²²⁵. Les responsables culturel.le.s ne sont cependant pas invité.e.s lors des réunions régionales déterminant quels projets sont choisis. En 2019, quatre projets sont programmés au Panama par ce biais, dont deux sur la période janvier-juillet. Pour Sylvia Benassy, les tournées du réseau des Alliances d'Amérique centrale permettent des mutualisations augmentant les possibilités (notamment financières) mais peuvent freiner l'Alliance de Panama City dans sa liberté de programmation, qu'elle pense plus orientée vers des événements moins ambitieux²²⁶.

Au niveau global, la FAF n'intervient quasiment pas dans le travail quotidien du service culturel de l'Alliance de Panama. Cela s'explique simplement par le rôle de la Fondation, peu à peu redéfini ou restreint ces dernières années à la « régulation » et l'« animation du réseau associatif Alliance Française »²²⁷. Sur la période qui nous intéresse, le service culturel a été sollicité une seule fois par la FAF pour la publication d'un article sur le voyage à Bordeaux d'étudiant.e.s de l'Alliance dans le magazine *Fil d'Alliances*. Le fait que la FAF ait contacté le service culturel et non le service pédagogique ou la responsable des

222 BRUEZIERE Maurice, *op. cit.*, p. 216.

223 « Formation Démarche qualité à l'Alliance Française de San Salvador », article publié le 27 février 2020 sur le site de la FAF (<https://www.fondation-alliancefr.org/?p=46904>, consulté en ligne le 21 mai 2020).

224 « Nicaragua : Réunion des Alliances Françaises d'Amérique centrale et des responsables pédagogiques », article de Franck Poupard, directeur de l'Alliance Française de Managua, publié le 13 novembre 2019 sur le site de la FAF (<https://www.fondation-alliancefr.org/?p=45007>, consulté en ligne le 21 mai 2020).

225 *Ibid.*

226 Entretien avec Sylvia Benassy, pp. 6 et 10.

227 Convention tripartite de partenariat entre le MEAE, l'IF et la FAF, signée le 2 octobre 2019, p. 3.

voyages en France, Valérie Frassati, dénote son manque de connaissance du fonctionnement de l'Alliance de Panama²²⁸.

En revanche, les rapports entre l'ONG et les institutions gouvernementales françaises implantées au Panama sont beaucoup plus riches et complexes. La création de l'Alliance Française de Panama intervient un an avant que les deux pays ne fassent de leur représentations diplomatiques mutuelles des Ambassades²²⁹. L'Alliance étant installée dans les locaux de l'Ambassade et l'attaché culturel étant aussi le directeur de l'organisation, il est fort probable que la création de l'Alliance ait favorisé l'installation d'une Ambassade française au Panama. Outre cette fondation originelle liant par définition les deux institutions, une partie des personnels de l'Alliance est sous la tutelle du MEAE, et rend donc des comptes à l'ambassadeur en tant que son représentant au Panama. La directrice Sylvia Benassy a le statut de fonctionnaire expatriée et est à ce titre payée par l'État français. Sa mission de deux ans est renouvelable une fois²³⁰. Il est probable qu'elle ait été nommée conjointement par l'ambassadeur et le Conseil d'Administration de l'Alliance, selon des modalités établies par la convention triennale entre l'Ambassade de France et l'Alliance Française²³¹. Selon cette convention, la directrice ou le directeur fait l'objet d'une évaluation annuelle par l'ambassadeur²³². En même temps qu'il constitue une modalité conséquente du financement des Alliances Françaises par le MEAE²³³ qui tend à s'amenuiser²³⁴, ce système place ces personnels dans une forme de subordination individuelle envers l'Ambassade du pays dans lequel l'Alliance Française, institution locale indépendante des pouvoirs publics, est installée. Pour l'historien François Chaubet, cette double allégeance donne lieu à des « frottements locaux »²³⁵ également relevés dans le rapport Duvernois au début du siècle : « les centres et

228 « Séjour linguistique : de l'Alliance Française de Panama à l'Alliance Française de Bordeaux », Jérémy Portemont, *Le Fil d'Alliances*, n°48, printemps 2019, p. 37.

229 TEILLOL Magali et VILAR Lucie (coord.), *op. cit.*, p. 28.

230 Entretien avec Sylvia Benassy, p. 10.

231 Modèle type de convention triennale d'objectifs et de moyens liant le ministère aux Alliances Françaises, p. 3. Le document auquel j'ai eu accès est une convention type pour la période 2011-2013 : ce n'est donc pas strictement ce texte qui guide le recrutement en 2016 de Sylvia Benassy. Il donne cependant une idée des modalités de recrutement des directeur.trice.s d'Alliances.

232 *Ibid.*

233 LOMBARD Alain, « Les acteurs de l'action culturelle extérieure », in CHAUBET François (dir.), *op. cit.*, 2010, pp. 19-31, p. 29. En 2018, 201 agents du MEAE ont été affectés dans le réseau en plus des 66 VIA : près d'une Alliance sur quatre bénéficie donc de ce soutien des pouvoirs publics. Le rôle de la FAF dans le recrutement de ces personnels disparaît à partir de 2019 (Rapport d'activité 2018 de la FAF, p. 14).

234 Au début de l'audition de Pierre Vimont, la sénatrice Catherine Morin-Desailly évoque « les réductions budgétaires successives concernant particulièrement notre diplomatie culturelle » (audition de Pierre VIMONT, 11h 10min).

235 CHAUBET François, « L'Alliance Française [...] » in CHAUBET François, *op. cit.*, 2010, p. 63.

les instituts sont là pour servir la culture française et non pour servir de relais aux idées voire, dans certains cas, aux lubies, du personnel diplomatique »²³⁶. Si le cas qui nous intéresse ne paraît pas illustrer des situations aussi extrêmes que celles décrites par le sénateur Duvernois, j'ai pu constater que l'Alliance pouvait se trouver en porte-à-faux vis-à-vis de demandes émanant de l'Ambassade à titre privé. En 2019, l'Ambassade fournit également à l'Alliance une aide financière de quelques milliers d'euros pour l'organisation du Mois de la Francophonie. Sylvia Benassy souligne en outre que l'Alliance est « le vrai opérateur » de la diplomatie culturelle en Amérique centrale, même si les SCAC, qui ont peu de budget, réalisent quelques événements²³⁷. Certains d'entre eux sont d'ailleurs réalisés avec le concours de l'Alliance, qui prête par exemple son local pour la conférence-débat sur la démocratie sexuelle animée notamment par le sociologue Éric Fassin le 9 mai 2019²³⁸. Si cette imbrication peut brouiller les frontières entre les pouvoirs publics français et l'Alliance au détriment de son indépendance, Juliette Ozanne souligne que l'association n'aurait pas grand intérêt à se désolidariser de l'ambassade, ne serait-ce que pour des raisons de cohérence en termes d'image pour les publics panaméens qui tendent à confondre les deux institutions²³⁹. Même si les intérêts communs entre l'Alliance et l'Ambassade (promotion de la langue et de la culture française) obéissent à des buts différents (mise en avant d'aspirations humanistes d'un côté, intérêts pour la coopération interétatique et les débouchés économiques de l'autre), le maintien d'un « compromis » reste favorable aux deux institutions voire à une partie des populations panaméennes²⁴⁰.

À l'échelle régionale, les liens entre l'Alliance et l'opérateur culturel français d'Amérique centrale sont plus distendus. Cela est notamment dû à une caractéristique propre à l'institution gouvernementale : son instabilité. L'IFAC disparaît en septembre 2019 au profit d'un service de SCAC centralisé au Costa Rica, dont il est impossible de retrouver la trace sur internet. Une partie des missions qui incombent au SCAC centralisé est portée par l'Alliance, sans la médiation de celui-ci. Ainsi, le dispositif étatique CampusFrance, promouvant les études dans l'Hexagone, ne possède pas d'antenne au Panama. Son travail est assuré par Valérie Frassati, professeure à l'Alliance depuis 25 ans. La page de l'Ambassade de France

236 DUVERNOIS Louis, *op. cit.*, p. 76.

237 Entretien avec Sylvia Benassy, p. 5.

238 « Fonds d'Alembert 2019 : une invitation au dialogue », article du site internet de l'Ambassade de France au Panama (<https://pa.ambafrance.org/Fonds-d-Alembert-2019-une>, consulté en ligne le 21 mai 2020).

239 Entretien avec Juliette Ozanne, p. 10.

240 « Je vis avec ce compromis que je fais sur cette diplomatie, parce que je crois qu'au niveau local, sur le terrain, il y a des gens à qui ce modèle convient et qui les fait vivre, et qui en profitent » (entretien avec Sylvia Benassy, p. 9).

consacrée à l'IFAC renvoie directement à son adresse mail dans la section « Coopération universitaire et scientifique »²⁴¹. Certaines tournées du réseau des Alliances Françaises d'Amérique centrale bénéficient d'un financement partiel de l'IFAC, comme c'est le cas de celle du groupe musical Charlotte Fever²⁴². Sylvia Benassy rappelle aussi que l'Alliance Française peut bénéficier de certains dispositifs de l'Institut Français mis en place au niveau central, moyennant une participation financière ou le dépôt d'une candidature²⁴³. C'est le cas par exemple de la plateforme « IFCinéma » utilisée pour projeter trois des quatre films du programme *Dúos de cine* en juin 2019. Ces outils sont cependant loin d'être les plus performants ou les plus utiles pour le travail de l'Alliance. Ces éléments semblent aller dans le sens d'une complémentarité entre le réseau de droit privé des Alliances et le système public de l'IF tel que préconisé par Pierre Vimont²⁴⁴, plutôt que dans celui d'une subordination de l'un à l'autre que pouvait faire craindre au départ la création de l'Institut.

241 Page « Institut Français d'Amérique Centrale » du site internet de l'Ambassade de France au Panama (<https://pa.ambafrance.org/Institut-Francais-d-Amerique>, consultée en ligne le 21 mai 2020).

242 L'IFAC est indiqué comme organisateur de la tournée sur la page du site internet de l'Alliance consacrée à l'événement : <https://www.alianzafrancesapanama.com/sin-categoria/charlotte-fever-duo-de-musica-francesa/> (consultée en ligne le 7 juin 2020).

243 Entretien avec Sylvia Benassy, pp. 5-6.

244 Audition de Pierre VIMONT, 11h 21min.

Les héritages multiples et spécifiques de l'Alliance et de la France au Panama, inscrits dans une société à la multiculturalité complexe et dynamique, constituent des défis pour l'Alliance Française de Panama qui cherche à renouveler les représentations de la France et les pratiques culturelles qu'elle propose, sans tomber dans un messianisme dépassé. Elle peut compter sur sa présence pluridécennale et ses relations plus ou moins étroites avec divers acteurs de la diplomatie culturelle extérieure au Panama pour mener à bien ses missions.

En tenant compte de cette base historique et institutionnelle, l'Alliance Française de Panama construit chaque année une programmation culturelle dense et multiforme qui ne peut se penser que par l'insertion dans le bouillonnement culturel panaméen, et en direction de publics divers.

II. Créer l'événement à Panama City

A. S'insérer dans un environnement culturel dynamique et en pleine mutation

En 2019, se clôt pour l'Alliance Française de Panama et la Municipalité de la capitale un premier cycle de cinq années de collaboration institutionnelle en faveur de l'accès à la culture pour tou.te.s. Ce partenariat, formalisé par deux « conventions de coopération culturelle »²⁴⁵ dont la première est signée en 2015, illustre la place de l'Alliance dans un monde culturel qui fait l'objet, depuis le début de la décennie, d'une étude statistique particulière²⁴⁶.

1. Les opérateurs de la culture et leurs publics à Ciudad de Panamá

L'offre culturelle de la capitale du Panama, perçue par les personnels de l'Alliance et par ses publics comme très développée depuis plusieurs années²⁴⁷, est portée par une multitude d'institutions aux statuts, objectifs et ressources très divers. La typologie présentée donne les exemples les plus éloquents des structures culturelles de la ville.

Bien que le Ministère de la Culture n'ait été créé qu'en 2019, l'idée d'une politique culturelle portée par l'État remonte au moins aux années 1970 au Panama. En 1977, l'UNESCO publie un programme présenté par le tout nouvel *Instituto Nacional de Cultura* (INAC) créé en 1974, dans lequel sont détaillées les grandes lignes de la politique culturelle panaméenne à mettre en œuvre²⁴⁸. Dans le contexte de la signature des traités Torrijos-Carter

245 « *Convenio de cooperación cultural* » en espagnol, *Informe de actividad 2015-2019*, p. 1.

246 « *El [...] INEC de la Contraloría General de la República, presenta la primera publicación de Estadísticas Culturales: Informe 2011-15* » (Page « *Estadísticas de Cultura 2011-15* » du site internet de l'INEC : https://inec.gob.pa/publicaciones/Default3.aspx?ID_PUBLICACION=883&ID_CATEGORIA=6&ID_SUBCATEGORIA=70, publiée le 19 juin 2018, consultée en ligne le 23 mai 2020).

247 Pour les personnels de l'Alliance : « je n'ai pas vu arriver [l'effervescence culturelle de Panama City] [...] ça fait au moins cinq ans que c'est comme ça. » (entretien avec Juliette Ozanne, p. 12).

Pour les publics : « Panama autrefois avait des événements culturels plutôt pendant les quatre mois d'hiver [européen], maintenant ça s'est bien développé tout au long de l'année » (entretien avec Dakota, p. 7).

248 INAC, *Política cultural de la República de Panamá*, UNESCO, collection « *Políticas culturales : estudios y documentos* », 1977, 49 p.

et le début d'une souveraineté du Panama sur son propre territoire, la création de l'INAC est présentée comme le vecteur pour conquérir cette « pleine indépendance » sur le plan culturel²⁴⁹. La politique présentée s'appuie sur une définition forte de la culture comme instrument de cohésion sociale et expression de la nationalité : c'est par la culture que l'histoire d'un peuple peut être conservée et interrogée de manière collective à travers le temps. Elle est aussi une façon pour les pays du Tiers Monde de s'affranchir des logiques mondiales de domination coloniale : au Panama comme ailleurs, la culture nationale doit être populaire, donc révolutionnaire²⁵⁰. Le but premier de l'INAC, au départ sous la tutelle du Ministère de l'Éducation, est donc de soutenir les entités culturelles officielles ou non de la République²⁵¹. Le troisième organe de direction de l'INAC, la « *Dirección nacional de Extensión cultural* », a spécifiquement pour but d'ouvrir les populations panaméennes à la production internationale, et à l'inverse, d'exporter la culture panaméenne à l'étranger²⁵². Bien que visant un soutien important des acteurs culturels panaméens, l'INAC ne limite donc pas son action à ses frontières nationales dans une logique d'hermétisme total vis-à-vis de l'extérieur.

Jusqu'à la création du Ministère de la Culture en août 2019, l'INAC administre de nombreux organismes pour mener à bien ses missions. Plusieurs lieux sont dédiés à la culture, tous situés à Panama City : une galerie d'art visuel avec une dizaine d'expositions par an en moyenne²⁵³, trois théâtres aux représentations de mieux en mieux réparties²⁵⁴, une bibliothèque²⁵⁵... Quelques-unes des formations artistiques officielles, aux publics nombreux (*Ballet nacional*²⁵⁶, *Orquesta sinfónica nacional*²⁵⁷...), semblent avoir disparu depuis les années 1970²⁵⁸. Entre 2011 et 2015, le budget annuel de l'INAC passe de près de 27 millions à plus de 33 millions de dollars, avec un plancher de près de 22 millions de dollars atteint en

249 « *consolidar la plena independencia en lo cultural* » (INAC, *op. cit.*, p. 16). Traduction personnelle.

250 *Id.*, pp. 18-22.

251 *Id.*, pp. 27-28.

252 *Id.*, p. 31.

253 « *Exposiciones realizadas en la galería de arte visual Juan Manuel Cedeño, del INAC, según mes: años 2011-2015* », *Estadísticas de Cultura 2011-15* (document téléchargé le 23 mai 2020 depuis <https://inec.gob.pa/archivos/P8831Cuadro%206.pdf>).

254 « *Funciones presentadas en los teatros administrados por el INAC: años 2011-2015* », *Estadísticas de Cultura 2011-15* (document téléchargé le 1^{er} décembre 2019 depuis <https://inec.gob.pa/archivos/P8831Cuadro%202.pdf>).

255 Site internet de la Biblioteca nacional Ernesto J. Castillero R. : <http://www.binal.ac.pa/binal/> (consulté en ligne le 23 mai 2020).

256 « *Presentaciones del Ballet nacional, por provincia y público asistente: años 2011-15* », *Estadísticas de Cultura 2011-15* (document téléchargé le 23 mai 2020 depuis <https://inec.gob.pa/archivos/P8831Cuadro%203.pdf>).

257 « *Presentaciones de la Orquesta sinfónica nacional, en la República, por asistencia del público, según provincia: años 2011-15* », *Estadísticas de Cultura 2011-15* (document téléchargé le 23 mai 2020 depuis <https://inec.gob.pa/archivos/P8831Cuadro%205.pdf>).

2013²⁵⁹. Ce budget représente une très faible part du PIB national en 2015 (environ 0,06 %²⁶⁰), et pour certaines institutions privées, le soutien étatique dans le domaine culturel est insuffisant²⁶¹.

Des institutions gouvernementales étrangères développent aussi leur propre programmation culturelle. C'est le cas par exemple de l'Ambassade du Mexique qui propose régulièrement des ateliers créatifs pour les enfants et organise du 1^{er} au 8 novembre 2019 la « *Semana Global de México* »²⁶². L'Espagne possède son propre centre culturel au Panama, la *Casa del Soldado*, rattaché au réseau de Centres Culturels Espagnols de l'Agence Espagnole de Coopération Internationale pour le Développement (AECID). Ce réseau s'implante exclusivement dans le monde hispanophone²⁶³. Installée dans un bâtiment du *Casco Antiguo* proche de l'Ambassade de France, pourvue d'une programmation culturelle dense, la *Casa del Soldado* est pour Alexandra Gil Táboas la « seule concurrente claire » de l'Alliance Française parmi les institutions étrangères du pays²⁶⁴.

Parmi les organismes privés spécifiquement dédiés à l'organisation d'événements culturels, certains sont dotés d'un lieu propre. Le *Centro Cultural Internacional* (CCI) est une structure créée en avril 2019 dans le quartier populaire de *Santa Ana*, à proximité du *Casco Antiguo*. Selon son directeur salvadorien Rodolfo Oviedo Vega, le CCI a pour but de « défendre des espaces de la création par la promotion et la gestion culturelle ». L'installation d'artistes en résidence et la mise en place d'expositions collectives autour d'une thématique

258 Le programme de 1977 de l'INAC mentionne par exemple un « *Coro polifónico nacional* » dont on ne trouve pas la trace aujourd'hui (INAC, *op. cit.*, p. 32).

259 « *Presupuesto de gastos de funcionamiento e inversión del INAC: años 2011-15* », *Estadísticas de Cultura 2011-15* (document téléchargé le 1^{er} décembre 2019 depuis <https://inec.gob.pa/archivos/P8831cuadro%2018.pdf>).

260 Base de données du site internet de la Banque Mondiale : <https://data.worldbank.org/indicador/NY.GDP.MKTP.CD?end=2018&locations=PA&start=1960&view=chart> (consulté en ligne le 23 mai 2020).

261 « il y a un manque de soutien administratif pour la culture dans le pays » (entretien avec Rodolfo Oviedo Vega, directeur du *Centro Cultural Internacional* (CCI), 4 juillet 2019, p. 2).

262 Publication Instagram du 4 septembre 2019 sur le compte de l'Ambassade du Mexique au Panama : <https://www.instagram.com/p/B2ATtI7Jd9/> (consultée en ligne le 23 mai 2020).

263 Page « *Sobre el CCE-Cds* » du site internet de la *Casa del Soldado* (<http://ccecasadelsoldado.org/sobre-el-cce-cds/>, consultée en ligne le 23 mai 2020).

264 « *Pienso que su único competidor claro sería la Casa del Soldado (el Centro cultural español), pensando en términos de instituciones extranjeras en el país* » (entretien avec Alexandra Gil Táboas, chargée de production pour le projet *ArtBox Digital*, 30 juillet 2019, p. 2). Traduction personnelle.

sont les moyens de cette ambition²⁶⁵. La localisation particulière du centre, à deux pas de la grande allée piétonne du centre historique (la *Avenida central*) dans un quartier où vivent des populations modestes, motive Rodolfo à traiter de sujets sociaux difficiles et à réaliser des actions tournées vers les publics de proximité. L'exposition *La Ciudad*, installée au CCI du 28 mai au 30 juin 2019, présente par exemple des œuvres évoquant les trafics humains, la prostitution, les abus sexuels envers les enfants²⁶⁶... Pour certain.e.s représentant.e.s de la communauté artistique panaméenne, le projet participe cependant d'une gentrification problématique de *Santa Ana*²⁶⁷.

D'autres structures, sans lieu propre, développent des stratégies différentes pour atteindre leur public. Pour la Vénézuélienne Ana González, directrice de l'entreprise culturelle *Arteproyección* aux ambitions latino-américaines, les réseaux sociaux sont un espace essentiel de travail. *Arteproyección* travaille à la « promotion culturelle » par l'organisation de cours en ligne, la publication et la production de vidéos interactives²⁶⁸. Pour mener à bien des projets en présentiel, Ana González développe des partenariats ponctuels avec des institutions éducatives (écoles publiques, universités...) ou structures privées (clubs comme la *Sociedad Española de Beneficencia*)²⁶⁹. La situation d'*Arteproyección* semble plus précaire que celle de structures dotées d'un lieu fixe comme le CCI ou la *Casa del Soldado*.

Des établissements dont le travail ne relève pas à strictement parler du domaine culturel peuvent également héberger des événements. C'est le cas d'hôtels comme le Riu Plaza, dont le bar « Studio 50 » accueille depuis 2015 une programmation gratuite quasi-hebdomadaire de films indépendants²⁷⁰. Pour certaines entreprises, les partenariats avec des structures culturelles peuvent faire partie de stratégies de réhabilitation d'une image entachée par des scandales financiers. Ainsi le Soho Mall, centre commercial dont les propriétaires sont accusé.e.s par les États-Unis de blanchiment d'argent en 2016²⁷¹. Des structures du secteur

265 Entretien avec Rodolfo Oviedo Vega, p. 1.

266 Page de l'exposition « *La Ciudad* » sur le site internet du CCI : <https://centroculturalinternacional.art/2020/01/22/la-ciudad/> (consultée en ligne le 23 mai 2020).

267 Le 12 avril 2019, jour de l'inauguration du centre, l'artiste Ana Sofía Camargo, qui avait soumis un projet à la *convocatoria* 2019 de l'Alliance Française de Panama, se poste à l'entrée avec une pancarte dénonçant l'installation du CCI dans le quartier de *Santa Ana*.

268 Entretien avec Ana González, p. 1.

269 *Id.*, pp. 2-3.

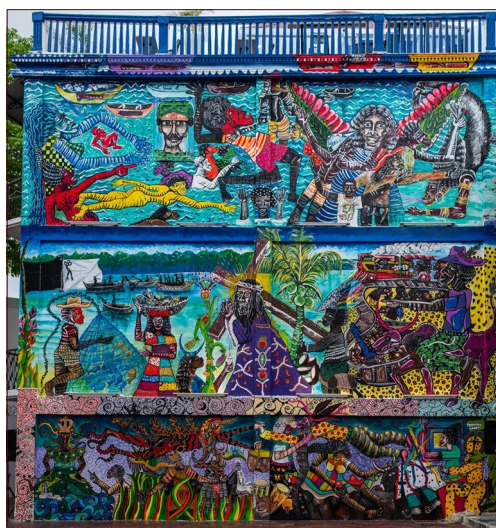
270 « *Noches de cine alternativo* » se traslada al Hotel Riu », article publié le 19 juin 2015 dans le périodique *Excelencias news Panamá* : <https://www.excelenciaspanama.com/noticia/%E2%80%98noches-de-cine-alternativo%E2%80%99-se-traslada-al-hotel-riu> (consulté en ligne le 23 mai 2020).

271 « *Incertidumbre y exilio en Soho Mall* », article de Luis Bellini publié le 13 août 2016 dans le quotidien *La Prensa* (https://www.prensa.com/impresia/economia/Incertidumbre-exilio-Soho-Mall_0_4550544986.html,

événementiel, en recherche d'une diversification de leur activité, peuvent aussi ouvrir leurs portes. Le *Teatro Amador*, ancienne scène du centre historique restaurée en 2012, se présente comme une « plateforme de divertissement culturel » et élargit son offre auparavant proche de celle d'une discothèque. Il fonctionne actuellement comme un palais des congrès²⁷².

En plus de ces acteurs plus ou moins pérennes disposant d'une programmation annuelle étoffée et cohérente ou non, la scène culturelle panaméenne s'enrichit depuis plusieurs années d'une myriade de festivals d'importance variable. Un événement de portée internationale créé en 2012, l'*International Film Festival (IFF) de Panama*²⁷³, côtoie ainsi le festival d'arts de rue *Vía Plural* qui disparaît en 2018 après quatre ans d'activités²⁷⁴. Une des caractéristiques de plusieurs de ces événements est la diversité formelle, ce que Sylvia Benassy analyse comme une recherche d'élargissement des publics²⁷⁵. *África en América*, qui devait connaître sa cinquième édition en 2020, est un bon exemple de la vitalité de cette modalité de promotion culturelle au Panama. Pour ses organisateur.trice.s, *África en América* vise à mettre en exergue les apports de l'« ethnologie » dans la construction de l'identité panaméenne²⁷⁶. Sa création en pleine décennie internationale pour les afro-descendants déclarée par l'ONU²⁷⁷ et la collaboration de la Municipalité, organisatrice du projet, avec divers acteurs politiques et sociaux du pays²⁷⁸ rapprochent l'événement des buts que se

Photo 5 : peinture murale d'inspiration afro-antillaise réalisée durant l'édition 2019 du festival *África en América* au Centre Culturel Espagnol.



Source : page Facebook de la *Casa del Soldado*.

consulté en ligne le 23 mai 2020).

272 Page « *Sobre nosotros* » du site internet du *Teatro Amador* : <http://teatroamador.com/nosotros.php> (consultée en ligne le 23 mai 2020).

273 Page « *IFF Panamá : razón de ser* » du site internet de l'IFF Panamá : <https://www.iffpanama.org/es/iff-panama-razon-de-ser> (consultée en ligne le 23 mai 2020).

274 Compte Instagram du festival *Vía Plural* : <https://www.instagram.com/viaplural/> (consulté en ligne le 23 mai 2020).

275 « une telle stratégie [se spécialiser] ne fonctionnerait pas. Les festivals sont spécialisés, mais pas les lieux. Et dans les festivals même, catalyseurs d'une forme d'expression, on a une forme de diversité. Prenez le *Festival de Artes Escénicas* : on y trouve tout ce qui se fait d'art en public : théâtre, cirque, danse... » (entretien avec Sylvia Benassy, p. 11).

276 LAURIA Sol (coord.), *Memoria: Festival África en América*, Monograma Letterpress, 2019, p. 7.

277 *Ibid.*

278 Entre autres, la *Sociedad de amigos del museo afro-antillano*, la *Secretaría Nacional para el Desarrollo de los Afropanameños*, el *Foro afropanameño por una patria sin discriminación* (*Id.*, pp. 3-4).

fixait l'INAC dès 1977 : renforcer « le tissu social » et favoriser la paix par le dialogue des cultures²⁷⁹. Pour Alexandra Schjelderup, créatrice du festival, il doit être un levier pour le développement de politiques publiques²⁸⁰, et les grands axes du projet insistent sur la visibilité à donner aux apports culturels afro-panaméens, la création de liens entre divers secteurs de la société, et le développement de compétences et du leadership dans les communautés afro-panaméennes²⁸¹. Les noms des différentes éditions du festival font écho à ces objectifs : évocation de l'ascendance africaine (2016 – *Raíces que te mueven* et 2019 – *¿Y tu abuela dónde está?*) et des luttes des afro-panaméens pour la reconnaissance de leurs droits (2017 – *Resistencia, resiliencia, reconocimiento*, 2018 – *La ruta de la emancipación*)²⁸². En quatre ans, *África en América* double le nombre d'événements de sa programmation qui inclut cinéma, expositions, danse, ateliers, forums, conférences²⁸³...

L'étoffement de l'offre culturelle de Panama City s'appuie sur une demande croissante de la part des publics, qu'illustrent les premières statistiques culturelles de l'INEC. Le nombre de visiteurs des musées du patrimoine historique stagne autour de 45 000 de 2011 à 2014 avant de doubler (près de 85 000) l'année suivante grâce à la réouverture du *Museo de arte religioso colonial*²⁸⁴. Alors qu'il ne réalise que neuf représentations de plus qu'en 2013 (où il en produit 24), le *Ballet Nacional* voit son public doubler en 2014, puis atteindre près de 30 000 personnes l'année suivante²⁸⁵. Les publics panaméens semblent de plus en plus formés à l'éducation artistique, en particulier dans la capitale : les inscriptions des 22 établissements nationaux de beaux-arts oscillent entre 3 077 et 3 768 par an entre 2011 et 2015. Alors que 11 des 13 provinces et *comarcas* indigènes possèdent des établissements de ce type, la moitié des étudiants se concentre dans la province de la capitale²⁸⁶. Les deux tiers des inscrits sont des femmes²⁸⁷. Le gain d'intérêt pour ce type de formation est plus net pour la Faculté des

279 « *generar calidad de vida y construir ciudadanía* », « *el fortalecimiento del tejido social para la convivencia pacífica* » (*Id.*, p. 8).

280 *Id.*, p. 58.

281 *Id.*, pp. 10 et 12-13.

282 *Id.*, p. 72.

283 *Id.*, pp. 18, 28-29, 36-39 et 46-47.

284 « *Visitantes a los museos del patrimonio histórico en la República por año, según museo: años 2011-15* », *Estadísticas de Cultura 2011-15* (document téléchargé le 1^{er} décembre 2019 depuis <https://inec.gob.pa/archivos/P8831Cuadro%2020.pdf>).

285 « *Presentaciones del Ballet Nacional, por provincia y público asistente: años 2011-2015* », *Estadísticas de Cultura 2011-15*.

286 Voir graphique 1 en annexe 2 (p. 142).

287 « *Matrícula de las instituciones educativas de Bellas Artes del INAC, según provincia, comarca indígena e institución: años 2011-15* », *Estadísticas de cultura 2011-15* (document téléchargé le 1^{er} décembre 2019 depuis <https://inec.gob.pa/archivos/P8831Cuadro%2014.pdf>).

Beaux-Arts de la *Universidad de Panamá* dont le nombre d'inscrit.e.s double sur la période²⁸⁸. Un peu plus de la moitié des inscrit.e.s sont des hommes²⁸⁹. Pour cette faculté comme pour les 17 des 22 autres établissements de beaux-arts fournissant les chiffres nécessaires, la faible proportions de diplômé.e.s nuance le propos (entre 4 et 15 % des inscrit.e.s environ chaque année)²⁹⁰. À partir de ces chiffres, on peut déduire que les publics intéressés par les formes d'expression artistique se concentrent dans la capitale, en adéquation avec la répartition de la population sur le territoire national. Il appert que les femmes sont légèrement plus intéressées que les hommes par les formations artistiques. Même si les institutions d'éducation artistique paraissent former très peu d'artistes professionnel.le.s diplômé.e.s, elles sensibilisent aux arts une population toujours plus nombreuse. Si l'on suit Gilles Pronovost et Jacinthe Cloutier qui analysent dans leur article les trajectoires de la participation culturelle, le parcours de ces personnes inscrites mais non-diplômées s'intègre dans leur analyse des mouvements de la pratique intensive vers le loisir culturel. Comme le rappellent ces auteurs, « la participation culturelle s'inscrit dans un projet de longue durée, dans la temporalité de toute une vie et non d'un seul segment du cycle de vie »²⁹¹. Les promotions des institutions d'éducation artistique du Panama, bien que peu diplômées, seraient donc un vivier de publics possibles et participent de la hausse de consommation culturelle au Panama ces dernières années.

2. Les stratégies de coopération institutionnelle de l'Alliance

L'Alliance Française de Panama, en tant qu'acteur culturel local, a tout intérêt à développer des projets avec la plupart des structures que nous venons de relever. Pour Juliette Ozanne, le format associatif de l'institution justifie une insertion dans ce paysage culturel dépouillée de stratégies compétitives²⁹². Il ne s'agirait donc pas de se placer en concurrent vis-à-vis du reste des acteurs de la ville, qui sont dès lors dans le pire des cas des homologues, dans le meilleur des collaborateurs. Les partenariats ne sont pas naturels ni systématiques pour autant, et leur succès dépend de plusieurs facteurs, tels que la nature de l'institution

288 Voir graphique 2 en annexe 2.

289 « *Matrículas y graduados de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Panamá, por sexo, según licenciatura: años 2011-15* », *Estadísticas de cultura 2011-15* (document téléchargé le 21 avril 2020 depuis <https://inec.gob.pa/archivos/P8831Cuadro%2017.pdf>).

290 Voir graphiques 2 et 3 en annexe 2.

291 CLOUTIER Jacinthe, PRONOVOST Gilles, « Trajectoires de la participation culturelle », BAILLARGEON Jean-Paul (dir.), *Les publics du secteur culturel – nouvelles approches*, Presses de l'Université de Laval, Institut Québécois de Recherche sur la culture, 1996, pp. 58-81, pp. 63-64.

292 Entretien avec Juliette Ozanne, p. 7.

alliée, les affinités personnelles et le lien individuel avec le reste du monde français ou francophone, voire la reconnaissance de missions ou d'objectifs communs.

C'est avec les institutions politiques nationales ou internationales que l'Alliance Française paraît développer ses partenariats les plus pérennes. Le cas le plus emblématique est la convention de coopération culturelle signée à deux reprises, en 2015 et 2017, entre le Pôle Culture et Éducation citoyenne de la mairie de Panama City et l'Alliance. Celui-ci consiste en une feuille de route commune et des garanties facilitant le développement de projets mutuels. La mairie appuie l'Alliance grâce à un financement de ses activités à hauteur de 30 000 \$ par an jusqu'en 2017, puis de 40 000 \$ par an jusqu'en 2019, date à laquelle le personnel de l'institution locale change avec les élections générales²⁹³. La Municipalité s'engage par ailleurs à apporter son soutien institutionnel pour les permis municipaux dont pourrait avoir besoin l'Alliance, à lui assurer une aide logistique si nécessaire, à mettre à disposition ses espaces... En retour, l'Alliance Française participe aux activités organisées par la mairie dont elle invite les personnels lors de ses propres événements. Elle lui prête ses espaces si besoin et propose des bourses aux fonctionnaires de l'institution pour leur permettre d'apprendre le français à la *Casa Blanca*. De plus, l'Alliance et la mairie s'engagent à mettre en avant le travail de la structure partenaire par la promotion de ses activités culturelles dans leurs réseaux respectifs²⁹⁴. La deuxième convention diffère principalement de la première en ce qu'elle désigne directement les personnes en charge de son respect. Pour la mairie, il s'agit de la directrice du Pôle Culture et Éducation Citoyenne, Alexandra Schjelderup. Pour l'Alliance, c'est la présidente Antonia Gramunt, en tant que figure juridique, qui en est responsable. Elle précise en outre les modalités de la communication à effectuer dans les médias, notamment à la radio²⁹⁵. Deux facteurs expliquent le succès de ce partenariat. D'une part, il s'appuie sur la conscience d'objectifs communs : le travail de l'Alliance est compris comme un moyen de favoriser l'inclusion, la cohésion sociale et le recul de la délinquance grâce à la culture, ce qui correspond aux objectifs d'amélioration de la vie sociale des habitants du district de Panamá, portés par la mairie²⁹⁶. Selon Sylvia Benassy, la convention est une reconnaissance de la place de l'Alliance dans le paysage culturel de la ville et du partage d'une conception

293 *Convenio de cooperación cultural Alcaldía de Panamá / Alianza Francesa de Panamá – informe de actividad 2015-2019*, 2019, pp. 2 et 4.

294 *Id.*, p. 2.

295 *Id.*, p. 5.

296 *Id.*, p. 2.

« extrêmement démocratique » de la culture²⁹⁷. D'autre part, cette collaboration profite des intérêts personnels d'Alexandra Schjelderup, que sa carrière lie fortement avec la France. Diplômée d'un master de l'université Paris-Sorbonne (Paris IV), Alexandra Schelderup est pendant près de trois ans l'attachée de presse de l'Ambassade de France au Panama. Sa conception personnelle de la culture, « outil pour le développement, la transformation sociale » dont elle défend la démocratisation à la fondation *EnRedArte* qu'elle dirige, rapproche le travail de la directrice culturelle de la mairie des valeurs portées par l'Alliance²⁹⁸.

Pour ce qui est des institutions gouvernementales internationales, l'Alliance Française de Panama coordonne et héberge chaque année un grand nombre d'événements pour célébrer la création de l'OIF. En 2019, le Mois de la Francophonie regroupe les activités de 13 représentations diplomatiques (12 Ambassades et un Consulat) dans une programmation très dense sur trois semaines. Comme dans le cas de la convention de coopération culturelle avec la mairie, le Mois de la Francophonie s'appuie sur la mise en avant d'objectifs politico-culturels communs. Le texte introductif du catalogue de l'édition 2019 rappelle les grands objectifs de l'OIF et fait du Mois de la Francophonie le lieu des « rencontres et échanges entre les cultures, les langues et les idées, fondements d'une société ouverte à la connaissance, au dialogue, à la solidarité et à la paix²⁹⁹. » Dans la pratique, l'Alliance Française est une plateforme de coordination d'événements proposés par les Ambassades sur lesquelles l'association n'a que peu de droit de regard, ce qui apparaît comme un paradoxe puisque se concentre en mars près de la moitié de la programmation culturelle semestrielle de l'association. C'est que, comme le rappelle Juliette Ozanne, le Mois de la Francophonie est avant tout un événement diplomatique. Cette particularité appelle la participation active de l'Ambassade de France pour la fluidité et la régulation des échanges entre l'Alliance et les autres délégations étrangères³⁰⁰. Toutefois, ce rôle ne semble que partiellement rempli, puisque l'Ambassade de France est l'un des seuls des 13 organismes étatiques à participer au financement direct des événements, dont la production est *de facto* en grande partie à la charge de l'Alliance. L'ONG panaméenne apparaît bien alors comme l'opérateur culturel direct de l'Ambassade, voire des pays de l'OIF, au Panama. Pour autant, cette configuration

297 Entretien avec Sylvia Benassy, p. 4.

298 « *una herramienta para el desarrollo, para la transformación social* » (Profil LinkedIn d'Alexandra Schjelderup : <https://www.linkedin.com/in/alexandra-schjelderup-49366432/>, consulté en ligne le 25 mai 2020). Traduction personnelle.

299 « *encuentros [e] [...] intercambios entre las culturas, las lenguas y las ideas, fundamentos de una sociedad abierta al conocimiento, el diálogo, la solidaridad y la paz* » (Catalogue du Mois de la Francophonie 2019, p. 2). Traduction personnelle.

300 Entretien avec Juliette Ozanne, p. 9.

inter-institutionnelle n'est pas exempte d'avantages pour l'Alliance selon sa responsable culturelle. Elle renforce la confusion, bénéfique à certains points de vue, entre l'Ambassade française et l'association, et la fait profiter de la notoriété d'autres représentations diplomatiques influentes³⁰¹. Lors d'une réunion avec les personnels de l'Ambassade au début du mois d'avril 2019, l'Alliance appelait tout de même de ses vœux une meilleure répartition des tâches allant dans le sens d'une participation accrue, financière ou matérielle, des autres institutions organisatrices de l'événement.

Les acteurs culturels privés sont les structures avec lesquelles l'Alliance développe le plus de collaborations ponctuelles. Même si ces partenariats s'appuient parfois sur des objectifs théoriques proches, ce sont surtout les circonstances et les nécessités mutuelles du moment qui motivent leur développement. Pour Sylvia Benassy comme pour Juliette Ozanne, ces rapprochements de courte durée sont moins difficiles à mettre en place que ceux de long terme³⁰². À la fin de l'année 2018, l'Alliance Française mobilise les photographes résident.e.s au Panama autour du Projet *Inside Out*, initiative mondiale de l'artiste JR qui vise à installer l'art dans l'espace public. Les portraits géants ainsi obtenus ont vocation à être collés par toute personne intéressée dans un lieu stratégique de Panama City afin de montrer « le visage » de la ville³⁰³. Pour Rodolfo Oviedo Vega, qui apprend par l'ambassadeur français que l'Alliance cherche un lieu pour réaliser cette performance collective, accueillir l'événement est une excellente occasion de faire connaître le futur CCI³⁰⁴. Le projet permet par ailleurs à l'Alliance de développer un projet artistique à la dimension politique forte (rendre visible « les exclus de la planète »³⁰⁵) dans un quartier sensible de la capitale dont elle a du mal à toucher les populations. Le futur CCI bénéficie de la notoriété de l'institution qui remplit de plus son rôle d'appui à la création locale. Là encore, les affinités personnelles de Rodolfo Oviedo Vega avec la conception française de la culture (il a habité en France régulièrement depuis 2002 et a travaillé dans plusieurs institutions culturelles) facilitent les rapports entre sa structure et l'Alliance³⁰⁶.

301 *Ibid.*

302 *Id.*, p. 7 et entretien avec Sylvia Benassy, p. 4.

303 Page du projet *Inside Out* sur le site internet de l'Alliance : <https://www.alianzafrancesapanama.com/cultura/planeta-panama-inside-out-project/> (consultée en ligne le 25 mai 2020).

304 Entretien avec Rodolfo Oviedo Vega, p. 1.

305 Bilan culturel de l'Alliance Française de Panama, p. 6.

306 Entretien avec Rodolfo Oviedo Vega, p. 2.

En toute logique, c'est plutôt à la *Casa Blanca* que se réalisent les événements en coopération avec des acteurs culturels ne possédant pas de lieu fixe. Les espaces de l'Alliance Française motivent par exemple Ana González à proposer son projet d'ateliers de peinture et de dessin de monuments parisiens. Pour la directrice d'*Arteproyección*, le travail de communication de l'Alliance et le prestige de l'institution sont des facteurs attractifs susceptibles de profiter à son entreprise³⁰⁷. Elle perçoit son propre projet comme novateur par rapport à l'ensemble des activités culturelles de l'Alliance, dans la mesure où celle-ci ne propose pas ou peu d'ateliers de peinture³⁰⁸. Ce qui motive les personnels de l'Alliance à retenir cette demande, c'est d'une part la valorisation du patrimoine français qu'elle assure³⁰⁹ et d'autre part la possibilité d'attirer certains publics, notamment les enfants et les étudiant.e.s d'écoles de beaux-arts du pays. L'événement-pilote a donné lieu depuis à l'organisation régulière d'ateliers de peinture pour enfants et de dessin pour adultes dans des conditions proches³¹⁰. Les collaborations ponctuelles peuvent donc aussi être des leviers pour le développement d'une co-organisation régulière.

C'est aussi la recherche de nouveaux publics qui motive l'Alliance à organiser certains événements dans des espaces qui ne sont pas spécifiquement dédiés à la culture. L'association fait appel à deux établissements de ce type lors d'un petit cycle de cinéma français qu'elle organise du 2 au 10 juillet 2019. Réaliser deux des quatre projections ailleurs qu'à la *Casa Blanca* donne une dimension de festival à sa *Muestra de cine francés*. La présentation de *M* de Sara Forestier le 3 juillet à l'hôtel Riu Plaza est un moyen d'attirer l'attention des publics des *Noches de cine alternativo*, qui ont lieu tous les lundis au même endroit. La location d'une salle de spectacles à l'identité architecturale forte, le *Teatro Amador*, confère au dernier événement de la *Muestra*, agrémenté d'un concert et d'un buffet français, un caractère de soirée de clôture³¹¹. Le choix de projeter *Visages Villages*, film d'Agnès Varda et de JR, permet en outre de clore la demi-saison 2019 avec un événement en forte résonance avec

307 Entretien avec Ana González, p. 2.

308 *Id.*, p. 4.

309 Cet élément m'attirait particulièrement, car je participais à l'époque à un concours de promotion de l'Île-de-France à l'étranger porté par la région : « le trophée des Étudiants-Ambassadeurs d'Île-de-France ». J'ai donc proposé à mes responsables d'organiser ces ateliers avec Ana González.

310 Publication Instagram du 7 août 2019 au sujet des ateliers de peinture pour enfants du mois d'août 2019 sur le compte de *Arteproyección* : <https://www.instagram.com/p/B01sdF-BkIF/> (consultée en ligne le 25 mai 2020).

Publication Instagram du 6 novembre 2019 de promotion du « Club de dessin de Panama » sur le compte de *Arteproyección* : <https://www.instagram.com/p/B4hu8AFBP05/> (consultée en ligne le 25 mai 2020).

311 Publication Instagram du 11 juillet 2019 sur le compte de l'Alliance : <https://www.instagram.com/p/BzyqM0rhjHj/> (consultée en ligne le 25 mai 2020).

l'actualité artistique française et panaméenne : Agnès Varda décède quelques mois plus tôt, et le *Teatro Amador* se trouve tout près du CCI où a eu lieu le premier événement de la saison, la performance participative *Inside Out Project*, dans le prolongement du travail de la fondation de JR.

L'essentiel de l'effort collaboratif de l'Alliance se place cependant au niveau de la participation à des dispositifs saisonniers. Cette forme de partenariat n'exclut pas celles exposées plus haut, qui semblent même favoriser l'insertion d'un événement dans un festival ou un programme. Quand elle est principalement symbolique, cette collaboration a l'avantage d'améliorer la visibilité de l'Alliance sans lui demander beaucoup d'investissements supplémentaires. La convention de coopération culturelle avec la Municipalité de Panama suffit par exemple à intégrer une grande partie de la programmation de l'Alliance au travail de la commission « *Panamá 500* » qui célèbre le demi-millénaire de la fondation de la capitale isthmique. Les événements du Mois de la Francophonie figurent dans le calendrier culturel du programme³¹².

Pour la directrice actuelle, l'insertion d'événements de l'Alliance dans les festivals, en plein essor, est un choix stratégique essentiel de la programmation³¹³. La recherche de nouveauté et de mise en valeur de procédés artistiques peu présents sur la scène culturelle panaméenne guide cette participation : Pour l'édition 2018 de *Fotoseptiembre*, circuit photographique lors duquel l'Alliance est en contact étroit avec tous les musées de la ville³¹⁴, l'Alliance propose un travail d'investigation autour de Monsanto mené par Mathieu Asselin³¹⁵. Selon la directrice, l'événement est une réussite dans la mesure où il tranche avec le reste de la programmation du festival, quitte à bousculer les publics panaméens dans leurs habitudes et à les choquer³¹⁶. En soutenant la création de nouveaux festivals, l'Alliance Française contribue ostensiblement à l'enrichissement du paysage culturel panaméen. Juliette Ozanne évoque ainsi le cas de deux festivals accueillis pour leur première édition³¹⁷ : la

312 Par exemple, l'exposition #SPIROU4RIGHTS proposée par l'Ambassade de Belgique au Panama : <https://ciudadpanama500.org/event/mes-de-la-francofonia-declaracion-universal-de-los-derechos-humanos-en-comics/> (consulté en ligne le 25 mai 2020).

313 « Ma stratégie est de participer au maximum à ce qui existe déjà », « C'est aussi un choix que j'ai fait, depuis mon arrivée, d'inclure un événement de l'Alliance dans de nombreux festivals de Panama » (entretien avec Sylvia Benassy, pp. 4 et 10).

314 Entretien avec Juliette Ozanne, p. 7.

315 Page de l'exposition « *Monsanto, una investigación fotográfica* » sur le site internet de l'Alliance : <https://www.alianzafrancesapanama.com/cultura/fotoseptiembre-2018/> (consultée en ligne le 25 mai 2020).

316 Entretien avec Sylvia Benassy, p. 10.

317 Entretien avec Juliette Ozanne, p. 12.

Muestra Internacional de Clarinetes en 2018 (qui perdure en 2019³¹⁸) et le *Festival de Improvisación Teatral* en 2017 (qui a visiblement disparu³¹⁹).

L'Alliance Française de Panama déploie donc divers partenariats avec l'environnement artistique et culturel dense dans lequel elle se trouve. Ces partenariats occupent une place essentielle dans la programmation globale de l'institution, de dimensions respectables.

B. Présenter une programmation ample en fonction de multiples paramètres

Lors d'une énième visite au dix-septième étage de l'*edificio Plaza Regency*, l'animateur de l'émission « *La Ventana* » de *Radio Panamá*, John de León, fait part à ses deux invité.e.s de l'Alliance Française et à ses auditeur.trice.s de son étonnement voire de son admiration : « *¡Siempre tienen eventos ! Siempre les veo muy activos en lo que es cultura* »³²⁰. L'affirmation paraît relever la réussite d'un objectif-clé de la programmation : s'assurer une présence constante sur la scène culturelle panaméenne.

Dans la mesure où l'Alliance Française de Panama est indépendante, avec les nuances qu'on a vues, des institutions gouvernementales françaises de l'étranger, sa stratégie de programmation culturelle n'a en principe pas besoin d'être justifiée ou défendue auprès de ces acteurs. Sa quasi-autonomie financière l'affranchit aussi de comptes qu'elle aurait à rendre auprès de mécènes. Les événements culturels ne sont pas non plus une source de revenus pour l'Alliance : leur succès n'est donc pas un enjeu de sa survie. Le service culturel dispose dès lors d'une grande marge de liberté dans sa sélection de projets³²¹. Pour autant, il existe bien des motivations plus ou moins choisies et assimilées qui expliquent les moyens que se donne l'Alliance pour construire sa programmation.

318 Page Facebook du MICLAP Festival : <https://www.facebook.com/miclapfestival/> (consultée en ligne le 25 mai 2020).

319 Compte Instagram du FIT 2017 : <https://www.instagram.com/festivalfit2017/> (consulté en ligne le 25 mai 2020).

320 « Vous avez tout le temps des événements ! Je vous vois toujours très actifs pour ce qui est de la culture ». Traduction personnelle.

321 Entretien avec Juliette Ozanne, p. 1.

1. Un ensemble d'objectifs et de contraintes...

Ce qui détermine ou guide les choix programmatiques de l'Alliance Française, c'est à la fois un ensemble de valeurs et de buts hérité du réseau culturel extérieur français, adoptés et retravaillés localement, et des éléments résultant de particularités de l'Alliance et de sa place au Panama.

Dans la ligne de la conception langienne de la culture, « ouverte à la différence, métisse et pluriculturelle »³²², la mission de promotion de la culture française qui caractérise la diplomatie de rayonnement de la France jusqu'aux années 1980 se redéfinit désormais autour d'une acceptation plus large des expressions culturelles. Pour l'Alliance Française de manière générale, cela signifie une interaction accrue entre deux des quatre objectifs du réseau relevés par Philippe Boulanger dans un ouvrage récent : le développement de l'influence intellectuelle française et la mise en exergue des échanges et de la diversité culturelle³²³. D'une part, il ne s'agit plus de montrer en quoi la France est culturellement supérieure, mais en quoi sa conception de la culture et la façon dont on la promeut sont plus à même que d'autres de donner à chacun.e une occasion de s'exprimer. À l'Alliance Française de Panama, mettre en avant d'autres pratiques culturelles que celles (supposément) connues des Panaméen.ne.s et d'autres façons de les consommer est bien pour Sylvia Benassy une solution pour garder une place de référence dans la vie culturelle locale³²⁴. D'autre part, la diplomatie culturelle française doit désormais se mettre *au service de* la diversité culturelle qu'elle a contribué à faire reconnaître auprès de l'UNESCO en tant que membre de l'OIF³²⁵. Accepter que le français n'est pas le seul outil ni la seule langue apte à défendre les intérêts nationaux est une des concrétisations de cette promotion de la diversité culturelle³²⁶. C'est bien le cas à l'Alliance Française de Panama : très peu d'événements sont tournés directement vers la langue française, et aucun ne fait l'objet d'une médiation uniquement en français auprès des publics. La mission de diversité culturelle y est assimilée à travers les principes d'appui à la

322 MARTIGNY Vincent, *op. cit.*, p. 118.

323 BOULANGER Philippe, *op. cit.*, p. 13.

324 Entretien avec Sylvia Benassy, p. 4.

325 On retrouve cette expression dans le livre blanc de recommandations sur la politique étrangère et européenne de la France pour la période 2008-2020 (JUPPE Alain, SCHWEITZER Louis (dir.), *La France et l'Europe dans le monde – livre blanc sur la politique étrangère et européenne de la France, 2008-2020*, La Documentation française, Paris, 2008, pp. 89-100). Il y est fait allusion à l'adoption par l'UNESCO de la convention sur la diversité culturelle du 10 décembre 2005 (*Id.*, p. 97).

326 *Id.*, p. 98.

création locale et de promotion des cultures francophones³²⁷. Sur un plan plus personnel, les fondements éthiques, voire moraux, qui guident la directrice dans son travail à l'Alliance participent également à cette défense de la diversité culturelle comme objectif fort :

« [...] je tiens beaucoup à la mission d'échange culturel de l'Alliance. Du point de vue humain, je reste persuadée qu'il faut toujours développer les échanges culturels et humains. [...] Je crois que c'est ce qui va sauver le monde, surtout avec les mouvements migratoires qu'on met en épingle aujourd'hui. Face à ce repli sur soi, aberrant au vu du système capitaliste mondialisé dans lequel nous vivons, je pense que la culture peut jouer un rôle pacificateur et encourager le dialogue [...]. C'est pour cela que je fais en sorte qu'ici, les événements soient les plus internationaux possibles. Je pense que l'Alliance peut être de ces espèces d'espaces internationaux ; ce qui compte c'est l'effort que l'on fait pour faire vivre l'art, la culture et les relations humaines. C'est très idéaliste, mais je fonctionne comme ça³²⁸. »

La « mission d'échange culturel » de l'Alliance Française est pour Sylvia Benassy une réponse pour s'affranchir de l'héritage colonialiste de l'institution, en même temps qu'elle est une solution actuelle aux phénomènes de repli identitaire, au Panama ou ailleurs. Ce que défend et retient l'ONG panaméenne du « messianisme politico-culturel »³²⁹ révolu de la diplomatie culturelle française, c'est donc un volontarisme humaniste en faveur du dialogue entre les cultures.

Le maintien d'une image de marque, d'une représentation de l'Alliance comme maillon d'un réseau international me paraît être un autre enjeu important directement lié au reste du réseau culturel extérieur français. Cet ancrage dans un réseau permet en effet à l'Alliance Française de Panama d'asseoir sa place dans le paysage culturel de la ville, et constitue un gage de son sérieux. Dans la plupart des entretiens menés avec les publics et les co-organisateurs culturels, les personnes interrogées indiquent qu'elles fréquentaient les Alliances d'autres pays avant leur arrivée au Panama. Ainsi, Ana González se souvient que l'Alliance de Maracaibo était un « lieu très couru de la ville », et affirme que la solidité institutionnelle, l'ancrage international, le prestige et la bonne réputation de l'Alliance

327 « *Un centro cultural promotor de talentos francófonos, internacionales y locales* » (plaquette promotionnelle de l'Alliance Française de Panama, 2017).

328 Entretien avec Sylvia Benassy, p. 9.

329 CHAUBET François, Introduction, in CHAUBET François (dir.), *op. cit.*, 2010, p. 11.

Française de Panama font partie des éléments qui la poussent à y proposer un projet³³⁰. Dans sa plaquette de présentation, l'Alliance consacre un volet à la présentation du réseau mondial et de sa place dans celui-ci³³¹. Les événements culturels proposés par l'association panaméenne doivent donc se montrer, en quelque sorte, « à la hauteur » de cette image qu'il s'agit de conserver. Alors que les objectifs précédents relevaient plutôt d'une stratégie de diplomatie d'influence, la défense d'une image de marque participe selon moi de la « présence matérielle sur le moyen et long terme » et de la valorisation d'une « mémoire vivante de la présence française » que François Chaubet rattache à la notion de diplomatie de rayonnement, et qu'il analyse comme un atout à conserver de ce système de diplomatie par ailleurs dépassé³³².

À ces déterminants s'ajoutent des enjeux qui résultent de particularités locales, propres aux ressources de l'Alliance ou aux défis que lui pose son environnement. La conception qu'a Sylvia Benassy du rôle de l'institution sur le territoire influence directement la construction de la programmation. Pour elle, l'ONG remplit une mission d'intérêt général, presque de service public, qui doit primer sur la définition d'une ligne artistique :

« Une programmation culturelle ici nous oblige à tout un tas de choses qu'on n'a pas dans une programmation culturelle *ex nihilo*. On est très sollicités, ce qui est aussi une forme de reconnaissance. Je vois également ce type de projets où l'on prête un espace comme une forme d'obligation, un service qu'on rend au territoire sur lequel nous sommes présents : on nous demande de l'aide, et on y répond³³³. »

La directrice fait donc le choix de subordonner la cohérence générale de sa programmation culturelle à l'idée d'« obligation », de service à rendre au vivier artistique panaméen. Pour autant, elle n'évacue pas l'ambition de proposer un contenu de qualité, comme elle le rappelle à plusieurs reprises lors de notre entretien³³⁴.

En outre, la programmation culturelle de l'Alliance doit aussi répondre au défi de l'insertion dans un environnement culturel et médiatique en pleine mutation. L'élargissement

330 Entretien avec Ana González, pp. 1-3. Pour la citation, p. 1 : « *era un lugar muy concurrido de la ciudad* » (traduction personnelle).

331 Plaquette promotionnelle de l'Alliance Française de Panama, 2017.

332 CHAUBET François, *op. cit.*, 2018.

333 Entretien avec Sylvia Benassy, p. 11.

334 *Id.*, pp. 3, 10 et 11.

de l'offre culturelle au Panama profite de nouveaux rapports individuels à la culture et à la création artistique. Dans un ouvrage récent sur la médiation culturelle, Jean-Marie Lafortune et Danièle Racine les identifient en ces termes : « Les mécanismes sociaux de la différenciation sociale se manifestent maintenant à l'aune de la *consommation omnivore* [...], trait caractéristique de la culture contemporaine où toutes les manifestations peuvent coexister sans être frappées d'illégitimité »³³⁵. Ces auteur.trice.s soulignent ici que c'est désormais un spectre de consommation culturelle large, plutôt que la sélection de quelques pratiques et formes d'expression particulières, qui est valorisé socialement. Dans un pays comme le Panama, cette « consommation omnivore » de la culture s'exprime par un intérêt à la fois pour la diversité *discursive* (le contenu), la diversité *formelle* (le type d'expression utilisé pour porter ce discours) mais aussi la diversité des *supports* de ces propositions culturelles. Du point de vue du discours, nous avons évoqué plus haut quelques communautés dont les préoccupations font l'objet d'une attention grandissante. Du point de vue des formes artistiques, aux propositions « classiques » (danse, peinture, théâtre, musique, cinéma...) s'ajoutent des formes hybrides (performances) ou participatives (ateliers, micros ouverts...) où la focale se déplace de la forme artistique vers le discours comme liant de l'œuvre³³⁶. Enfin, du point de vue des supports, la production artistique panaméenne explore les nouvelles technologies (notamment les réseaux sociaux) comme *medium* essentiel de la création. Le travail d'un artiste comme Michael Won, qui se définit comme « créateur de contenus », au croisement des arts plastiques et visuels, est pour moi difficilement réductible à la pure photographie, dans la mesure où le format de la plupart de ses travaux s'adapte spécifiquement à leur moyen de diffusion (dans ce cas, Instagram)³³⁷. Il ne s'agit pas de dire que ces évolutions sont propres au seul Panama, mais de les reconnaître comme des tendances assez significatives de la vie culturelle panaméenne pour représenter des défis à prendre en compte pour l'Alliance aujourd'hui.

Enfin, la programmation culturelle de l'Alliance Française de Panama doit tenir compte de contraintes matérielles fortes. Bien que, comme le rappelle François Chaubet, les faiblesses matérielles soient le propre du réseau Alliance Française³³⁸, l'association de Panama

335 LAFORTUNE Jean-Marie et RACINE Danièle, « Chapitre 1 : Sources de la médiation culturelle », in LAFORTUNE Jean-Marie (dir.), *La médiation culturelle – Le sens des mots et l'essence des pratiques*, Presses de l'Université de Québec, collection « Publics et culture », Québec, 2012, pp. 9-37, p. 19. Je souligne.

336 Une part significative de projets proposés à la *convocatoria* 2019 de l'Alliance s'appuyait plusieurs formes d'art (installation, vidéo et affiche par exemple, ou photographie et texte...).

337 Site internet et compte Instagram de Michael Won : <https://www.michaelwon.com/> et https://www.instagram.com/work_won/ (consultés en ligne le 28 mai 2020).

338 CHAUBET François, « L'Alliance Française [...] » in CHAUBET François, *op. cit.*, 2010, pp. 64-65.

paraît en ce domaine cumuler les désavantages. La *Casa Blanca* dispose, en guise de salle de spectacle, d'exposition, de concert, de conférence et de cinéma, d'un patio intérieur à l'acoustique inadaptée, sur lequel s'ouvrent toutes les portes des salles de cours de l'étage et les couloirs conduisant à l'entrée principale d'un côté, aux bureaux d'une partie de l'administration de l'autre. Ce patio, qui atteint difficilement la jauge de 120 personnes assises, est inutilisable en semaine avant 20h et le samedi matin, en raison d'une forte présence estudiantine (sauf à déplacer tous les cours vers les autres étages du bâtiment, impossible le samedi). L'Alliance ne dispose pas d'estrade, pas de projecteurs, et il lui est impossible de protéger les œuvres exposées des jeunes élèves (par exemple)³³⁹. L'alternative, exploitable quand le temps le permet (cinq mois sur 12), est le parking extérieur, à la jauge beaucoup plus conséquente. Y organiser un événement et assurer des places de stationnement aux élèves et aux publics se révèle toutefois être un vrai casse-tête³⁴⁰. Le bâtiment de l'Alliance est pourtant bien identifié comme une plus-value pour Sylvia Benassy, car peu de structures culturelles offrent un tel espace à Panama City³⁴¹. Son autre atout est l'identité architecturale forte qu'il présente dans une capitale où l'urbanisme tend à standardiser les édifices. Les ressources humaines de l'Alliance sont par ailleurs relativement limitées. La responsable du service culturel, Juliette Ozanne, est une jeune professionnelle (c'est son premier poste) qui occupe cette fonction depuis quatre ans en contrat local, ce qui suppose des conditions salariales peu avantageuses qui a pu motiver le départ des responsables précédent.e.s. Le service est renforcé par un.e ou plusieurs stagiaires, personnels par définition temporaires et en apprentissage, ce qui demande de l'Alliance une grande attention à l'heure du recrutement³⁴². Comme le poste de directeur.trice, au statut d'expatrié.e, ne peut pas être occupé plus de quatre ans³⁴³, il est impossible aux personnels en place de définir une stratégie d'action culturelle *sui generis* de moyen ou long terme. Pour terminer, l'équilibre financier de l'Alliance est lui aussi plutôt fragile. Comme le souligne la chercheuse Dominique Bourgeon-Renault dans un article sur la perception par le consommateur des politiques de prix du secteur culturel, des établissements comme l'Alliance font face à une diminution structurelle de leur productivité, dans la mesure où les salaires des personnels augmentent, même si les conditions de réalisation d'une manifestation artistique sont les mêmes. Un centre culturel ne peut pas chercher un équilibre financier dans la distribution de

339 Voir photo 1 page 8.

340 Voir photo 6 page 70.

341 Entretien avec Sylvia Benassy, p. 10.

342 La diversité des compétences et des formations entre Justine Blin et moi sur la période étudiée montre que Juliette Ozanne et Sylvia Benassy recherchent une certaine complémentarité dans ce domaine.

343 *Id.*, p. 10.

masse de ses produits³⁴⁴. Le cas de l'ONG panaméenne est un peu différent, puisqu'elle peut compter, comme la grande majorité des Alliances, sur la vente des cours de français qui est la base de son autonomie budgétaire³⁴⁵. Comme on l'a vu, la mairie de Panama City finance en outre ses activités à hauteur de 40 000\$ par an jusqu'en 2019, et quelques Ambassades participent au coût monétaire de l'organisation des événements de la Francophonie. On peut estimer l'ensemble de ces « subventions » publiques à environ 50 000\$ par an ces dernières années. Le mécénat d'entreprises françaises se réduit significativement depuis l'arrivée de l'actuelle responsable culturelle et paraît se déployer dans le sens de participations en nature lors de certains événements³⁴⁶. Dans le livre commémoratif des 60 ans de l'Alliance, apparaissent en tout une quinzaine de sponsors dont de grosses firmes françaises comme GDF Suez, Sanofi, Total, Michelin³⁴⁷... Sur le site de l'Alliance Française aujourd'hui, sont mentionnés TV5 Monde (avec laquelle la communication institutionnelle m'a paru difficile), Geos (l'entreprise qui gère la sécurité de la *Casa Blanca*), Air France (qui offre des billets d'avion lors des éditions récentes de la Fête du Vin, en premier prix d'une tombola³⁴⁸ ou facilite la venue d'artistes lors des tournées du réseau des Alliances d'Amérique centrale) et le groupe Lactalis (qui propose gratuitement ses produits dans des événements festifs de l'Alliance, comme la Fête de clôture de la Francophonie 2019)³⁴⁹. Des partenariats de ce type semblent particulièrement intéresser les entreprises pour des événements centrés autour de la promotion de produits français, dont l'exemple paradigmatique est la Fête du Vin³⁵⁰, reconnue par les personnels comme l'un des événements les moins intéressants en termes de contenu³⁵¹.

2. ... auxquels répondent des moyens ambitieux

344 BOURGEON-RENAULT Dominique, « Chapitre 3 : Politique de prix et perception du consommateur dans le domaine culturel », in ASSASSI Isabelle, BOURGEON-RENAULT Dominique et FILSER Marc (coord.), *Recherches en marketing des activités culturelles*, Vuibert, Paris, 2010, pp. 63-80, p. 64.

345 Entretien avec Sylvia Benassy, p. 1.

346 Entretien avec Juliette Ozanne, p. 7.

347 TEILLOL Magali et VILAR Lucie (coord.), *op. cit.*, pp. 123-127.

348 Pour l'édition 2017, publication du 17 novembre 2017 sur la page Facebook de l'événement : <https://www.facebook.com/events/135891463730250/permalink/139271203392276/> (consultée en ligne le 29 mai 2020).

Pour l'édition 2018, tweet du 8 novembre 2018 sur le compte Twitter de l'Alliance : <https://twitter.com/AlianzaFrPanama/status/1060573444163674112> (consulté en ligne le 29 mai 2020).

349 Page « *patrocinadores* » du site internet de l'Alliance Française de Panama : <https://www.alianzafrancesapanama.com/patrocinadores/> (consultée en ligne le 29 mai 2020).

350 On le voit par exemple en photo 2 de cette publication Instagram du 8 novembre 2018 sur le compte de l'Alliance, qui recense un grand nombre d'entreprises françaises : <https://www.instagram.com/p/Bp7FG7yHZBW/c/17922982411232859/> (consulté en ligne le 29 mai 2020).

351 Entretien avec Sylvia Benassy, p. 12.

Face à ces défis de natures multiples et plus ou moins contraignants, l'Alliance Française de Panama déploie des stratégies diverses qui dessinent une programmation culturelle d'une richesse remarquable. Ces stratégies me paraissent fédérées par une forme d'opportunisme dépourvu de toute connotation péjorative : le service culturel programme autant d'événements et s'associe à autant de structures que possible, que ces dernières rejoignent ponctuellement ses intérêts ou non.

Photo 6 : Le parking extérieur de l'Alliance pendant la Fête de clôture de la Francophonie.



Source : photo personnelle.

concerts, cinéma, expositions, arts de rue, arts scéniques, spectacles, gastronomie, conférences³⁵³. Afin de mieux rendre compte des événements de la première demi-saison 2019, je préfère distinguer neuf catégories, où « arts de rue » disparaît et « arts scéniques » et « spectacles » sont regroupés dans l'expression « spectacle vivant ». J'ajoute trois catégories : « ateliers » (les activités de loisirs ou de formation artistique en direction du grand public), « langue et lettres » (présentations de livres, rencontres avec des auteur.trice.s) et « performance participative », qui contient deux événements : l'affichage collectif *Inside Out* et le micro ouvert de la Fête de la Musique. La répartition des 59 événements du premier semestre 2019 selon cette typologie révèle une prédominance du cinéma et des concerts et une répartition plutôt harmonieuse entre les autres catégories³⁵⁴. Cette prédominance s'explique par l'acquisition d'un nouveau matériel de projection et par le nombre très important de films proposés par les représentations diplomatiques partenaires de la Francophonie (dix films sur

³⁵² *Id.*, p. 11.

³⁵³ Plaquette promotionnelle de l'Alliance Française de Panama, 2017.

³⁵⁴ Voir graphique 6 en annexe 2.

La première tactique de l'Alliance est une recherche de diversité dans sa programmation. Cette diversité est d'abord celle des types d'événements présentés. Pour Sylvia Benassy, l'éclectisme programmatique de l'Alliance obéit à une tendance générale des institutions culturelles et des dispositifs saisonniers au Panama, ce qui rendrait le choix d'une spécialisation difficilement compréhensible ou justifiable auprès des publics³⁵². Dans la plaquette de présentation, huit types d'événements sont mis en avant :

les 16 projections de la saison), et par les partenariats spécifiques qui existent entre d'autres structures culturelles et l'Alliance pour les concerts (sept concerts sur les 14 sont en fait produits par d'autres institutions).

La diversité de l'investissement du service culturel se superpose à cette diversité typologique et contribue à pallier l'étroitesse des ressources humaines à disposition. Je distingue trois formes d'investissement dans ce système qui comporte des zones grises. Le service *organise* près de 60 % des événements : ils sont directement choisis ou produits par le pôle qui en fait la promotion. J'inclus dans cette catégorie la plupart des événements de la Francophonie, car même si leur contenu n'est pas sélectionné par le service culturel, il supporte l'essentiel de leurs coûts matériels et humains. Les tournées du réseau des Alliances Françaises d'Amérique centrale en font aussi partie. La grosse vingtaine d'événements restants se répartissent en fonction du rôle de *coordination* ou de *sponsoring* qu'assure le service (une douzaine dans chaque catégorie). Un projet est *coordonné* dès lors qu'il n'est pas produit directement par le service mais qu'il a lieu à l'Alliance, ce qui suppose un minimum d'installation à l'aide des personnels. Tous ces projets sont aussi promus par le service culturel. Ils correspondent souvent à des propositions déjà très formées, pour lesquels l'Alliance « prend le train en marche » en mettant ses espaces à disposition³⁵⁵. Deux participations d'artistes français à des festivals y figurent aussi, dans la mesure où l'Alliance finance une partie des coûts (billets d'avion ou cachet) et fait au besoin le lien entre les organisateur.trice.s et les artistes. Les projets *sponsorisés* sont uniquement promus par le service culturel, voire bénéficient d'une participation financière dans le cas très particulier de la maison de production *World Music Panamá*. Certains des événements du Mois de la Francophonie entrent dans cette catégorie : les propositions gastronomiques du programme français « Good France – Goût de France », un concert de la mairie et des activités littéraires portées par le service pédagogique de l'Alliance (Concours International de la Plume d'Or, exposition « Dis-moi dix mots »...). La répartition par type d'événement et selon le rôle du service montre que l'accompagnement prime sur un investissement maximal pour des contenus qui relèvent moins de propositions novatrices (langue et lettres) ou pour lesquels un engagement matériel répété est plus difficile (embauche ponctuelle de techniciens sons et location de matériel technique pour les concerts)³⁵⁶.

355 Entretien avec Sylvia Benassy, p. 10.

356 Voir graphique 4 en annexe 2.

Les événements de l'Alliance sont enfin d'envergures très diverses. Contrairement à une tendance générale dans le réseau Alliance Française qui, à en croire Philippe Boulanger, privilégierait les gros événements culturels ponctuels selon une « conception gaullienne de la diplomatie culturelle »³⁵⁷, l'Alliance Française de Panama ne consacre qu'une partie de sa programmation à ce type d'activités. Certes, ses trois rendez-vous annuels phares drainent l'essentiel de ses publics³⁵⁸ et répondent aux missions principales qu'elle se fixe (ou qu'on attend d'elle) : mise en exergue de la diversité culturelle lors du Mois de la Francophonie, appui à la création locale pour la Fête de la Musique, et la Fête du Vin qui sacrifie à une image traditionnelle de la France associée à sa gastronomie. Toutefois, le service culturel a peu d'influence sur les choix programmatiques de deux de ces trois groupes d'événements. D'autres rendez-vous de taille plus modeste donnent à voir des contenus plus directement et librement sélectionnés par l'Alliance, comme les expositions mensuelles ou bimensuelles (en avril par exemple, *la Luz y la Ciudad*³⁵⁹) ou les festivals de cinéma (*la Muestra de cine francés*³⁶⁰). Les événements ponctuels ne rentrant dans aucune de ces deux catégories correspondent essentiellement aux sollicitations extérieures et à un investissement de type « coordination » du service culturel. L'apport en termes de publics de tels événements est loin d'être anecdotique : deux soirées de concerts hébergées par la *Casa Blanca*, *el Festival del Barrio* et *Vamó' pa' llá*, attirent le 22 février et le 3 mai environ 500 personnes³⁶¹. L'ensemble de ces disparités dans la programmation se traduit par des temps de préparation très inégaux : le Mois de la Francophonie a été travaillé un trimestre avant les premiers événements, alors qu'une conférence comme celle de l'historien de l'art et curateur Ariel Jiménez peut ne nécessiter que quelques jours d'anticipation³⁶².

La densité de la programmation, qui n'est pas uniforme tout au long de l'année, est une deuxième caractéristique qui répond bien aux exigences de l'image de marque et du maintien d'une visibilité soutenue. Même si l'Alliance réalise en moyenne deux événements par semaine, il existe des périodes creuses en décembre-janvier (les grandes vacances du

357 BOULANGER Philippe, *op. cit.*, p. 70.

358 Sur près de 9 000 personnes présentes aux événements de l'Alliance sur la période, plus de 4 800 font partie des publics du Mois de la Francophonie et de la Fête de la Musique (Calcul réalisé à partir du tableau en annexe 3).

359 Publication Instagram du 31 mars 2019 sur le compte de l'Alliance Française de Panama : <https://www.instagram.com/p/BvsEEK0HF7w/> (consultée en ligne le 28 mai 2020).

360 Page Facebook de l'événement : <https://www.facebook.com/events/425492814933163/> (consultée en ligne le 28 mai 2020).

361 Tableau des événements culturels du premier semestre 2019 de l'Alliance Française de Panama (annexe 3).

362 Entretien avec Juliette Ozanne, p. 1.

calendrier scolaire panaméen) et en juillet-août (plutôt en accord avec la fin de la saison artistique française, le plus fort de la saison des pluies panaméenne et les vacances ou départs – dans le cas des stagiaires – des personnels³⁶³). L'été boréal est le seul de ces deux moments de faible densité événementielle où le service cesse réellement toute activité. Pour Juliette Ozanne, la densité parfois maximale (plusieurs événements par jour) de la programmation est un élément positif : cette saturation démontre qu'aucune activité possible n'est laissée à part³⁶⁴. La responsable reconnaît toutefois qu'elle a aussi ses désavantages. Elle empêche les personnels de l'Alliance de réformer ce mode d'organisation dont ils sont en quelque sorte prisonniers. À l'arrivée de Sylvia Benassy en 2016, les deux femmes réfléchissent à des stratégies pour rendre la programmation moins dense et soulager le service, considérations vite abandonnées : délaissier certaines modalités de choix d'événements reviendrait à sacrifier l'un ou l'autre des objectifs généraux. Les publics ont l'habitude de cette présence constante, le travail quotidien prive de temps de réflexion et la mobilité des personnels rend toute stratégie de longue portée rapidement obsolète³⁶⁵. Par ailleurs, cette densité semble expliquer que quelques événements soient peu fréquentés, ou qu'il est du moins beaucoup plus difficile d'y intéresser les publics. Sur la période étudiée cependant, seule la présentation du livre *Las llluvias aquellas* de la Colombienne Dévora Dante le 22 mai 2019 a débouché sur un « non-lieu » faute de public³⁶⁶. Juliette Ozanne évoque une limite plus sérieuse de la stratégie adoptée, à savoir l'oubli rapide des événements³⁶⁷. Les publics reconnaissent se souvenir surtout de la densité d'activités elle-même (en témoigne la remarque citée plus haut du présentateur John de León) ou de certains types d'événements, plus marquants que d'autres³⁶⁸. La présence constante de l'Alliance s'institue donc au détriment de la pérennité de projets spécifiques dans la mémoire des publics ou du suivi de certains projets.

La grande souplesse qui préside aux modalités de sélection des projets et assure une grande inclusivité constitue une troisième stratégie de programmation qui fonde les deux premières. Les artistes locaux.ales disposent de nombreuses manières de présenter un projet et donc d'opportunités pour entrer dans la programmation annuelle. La *convocatoria** organisée

363 *Id.*, p. 1.

364 « On a l'impression d'étouffer dans notre programmation mais dans le bon sens : on ne laisse rien de côté » (*Id.*, p. 6).

365 *Id.*, pp. 5 et 12.

366 Tableau des événements en annexe 3.

367 Entretien avec Juliette Ozanne, p. 11.

368 « Ce qui frappe ce sont les artistes du spectacle vivant » (entretien avec Dakota, p. 2).

en début d'année par l'Alliance est une invitation directe pour les artistes à exposer leur travail à la *Casa Blanca*, sous réserve de sélection. Celle-ci se fait à partir des documents envoyés par les artistes (CV, lettre de recommandation, portfolio...) et d'un entretien individuel s'ils/elles passent la première phase. Le système a ses limites : l'Alliance ne produit pas les événements sélectionnés, mais met simplement à disposition son espace et communique autour des activités auprès de son réseau³⁶⁹. Si ce mode de fonctionnement rend visible la production artistique locale et répond à l'équilibre financier précaire de l'Alliance, il n'a d'intérêt que pour de jeunes professionnels capables de produire leur travail par leurs propres moyens et cherchant à gagner en présence sur la scène culturelle. Pour les artistes qui vivent de leur activité et attendent une rétribution financière de leur passage à l'Alliance, la candidature spontanée est une approche plus pertinente. Organiser un événement payant à la *Casa Blanca* reste peu contraignant pour l'organisme demandeur : en général, l'ONG prélève une partie du billet d'entrée (de l'ordre de 20%) afin de couvrir les frais d'utilisation du patio (présence des personnels, électricité...) ³⁷⁰. Seules six activités qui ont lieu à l'Alliance sur la période sont payantes, et correspondent à des propositions dont le prix garantit la qualité d'enseignement (cours de tango du lundi par exemple³⁷¹) ou amortit des frais matériels importants. Les décors, les costumes et la rémunération des neuf artistes qui se produisent lors de quatre soirées de *Zarzuela** justifient ainsi le prix d'entrée élevé (30\$), le plus cher sur la période pour les événements à la *Casa Blanca*³⁷². En plus des projets de la *convocatoria*, Juliette Ozanne indique recevoir environ cinq propositions spontanées par mois. Très peu de projets sont refusés, et avant tout sur la base de critères rédhibitoires : infaisabilité ou manque de pertinence du projet, mauvais retours de la part d'autres acteurs culturels du pays³⁷³.

Pour s'assurer une visibilité importante, l'Alliance Française de Panama développe aussi une stratégie d'exportation de sa « marque ». L'externalisation de ses activités se manifeste d'abord par le sponsoring qui présente l'association comme une promotrice officielle d'événements. Outre les activités sponsorisées que nous avons vues plus haut,

369 Voir le détail du processus de sélection sur la page de l'Alliance dédiée à la *convocatoria* 2019 (<https://www.alianzafrancesapanama.com/sin-categoria/convocatoria-cultural-2019/>, consultée en ligne le 31 mai 2020).

370 Entretien avec Sylvia Benassy, p. 10.

371 La professeure du cours, Janelle Sibauste, enseigne la danse moderne à la Faculté des Beaux-Arts de l'Université de Panama.

372 Publication du 21 mai 2019 sur le compte Instagram de l'événement « *Historias de amores y la Zarzuela* » ayant lieu à l'Alliance du 10 au 13 juin 2019 : <https://www.instagram.com/p/Bxuz9i8nUnb/> (consultée en ligne le 31 mai 2020).

373 Entretien avec Juliette Ozanne, p. 1.

l'Alliance finance la maison de production *World Music Panamá* à hauteur de 5 000\$ par an³⁷⁴. Le partenariat, qui existe depuis 2015³⁷⁵, donne de l'Alliance l'image d'une institution encourageant l'expression de toutes les musiques du monde. Le partenariat avec le *World Music Panamá* – au sérieux et à la qualité reconnus³⁷⁶ –, tout comme celui avec la mairie, place l'Alliance dans la cour des grandes institutions culturelles de la ville.

L'externalisation de la marque Alliance Française passe aussi par l'organisation d'événements hors-les-murs. Ceux-ci se répartissent en différents points de la ville, voire du pays et sont un moyen pour l'Alliance de toucher certains publics parfois physiquement très éloignés de sa localisation principale. C'est particulièrement le cas pour l'université de Colón ou des quartiers comme *Panamá Pacífico* ou la *Ciudad del Saber*. D'autres lieux ont une portée plus symbolique, comme la projection des deux films proposés par l'Ambassade du Maroc pour la Francophonie dans les ruines historiques de *Panamá Viejo*, ou la correspondance discursive et géographique entre le projet *Inside Out* au CCI et la projection de *Visages Villages* au *Teatro Amador*. La répartition par type de ces événements réalisés à l'extérieur montre les disparités dans ce domaine. Deux concerts sur trois ont lieu hors de l'Alliance, ainsi qu'un peu plus du tiers des projections de cinéma³⁷⁷. Ces chiffres sont en adéquation avec l'investissement du service culturel (la plupart des concerts sont sponsorisés et correspondent à la programmation du *World Music Panamá*) et ses possibilités matérielles : l'Alliance acquiert début 2019 un nouvel équipement de projection, certes volumineux mais tout de même déplaçable³⁷⁸. L'externalisation physique des événements permet aussi de dépasser les limites structurelles de la *Casa Blanca* : deux des trois spectacles vivants programmés ont lieu dans de « vrais » théâtres³⁷⁹. Plus de 60 % des événements ont du tout de même lieu à l'Alliance elle-même, dont l'espace semble à cet égard exploité à son maximum.

374 *Id.*, p. 6.

375 *Informe de actividad 2015-2019*, p. 32. Le site internet de *World Music Panamá* indique l'Alliance comme organisatrice sur son programme dès 2014 (<https://www.worldmusicpanama.com/world-music-panama-2014-y-alianza-francesa/>, consulté en ligne le 31 mai 2020).

376 Depuis 2011, le *World Music Panamá* présente six à dix concerts d'artistes internationaux dans une salle fixe, l'*Ateneo* de la *Ciudad del Saber*.

377 Voir graphique 5 en annexe 2.

378 Le projecteur et l'écran de l'Alliance permettent aussi une qualité de projection supérieure dans la *Casa Blanca* et sur le parking (voir par exemple cette publication Instagram du 16 mars 2019 : <https://www.instagram.com/p/BvDM21aHvHz/>, consultée en ligne le 31 mai 2020). Il n'est plus nécessaire de faire appel à des personnels extérieurs pour les projections, ce que faisait auparavant l'Alliance.

379 Voir graphique 5 en annexe 2.

Enfin, pour répondre aux exigences volontaristes et humanistes d'apport d'une certaine vision de la culture au plus grand nombre, l'Alliance s'appuie sur des stratégies de médiation culturelle conciliant démocratisation et démocratie culturelle. Dans l'introduction de l'ouvrage dirigé par Jean-Marie Lafortune sur la médiation culturelle, le professeur des universités, comédien et metteur en scène Jean Caune donne une définition claire de ces deux notions. La démocratisation culturelle est l'« accès au plus grand nombre des œuvres artistiques légitimes et [...] [la] transmission des valeurs esthétiques, telles qu'elles se sont définies dans une certaine histoire de l'art »³⁸⁰. À cette modalité historique et verticale de la médiation culturelle s'ajoute aujourd'hui, plus transversale et participative, la démocratie culturelle : « travail des acteurs artistiques et culturels avec des populations autour de la prise de parole, la participation, l'engagement et le processus créatif »³⁸¹. Dans le premier cas, il s'agit de rendre accessibles à certains publics des prestations artistiques et culturelles ; dans le second, de les intégrer au processus de création et par là même d'assurer une diffusion optimale. Démocratisation et démocratie culturelle sont deux réponses différentes aux exigences de la médiation culturelle qui cherche à réduire « la fragmentation des publics et la fracture sociale » et « superpose [...] les visées de l'éducation artistique et de l'éducation populaire »³⁸².

La stratégie la plus visible de démocratisation culturelle à l'Alliance est la gratuité de la grande majorité des événements. Sur les 13 activités payantes de la demi-saison, sept relèvent d'un sponsoring ou d'une coordination pour lesquels l'Alliance n'a pas droit de regard sur le tarif. Le prix des six événements restants, tous réalisés à la *Casa Blanca*, résultent d'une discussion ou d'une négociation entre les organisateur.trice.s et le service culturel et restent très abordables. Ainsi, l'entrée aux quatre concerts du *Festival del Barrio*, incluant une boisson, est de 5\$ seulement³⁸³. Les trois événements hors-les-murs organisés dans des zones défavorisées de la capitale ou du pays, tous gratuits, font aussi partie de cette stratégie de démocratisation. Cette modalité de médiation culturelle se heurte cependant à une limite structurelle de l'Alliance. Comme le rappelle Jean-Marie Lafortune, l'accessibilité de la culture dépend à la fois d'une disponibilité de l'offre (lieu, prix, thématiques et formes culturelles présentées...) et d'une « levée des obstacles qui entravent la participation

380 CAUNE Jean, Préface, in LAFORTUNE Jean-Marie, *op. cit.*, p. XI.

381 *Ibid.*

382 LAFORTUNE Jean-Marie et RACINE Danièle, « Chapitre 1 [...] » in LAFORTUNE Jean-Marie (dir.), *op. cit.*, pp. 10 et 12.

383 Page Facebook de l'événement *El Festival del Barrio* : <https://www.facebook.com/events/807376826273636/> (consultée en ligne le 31 mai 2020).

culturelle »³⁸⁴. Or, cette deuxième dimension de la démocratisation culturelle dépend de processus et d'évolutions de rapports sociaux et politiques à l'œuvre en profondeur dans les sociétés, à toutes les échelles, et qui dépassent largement l'action des seules structures culturelles. La reconnaissance d'intérêts communs comme dans le cas de la convention de coopération culturelle avec la mairie de Panama City n'en est que plus importante.

Les actions de démocratie culturelle de l'Alliance se déploient à plusieurs niveaux. En direction de la production artistique locale, on a vu l'utilité et les limites de l'appel à candidatures annuel (la *convocatoria**). La formation théorique et pratique à différentes formes d'art des publics panaméens passe par des ateliers, qui nécessitent l'intervention de personnels extérieurs et sont donc souvent payants (trois ateliers sur quatre), ou par des conférences, qui sont quant à elles toutes gratuites mais limitent fortement l'implication directe des publics. L'invitation des publics à exprimer ses propres goûts et à les forger par la confrontation interpersonnelle existe (ainsi les prix du public du Très Court International Film Festival³⁸⁵) mais est encore très largement sous-exploitée. En direction du grand public de manière générale, la performance participative *Inside Out* est pour la demi-saison la meilleure synthèse entre démocratisation et démocratie culturelle et correspond point par point aux analyses de Jean-Marie Lafortune sur la question :

« retrouver le chemin de l'espace commun, désacralis[er] l'art en le présentant ailleurs, à l'extérieur des cadres établis [...] puisque l'œuvre n'est plus fermée sur elle-même, elle peut intégrer des dispositifs interactifs qui permettent aux spectateurs d'être présents dans l'œuvre en agissant sur la narration, ou sur la forme d'expérimentation proposée. [...] Les projets de médiation culturelle hybrides, incluant expérimentation artistique, culture participative et exploration urbaine, permettent de rejoindre deux logiques d'intervention : d'une part, rendre la culture plus accessible dans un esprit de démocratisation culturelle et, d'autre part, contribuer à créer des liens sociaux dans un esprit de démocratie culturelle et de participation à la vie culturelle³⁸⁶. »

384 LAFORTUNE Jean-Marie, « Chapitre 3 : Enjeux et limites de la médiation culturelle », in LAFORTUNE Jean-Marie (dir.), *op. cit.*, p. 68.

385 « Dans le cadre de la Compétition Internationale, le public pouvait participer et voter pour choisir ses trois très courts préférés. Les trois meilleurs films ont été récompensés à Paris après l'obtention de tous les résultats des pays participants. » (bilan culturel de l'Alliance Française de Panama, p. 32).

386 LAFORTUNE Jean-Marie, RACINE Danièle, « Chapitre 1 [...] » in LAFORTUNE Jean-Marie, *op. cit.*, pp. 24-25.

La programmation de l'Alliance Française de Panama s'appuie donc sur une grande variété de stratégies, en réponse à des déterminants tout aussi divers. La recherche d'un public qui soit le plus large possible s'impose donc comme l'un des principaux objectifs de ces tactiques. Ce public est toutefois loin d'être homogène, et ses propres motivations ne correspondent pas nécessairement avec les buts que se fixe l'Alliance.

C. Diversifier ou fidéliser ses publics ?

À huit heures du soir le 2 juillet 2019, les rares cours n'ayant pas pu être déplacés à l'étage inférieur de la *Casa Blanca* se terminent. Le patio résonne des premiers dialogues en VOSTE de *la French* de Cédric Jimenez, qui inaugure le festival *Dúos de cine* proposé par l'Alliance sur deux semaines. Les étudiant.e.s et leurs professeur.e.s se pressent de sortir rejoindre leur voiture, après un rapide coup d'œil à l'écran qui projetera gratuitement, durant les deux prochaines heures, un divertissement dans la langue qu'ils/elles apprennent ou enseignent et qu'ils/elles ne verront pas.

Le peu d'intérêt des étudiant.e.s et de l'équipe pédagogique pour les événements culturels de l'Alliance n'est qu'un des défis les plus conséquents que pose le développement des publics du secteur culturel à Panama City. La question semble d'autant plus essentielle qu'il revient bien aux spectateur.trice.s de « sanctionne[r] l'offre et l'innovation culturelle et artistique », et que les choix de programmation dépendent de la représentation que les établissements culturels se font de leurs publics³⁸⁷. Même si les activités du pôle réunissent un public conséquent de près de 9 000 personnes pour le premier semestre 2019³⁸⁸, il reste difficile de diversifier le profil de ces visiteur.se.s dont la directrice et la responsable culturelle admettent avoir une vision empirique³⁸⁹.

1. La communication

Le lien entre l'Alliance Française de Panama et ses publics se construit *via* divers moyens de communication, vitrine de ce que de potentiel.le.s visiteur.se.s perçoivent du centre culturel et les motive (ou non) à s'y rendre. Ces *media*, essentiellement portés par les

387 JOSSIFORT Sonia, LACROIX Jean-Guy, « Chapitre 10 : Direction artistique et contraintes sur l'offre culturelle », in BAILLARGEON Jean-Paul (dir.), *op. cit.*, pp. 166-177, p. 166.

388 Tous événements confondus. Calcul réalisé à partir du tableau en annexe 3.

389 Entretien avec Sylvia Benassy, p. 3. Entretien avec Juliette Ozanne, p. 3.

Technologies de l'Information et de la Communication (TIC), sont un enjeu de plus en plus important non seulement pour la transmission des informations mais aussi pour l'accès à la culture même³⁹⁰. Le constat est d'autant plus vrai à Panama City que la population de la capitale est jeune, et sensibilisée à ces outils par son propre emploi dans le secteur tertiaire³⁹¹.

Dans les médias que je qualifierais de « traditionnels », l'Alliance a une présence très contrastée. Outre le panneau d'affichage présent dans le hall d'entrée de la *Casa Blanca*, les événements culturels ne sont que très peu communiqués sous format papier. Une seule activité a donné lieu à la pose d'affiches promotionnelles dans certains quartiers de la ville : le projet *Inside Out*, ce qui était particulièrement pertinent au vu de sa nature. Le format catalogue est réservé au seul Mois de la Francophonie et suppose un coût important pour l'Alliance. Les tracts et dépliants pour des événements ponctuels sont plutôt réalisés par les organisateur.trice.s d'événements coordonnés, à leurs frais, et mis à disposition dans l'Alliance.

Approcher les autres médias suppose un travail de relations presse qui occupe un temps important du travail des personnels du service culturel. Le moins exploité, par choix, est la télévision qui est réservée aux groupes d'événements les plus ambitieux. Je pense aussi qu'il est difficile pour l'Alliance de trouver un programme en accord avec son discours et son image. Le 28 février 2019, la directrice de l'Alliance et l'attachée culturelle de l'Ambassade de Belgique au Panama, Liesbeth van Quathem, présentent le Mois de la Francophonie sur le plateau de l'émission *Tu Mañana* de Telemetro TV, entre un cours de cuisine et l'interview du dernier chanteur de *reggaeton* en vogue³⁹². La presse écrite est davantage exploitée, mais suppose, après l'envoi d'un communiqué de presse que les personnels réalisent essentiellement pour les gros événements qu'elle organise (et donc pas pour les événements sponsorisés, et peu pour les événements coordonnés), une relance attentive et parfois fastidieuse. Bien que cette stratégie soit compliquée par l'important *turn-over* des journalistes, l'Alliance parvient sur la période à faire publier une bonne trentaine d'articles,

390 LAFORTUNE Jean-Marie, RACINE Danièle, « Chapitre 1 [...] » in LAFORTUNE Jean-Marie (dir.), *op. cit.*, p. 21.

391 Pour la jeunesse : l'âge moyen de la population de *Ciudad de Panamá* oscille entre 21 et 29 ans (« *Edad promedio de la población por distrito, en la República de Panamá* », *Censos de población y vivienda año 2010*, carte téléchargée le 31 mai 2020 depuis <https://inec.gob.pa/archivos/0.1781536EDAD%20PROMEDIO.pdf>).

Pour les services : 77 % du PIB panaméen dépend des services (COLLIN-DELAVALD Anne, *op. cit.*, p. 26).

392 Publication Instagram du 28 février 2019 sur le compte de l'Alliance : <https://www.instagram.com/p/Bubmv8yHVyI/> (consultée en ligne le 31 mai 2020).

majoritairement dans les périodiques les plus sérieux et les plus en vue du pays (*La Prensa*, *La Estrella de Panamá* et *Metro Libre*)³⁹³.

Au Panama, le média traditionnel de référence est toutefois la radio. Écoulée partout, et surtout dans les transports individuels (taxis, voitures personnelles...) où les Panaméen.ne.s restent plusieurs heures par jour bloqué.e.s dans les *tranques**, elle concentre l'essentiel des efforts de l'Alliance en termes de communication classique. Le service culturel présente une cinquantaine de fois ses projets dans plus d'une dizaine d'émissions sur le premier semestre 2019, en particulier sur *Radio Panamá*³⁹⁴ et *Cool FM*, où l'Alliance a les faveurs du *Breakfast Show* de Gerry Dowden et de *La Movida* de Daniella Orta³⁹⁵. Les relations interpersonnelles entre la Vénézuélienne, membre de l'association de l'Alliance, et le service culturel facilitent ces entretiens et assurent la diffusion à prix avantageux d'une publicité de l'ONG sur la radio. La promotion radiophonique suppose toutefois le déplacement systématique d'au moins deux personnes et donc un investissement régulier du service qui empêche parfois d'avancer sur d'autres aspects d'un projet.

Les réseaux sociaux se présentent comme la forme de communication principale du Panama, et en particulier de la capitale. Chaque article de presse, chaque visite à la télé ou à la radio fait d'ailleurs l'objet d'une publication sur Facebook, sur Instagram et parfois sur Twitter, où l'Alliance ne doit pas omettre de citer le média concerné. Sur Instagram, la plateforme la plus utilisée par ses publics actuellement, le service culturel utilise le système de tags pour attirer l'attention des « influenceur.se.s » culturel.le.s comme des médias traditionnels³⁹⁶. Le partage quasi-quotidien de contenus sur Facebook et Instagram, de même que l'achat de campagnes publicitaires pour certaines publications, sont d'autres stratégies importantes de gain de visibilité³⁹⁷. Leur utilisation éclipse nettement celle du site internet, moins fonctionnel et surtout moins consulté³⁹⁸.

393 Bilan culturel de l'Alliance Française de Panama – janvier-juillet 2019.

394 Une dizaine de visites sur la période (*Ibid.*).

395 Environ huit visites pour *The Breakfast Show*, près d'une quinzaine pour *La Movida* (*Ibid.*).

396 Cette publication du 14 mai 2019 sur le compte de l'Alliance en fournit un bon exemple : <https://www.instagram.com/p/Bxcqodih1LD/> (consultée en ligne le 31 mai 2020).

397 En « poussant » ainsi sa publication du 17 juin 2019 contenant le détail de la programmation de la Fête de la Musique, l'Alliance atteint 700 likes, nombre environ dix fois supérieur aux résultats habituels des publications (<https://www.instagram.com/p/By00TW6huDF/>, consultée en ligne le 31 mai 2020).

398 La section « spectacles » du site internet de l'Alliance ne mentionne par exemple pas les quatre soirées de *Zarzuela* (page « *espectáculos* » du site internet de l'Alliance Française : <https://www.alianzafrancesapanama.com/espectaculos/>, consultée en ligne le 31 mai 2020).

C'est aussi sur Instagram et sur Facebook que les publics interagissent le plus avec le service culturel de l'Alliance avant leur venue, pour demander des précisions ou des informations complémentaires. Les réseaux sociaux semblent d'ailleurs bien identifiés par les publics comme une source d'information : trois des quatre membres des publics interrogés les citent comme moyen principal pour se tenir au courant des événements de l'Alliance³⁹⁹. Même si leurs audiences sont en croissance constante depuis leur création (8 500 abonné.e.s sur Instagram en juillet 2019, près de 11 000 aujourd'hui⁴⁰⁰), la disparité des contenus de ces réseaux partagés entre les informations de plusieurs services (culture et pédagogie notamment) et la faible part de publications spécifiquement pensées pour ce réseau (c'est-à-dire en-dehors d'un objectif de communication d'informations) rend difficile l'analyse de ces audiences en termes de « communauté numérique ». Dans le but de renforcer les liens entre les services et les publics de l'Alliance, le pôle culturel développe cependant au deuxième trimestre 2019 une série de vidéos, « *los Retratos de la Alianza* », qui présente quelques étudiant.e.s et certains des personnels de la *Casa Blanca* et dont le format est conçu pour les réseaux sociaux⁴⁰¹. Puisque la majorité des audiences ne se rend pas physiquement aux événements (la page Facebook de l'Alliance a deux fois plus d'abonné.e.s que le bilan du premier semestre 2019 ne compte de visiteur.se.s⁴⁰²), le développement d'une médiation spécifique et riche de contenus en direction des réseaux sociaux pourrait permettre au service culturel de toucher numériquement, si ce n'est physiquement, les angles morts de ses publics.

Enfin, le pôle culturel de l'Alliance envoie mensuellement une newsletter appelée « *Agenda cultural* » à destination de près de 8 800 contacts⁴⁰³. C'est la plateforme Mailchimp qui est utilisée pour cet envoi. Bien que partiellement insatisfaite des résultats de cet opérateur, une recherche active n'a pas permis à l'équipe culturelle de trouver d'autres plateformes aux résultats plus concluants⁴⁰⁴. En tout état de cause, il est difficile de mesurer l'impact de ces envois sur la fréquentation des événements culturels de l'Alliance.

399 Entretien avec Ofelia p. 2. Entretien avec Carlos, p. 1. Entretien avec Annie, p. 3.

400 Bilan culturel de l'Alliance Française de Panama, p. 54 et compte Instagram de l'Alliance.

401 Première vidéo : tweet du 4 avril 2019 sur le compte de l'Alliance (<https://twitter.com/AlianzaFrPanama/status/1113813591344472074>, consulté en ligne le 31 mai 2020). Dernière vidéo : publication Facebook du 4 juillet 2019 (<https://www.facebook.com/watch/?v=412898962647868>, consulté en ligne le 31 mai 2020).

402 Page Facebook de l'Alliance : <https://www.facebook.com/alianzafrancesadepanama/> (consultée en ligne le 31 mai 2020).

403 Bilan culturel de l'Alliance Française de Panama, p. 54.

404 Durant ma période de stage, j'ai ainsi mené une étude et produit un rapport d'utilisation de MailPoet, le plug-in de newsletter du système de gestion de contenu WordPress, qui héberge le site internet de l'Alliance.

Néanmoins, un levier de développement possible serait une mutualisation des efforts avec la médiathèque et le service pédagogique, qui envoient chacun de leur côté leur propre newsletter. Concevoir une newsletter unique regroupant les informations des trois services pourrait faciliter le rapprochement des différents publics de l'Alliance, et pose la question d'une création d'un pôle « communication » dans la structure, qui serait transversal et donnerait une meilleure cohérence générale à l'ensemble des outils et contenus de communication.

2. Profils de publics et buts de consommation

Comment caractériser les publics qui viennent aux événements de l'Alliance, et ceux qui n'y viennent pas mais qu'on aimerait y voir ? Quatre groupes-types paraissent se dégager, avec quelques caractéristiques transversales : ces publics ne sont pas « faciles » ou « influençables »⁴⁰⁵ et ils sont « volatils », notamment en raison de la densité d'événements culturels à l'échelle de Panama City⁴⁰⁶.

Pour Juliette Ozanne comme pour Sylvia Benassy, la majorité des publics hispanophones de l'Alliance font partie des catégories socio-économiques moyennes voire hautes (« classe *media-alta* »⁴⁰⁷). Les personnes attirées sont souvent de jeunes adultes ou font partie du vivier artistique panaméen, ou les deux⁴⁰⁸. La responsable du service culturel indique aussi l'ouverture à l'international comme un facteur favorisant la participation pour les publics plus âgés :

« Quelques Panaméens réguliers, mais un peu plus instruits ou qui ont voyagé. Le Panaméen de base qui a fait un ou deux voyages va être plus réceptif aux activités d'un centre culturel étranger dans son pays. Alors que les Panaméens qui ne regardent pas vers l'extérieur, c'est plus difficile de les avoir mais il y en a quand même⁴⁰⁹. »

Dans cet extrait, Juliette Ozanne souligne en creux que l'Alliance Française est perçue comme une institution étrangère pour les Panaméens. Elle susciterait chez les personnes

405 Entretien avec Juliette Ozanne, p. 3.

406 Entretien avec Dakota, p. 10.

407 Entretien avec Juliette Ozanne, p. 3.

408 *Id.*, p.3. Entretien avec Sylvia Benassy, p. 3.

409 Entretien avec Juliette Ozanne, p. 3.

qu'elle attire plutôt une confirmation d'un intérêt pour l'extérieur qu'une découverte. Le profil d'Ofelia, qui a travaillé dans plusieurs entreprises françaises au Panama⁴¹⁰, ainsi que celui de plusieurs de mes ami.e.s panaméen.ne.s ayant fait des échanges universitaires internationaux ou travaillant dans des firmes globalisées, semble vérifier cette description.

L'Alliance tire aussi ses publics des autres acteurs culturels de la ville, en particulier quand ils sont eux-mêmes attachés personnellement à la France. L'Espagnole Alexandra Gil Táboas découvre l'Alliance dès son premier voyage latino-américain, à Cuba, et a fait un Erasmus en France⁴¹¹. Ana González connaît le réseau depuis son adolescence durant laquelle elle fréquente la structure de Maracaibo⁴¹². Rodolfo Oviedo Vega connaissait déjà les Alliances au Salvador et séjourne régulièrement en France depuis 2002⁴¹³. Le producteur argentin du *World Music Panamá*, Oscar Oviedo, s'exprime parfaitement en français. Pour les catégories de publics globalement plus âgées, les membres de l'association de l'Alliance participent régulièrement aux événements comme publics. On le voit aisément, le risque pour l'ONG panaméenne, si elle se reposait uniquement sur ces publics acquis et n'inscrivait pas son action dans un objectif de démocratisation, serait de s'en tenir à un discours limité et dirigé vers un entre-soi socio-culturel.

Dans quelques entretiens que j'ai menés et dans le quotidien des événements de l'Alliance, les publics hispanophones s'opposent dans leurs pratiques culturelles et leurs buts aux publics français (et dans une moindre mesure francophones). Juliette Ozanne perçoit cette deuxième catégorie de publics comme très volatile, surtout présente ponctuellement au début d'un séjour long au Panama, et dont la motivation principale serait de se rassurer, de s'insérer dans une communauté francophone⁴¹⁴. Pour Annie, expatriée belge au Panama depuis huit ans qui se décrit comme abondante consommatrice de culture⁴¹⁵, certains événements proposés par l'Alliance permettent effectivement de rencontrer des personnes parlant le français, pas nécessairement provenant de pays francophones. Les activités culturelles perpétuent le lien avec une offre proche de ses habitudes « européennes » de consommation⁴¹⁶. Pour Dakota,

410 Entretien avec Ofelia, p. 1.

411 Entretien avec Alexandra Gil Táboas, p. 1.

412 Entretien avec Ana González, p. 1.

413 Entretien avec Rodolfo Oviedo Vega, pp. 1-2.

414 Entretien avec Juliette Ozanne, p. 3.

415 « le culturel m'attire et m'a toujours attirée. » (entretien avec Annie, 22 juin 2019, p. 1).

416 *Id.*, p. 2.

elle aussi spectatrice assidue de l'offre culturelle panaméenne⁴¹⁷, la fréquentation de l'Alliance aide à conserver « le lien avec [s]on pays », notamment sur des aspects culturels et linguistiques : « quand vous avez 20 ans d'expatriation, la vie de votre pays a évolué, la façon de s'exprimer évolue, donc là vous continuez à rester en contact, vous voyez l'évolution de ce qui se passe, et l'art et la culture [sont] la meilleure fenêtre »⁴¹⁸.

Les pratiques culturelles des publics français en général paraissent pourtant se tourner vers les événements au contenu artistique peu dense. Annie souligne que les Français.e.s sont présent.e.s à l'Alliance quand l'activité programmée tourne autour de la gastronomie, comme la Fête du Vin ou la Fête de clôture de la Francophonie⁴¹⁹. L'entretien de Juliette Ozanne confirme ce ressenti⁴²⁰. D'après ce que j'ai pu voir dans mes propres relations avec les Français.e.s et Francophones au Panama, le constat est surtout vrai pour les personnes, plutôt de 20-35 ans, occupant des postes dans de grandes firmes françaises ou autres de Panama City (Lacoste, Vinci...). Sans avoir une présence massive pour autant, les personnes travaillant dans des administrations publiques locales (Ambassade de France, Ambassade de Belgique...) étaient celles qui s'intéressaient le plus à d'autres activités que les fêtes, en raison de liens personnels et professionnels avec l'équipe de l'Alliance notamment. Reste que les publics français ou francophone sont difficilement mobilisables, ce qui n'est pas forcément un échec pour Juliette Ozanne : « ce n'est pas notre but [de n'avoir que des Français à nos événements], nous sommes une ONG panaméenne »⁴²¹.

Le peu de participation des publics estudiantins de l'Alliance aux événements culturels est un problème plus sérieux. Les deux types de publics sont pourtant issus des mêmes catégories sociales⁴²². Les cloisonnements internes, voir les freins mutuels entre l'équipe pédagogique et l'équipe culturelle, évoqués plus hauts, semblent être une des raisons de cette étanchéité des publics. Le faible nombre d'événements spécifiquement dédiés aux étudiant.e.s pourrait être une autre raison, dans la mesure où l'Alliance a bien réussi sa transition d'un public plutôt féminin et inactif à un public de jeunes actifs « soucieux autant de beauté que d'utilité » dont parle François Chaubet⁴²³. Il est possible que ces publics ne voient pas l'intérêt

417 « Je vois à peu près quatre ou cinq événements par semaine depuis dix ans. » (entretien avec Dakota, p. 1).

418 *Id.*, pp. 1-2.

419 *Id.*, pp. 5-6.

420 Entretien avec Juliette Ozanne, p. 3.

421 *Ibid.*

422 Entretien avec Sylvia Benassy, p. 3.

423 CHAUBET François, « L'Alliance française [...] » in CHAUBET François (dir.), *op. cit.*, 2010, p. 55.

d'assister à un événement non-francophone ou non directement lié à leurs sujets d'études. Sylvia Benassy rappelle aussi que ces étudiant.e.s ont leurs propres trajectoires professionnelles ou estudiantines en surplus des cours à l'Alliance qu'ils suivent déjà deux soirs par semaine environ ; se rendre à l'Alliance pour un événement suppose une mobilisation supplémentaire qui n'est pas anodine⁴²⁴.

Juliette Ozanne évoque une autre raison, qui entre en résonance avec l'un de mes entretiens : pour elle, les étudiant.e.s considèrent qu'on ne les favorise pas assez, qu'ils/elles ne disposent pas d'une attention spéciale lors des événements⁴²⁵. Ces publics bénéficient pourtant de tarifs spécifiques sur certaines activités payantes de la programmation, auxquelles ils ne se présentent pas pour autant (ainsi la Fête du Vin⁴²⁶, ou les ateliers d'*Arteproyección* ayant fait de plus l'objet d'une publicité ciblée dans les classes). Dans mon entretien avec Ofelia, celle-ci indique être toujours intéressée par la plupart des événements de l'Alliance, à l'exception des fêtes :

« Ce qui ne m'attire plus maintenant ce sont les fêtes organisées par l'Alliance car elles sont ouvertes au public en général : tu peux même y rencontrer des personnes qui ne sont pas francophones et qui, je crois, ne savent même pas où est la France. Maintenant, tout est publié sur les réseaux sociaux, c'est ouvert à tous [...] ça prive tout de cette saveur française, en particulier quand tu rencontres des personnes de tous âges qui viennent seulement parce qu'il s'agit d'une fête. Avant, sans qu'elles soient privées, ne participaient à ces fêtes que des personnes qui aimaient et s'identifiaient réellement à 100 % avec la culture française⁴²⁷. »

Plus qu'un traitement de faveur, ce serait donc la conception d'événements plus sélectifs en termes de publics qui favoriserait la présence de certains publics estudiantins aux événements de l'Alliance. L'idée paraît difficilement conciliable avec les ambitions de démocratisation que l'Alliance déploie en faveur d'autres publics peu présents.

424 Entretien avec Sylvia Benassy, p. 2.

425 Entretien avec Juliette Ozanne, p. 4.

426 *Id.*, p. 5.

427 « *Lo que ya no me atraen son las fiestas organizadas por la Alianza puesto que son abiertas al público en general: te puedes encontrar hasta con personas que no son francófonas y que creo ni siquiera saben en dónde queda Francia. Ahora todo es publicado en redes sociales, es abierto para todo público [...] le quita ese sabor francés a todo, en particular cuando te encuentras con personas de todas las edades que solo van porque es una fiesta. Antes sin ser privadas estas fiestas, solo participaban personas que realmente amaban y se identificaban con la cultura francesa al 100%.* » (entretien avec Ofelia, p. 2). Traduction personnelle.

Dans le chapitre 3 de son ouvrage, Jean-Marie Lafortune définit les non-publics comme des « catégories de population réticentes à l'offre culturelle, sans pour autant exprimer de demande particulière »⁴²⁸. Pour lui, cette notion inclut avant tout les « catégories de population absentes des débats publics et de la définition commune des critères esthétiques » que les « cultures populaires » éloignent de l'environnement culturel dominant⁴²⁹. Les non-publics de l'Alliance semblent bien correspondre à ces éléments. Sylvia Benassy indique que ce sont les catégories socio-économiques basses vivant dans les quartiers populaires qui constituent le public le plus « ponctuel » et « anecdotique » de l'Alliance, très difficile à fidéliser. Parmi les freins que souligne la directrice, on trouve la question très importante des représentations que ces non-publics se font des activités culturelles et de leurs pratiques de consommation, qui ne sont pas tournées vers la formalisation que suppose la plupart des activités de l'Alliance (un lieu, une durée déterminée...) ⁴³⁰. Pour un Français très marqué par les pratiques policées des lieux d'exercice de la culture dominante comme moi, les codes sociaux de l'activité culturelle au Panama, y compris dans un espace comme l'Alliance, paraissent pourtant assez lâches (discussions pendant une projection de films, photos ou vidéos au théâtre ou au concert...).

Une deuxième catégorie de non-public, qui se recoupe partiellement avec celle que l'on vient de décrire, serait à mon sens les groupes à forte identité ethnique, nationale ou religieuse (afro-descendant.e.s, populations indigènes, juives, chinoises...) ⁴³¹. Certains événements organisés par l'Alliance s'adressent spécifiquement à ce type de public, ainsi l'exposition « *Hijos de la luna* » proposée par l'association SOS Albinos Gunas. Je pense cependant que les projets de ce type opèrent une visibilisation de ces populations auprès des publics de l'Alliance plus qu'ils ne captent de nouveaux publics. Il n'est en outre pas une évidence que ces groupes ethniques minoritaires ne s'intéressent qu'à des thématiques ou des formes culturelles qui leur sont propres. Ainsi, c'est à l'occasion de la conférence-débat sur la démocratie sexuelle que Petita Ayarza, première députée guna du Panama, se présente à l'Alliance et exprime les spécificités de la condition féminine dans son peuple, ce qui montre une saisie des questions de genre dans une démarche intersectionnelle. Ce constat reste toutefois assez empirique. Il s'agit simplement de dire que la présence de ces groupes

428 LAFORTUNE Jean-Marie, « Chapitre 3 [...] », in LAFORTUNE Jean-Marie (dir.), *op. cit.*, p. 66.

429 *Id.*, p. 72.

430 Entretien avec Sylvia Benassy, p. 3.

431 Les zones où les populations indigènes du Panama sont les plus présentes sont aussi celles où l'analphabétisme est le plus marqué (« *Porcentaje de la población analfabeta por distrito, en la República de Panamá* » et « *Distribución de la población indígena, por grupo étnico, en la República de Panamá, según provincia y comarca indígena* ». *Censos de población y vivienda año 2010*).

minoritaires, si elle existe, ne se retrouve pas dans les publics de l'Alliance en des proportions assez significatives pour être particulièrement remarquée.

3. Motivations et freins communs à différentes catégories de publics

En plus des caractéristiques propres à chaque type de publics ou de non-publics, des déterminants plus transversaux influencent la participation aux événements de l'Alliance.

La disposition géographique particulière de *Ciudad de Panamá* et de sa zone d'influence est une contrainte forte pour la venue de tous les publics à l'Alliance Française. Celle-ci est située dans le quartier riche de *Bella Vista*, à 400 mètres de la station de métro *Santo Tomás* dont la ligne dessert notamment les quartiers populaires à l'ouest du *Casco Viejo* et le terminal d'Albrook. C'est toutefois la voiture (voire le taxi) qui est reine à Panama City, dont l'étalement le long de la côte pacifique et l'aménagement routier autour de quelques grands axes (la *Cinta costera* face à l'océan, le *Corredor norte* vers l'intérieur, la *Via España* et la *Tumba Muerto* entre les deux) favorisent la formation quotidienne de *tranques**⁴³². Le développement de zones pavillonnaires dans le district de *San Miguelito* ou des quartiers comme *Campo Verde* (au nord de la ville) et surtout de l'autre côté du canal, desservies par deux uniques ponts distants de dix kilomètres, redéfinit la vie de leurs habitant.e.s en fonction de leurs migrations pendulaires domicile-travail. Pilar Borda, chargée de mission à l'Ambassade du Maroc, m'indiquait ainsi refuser systématiquement des invitations les jours ouvrés : en temps normal, rejoindre son lieu de travail depuis sa maison, trajet d'une quinzaine de kilomètres, lui demande jusqu'à trois heures de transport le matin et autant le soir. Même s'il est reconnu que

Photo 7 : *Tranques* dans la rue de l'Alliance Française à *Bella Vista*.



Source : photo personnelle.

432 Voir photo 7 ci-contre.

l'Alliance est bien située dans la capitale de manière générale⁴³³, se garer sur son parking privé est un problème pour les publics en cas de forte affluence⁴³⁴.

Sur un plan plus individuel, tous les publics des événements culturels, de l'Alliance mais aussi d'autres structures, attachent différentes valeurs à l'expérience de consommation. Ces valeurs dessinent un horizon d'attente *a priori* auquel l'expérience répond ou non, et qui motive les pratiques futures. Dans un article sur la perception des politiques de prix par le consommateur dans le secteur culturel, Dominique Bourgeon-Renault rappelle différentes valeurs de l'expérience de consommation en général. Parmi celles essentielles pour la consommation culturelle, on distingue les valeurs relatives à une approche « affective » ou « expérientielle » – la « valeur sociale (développement de lien social) » et la « valeur émotionnelle (plaisir et expériences partagées dans la consommation) » – des valeurs relatives à une approche « cognitive » – la valeur « épistémologique (capacité de l'objet de consommation à susciter la curiosité et stimuler le désir de nouveauté ou de connaissance) » par exemple⁴³⁵. Pour Stéphane Debenedetti, qui étudie l'expérience sociale du musée, il semble que ce soient les valeurs « affectives » qui prédominent dans la mesure où l'activité de loisirs partagée serait un simple prétexte pour une « expérience de pure sociabilité »⁴³⁶. Certes, les visiteur.se.s de l'Alliance Française de Panama se présentent rarement seul.e.s aux événements, dont le succès parfois imprévu dépend d'une forte émulation collective qui rappelle le caractère mondain des premières années de l'institution. L'exposition « *Cultura de Egipto* », proposée lors de la Francophonie par l'Ambassade d'Égypte, compilait les souvenirs de voyage disparates du groupe *Panamá Folklore*. Perçu comme l'un des événements les moins artistiquement intéressants du mois de célébrations par les personnels de l'Alliance, il n'en a pas moins eu un certain succès auprès des publics⁴³⁷. Les dimensions plus « cognitives » de l'expérience culturelle n'en sont pas évacuées pour autant : Ofelia indique que se cultiver et apprendre font partie de ses attentes lors des événements⁴³⁸. Pour Ana González, apporter une connaissance minimale de l'impressionnisme aux participant.e.s

433 Entretien avec Alexandra Gil Táboas, p. 2.

434 Entretien avec Ofelia, p. 2.

435 BOURGEON-RENAULT Dominique « Chapitre 3 [...] », in ASSASSI Isabelle *et al.* (coord.), *op. cit.*, p. 75.

436 DEBENEDETTI Stéphane, « Chapitre 9 : L'expérience sociale du musée, entre visite anonyme et visite collaborative » in ASSASSI Isabelle *et al.* (coord.), *op. cit.*, pp. 179-196, p. 182.

437 Voir par exemple la vidéo Facebook publiée le 27 mars 2019 sur la page de *Agrupación Panamá Folklore* : <https://www.facebook.com/PanamaFolklore/posts/2339958629367670> (consultée en ligne le 2 juin 2020).

438 Entretien avec Ofelia, p. 2.

du premier atelier de peinture faisait partie des objectifs essentiels du projet⁴³⁹. Parvenir à identifier les horizons d'attente des publics et chercher à y correspondre peut donc être un moyen pour l'Alliance d'atteindre des publics nouveaux.

Quelques motivations à la consommation culturelle paraissent pourtant difficilement conciliables avec la défense d'une certaine conception française de la culture. La notion même de « culture » appliquée à la dimension concrète et promotionnelle de l'organisation d'événements semble recouvrir des réalités très différentes pour les personnels de l'Alliance et les publics (panaméens, locaux voire francophones). Il est très probable que pour ces publics, le caractère festif de l'événement culturel ait une place plus importante que ne le jugent nécessaire ou souhaitable les personnels de l'Alliance. En évoquant l'inauguration de l'exposition Viallat à l'hôtel Hilton en avril 2018, Juliette Ozanne indique que l'ambiance rappelant celle d'une boîte de nuit, impulsée par des sponsors importants, n'était pas exactement ce qu'attendait l'Alliance, voire l'Ambassade de France, de la présentation d'une rétrospective de Claude Viallat pour la première fois en Amérique centrale⁴⁴⁰. L'événement n'en marque pas moins les esprits et signe un vrai succès en termes de publics pour l'Alliance et l'Ambassade⁴⁴¹. L'ONG devrait-elle pour autant sacrifier un rôle qui tendrait trop à la « prescription culturelle »⁴⁴² pour n'avoir que des propositions lui assurant des publics nombreux ? L'équilibre entre les deux reste à mon sens le meilleur moyen de maintenir les dialogues entre diverses expressions culturelles.

Un équilibre similaire est à chercher entre les attentes de certains publics, en accord avec leur perception de la France, et les objectifs de l'Alliance. Juliette Ozanne comme Sylvia Benassy rappellent que l'image de la « France de toujours » comme « pays de culture, du raffinement et du luxe », image surannée et limitée, est « vendeu[se] à l'étranger » et permet dans un premier temps d'attirer certains publics⁴⁴³. Une des missions de l'institution est tout de même de dépeussier cette image et de montrer, avec plus ou moins de succès, que la production culturelle française ne colle pas nécessairement à ces représentations. En 2016, la projection d'un film d'animation français destiné aux adultes n'a pas été bien reçue, dans la

439 Entretien avec Ana González, p. 4.

440 Page « *El horizonte del color – Claude Viallat* » du site internet de l'Alliance : <https://www.alianzafrancesapanama.com/cultura/el-horizonte-del-color-claude-viallat/> (consultée en ligne le 2 juin 2020).

441 Entretien avec Juliette Ozanne, pp. 8-9.

442 LAFORTUNE Jean-Marie, « Chapitre 3 [...] » in LAFORTUNE Jean-Marie (dir.), *op. cit.*, p. 64.

443 Entretien avec Juliette Ozanne, p. 5. Propos cités : entretien avec Sylvia Benassy, p. 8.

mesure où de tels films se conçoivent plutôt pour les enfants au Panama⁴⁴⁴. Les propositions les plus « conservatrices » de la programmation viennent d'ailleurs rarement de l'Alliance elle-même : lors du Mois de la Francophonie, c'est le Lycée Français International qui choisit de projeter une adaptation animée du *Petit Prince*, et la formation classique uruguayenne Consort-Musik qui interprète Camille Saint-Saëns et Édith Piaf, choix fortement applaudis par l'audience⁴⁴⁵. S'affranchir de cette image datée de la France par la promotion des cultures francophones et de la diversité culturelle est d'autant plus important que le discours messianique et offensif d'une diffusion de la culture et de la langue françaises n'est, encore aujourd'hui, jamais très loin⁴⁴⁶.

4. Portées et limites des solutions proposées par l'Alliance

Face à la disparité des publics à atteindre, de leurs attentes et de leurs freins à la consommation culturelle, l'Alliance Française de Panama conçoit une politique programmatique qui ne perd jamais de vue la recherche de diversité et de démocratisation de la culture. Le maintien de ces objectifs généraux, qui préservent l'institution de velléités prescriptrices ou élitistes, limitent cependant la participation de certains publics et fait pencher la stratégie générale vers la diversification plutôt que la fidélisation des visiteurs.

Le problème de la diversification des publics est commun aux marchés culturels dans leur ensemble. Comme le rappellent Jean-Guy Lacroix et Sonia Jossifort, la base de public pour une seule forme artistique est en principe assez restreinte. La diversification des publics passerait donc par une diversification de l'offre culturelle⁴⁴⁷. C'est bien ainsi que Juliette Ozanne justifie la diversité formelle des événements de l'Alliance : « L'idéal serait de voir de nouvelles têtes à chaque fois, voilà pourquoi on continue de faire de tout et n'importe quoi (dans le bon sens)⁴⁴⁸. » Les entretiens indiquent que les publics et co-organisateur.trice.s d'événements identifient bien cette diversité de l'offre comme une plus-value de l'Alliance : Ofelia la mentionne comme telle⁴⁴⁹, Alexandra Gil Táboas cite les principales catégories

444 Entretien avec Sylvia Benassy, p. 9.

445 Catalogue du Mois de la Francophonie 2019, pp. 7 et 9.

446 Voir citation de mon entretien avec Dakota en page 24.

447 JOSSIFORT Sonia et LACROIX Jean-Guy, « Chapitre 10 [...] » in BAILLARGEON Jean-Paul (dir.), *op. cit.*, pp. 166-167.

448 Entretien avec Juliette Ozanne, p. 2.

449 Entretien avec Ofelia, p. 1.

d'événements et explique que le concept de « soirée » (« événements [offerts] au grand public, avec nourriture et musique ») est très particulier à l'Alliance⁴⁵⁰. En termes quantitatifs, la répartition des publics du premier semestre 2019 par type d'activité est à peu près en adéquation avec la proportion d'événements dans chacun de ces types⁴⁵¹. Seules les catégories « langue et lettres », « conférences » et « ateliers » semblent un peu sous-représentées dans les publics (ce qui correspond aussi à des questions de jauges : un atelier s'organise rarement dans une salle de 200 places). La dimension très didactique de ces trois formats invite à considérer des formes de partenariats spécifiques entre les services de l'Alliance pour leur développement en direction des étudiant.e.s : classes hors-les-murs, horaires aménagés, remplacement d'une évaluation par une « tâche finale » sous forme d'atelier... La diversité formelle n'empêche toutefois pas des cloisonnements entre les publics, visible parfois au sein même d'un événement. Juliette Ozanne indique que lors de la Fête du Vin, le premier public, qui vient plutôt pour discuter, laisse la place vers 21h à des personnes plus jeunes qui cherchent à faire la fête⁴⁵².

L'organisation d'événements hors-les-murs comme réponse aux freins géographiques et sociologiques de la participation culturelle a elle aussi ses limites. La faiblesse des liens entre l'Alliance et le tissu gouvernemental panaméen à l'échelle locale rend difficile l'organisation d'activités dans les quartiers populaires de la capitale ou du pays. « Créer le lieu d'intervention » demande une logistique complexe à l'association⁴⁵³. Le développement de partenariats solides, avec des intérêts mutuels très forts (ainsi avec l'université de Colón pour la Fête de la Musique ou avec le CCI) est une autre solution exploitée sur la demi-saison, mais s'avère parfois coûteuse financièrement pour l'Alliance (la location du *Teatro Amador*). Il paraît essentiel, pour de tels événements, de miser sur une médiation culturelle forte et une communication locale très spécifique pour viser les publics de proximité. Le projet *Inside Out* apparaît à nouveau ici comme un modèle. Le collage d'affiches et de flèches invitant les personnes du quartier de *Santa Ana* à rejoindre le futur CCI depuis la *Avenida Central* a porté

450 « *la Alianza puede ofrecer este tipo de eventos como al gran público, con comida y musica, y al final la gente pasa la noche* » (entretien avec Alexandra Gil Táboas, p. 3). Traduction personnelle.

451 Voir graphiques 6 et 7 en annexe 2.

452 Entretien avec Juliette Ozanne, p. 3.

453 Entretien avec Sylvia Benassy, p. 3.

ses fruits : ce sont bien en partie ces habitant.e.s qui ont affiché la diversité culturelle de leur pays sur les murs du centre⁴⁵⁴.

Bien que faisant partie, selon moi, de la même tactique d'exportation de la marque Alliance Française, le sponsoring n'est pas vraiment utilisé sur la période comme un moyen de faire connaître l'institution auprès de publics populaires ou éloignés géographiquement. Une telle stratégie pourrait être intéressante tant en direction des établissements publics que des dispositifs privés. D'une part, 14 des 22 centres éducatifs de beaux-arts de la République se trouvent dans l'*interior**⁴⁵⁵. Un partenariat entre ces institutions et l'Alliance pourrait prendre la forme, par exemple, d'une exposition des meilleurs travaux étudiants qui permettrait une cooptation des potentiel.le.s artistes locaux.ales de demain. D'autre part, celle de l'insertion sous forme de parrainage d'une œuvre ou d'un.e artiste dans des festivals en partie décentralisés comme le *Festival de cine pobre Panalandia*, qui partage avec l'Alliance des objectifs de diversité des publics et de développement propre de la création locale⁴⁵⁶. De telles stratégies, si elles venaient à être proposées par l'Alliance elle-même, relèveraient cependant d'une prospection et d'une insertion offensives : leur application demanderait une délicatesse suffisante pour que l'institution ne tombe pas dans une prescription paternaliste qu'elle a réussi jusque-là à éviter.

Enfin, la politique tarifaire de l'Alliance centrée autour de la gratuité est *a priori* une mesure destinée à briser les freins à la venue de ses non-publics. La gratuité est identifiée par Dakota comme un « énorme atout » dans un pays comme le Panama où les gens ne sont, selon elles, pas prêts à payer pour venir voir un événement culturel⁴⁵⁷. Bien qu'elle s'aligne en cela sur la plupart des autres institutions culturelles de la ville, Sylvia Benassy reconnaît que cette stratégie ne motive pas nécessairement la venue des non-publics⁴⁵⁸. Dans une étude publiée en 2008, cinq chercheur.se.s soulignent qu'elle exacerbe en effet l'importance, pour les

454 Voir la vidéo retraçant les grandes étapes de l'événement sur la page Facebook de l'Alliance : <https://www.facebook.com/alianzafrancesadepanama/posts/2267724509956609> (consultée en ligne le 2 juin 2020).

455 « *Matrícula de las instituciones educativas de bellas artes del INAC, según provincia, comarca indígena e institución : años 2011-2015* ».

456 « Le festival [...] se présente comme un outil fondamental du renforcement du cinéma panaméen en se nourrissant de talents et d'audiences dont le potentiel réside dans sa diversité, aspect qui nourrit et enrichit le processus de création de modèles de travail propres qui consolident notre cinéma. » Section « Mission » de la page Facebook du festival : https://www.facebook.com/pg/festivalpanalandia/about/?ref=page_internal (consultée en ligne le 3 juin 2020). Traduction personnelle. Je souligne.

457 Entretien avec Dakota, p. 2.

458 Entretien avec Sylvia Benassy, pp. 3-4.

consommateur.trices, des « coûts non-monétaires (efforts physiques, psychologiques, intellectuels qui accompagnent la visite, incertitude sur le contenu de l'offre, risques d'être déçu ou de ne pas comprendre) »⁴⁵⁹. Ce problème (résolu en partie à l'Alliance par les tactiques de médiation et d'externalisation qu'on a vues) s'accompagne d'une suppression de l'idée d'« engagement » dans la visite que symbolise l'acte de payer, voire d'une dévalorisation du produit par sa banalisation⁴⁶⁰. La mise en place d'un système de dons pourrait être une solution, mais pour Sylvia Benassy et Juliette Ozanne à qui l'idée a été proposée pendant mon stage, une telle stratégie correspond peu à la société panaméenne. Choisir d'accroître le nombre d'événements payants comme réponse à ce besoin d'« engagement » (et comme optimisation des équilibres financiers) serait une autre solution, puisque la gratuité n'augmente pas la participation des non-publics mobilisés presque exclusivement dans les seules activités hors-les-murs qui leur sont spécifiquement dédiées. Il n'est d'ailleurs pas du tout certain que cela freinerait les publics : 14,6 % des 48 événements organisés ou coordonnés par l'Alliance sur la période sont payants, et rassemblent 16,3 % des publics de ces mêmes 48 événements⁴⁶¹.

Pour moi, la dévalorisation par la banalisation des activités culturelles de l'Alliance est bien le reproche que lui font certains publics étudiants⁴⁶². Souscrire à ces velléités de consommation culturelle entre soi est toutefois en complète contradiction avec le but de démocratisation de l'Alliance, et on a vu que la mise en place de traitements préférentiels pour ses étudiant.e.s ne semblait pas augmenter leur participation⁴⁶³. Pour atteindre ces publics, l'Alliance ne peut donc pas s'affranchir d'une meilleure cohésion interne, voire de la mise en place d'activités dédiées aux étudiant.e.s, tactique semblant déjà fonctionner dans le cas des non-publics comme l'indique le projet *Inside Out*.

459 BOURGEON-RENAULT Dominique, GOMBAULT Anne, LE GALL-ELY Marine, PETR Christine, URBAIN Caroline, « La gratuité, un prix ! », *Revue française de gestion*, vol. 6, n° 186, Lavoisier, Cachan, 2008, pp. 35-51, p. 44.

460 *Id.*, pp. 46-48.

461 Calcul réalisé à partir du tableau des événements en annexe 3. Je sors du calcul les événements sponsorisés, dont on a vu que la politique tarifaire ne dépendait pas de l'Alliance, et dont les jauges biaisent les résultats.

462 Voir les propos cités de l'entretien avec Ofelia, p. 85.

463 Voir plus haut, p. 85.

La programmation culturelle de l'Alliance Française de Panama doit donc s'insérer dans un maillage culturel dense tout en poursuivant des objectifs généraux conditionnés par l'environnement socio-historique et les spécificités intrinsèques de l'institution. Certains de ces déterminants entrent en contradiction avec les intérêts de publics que l'on souhaite les plus larges possibles, et qui s'approprient ou questionnent le travail culturel, les discours ou les valeurs que produit l'Alliance.

L'imbrication de tous ces phénomènes est visible à différentes échelles : dans la structure générale de la programmation (ce que l'on a essayé de montrer jusque-là), mais aussi au niveau particulier de chaque événement. Deux groupes d'activités, l'un autour de la Fête de la Musique et l'autre autour des rencontres *ArtBox Digital*, confirment les enjeux et contraintes de la programmation telles que nous les avons analysées, et semblent pertinentes pour comprendre la conception, la réalisation et la réception du travail culturel de l'Alliance Française de Panama.

III. La programmation au concret : études de cas

A. Un rendez-vous annuel au croisement des enjeux et stratégies programmatiques de l'Alliance : la Fête de la Musique 2019

La Fête de la Musique est l'un des trois événements majeurs et réguliers de la programmation culturelle de l'Alliance Française de Panama. Pour Sylvia Benassy, elle correspond avant tout à la mission d'appui de la création locale⁴⁶⁴. La manifestation est cependant suffisamment riche pour articuler de nombreux déterminants de la programmation globale.

La Fête de la Musique 2019 se concentre autour de quatre dates-clés, dont chacune regroupe des propositions variées. Le 19 juin, de 18h à 23h, l'auditorium Dr Humberto Zarate de l'université régionale de Colón accueille des artistes jouant de la musique fusion, du gospel, du rap et du reggae. Tou.te.s, musicien.ne.s et publics, sont colonien.ne.s⁴⁶⁵. Le 20 juin, cinq conférences thématiques (traitant de la formation et la promotion musicale, de la production de musique urbaine...) sont données à l'Alliance et visent à aider les musicien.ne.s à se professionnaliser. Le soir, la *birria** culturelle *Shh ! Open Mic* anime un micro ouvert à partir de 19h dans le patio. Le 21 juin, jour officiel de la Fête de la Musique, huit groupes se succèdent sur la scène du *Teatro en Círculo* de Panama City. Cette soirée est la plus ambitieuse de la programmation : musique fusion de jazz, funk et soul, rap, pop « *típica* » (équivalent panaméen de « traditionnel » ou « folklorique »), chansons d'auteur ou rock fusion dessinent un programme éclectique pendant près de six heures. Le 25 juin enfin, les célébrations se clôturent avec la chanteuse française Julie Rousseau et le pianiste Martin le Ray au Studio 50 de l'hôtel Riu, avec de la chanson à textes oscillant entre l'intimisme et l'exaltation. Un atelier de chant polyphonique permet le matin de préparer le concert du soir avec une partie des publics⁴⁶⁶.

464 Entretien avec Sylvia Benassy, p. 12.

465 Je désigne par ce terme les habitant.e.s de Colón, par calque de l'espagnol « *colonense* ».

466 Voir le tableau des événements en annexe 3.

La richesse programmatique de la Fête de la Musique 2019 en fait un « poly-événement » intéressant dans ses déploiements thématiques, formels, géographiques et discursifs. Sa réception contrastée nous invite à distinguer des éléments qui semblent fonctionner et d'autres qui seraient à retravailler.

1. Enjeux anciens et nouveaux de la Fête de la Musique au Panama

Comme toute la programmation culturelle de l'Alliance dans son ensemble, la Fête de la Musique, dans sa dimension historique et internationale, fait appel à une série d'enjeux qui détermine les conditions de sa réalisation et les choix artistiques qui y président.

La Fête de la Musique repose, depuis sa création en France, sur des valeurs et des objectifs qui guident sa réalisation. Elle est d'abord pensée fin 1981 par le ministre de la Culture Jack Lang et son directeur de la musique et de la danse, Maurice Fleuret. L'idée est de proposer un tremplin pour l'expression musicale des quelques cinq millions de Français.e.s qui jouent d'un instrument et auxquel.le.s les manifestations musicales existantes ne rendent pas justice. La première Fête de la Musique a lieu le 21 juin 1982 dans une ambiance très informelle et spontanée⁴⁶⁷. Pour Jack Lang, l'événement relève d'une politique incitative qui incite les publics et les musicien.ne.s à se l'approprier⁴⁶⁸. La manifestation participe donc du mouvement d'enrichissement de la politique française de démocratisation culturelle – apparue dans les années 1960 avec Malraux – en direction de la démocratie culturelle. La démarche cherche en effet à laisser s'exprimer les musicien.ne.s qui ne pouvaient pas le faire jusque-là, à favoriser cette participation et la création musicale par l'ouverture d'espaces adaptés. L'accessibilité de l'événement dans une démarche de démocratisation reste l'enjeu principal, puisqu'il est gratuit et se déroule essentiellement dans des espaces publics extérieurs. L'un des objectifs est bien d'atteindre des publics que l'on dit « éloignés de la culture », que ce soit dans les prisons, les hôpitaux, les établissements scolaires, les communes rurales⁴⁶⁹...

467 Page « Historique » du site internet officiel de la Fête de la Musique : <https://fetedelamusique.culture.gouv.fr/L-evenement/Historique-de-la-Fete-de-la-Musique> (consultée en ligne le 7 juin 2020).

468 « Politique culturelle : Jack Lang donne le "la" », entretien avec Jack Lang dans l'émission « La Grande Table », 18 juin 2018, 4min et 7min 40sec (<https://www.franceculture.fr/emissions/la-grande-table-2eme-partie/la-grande-table-2eme-partie-du-lundi-18-juin-2018>, consultée en ligne le 7 juin 2020).

469 Page « Historique » du site internet officiel de la Fête de la Musique.

La Fête de la Musique acquiert tôt une dimension internationale qui n'est pas toujours connue en France selon Jack Lang⁴⁷⁰. L'historique officiel du ministère fait remonter les premières exportations à 1985⁴⁷¹, soit un an simplement avant sa première occurrence au Panama sur impulsion de l'Alliance : un paragraphe du livre commémoratif dédié à la manifestation situe en 1986 le premier concert d'envergure organisé par l'association. Le directeur de l'époque, Pierre Simandre, programme des chanteur.se.s locaux.ales de calypso, style musical afro-caribéen⁴⁷². Le livre commémoratif insiste sur l'« esprit spontané » de l'événement panaméen dont on trouve d'autres mentions en 2003 et 2005, ce qui laisse penser que la régularité de la Fête de la Musique et ses objectifs de démocratie culturelle sont rapidement mis en place au Panama⁴⁷³.

Bien qu'il soit difficile de savoir si la Fête de la Musique est un événement précurseur sur ces questions dans la programmation culturelle de l'Alliance, il est certain que les enjeux originels et traditionnels de la manifestation française rencontrent de nombreux objectifs actuels de l'institution au premier rang desquels la défense et la promotion d'une conception française de la culture. La promotion des expressions culturelles locales est un but constant de l'édition 2019, et se déploie dans différentes directions. Les événements programmés proposent des modalités d'expression variées, plus ou moins formelles : format classique du concert dans une salle, sur une scène et devant un public ; format du micro ouvert dans le patio de l'Alliance, où n'importe quel membre du public peut devenir à tout instant l'artiste qui s'exprime. Ils s'adressent aussi à des musicien.ne.s à des stades divers de leur rapport à leur art : amateurisme ou professionnalisme, entre-deux... L'idée est en tout cas d'encourager l'expression musicale de tou.te.s ceux.elles qui le souhaitent.

Le décloisonnement des publics « éloignés » de la culture par la démocratisation est un autre objectif partagé par l'Alliance Française et la Fête de la Musique telle que pensée à l'origine. Les programmations des éditions 2003 et 2005 sont gratuites, et l'implantation dans des espaces plutôt conventionnels de la capitale (le *Casco Antiguo* dans un cas, le *Teatro Nacional* dans l'autre) est complétée en 2005 par un concert à l'hôpital des enfants. L'édition 2017 entremêle davantage encore ces deux types d'espaces. Le concert final du samedi 24

470 Entretien avec Jack Lang dans l'émission « La Grande Table », 6min 5sec.

471 Page « la FDLM à l'international » du site internet officiel de la Fête de la Musique (<https://fetedelamusique.culture.gouv.fr/La-FDLM-a-l-international>, consultée en ligne le 7 juin 2020).

472 TEILLOL Magali et VILAR Lucie (coord.), *op. cit.*, p. 95.

473 *Ibid.*

juin a lieu en différents points, extérieurs et intérieurs, du *Casco Viejo*, mais le programme fait aussi la part belle aux lieux marginalisés : ateliers de composition musicale dans les prisons (centre de réhabilitation féminin et centre de détention de Tinajitas) et théâtre musical à l'hôpital des enfants⁴⁷⁴.

Enjeu plutôt identifiable à la seule Alliance Française de Panama, l'apport d'une certaine nouveauté sur la scène culturelle panaméenne se traduit par une approche innovante du métier de musicien.ne. En 2017 et en 2019, cela se manifeste par l'organisation de conférences de professionnel.le.s de la musique pour « guider les jeunes artistes » dans leur éventuelle professionnalisation⁴⁷⁵. Le programme de l'année qui nous intéresse est cependant beaucoup plus ambitieux que celui de 2017 (un seul séminaire sur la promotion et le marketing musical⁴⁷⁶), car il regroupe cinq conférences abordant différents thèmes, de la composition musicale en soi à la promotion, en passant par un questionnement de nouvelles formes artistiques et une présentation des formations-clés pour se professionnaliser⁴⁷⁷.

Rappeler l'ancrage local, national et international de l'Alliance Française de Panama est le dernier enjeu essentiel de la Fête de la Musique 2019, très lié à la question des publics. En accord avec l'omniprésence musicale voulue à l'origine par Maurice Fleuret⁴⁷⁸, cet objectif replace par ailleurs l'institution dans ses sphères d'influence au Panama et dans son réseau au-delà. L'interdépendance entre ces trois niveaux de présence fait de la Fête de la Musique un poly-événement multiscalair.

L'échelle locale de la Fête de la Musique est utile pour identifier et attirer certains types de publics d'une ville en particulier. À *Ciudad de Panamá*, il s'agit bien sûr des publics habituels de l'Alliance, mais aussi des jeunes musicien.ne.s qui ne sont pas forcément présent.e.s lors des concerts ou autres manifestations culturelles organisées par l'institution. À Colón, il s'agit de publics qu'on considère éloignés de la culture, et du public étudiant de l'université régionale où se déroule le concert du 19 juin. Le concert colonien participe aussi d'une stratégie d'insertion dans une zone marginalisée du pays, 40 ans après la disparition de l'Alliance Française de la ville. Bien que l'Alliance de David ne soit pas une filiale de celle de

474 Événement Facebook « *La Fiesta de la Música 2017* » : <https://www.facebook.com/events/246511932420659/> (consulté en ligne le 7 juin 2020).

475 Bilan culturel de l'Alliance Française de Panama, p. 36.

476 Événement Facebook « *La Fiesta de la Música 2017* ».

477 Bilan culturel de l'Alliance Française de Panama, p. 37.

478 « La musique sera partout et le concert nulle part » (page « Historique » du site internet officiel de la Fête de la Musique, consultée en ligne le 7 juin 2020).

Panama, l'organisation dans la capitale de Chiriquí d'un atelier et d'un concert de Julie Rousseau et Martin le Ray le 27 juin prolonge la Fête de la Musique dans la troisième plus grande ville du Panama. La tournée centraméricaine de la chanteuse et du pianiste, dont la première étape est le Panama, relie la Fête de la Musique au programme culturel annuel du réseau régional des Alliances d'Amérique centrale. Huit concerts et une dizaine d'ateliers sont organisés dans cinq des six pays du réseau jusque mi-juillet 2019. Les éléments de discours des deux artistes ajoutent une visée interculturelle à cette dimension internationale, car le texte de présentation du projet fait de Julie Rousseau la « passeuse d'une culture française » qui cherche à « établir des liens entre les cultures, [...] voyager et rencontrer l'Autre »⁴⁷⁹. Pour Sylvia Benassy, la Fête de la Musique place aussi l'Alliance Française de Panama « à l'unisson avec les autres pays qui la font »⁴⁸⁰, près des trois quarts de la planète selon Jack Lang⁴⁸¹.

2. Une co-organisation en étoile

Pour mener à bien tous les événements de la Fête de la Musique, l'Alliance Française de Panama s'appuie sur un réseau dense. Certains de ces acteurs ne sont reliés à l'Alliance que par l'intermédiaire d'autres structures, et quelques-uns n'ont même jamais affaire directement à l'association⁴⁸². Cet ensemble de relations dessine autour de l'Alliance (qui en serait le centre) ce que j'appelle un réseau en étoile : pour réaliser certains événements, l'institution fait appel à des acteurs spécifiques qui l'aident à étoffer sa programmation et lui donnent accès à des artistes ou des espaces nouveaux. Sur d'autres branches de l'étoile, elle s'appuie sur des structures ou des organismes qu'elle sollicite seule.

L'institution la plus importante dans la conception de la Fête de la Musique est la Fondation *Tocando Madera*, qui a pour tâche principale de sélectionner les artistes locaux.ales qui se produiront lors des événements. Ce regroupement de compositeur.trice.s-interprètes panaméen.ne.s⁴⁸³, créé en 2004 et structuré en Fondation en 2011, se présente officiellement

479 Bilan culturel de l'Alliance Française de Panama, p. 39.

480 Entretien avec Sylvia Benassy, p. 12.

481 Il évoque près de 140 pays (entretien avec Jack Lang dans l'émission « La Grande Table », 6min). La page officielle de l'événement à l'international parle plutôt de 120 pays (Page « la FDLM à l'international » du site internet officiel de la Fête de la Musique, consultée en ligne le 7 juin 2020).

482 Ainsi la *Ciudad del Saber* ou *Trama*, démarchés par la Fondation *Tocando Madera* pour le programme de conférences.

483 L'espagnol panaméen dit « *cantautores* ».

comme le « mouvement de la chanson d'auteur contemporaine » à l'occasion de la Fête de la Musique 2005 à l'Alliance Française⁴⁸⁴. L'existence même de la Fondation est donc symboliquement liée à la mission de promotion de la création locale de l'Alliance, engagement porté pendant la Fête de la Musique par ces deux acteurs qui en perpétuent la mémoire. La Fondation *Tocando Madera* soutient la musique panaméenne contemporaine par la production de plus de 500 concerts depuis 2004, la mise en place d'ateliers et l'invitation d'artistes internationaux (États-Unis, Brésil, Mexique, Espagne, Colombie...) ainsi que par l'exportation de la musique panaméenne à l'étranger. Cette dernière mission en fait de nouveau une structure privilégiée pour organiser la Fête de la Musique : lors de l'édition 2007, la Maison de l'Amérique latine invite la Fondation à présenter pour la première fois en Europe trois artistes panaméens⁴⁸⁵. L'un d'eux, le producteur musical et président de la Fondation Yigo Sugasti, connaît donc bien la manifestation et est l'interlocuteur unique de l'Alliance. Depuis 2017 au moins, la Fondation co-organise la Fête de la Musique avec l'association⁴⁸⁶.

L'Alliance mandate la Fondation pour démarcher les artistes qui composeront la programmation. Dans le cas de Colón, l'appel à des artistes provenant uniquement de la ville est un choix qui correspond à l'exigence d'appui à la création locale et encourage l'attraction de publics de proximité. Les deux institutions recherchent ensemble les salles où pourront se réaliser les concerts. La Fondation me semble apporter avant tout sa grande connaissance du monde musical panaméen dans ces missions, et l'Alliance son poids institutionnel lors d'éventuelles négociations. Ce premier travail débute environ un mois et demi avant les événements, ce qui permet l'établissement de dates fixes fin mai 2019. La programmation détaillée est confirmée aux alentours du 5 juin. Toutes deux promeuvent les artistes, communiquent sur les événements et coordonnent les aspects logistiques de la venue des musiciens.

484 Section « Notre histoire » de la page Facebook de la Fondation *Tocando Madera* : https://www.facebook.com/pg/fundaciontocandomadera/about/?ref=page_internal (consultée en ligne le 7 juin 2020). Le texte entre guillemets est traduit librement de l'espagnol : « *movimiento de la canción de autor contemporánea* ».

485 Article de Rosalia Arosemena A. publié le 1^{er} mars 2007 dans le quotidien *la Prensa* : https://www.prensa.com/cultura/Tocando-madera-va-Francia_0_1961803979.html (consulté en ligne le 7 juin 2020).

486 Pages consacrées à la Fête de la Musique éditions 2017 et 2018 sur le site internet de l'Alliance Française de Panama : <https://www.alianzafrancesapanama.com/cultura/fiesta-de-la-musica-2018/> et <https://www.alianzafrancesapanama.com/cultura/fiesta-de-la-musica-2017/> (consultées en ligne le 7 juin 2020).

D'autres organismes plus périphériques interviennent dans le travail de production. Comme c'est le cas pour d'autres événements majeurs de la programmation, l'Alliance

Visuel 1 : Affiche générale de la Fête de la Musique 2019.



engage des graphistes pour la création de l'identité visuelle de la Fête de la Musique 2019. Contrairement au catalogue du Mois de la Francophonie, réalisé par une graphiste habituée à travailler avec l'Alliance, c'est l'entreprise ÄG qui conçoit l'affiche générale de la manifestation qu'elle décline pour d'autres formats visuels⁴⁸⁷. L'équipe technique chargée d'obtenir le matériel nécessaire aux artistes pendant les concerts du 19 et du 21 juin est d'abord contactée par Yigo Sugasti, mais est aussi sollicitée par l'Alliance pour le micro ouvert du 20 juin et le concert de Julie Rousseau le 25. Pour le catering des musicien.ne.s à la charge de l'Alliance, le service culturel opère une stratégie de poursuite de partenariats avec le Français Marc

Source : réseau interne de l'Alliance. Manceau, chef de deux entreprises de restauration – « Un Dos Crepes » et « Ferdinand l'artisan ». Ces deux propositions gastronomiques (crêpes et tartines de pain au fromage, le tout fait maison à Panama City) était le principal service de restauration rapide proposé lors des projections de cinéma de la Francophonie sur le parking de la *Casa Blanca*⁴⁸⁸. Le service culturel de l'Alliance privilégie donc les collaborations de longue durée pour ce qui est de la production, sans pour autant s'y limiter.

Bien que le lien avec les artistes se fasse originellement à travers la Fondation *Tocando Madera*, le service culturel intervient bien directement pour ce qui est des aspects logistiques. C'est notamment elle qui rétribue les musicien.ne.s. Comme l'Alliance ne se place que très rarement dans une démarche de production à proprement parler, les avantages qu'elle accorde aux artistes en échange de leur participation sont limités. L'absence de cachet est compensée par l'attribution de *per diem* couvrant les frais de déplacement et d'un panier-repas pour chaque musicien.ne. Pour justifier de leur participation à la Fête de la Musique, un diplôme mentionnant le nom des artistes et signé par Yigo Sugasti et la directrice de

487 Voir visuel 1 ci-contre.

488 Voir par exemple la publication Instagram du 19 mars 2019 sur le compte de l'Alliance : <https://www.instagram.com/p/BvK4rbzHJlg/> (consultée en ligne le 7 juin 2020).

l'Alliance est remis à chaque groupe. Il témoigne de l'appui institutionnel et du gain de visibilité octroyés aux artistes par la participation à la manifestation.

En revanche, le recours à la *birria** culturelle *Shh ! Open Mic* est le fait de l'Alliance qui prouve là encore qu'elle sollicite avant tout des structures culturelles qu'elle connaît déjà bien pour s'assurer le succès des événements de la Fête de la Musique. L'organisateur du groupe de micro ouvert, José Yau, est en effet sélectionné en 2016 parmi les projets de la *convocatoria**. Il réalise à cette occasion un petit concert avec deux autres chanteurs, et présente son projet de micro ouvert au service culturel dont est alors stagiaire Juliette Ozanne. Même s'il fait partie de la Fondation *Tocando Madera*, c'est bien l'Alliance qui le contacte directement pour organiser la soirée du 20 juin. L'appui à la création locale se présente donc, pour la Fête de la Musique, sous un jour très différent de ce qu'on peut trouver par exemple dans la *convocatoria*. Elle passe par des organismes déjà connus qui sélectionnent ou encouragent eux-mêmes la venue des artistes, non pas par un lien direct et premier entre ces artistes et l'Alliance.

Le dernier acteur sollicité par la Fête de la Musique 2019 est totalement indépendant des autres. Il s'agit du réseau des Alliances Françaises d'Amérique centrale qui organise la tournée de Julie Rousseau et Martin le Ray dans la région. À la différence des autres activités de la Fête de la Musique, où la promotion des cultures francophones est plutôt secondaire, cet événement en fait son enjeu principal. Deuxième des quatre tournées centraméricaines de l'année 2019, la venue de Julie Rousseau et Martin le Ray est organisée de la même façon que les autres : chaque Alliance qui reçoit les artistes prend en charge les frais de restauration et de logement, tandis que l'Alliance organisatrice – différente à chaque fois – centralise tous les frais de déplacement qu'elle divise et répartit ensuite entre les structures participantes. Dans le cadre d'événements de portée internationale comme celui-là, il est beaucoup plus facile à l'Alliance de rechercher des mécènes qui l'aident à couvrir les frais de ses événements. Julie Rousseau et Martin le Ray ont ainsi été logés gratuitement au *Double Tree* grâce à un partenariat engageant l'Alliance à donner une visibilité spécifique à l'hôtel sur ses réseaux⁴⁸⁹. Ce mécénat reste ponctuel (comme beaucoup d'autres), contrairement à celui établi avec le

489 Tweet du 26 juin 2019 sur le compte de l'Alliance : <https://twitter.com/AlianzaFrPanama/status/1143973071025508353> (consulté en ligne le 7 juin 2020). Le logo de l'hôtel est aussi sur les visuels concernés de la Fête de la Musique (voir visuel 1 page précédente).

restaurant brésilien *Os segredos da carne* qui accorde à l'Alliance une dizaine de repas gratuits en échange d'une visibilité numérique du même type⁴⁹⁰.

3. Sens, portée et limites des choix d'espaces avant tout hors-les-murs

Trois des quatre journées d'événements de la Fête de la Musique ont intégralement lieu en dehors de la *Casa Blanca*. À cette prévalence de l'activité extérieure, inégalée même lors du Mois de la Francophonie où près de la moitié des activités sont hors-les-murs, s'ajoute la diversité des espaces choisis voire leur éloignement géographique. Comment comprendre cette « exportation » ?

La décision d'inaugurer la Fête de la Musique à l'université régionale de Colón, située à 70 kilomètres de la capitale et baignée des eaux du même canal mais d'un autre océan, est sans aucun doute le plus ambitieux des choix d'externalisation géographique d'un événement de l'Alliance sur la période étudiée. Historiquement, Colón devient « le grand centre culturel et social pour les Antillais.e.s » au début de la construction du canal étasunien⁴⁹¹. Enclavée par la Zone du canal et fonctionnant comme une « ville-frontière » à l'instar de Tijuana à l'extrême nord du Mexique⁴⁹², Colón ne semble pas tirer de grands avantages du départ des États-Unis. Michael E. Donoghue souligne la décadence des manifestations et pratiques culturelles propres aux Afro-antillais.e.s à laquelle participe la « panaméisation » des nouvelles générations, de même que la pauvreté croissante et le manque d'investissements

Photo 8 : Une rue de Colón.



Source : blog du photojournaliste étasunien Meridith Kohut.

490 Voir par exemple l'accueil au restaurant de la compagnie *Teatro Caja Negra*, premier projet commun au réseau des Alliances de l'année accueilli fin mars (publication Facebook du 26 mars 2019 sur la page de l'Alliance : <https://www.facebook.com/alianzafrancesadepanama/posts/2331297813599278>, consultée en ligne le 7 juin 2020).

491 « *the great cultural and social center for West Indians* » (DONOGHUE Michael E., op. cit., p. 95). Traduction personnelle.

492 *Id.*, p. 96. Le texte anglais dit « *borderland city* ».

publics, voire la négligence, des autorités⁴⁹³. Ces problématiques socio-culturelles sont toujours présentes aujourd'hui : dans un article récent du quotidien *la Prensa*, le professeur des universités Jorge Luis Macías Fonseca exprime les déceptions coloniennes face à l'inertie de l'équipe municipale renouvelée lors des élections générales de mai 2019⁴⁹⁴. L'insalubrité de la ville et la pauvreté de sa population, en écrasante majorité afro-panaméenne voire afro-antillaise, est visible partout dans les rues bordées d'édifices délabrés⁴⁹⁵.

Pour l'Alliance et la Fondation *Tocando Madera*, organiser la première soirée de la Fête de la Musique à Colón poursuit la mission de démocratisation et de captation de publics inhabituels sur laquelle se penchent chaque année les deux institutions. Pour réussir ce défi, elles ont besoin d'une collaboration locale forte qu'elles construisent peu à peu avec l'université régionale de la ville. Julio Denis, son secrétaire administratif, est l'interlocuteur privilégié des deux structures. L'événement est réellement façonné avec cet acteur : c'est l'université qui prête son lieu, l'auditorium Dr Humberto Zarate, idéalement situé entre ses bâtiments les plus récents et ceux plus anciens, et c'est Julio Denis qui suggère à l'équipe de préférer un événement en semaine plutôt qu'en week-end, afin d'attirer plus facilement les publics, notamment estudiantins. À Colón comme à Panama City, les citoyen.e.s fuient la ville dès le vendredi soir. L'université régionale attend beaucoup de ce partenariat : le jour de l'événement, une réunion entre une partie de l'équipe administrative, l'ambassadeur de France et les personnels de l'Alliance explore les possibilités d'une coopération inter-institutionnelle de plus long terme.

Les autres lieux choisis, tous situés à Panama City, relèvent de partenariats plus classiques et permettent surtout à l'Alliance de remédier aux défauts de son propre espace intérieur. Utiliser le *Teatro en Círculo* pour le grand concert du 21 juin décuple les possibilités en termes de jauges (la salle compte près de 250 sièges). La configuration classique du théâtre (une scène surélevée devant des sièges disposés en arc de cercle), tout comme les nombreuses loges et espaces en arrière-scène, en font l'endroit idéal pour organiser un concert formalisé avec de nombreux.se.s artistes⁴⁹⁶.

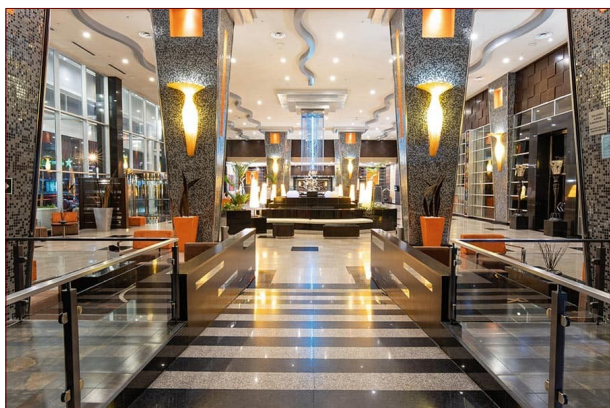
493 *Id.*, p. 126.

494 Article de Jorge Luis Macías Fonseca publié le 17 février 2020 dans le quotidien *la Prensa* : <https://www.prensa.com/impres/opinion/recados-para-el-alcalde-de-colon/> (consulté en ligne le 7 juin 2020).

495 Voir photo 8 page précédente.

496 Page « *Qué ofrecemos* » du site internet du *Teatro en Círculo* : <https://teatroencirculo.org/que-ofrecemos/> (consultée en ligne le 7 juin 2020).

Photo 9 : Le hall de l'hôtel Riu Plaza vu depuis le Studio 50.



Source : Site internet du Riu Plaza Panama.

Le choix du Studio 50 de l'hôtel Riu Plaza pour les activités de Julie Rousseau et Martin le Ray est un peu plus étrange. L'ouverture du bar sur le reste du hall, énorme et à la décoration lourdement chargée, convient peu à la proposition artistique qui privilégie l'intime⁴⁹⁷. L'éclairage coloré, que les personnels de l'hôtel ne parviennent pas à régler, ne cesse de changer pendant toute la prestation des musicien.ne.s. Les relations inter-institutionnelles sont par ailleurs difficiles à établir, et l'équipe de l'hôtel sur place ne se montre pas particulièrement coopérative. Je pense que la gratuité du lieu et son association pour une partie des publics avec d'autres événements culturels (comme les *Noches de cine alternativo*) ont motivé le choix du Riu Plaza. Le reste des événements de la Fête de la Musique avait en outre beaucoup mobilisé le service culturel et la location d'un espace moins connu aurait pu poser des problèmes plus sérieux et demandé au service un temps dont il ne disposait pas. La projection au même endroit du film *M* de Sara Forestier le 3 juillet lors de la *Muestra de cine francés* a tout de même confirmé les limites du Studio 50, puisqu'aucun événement n'a été réalisé à l'hôtel Riu depuis.

Organiser les conférences et le micro ouvert du 20 juin à l'Alliance même paraît au contraire parfaitement en adéquation avec les visées générales des espaces de la *Casa Blanca*. Les conférences sont en effet la partie de la programmation qui se rapproche le plus d'un apprentissage, d'une formation au sens strict du terme. La conférence est en outre la modalité la plus ancienne d'organisation d'événements dans les Alliances Françaises : « organiser des conférences et autres moyens de propagande » est le seul des sept objectifs originels cités par Maurice Bruézière qui corresponde au travail actuel du service culturel⁴⁹⁸. Le micro ouvert sert au contraire à montrer l'ouverture à des formes d'apprentissage informel. L'expression culturelle est dans ce cas d'abord variée dans son contenu : en plus de formes musicales traditionnelles, le micro ouvert laisse sa place aux poèmes, aux textes personnels et à des duos

497 Voir photo 9 ci-contre.

498 BRUEZIERE Maurice, *op. cit.*, p. 11.

mêlant par exemple musique et peinture inspirée des mélodies. Surtout, elle varie ici dans le *medium*. Le terme panaméen de « *birria* »*, par lequel *Shh! Open Mic* se définit⁴⁹⁹, intraduisible en français, semble se rapprocher de l'anglais « *jamming* » pour ce qui est du domaine purement musical. Il désigne la pratique informelle d'une activité dont on est passionné.e, et qu'on réalise en groupe. Ces caractéristiques créent dans les manifestations concrètes de la *birria* des formes de cooptation et d'encouragement mutuel par l'émulation et des manifestations d'assentiment (applaudissements, commentaires et discussions à l'issue de la performance ou à la fin de la séance...) qui expriment la validation par les pairs. L'Alliance opère ainsi, dans ses propres espaces et sur une même journée, une synthèse entre classique et novateur, entre formel et informel.

4. Résultats contrastés d'une prospection vers de nouveaux publics

La communication autour des activités de la Fête de la Musique est l'une des plus développées de la première demi-saison 2019. La création d'une ligne graphique justifie le recours à un prestataire extérieur qui n'est pas habituellement sollicité par l'Alliance, contrairement à la graphiste chargée du catalogue de la Francophonie et les équipes du service culturel lui-même qui travaillent leurs propres visuels pour certains événements (ainsi Justine Blin pour la *Muestra de cine francés* à partir de l'affiche du festival de Cannes). La Fête de la Musique est aussi la seule manifestation de l'Alliance à disposer de sa propre page Facebook⁵⁰⁰, en plus de l'événement créé chaque année⁵⁰¹. Pour significative qu'elle soit, cette multiplication des interfaces pose la question de l'efficacité du dispositif : ne risque-t-on pas de disperser les publics au lieu de les réunir sur la seule page de l'Alliance où ils ont déjà toutes les chances de trouver les informations dont ils ont besoin, et bien d'autres ? En termes de travail pour le service culturel, l'animation de ces trois pages sur le seul réseau social Facebook paraît aussi contre-productif. Le plan de communication déployé sur Instagram, réseau plus utilisé par les publics, paraît plus efficace : la première publication sur la Fête de la Musique, trois semaines avant l'événement, récolte un taux de réactions significativement

499 « *Somos la #BirriaCultural localmente mundial.* » (compte Instagram de *Shh! Open Mic* : <https://www.instagram.com/shhopenmic/>, consulté en ligne le 7 juin 2020).

500 Page Facebook « *Fiesta de la Música Panamá* » : <https://www.facebook.com/FiestaDeLaMusicaPanama/> (consultée en ligne le 8 juin 2020).

501 Page Facebook de l'événement « *Fiesta de la Música – Panamá 2019* » : <https://www.facebook.com/events/2400160726880150/permalink/2400160796880143/> (consultée en ligne le 8 juin 2020).

supérieur à la moyenne habituelle⁵⁰². L'achat d'espaces publicitaires sur ces réseaux permet de pousser certaines publications quelques jours avant le 19 juin et d'obtenir des résultats encore plus satisfaisants⁵⁰³. Après le dévoilement de la programmation détaillée le 14 juin⁵⁰⁴, le service culturel s'assure une présence constante par la publication régulière de contenus qui promeut chaque artiste, groupe et activité programmée. Les formats les plus utilisés pour cela sont les « stories » d'Instagram⁵⁰⁵ et les vidéos fournies par chaque participant.e⁵⁰⁶. Ce procédé a aussi l'avantage d'assurer l'identification et l'individualité des artistes dans la mosaïque d'activités de la Fête de la Musique.

La communication dans les médias traditionnels passe d'abord par l'envoi d'un communiqué de presse qui débouche sur les premiers articles dans les périodiques deux semaines avant l'événement⁵⁰⁷. Si chaque événement dispose en général de ses propres espaces médiatiques, l'importance de la Fête de la Musique justifie son évocation dès le 4 juin, lors de l'entretien télévisé de Sylvia Benassy à l'émission *Nex Noticias* de *NexTV*, plutôt tourné au départ vers le Festival International « Très Court »⁵⁰⁸. Notons au passage que cette émission télévisuelle est celle qui correspond le mieux à l'image et au discours de l'Alliance que j'ai pu observer sur la période. La nouveauté principale en ce domaine reste toutefois la promotion dans deux radios coloniennes une semaine avant le concert à l'université régionale⁵⁰⁹, cas inédit de sollicitation de médias extérieurs à Panama City qui concentre tout de même les six autres entretiens radios, les cinq articles de presse et le seul entretien télévisé dédiés uniquement à la Fête de la Musique⁵¹⁰. Quelques artistes accompagnent le service

502 Publication Instagram du 31 mai 2019 sur le compte de l'Alliance : <https://www.instagram.com/p/ByIsX-lhYEM/> (consultée en ligne le 8 juin 2020).

503 Publication Instagram du 17 juin 2019 sur le compte de l'Alliance : <https://www.instagram.com/p/By00TW6huDF/> (consultée en ligne le 8 juin 2020).

504 Programme du 19 juin : <https://www.facebook.com/events/2400160726880150/permalink/2411118229117733/>

Programme du 20 juin : <https://www.facebook.com/events/2400160726880150/permalink/2411172022445687/>

Programme du 21 juin : <https://www.facebook.com/events/2400160726880150/permalink/2411177665778456/>

Programme du 25 juin : <https://www.facebook.com/events/2400160726880150/permalink/2411179532444936/>

Liens de la page Facebook de l'événement « *Fiesta de la Música – Panamá 2019* » consultés en ligne le 8 juin 2020.

505 Voir visuel 2 page 109.

506 Voir par exemple la vidéo du groupe HDR de Colón publiée le 18 juin 2019 sur le compte Instagram de l'Alliance : <https://www.instagram.com/p/By3WICzBn8j/> (consultée en ligne le 8 juin 2020).

507 « *Fiesta de la Música 2019* », article de Fanny Arias publié le 5 juin 2019 dans le périodique *Panamá América* (<https://www.panamaamerica.com.pa/variedades/fiesta-de-la-musica-2019-1136277>, consulté en ligne le 8 juin 2020).

508 Tweet du 4 juin 2019 sur le compte Twitter de l'Alliance : <https://twitter.com/AlianzaFrPanama/status/1135930358879440896> (consulté en ligne le 8 juin 2020).

509 Publication 12 juin 2020 sur le compte Instagram de l'Alliance : <https://www.instagram.com/p/ByliHBFBCp2/> (consultée en ligne le 8 juin 2020).

510 Bilan culturel de l'Alliance Française de Panama – janvier-juillet 2019, p. 35.

culturel à certains de ces rendez-vous, ce qui me semble enrichir significativement les rencontres pour les médias eux-mêmes, plutôt habitués à recevoir la seule équipe de l'Alliance.

Ce travail de communication soutenu et multiforme débouche sur un bilan des publics contrasté. La soirée la plus réussie est celle du 19 juin à Colón. Le service culturel recense un public d'environ 250 personnes, qui se groupent à l'intérieur et à l'extérieur de l'auditorium Dr Humberto Zarate. Selon moi, ce succès tient d'abord à l'heure et au lieu de réalisation du concert : il commence à 18h, moment où certain.e.s étudiant.e.s sortent de leurs derniers cours. Du fait de la situation de l'auditorium dans le campus, les étudiants et universitaires peuvent difficilement sortir sans passer par l'auditorium et prêter attention à ce qui s'y passe. Les publics coloniens ne paraissent pas forcément habitués à l'aspect formel du concert : au début de l'événement, alors que tous les sièges ne sont pas encore occupés, quelques personnes restent à l'extérieur et regardent depuis les fenêtres. La communication interne à l'université, appuyée par l'enthousiasme de son secrétaire administratif Julio Denis, a pu avoir aussi un impact favorable. Les choix de programmation et de communication sont aussi à souligner : Yigo Sugasti propose de ne pas indiquer l'heure de passage de chaque groupe sur les documents promotionnels, et choisit de programmer Original Fat, l'artiste le plus connu, en toute fin de concert. Le public qui attend sa prestation s'accroît au fur et à mesure que la soirée avance. Sur le long terme, il appert que la limite d'un tel événement soit le peu de suivi et de coopération inter-institutionnelle ultérieure entre l'Alliance – voire l'Ambassade de France – et l'université, que celle-ci appelait de ses vœux et qui avait pu motiver le développement du projet au départ.

Les résultats de Panama City paraissent plus mitigés quoique tout à fait honorables. Les conférences du 20 juin sont une vraie réussite : 120 participant.e.s se présentent sur la journée, dans une des salles de cours de l'Alliance dont la jauge tourne autour de 40 personnes. Toutes les interventions font donc presque salle comble⁵¹¹. Le calcul se fait cependant en termes de visiteur.se.s uniques, de sorte que le nombre de 120 personnes ne reflète pas le nombre réel de spectateurs, sans doute sensiblement inférieur. Beaucoup de personnes ayant assisté à une ou plusieurs conférences font partie de la trentaine de

511 *Id.*, p. 37.

participant.e.s au micro ouvert de 19h, ce qui manifeste le succès de la formule synthétique entre les deux propositions et de son identification par les publics⁵¹². Les conférences relatives à la professionnalisation des artistes musicaux.ales panamé.ne.s, singulières et nouvelles dans l'offre culturelle du pays, paraissent bien répondre à une demande existante. Avec le micro ouvert, il me semble par ailleurs que l'Alliance attire des publics habitués de la formule et qui ne se présentent pas à la *Casa Blanca* d'ordinaire. Il s'agissait en majorité d'un public jeune intéressé par des formes d'art alternatives et qui les pratique ailleurs, de catégories socio-économiques sans doute légèrement inférieures à celles touchées d'ordinaire. Cette description me paraît correspondre aux publics qui peuvent fréquenter des manifestations culturelles à forte identité socio-politique comme le *Festival de cine pobre Panalandia*. Développer plus d'événements de ce type pourrait être un moyen pour l'Alliance de gagner une audience plus importante dans ces milieux.

Visuel 2 : « Story » Instagram de promotion du groupe colonien Kaomi.



Source : réseau interne de l'Alliance.

Le grand concert du 21 juin n'opère pas un succès aussi éclatant, même si plus de 130 personnes viennent au *Teatro en Círculo* qui pouvait en accueillir une centaine de plus⁵¹³. Présente à cette soirée, Dakota l'identifie le lendemain comme un échec en termes de publics, malgré une programmation de qualité et des conditions favorables⁵¹⁴. Le format très ambitieux de l'événement pourrait certes expliquer des mouvements de publics mal maîtrisés, inverses à ceux de Colón : à mesure que la soirée avance, la salle se vide. Sans doute le temps laissé à chaque groupe ou artiste a-t-il été mal géré, car un retard important fait terminer le concert très tard (vers 1h du matin), alors que la manifestation devait initialement se finir avant minuit. D'autres facteurs extérieurs expliquent ce constat, par exemple l'inadéquation d'un format classique comme le concert avec les publics exigeants de *Ciudad de Panamá*. Même si le concert se déroule en intérieur, l'entrée dans la saison humide et les fortes pluies de la soirée du 21 juin ont aussi pu décourager un certain nombre de personnes.

512 *Ibid.*

513 *Id.*, p. 38.

514 Entretien avec Dakota, p. 10.

La proposition artistique de Julie Rousseau et Martin le Ray paraît, elle, atteindre un peu mieux les publics qu'elle vise. Dans la mesure où les chansons à textes des deux artistes sont avant tout en français et que ce genre musical est peu pratiqué au Panama, il est logique que ce soit plutôt un public francophone qui se présente au concert. On compte en effet parmi les 80 participant.e.s⁵¹⁵ des francophones ou francophiles habitué.e.s de l'Alliance, ainsi Annie, Dakota et une partie du Conseil d'Administration, dont sa présidente Antonia Gramunt. L'atelier de chant polyphonique du matin, qui aurait pu attirer les musicien.ne.s en herbe pouvant compléter cette base de publics, n'est en revanche quasiment pas fréquenté (six personnes⁵¹⁶). Surtout, il ne remplit pas son but premier, à savoir préparer la participation du public au concert du soir. Seule une personne est présente aux deux activités, et il s'agit de Daniella Orta, la présentatrice de l'émission radio *la Movida*, déjà fidélisée à la programmation culturelle de l'Alliance. Puisque les artistes arrivent le 24 juin directement de France, les contraintes temporelles dues à la tournées semblent en cause. Il leur est difficile dans ces conditions de proposer un atelier qui n'ait pas lieu le matin même du concert, l'après-midi étant réservé aux derniers réglages comme les balances de son. La proposition convenait donc peu aux publics de la capitale qui travaillent en journée.

La Fête de la Musique 2019 constitue donc un exemple de poly-événement où s'entrecroisent de très nombreux enjeux et stratégies programmatiques de l'Alliance Française de Panama. La co-organisation des quatre journées d'événements fait intervenir beaucoup d'acteurs, nébuleuse dont l'Alliance reste le centre. La réalisation avant tout hors-les-murs et la communication spécifique sur les événements ne paraissent réussir qu'en partie à capter les publics, ce qui indique que les propositions innovantes et l'installation dans des lieux écartés des circuits traditionnels de diffusion culturelle donnent les meilleurs résultats.

515 Bilan culturel de l'Alliance Française de Panama, p. 39.

516 *Ibid.*

B. Un projet évolutif : les rencontres ArtBox Digital

À l'exception des conférences, les expositions sont les seules activités du premier semestre 2019 intégralement proposées au sein de la *Casa Blanca*⁵¹⁷. Pour l'institution, manifester quotidiennement son statut de centre culturel exige une offre d'art visuel constante dans le bâtiment de l'Alliance. En plus des propositions coordonnées avec d'autres structures (comme celles du Lycée Français à la mi-juin 2019⁵¹⁸), le service culturel organise six ou sept expositions par an d'une durée de deux semaines à un mois. Elles sont choisies à partir de sollicitations extérieures spontanées (comme *La Luz y la Ciudad* en avril 2019) ou à partir de la *convocatoria** (ainsi *Canto a la lluvia* du collectif *Not Common Girls*, présenté en 2019⁵¹⁹ et programmé en janvier 2020⁵²⁰). Elles répondent donc principalement à une mission d'appui à la création locale. En plus de l'inauguration, les artistes exposé.e.s proposent parfois une activité de médiation autour de leur travail, en général une conférence.

Les rencontres *ArtBox Digital* vérifient et dépassent le cadre-type des expositions habituellement programmées à l'Alliance, tant dans leur conception que leurs objectifs et leur réalisation. Telle que présentée aux publics, l'exposition *ArtBox Digital* est installée dans le patio de la *Casa Blanca* de la fin mai au 4 juin 2019 et fait partie de la programmation officielle du festival *África en América*. Lors de l'inauguration du 21 mai à 19h30, le public découvre les œuvres numériques de six artistes africain.e.s provenant du Mali, du Sénégal, d'Afrique du Sud et du Kenya, finalistes du concours d'arts digitaux *África ArtBox* organisé par Trias Culture après un appel à candidatures en 2017. Réalité virtuelle, supports vidéos et dispositifs altérant le fonctionnement normal des outils numériques font partie intégrante des propositions⁵²¹. Ce même jour, Trias Culture lance un appel à candidatures en direction des artistes d'Amérique latine, en vue d'un nouveau concours d'arts digitaux cette fois appelé « *ArtBox Digital* » dont le premier prix est une résidence artistique en Afrique du Sud. Le 23

517 Voir graphique 5 en annexe 2.

518 Voir tableau détaillé des événements en annexe 3.

519 Présentation *PowerPoint* des projets de la *convocatoria* 2019 de l'Alliance Française de Panama, document réalisé par Justine Blin et JérémY Portemont, réseau interne de l'Alliance, mars 2019, diapositive 8.

520 Page de l'exposition *Canto a la lluvia* par le collectif *Not Common Girls* sur le site internet de l'Alliance : <https://www.alianzafrancesapanama.com/cultura/arts-visuels/exposicion-not-common-girls/> (consultée en ligne le 9 juin 2020).

521 Le lauréat Nathan Gates crée ainsi un outil qui modifie la visualisation des sites internet selon l'orientation géographique de l'ordinateur. Les pages ne sont visibles correctement que si le terminal est tourné vers le nord (Page « Le lauréat *Africa ArtBox Award* 2017 » sur le site internet de *ArtBox Digital* : <https://artbox.digital/fr/a-propos-artbox-digital/edition-2017/le-laureat-africa-artbox-award-2017/>, consultée en ligne le 11 juin 2020).

mai à 18h, l'artiste colombien Juan Pablo Pacheco propose un atelier d'une heure qui introduit le public aux nouvelles techniques de création digitale, puis une visite guidée de l'exposition également animée par la fondatrice salvadorienne de Trias Culture, María Luisa Ángulo⁵²².

La présentation des rencontres *ArtBox Digital* résulte d'une collaboration étroite et complexe entre Trias Culture et le service culturel de l'Alliance, durant lequel les intérêts et possibilités de chaque structure modèlent peu à peu l'exposition vers sa forme définitive.

1. Prémices incertains d'une proposition atypique

La proposition expositive de Trias Culture parvient au service culturel de l'Alliance Française de Panama à travers sa *convocatoria** annuelle. L'appel à candidatures est lancé à la mi-décembre 2018 et se clôture à la fin janvier 2019⁵²³, calendrier à peu près fixe d'une année sur l'autre. C'est vers le mois de mars que le service culturel se penche sur les premières sélections des projets reçus, et celui de Trias Culture apparaît d'emblée comme le plus développé et le plus solide en termes discursifs, au point qu'il sort presque du cadre de la *convocatoria*. En effet, le but de ce dispositif est plutôt de faire gagner de la visibilité à des artistes en début de vie professionnelle ou qui s'appêtent à y entrer. Or, l'équipe de Trias Culture semble très aguerrie. Les trois personnes impliquées ont déjà une expérience forte de la gestion de projets culturels. María Luisa Ángulo, fondatrice du réseau *ArtBox Digital*, est économiste spécialisée en économie créative et production artistique. L'artiste et curateur Juan Pablo Pacheco est professeur d'arts visuels à l'université Javeriana de Bogotá et a présenté des projets dans cinq pays de trois continents. Alexandra Gil Táboas, première interlocutrice directe de l'Alliance pour ce projet, est consultante en communication et projets culturels, missions qu'elle a exercées au PNUD sur les questions d'identité LGBTQI+. Elle a aussi été attachée culturelle de l'Ambassade d'Espagne au Sénégal⁵²⁴.

Les intérêts professionnels et personnels de cette équipe font écho à la proposition soumise à l'Alliance. Il s'agit d'exposer six œuvres digitales qui questionnent notre rapport au monde dans un univers interconnecté et digital, qui proposent « des manières alternatives et

522 Page « *Encuentro ArtBox Digital* » sur le site internet de l'Alliance : <https://www.alianzafrancesapanama.com/cultura/arts-visuels/encuentro-artbox-digital-panama/> (consultée en ligne le 9 juin 2020).

523 Page dédiée à la *convocatoria* 2019 sur le site internet de l'Alliance : <https://www.alianzafrancesapanama.com/sin-categoria/convocatoria-cultural-2019/> (consultée en ligne le 9 juin 2020).

524 Présentation *PowerPoint* des projets de la *convocatoria* 2019, diapositive 15.

critiques d'interagir avec notre paysage technologique »⁵²⁵. L'exposition s'accompagne d'une série de rencontres et d'ateliers ayant pour but d'inciter les artistes digitaux.ales du territoire à s'insérer dans le réseau *ArtBox Digital* qui cherche à créer des liens entre l'Afrique et l'Amérique latine⁵²⁶. Ce développement d'interactions intercontinentales se concrétise notamment par l'ouverture prévue en avril d'une nouvelle édition du concours d'arts digitaux de Trias Culture, destinée aux seul.e.s artistes latino-américain.e.s et annoncée le 27 février 2019 à la *Casa del Soldado*, le Centre Culturel Espagnol de Panama City⁵²⁷. Les détails communiqués sur l'une des conférences proposées montrent que le développement de l'art digital a pour corrélat le questionnement critique autour des rapports de pouvoir à l'échelle mondiale, dans la mesure où ces rapports se manifestent notamment sur des plateformes numériques considérées comme neutres *a priori*⁵²⁸. La proposition de Trias Culture est donc déjà très construite et intègre des problématiques socio-politiques fortes dans une démarche internationale d'*empowerment* des artistes du « Sud Global »⁵²⁹.

La sollicitation de l'Alliance par de tels acteurs à travers la *convocatoria* a de quoi étonner. Pour Alexandra Gil Táboas, elle se comprend avant tout par une coïncidence entre le moment où elle prend connaissance de la *convocatoria* et celui où elle cherche à présenter l'exposition au Panama⁵³⁰. L'Alliance n'est d'ailleurs pas la seule structure contactée : la chargée de production se rapproche aussi de la *Casa del Soldado* dont elle connaît bien la directrice culturelle, mais celle-ci est plutôt intéressée par les ateliers et veut d'abord déterminer s'il existe un nombre significatif d'artistes digitaux.ales au Panama. La directrice culturelle de la Municipalité, Alexandra Schjelderup, est contactée trop tard pour que le projet soit produit par la ville dans le cadre du festival *África en América*⁵³¹. Alexandra Gil Táboas connaît donc très bien le réseau institutionnel de *Ciudad de Panamá*, et participe déjà avec l'Alliance au projet *Inside Out* en tant que photographe : se présenter directement à la *Casa Blanca* ou contacter le service culturel par un autre moyen ne lui étaient pas tout à fait impossibles. Les raisons du passage par la *convocatoria* me paraissent donc se jouer ailleurs que dans une simple coïncidence temporelle.

525 « *maneras alternativas y críticas de interactuar con nuestro paisaje tecnológico* », *Id.*, diapositive 18. Traduction personnelle.

526 *Id.*, diapositive 16.

527 Publication du 26 février 2019 sur la page Facebook de la *Casa del Soldado* : <https://www.facebook.com/CCECasaDelSoldado/posts/2184459118287099> (consultée en ligne le 9 juin 2020).

528 Présentation *PowerPoint* des projets de la *convocatoria* 2019, diapositive 28.

529 *Ibid.*

530 Entretien avec Alexandra Gil Táboas, p. 2.

531 *Id.*, p. 3.

Selon moi, c'est paradoxalement parce que le projet a besoin d'une maison de production que Trias Culture choisit ce moyen pour contacter l'Alliance. Je dis paradoxalement, car la page dédiée à la *convocatoria* précise bien ce que peut offrir l'association aux projets artistiques, à savoir l'espace et la communication essentiellement. Dans la section « arts graphiques », il est par exemple indiqué que l'artiste doit installer lui/elle-même son exposition, ce qui sous-entend sa production préalable⁵³². En ayant recours à la *convocatoria*, Trias Culture me paraît laisser entendre à l'équipe de l'Alliance que la proposition est déjà prête, sans jamais l'affirmer dans les documents communiqués. La solidité du projet incite alors le service culturel à recevoir Alexandra Gil Táboas pour un premier entretien clarifiant cette question, après l'analyse par l'équipe des points forts et des intérêts pour l'Alliance de programmer l'exposition : la partie est déjà presque gagnée. L'association, et notamment la directrice Sylvia Benassy, voit dans le projet des avantages suffisants pour faire de l'Alliance une maison de production.

De nombreux et forts intérêts mutuels guident en effet les deux structures sur cette voie. Pour Trias Culture, organiser les rencontres *ArtBox Digital* à l'Alliance signifie créer un premier lien avec un réseau mondial qui n'a pas été sollicité dans ses projets précédents⁵³³. Selon Alexandra Gil Táboas, L'Alliance Française a d'autant plus de pertinence pour organiser le projet que l'institution a des liens linguistiques et historiques patents avec les deux continents⁵³⁴. Bien que seuls deux des six artistes présent.é.e.s soient issu.e.s de pays francophones⁵³⁵, l'exposition constitue bien pour l'Alliance une opportunité de donner à voir la diversité des expressions artistiques et culturelles de la Francophonie, tout en promouvant de nouvelles formes d'art. Ce faisant, l'institution s'ouvre aux productions artistiques actuelles et conjure toute image de conservatisme ou d'immobilité artistique⁵³⁶. Surtout, la portée socio-politique de ce projet qui questionne les relations et les divisions socio-économiques mondiales et institue des mécanismes d'expression propres au « Sud Global »

532 Page dédiée à la *convocatoria* 2019 sur le site internet de l'Alliance (consultée en ligne le 9 juin 2020).

533 Au Sénégal, Trias Culture travaille avec l'Institut Français (entretien avec Alexandra Gil Táboas, p. 5).

534 « *La Alianza tiene mucha relevancia en los dos continentes* » (*Id.*, p. 2).

535 Bay Dam vient du Sénégal, Aboubacar Bablé Draba du Mali (Page « *Finalistas Edición 2017* » sur le site internet de *ArtBox Digital* : <https://artbox.digital/es/sobre-artbox-digital/edicion-2017/finalistas-edicion-2017/>, consultée en ligne le 9 juin 2020).

536 Entretien avec Sylvia Benassy, p. 9.

inscrit l'Alliance dans un travail fort de démocratie culturelle⁵³⁷. La *Casa Blanca* apparaît comme un lieu qui se met au service de l'expression de ces artistes du Sud dont une partie vient d'anciennes colonies françaises.

L'Alliance Française de Panama s'intéresse aussi au projet par l'insertion dans le festival *África en América* qu'il permet. Plus que pour toute autre manifestation culturelle saisonnière, l'Alliance doit être attentive au discours qu'elle tient lorsqu'elle présente un projet dans ce festival dont on a vu les ambitions socio-politiques⁵³⁸. Même si la directrice préfère insister sur la liberté formelle dont la structure jouit⁵³⁹, il est certain que l'Alliance doit avancer avec précaution pour ne pas donner l'impression de court-circuiter l'expression artistique des populations afro-descendantes du Panama. Simple partenaire du festival lors de sa première année⁵⁴⁰, l'Alliance expose en 2017 le travail de la photographe mexicaine Mara Sánchez Renero autour du marronnage : *El cimarronaje y su fandango*. Cette proposition s'inscrit dans une thématique globale de l'édition, puisque cette même année est projeté le documentaire *El cimarronaje en Panamá* de Toshi Sakai⁵⁴¹. L'année suivante, le concert du groupe La Pirogue, composé de membres franco-canadien, colombien, malien et réunionnais, demande une habileté discursive plus marquée : le site de l'Alliance présente la proposition comme « un voyage au cœur de la Francophonie ouverte et multiculturelle »⁵⁴². Face à cette marge de manœuvre assez étroite, la proposition de Trias Culture semble cumuler les avantages : l'initiative ne vient pas de l'Alliance elle-même (qui est identifiée par certains publics comme un organisme français et non panaméen⁵⁴³), l'exposition donne à voir uniquement des artistes africain.e.s, dont les œuvres insistent de surcroît sur l'expression de la modernité dans le continent, loin de tout exotisme. L'Alliance se décide donc à financer le projet de Trias Culture.

2. La production maîtrisée d'un format expositif innovant

537 Présentation *PowerPoint* des projets de la *convocatoria* 2019, diapositive 28.

538 Voir plus haut pages 55-56.

539 Entretien avec Sylvia Benassy, p. 10.

540 LAURIA Sol (coord.), *Memoria: Festival África en América*, Monograma Letterpress, 2019, p. 17.

541 *Id.*, pp. 28-29.

542 Page dédiée au concert du groupe La Pirogue sur le site de l'Alliance : <https://www.alianzafrancesapanama.com/cultura/concierto-de-la-banda-multicultural-la-pirogue/> (consultée le 9 juin 2020). « *Un viaje al corazón de la Francofonía abierta y multicultural* ». Traduction personnelle.

543 Voir propos cités de Juliette Ozanne en pages 84-85.

La proposition artistique de Trias Culture s'appuie sur un « concept expositif » : le Cube. Défini comme un « élément identitaire » de la proposition *ArtBox Digital* et comme « support, moyen et outil de présentation », le Cube constitue un espace plus ou moins fermé et intimiste où peuvent non seulement s'exposer mais aussi se créer les œuvres, dans la mesure où certaines performances sont réalisées simultanément par différent.e.s artistes à travers le monde⁵⁴⁴. Initialement, tel que le prévoit Trias Culture pour son exposition à l'Alliance, chaque cube est censé héberger une seule et unique œuvre.

Pour la *Casa Blanca*, ce « concept expositif » pose un certain nombre de problèmes. D'ordinaire, une exposition dans le patio n'empêche pas l'utilisation de l'espace à d'autres fins, puisque la plupart des œuvres exposées sont placées sur les murs voire suspendues entre les colonnes (comme pour l'exposition *La Luz y la Ciudad*). La soirée de micro ouvert a lieu dans le patio à la fin des expositions *Mundo Mola* et *Chat Chat* proposées par le Lycée Français, sans que la présence des unes soit un frein à la réalisation de l'autre⁵⁴⁵. Installer six cubes assez vastes et hauts pour accueillir du public dans l'espace réduit du patio, qui sert par ailleurs d'entrée principale pour de nombreuses salles de cours, est aussi un défi technique. En outre, l'Alliance ne dispose pas du matériel ni de la main-d'œuvre nécessaires pour créer de toutes pièces ces cubes solides, ce qui suppose donc des frais supplémentaires et significatifs. Le format digital des œuvres requiert également l'achat d'appareils informatiques tels que des projecteurs et des casques de réalité virtuelle. La venue de l'équipe de Trias Culture représente aussi un coût, puisque Maria Luisa Ángulo habite le Sénégal et Juan Pablo Pacheco la Colombie.

Pour répondre à ces nombreux défis, l'équipe du service culturel et Trias Culture redéfinissent la proposition pour que ses coûts en soient supportables pour l'Alliance, sans abandonner la présentation des six œuvres de départ. La durée de l'exposition est réduite au minimum – deux semaines – pour ne pas empêcher le développement d'autres activités dans le patio. Le nombre de cubes est limité à deux pour faciliter la circulation dans l'espace et comprimer les coûts d'achat des matériaux et les frais d'installation. Un cube avec quatre entrées, placé vers l'entrée du patio, hébergera les œuvres des cinq finalistes et une présentation générale du projet. Trois entrées donneront sur une projection vidéo d'une des

544 Présentation *PowerPoint* des projets de la *convocatoria* 2019, diapositive 17 : « *concepto expositivo* », « *elemento identitario* » et « *el soporte, el medio y la herramienta de presentación* ». Traduction personnelle.

545 Ces expositions sont présentes jusqu'au 24 juin et le micro ouvert a lieu le 20 juin. Voir tableau en annexe 3.

œuvres, et l'une d'elle sera flanquée de deux casques de réalité virtuelle pour les deux œuvres restantes. Sur les parois intérieures de toutes les niches, des textes collés présentent les artistes et leur travail. L'autre cube à une seule entrée, adossé au mur du fond du patio, accueillera le seul projet lauréat de Nathan Gates, installé sur un ordinateur posé au centre de la niche. Une vidéo présentant la création du dispositif est projetée sur la paroi du fond⁵⁴⁶.

Pour limiter l'achat de matériel électronique, l'Alliance exploite au maximum ses propres ressources, comme un ordinateur du service culturel, les projecteurs du pôle pédagogique... Le reste du matériel est en partie acheté par Trias Culture qui doit en justifier systématiquement auprès de l'Alliance. Le même principe est adopté pour l'achat des billets d'avion et les honoraires de l'équipe de Trias Culture. Contrairement au cas des tournées du réseau des Alliances Françaises d'Amérique centrale où Justine Blin et moi pouvions participer à ces questions de production, la gestion financière délicate de cet événement a été entièrement opérée par Juliette Ozanne et Sylvia Benassy et a, pour autant que je puisse en juger, supposé à la marge des négociations serrées.

Tout comme les supports et les œuvres de l'exposition, les événements qui visent à y attirer les publics ajoutent des formes d'innovation aux propositions habituelles de l'Alliance. Portées essentiellement par l'équipe de Trias Culture, ces activités supposent pour l'Alliance un investissement financier et matériel plus raisonnable et se rapprochent d'un système simple de coordination. À la forme classique de l'inauguration d'exposition, Trias Culture ajoute le 21 mai le lancement d'un appel à candidatures pour les artistes latino-américain.e.s, et donc d'un nouveau concours. Cette coïncidence entre la présentation des résultats d'un concours et l'ouverture d'un autre met en évidence la démarche dynamique continue par laquelle l'organisation se pense et souscrit aux objectifs de démocratie culturelle qui intéressent l'Alliance au début du projet.

Deux événements s'articulent aussi lors de la deuxième date phare de l'exposition. Si l'intervention de Juan Pablo Pacheco est qualifiée d'atelier dans la communication officielle de l'activité, elle me semble plutôt relever de la conférence dans la mesure où son format n'est pas très didactique et qu'elle ne se penche que sur des thématiques générales de la création digitale. L'idée est plutôt de promouvoir l'appel à candidatures lancé deux jours plus

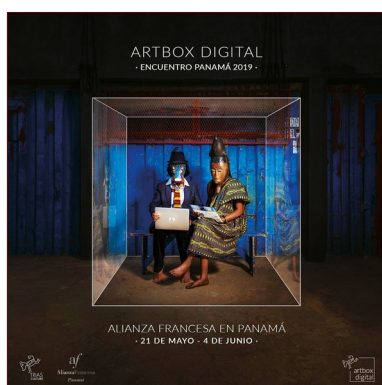
546 La publication Instagram du 28 mai 2019 sur le compte de l'Alliance donne une bonne idée de cette disposition (<https://www.instagram.com/p/ByAs8INBDK-/>, consultée en ligne le 11 juin 2020).

tôt et d'impulser ou soutenir une participation éventuelle. À cette proposition, plutôt classique donc, s'ajoute une visite guidée de l'exposition, format beaucoup moins utilisé à l'Alliance et sans équivalent sur la période étudiée⁵⁴⁷. Elle consiste en une déambulation dans le patio d'une heure environ, durant laquelle Juan Pablo Pacheco et Maria Luisa Ángulo détaillent les enjeux artistiques et socio-politiques des œuvres exposées et la trajectoire de chaque artiste. Cette approche m'apparaît particulièrement intéressante et pourrait faire l'objet de propositions similaires pour d'autres expositions, d'autant que certains des personnels du service culturel ont une formation en médiation culturelle (c'était par exemple le cas de Justine Blin).

3. Une communication plus ou moins partagée...

En tant que projet produit par l'Alliance Française de Panama, les rencontres *ArtBox Digital* font l'objet d'une communication spécifique presque entièrement portée par le service culturel. Ce travail de promotion et les publics qu'il attire à l'Alliance font partie des attentes de l'équipe de Trias Culture⁵⁴⁸. Sans avoir les ambitions des nœuds programmatiques comme le Mois de la Francophonie ou la Fête de la Musique, la promotion de cette exposition est bien développée au-delà des stratégies classiques réservées à la plupart des autres activités de l'Alliance.

Visuel 3 : Format carré de promotion des rencontres *ArtBox Digital*.



Source : réseau interne de l'Alliance.

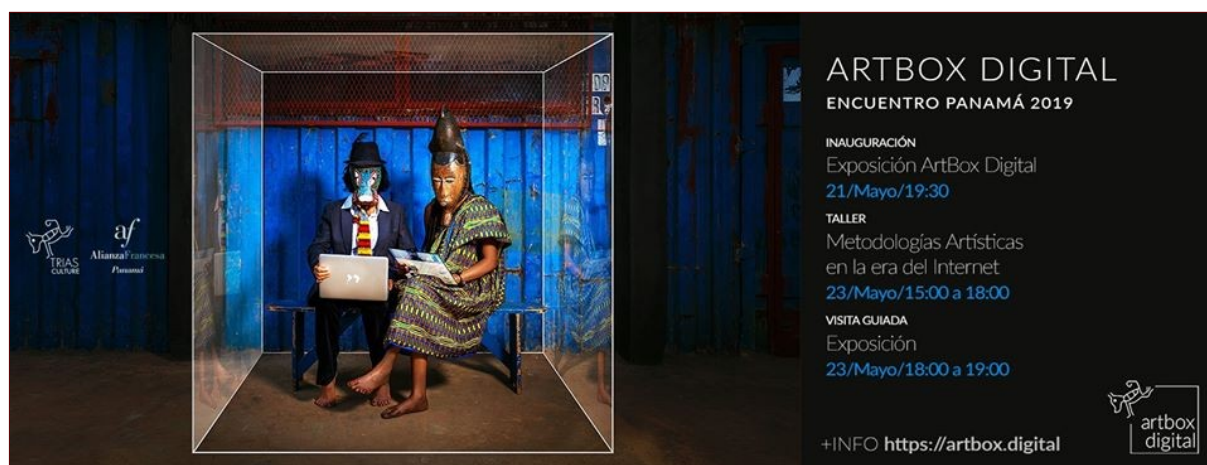
L'élaboration des supports de communication s'appuie avant tout sur les compétences de l'équipe du service culturel. La conception des visuels numériques à partir d'une trame fournie par Trias Culture n'est pas déléguée à un.e graphiste, dans la mesure où les frais engagés dans le projet sont déjà importants, que le travail à réaliser est à la portée de l'équipe et qu'il ne s'agit pas de créer mais d'adapter un design⁵⁴⁹. Deux documents imprimés sont aussi réalisés pour cette exposition : le premier reprend simplement le format carré initial, le second est un dépliant qui détaille le parcours et les

547 Dans la mesure où les publics de l'atelier et de la visite guidée sont sensiblement les mêmes et au vu des aspects de l'atelier dont je viens de parler, je regroupe ces deux activités en une seule dans mon tableau de classification des événements, et je les place parmi les conférences (voir tableau en annexe 3).

548 Entretien avec Alexandra Gil Táboas, p. 4.

œuvres de chaque artiste exposé.e ainsi que le concours ouvert aux artistes d'Amérique latine⁵⁵⁰. Même si le format papier est moins utilisé pour les événements du service culturel, ce cas est d'autant plus rare que c'est l'Alliance qui finance la production de ces documents, contrairement à ceux réalisés pour l'exposition *La Luz y la Ciudad*⁵⁵¹. L'installation d'une bannière devant l'entrée principale de la *Casa Blanca* complète ces supports et constitue le seul cas d'utilisation de ce format pour l'année 2019, mais me semble assez peu fructueuse. Seules les personnes qui se rendent déjà dans le bâtiment et les automobilistes qui passent par l'étroite rue 44 est peuvent la voir, ce qui n'est pas le cas des voitures de la grande *avenida Justo Arosemena* et des étudiant.e.s ou personnels qui arrivent à l'Alliance par le parking. La finalité et l'effet concret de cette bannière sont donc tout aussi symboliques que vraiment utilitaires, comme en témoigne la photo publiée sur le site de *ArtBox Digital*. Le discours visuel de cette illustration met en évidence l'hébergement, le parrainage du projet par l'Alliance. L'article où se trouve la photo s'intitule d'ailleurs « l'Alliance Française de Panama, première hôte du catalogue ArtBox Digital en Amérique latine »⁵⁵².

Visuel 4 : Déclinaison du visuel de référence de *ArtBox Digital* en format « bannière » pour la photo de couverture de la page Facebook de l'Alliance.



Source : réseau interne de l'Alliance.

549 Voir visuels 3 et 4 sur cette page et la précédente, réalisés par Justine Blin.

550 Ces documents sont visibles sur la publication du 21 mai 2019 sur le compte Instagram de l'Alliance : <https://www.instagram.com/p/BxvTDwonuYY/> (consultée en ligne le 11 juin 2020).

551 Ces documents apparaissent dans la vidéo publiée le 24 avril 2019 sur la page Facebook de l'Alliance : <https://www.facebook.com/watch/?v=830269744013683> (consultée en ligne le 11 juin 2020).

552 « *la Alianza Francesa de Panamá, primer anfitrión del catálogo ArtBox Digital en América latina* », article de Maria Luisa Ángulo publié le 20 mai 2019 sur le site internet de *ArtBox Digital* (<https://artbox.digital/es/2019/alianza-francesa-panama-primer-anfitrion-catalogo-artbox-digital-america-latina/>, consulté en ligne le 11 juin 2020). Je souligne. Traduction personnelle.

Parmi les médias traditionnels sollicités pour promouvoir les rencontres, les radios sont particulièrement ciblées. Les équipes de l'Alliance et de Trias Culture se rendent dans six émissions, soit trois fois plus que pour l'exposition précédente⁵⁵³. Cependant, seul.e.s les émissions et les animateur.trice.s bien connu.e.s de l'Alliance, comme John de León, Daniella Orta, Gerry Dowden ou Raúl Fábrega, les accueillent. Ce suivi relève donc plutôt d'une bonne implantation dans le paysage médiatique de la ville que d'une prospection particulièrement fouillée. Le constat est similaire pour les deux articles publiés dans *Metro Libre* et *La Estrella de Panamá*, surtout pour ce dernier périodique. Le reportage d'Esther Arjona, reconnue à de nombreuses reprises comme une journaliste particulièrement compétente par les équipes de l'Alliance et de l'Ambassade de France, s'organise autour d'entretiens avec Maria Luisa Ángulo et Sylvia Benassy et détaille avec précision l'histoire de Trias Culture, le travail commun de conception de l'exposition, les propositions artistiques présentées à l'Alliance et les enjeux des deux groupes d'activités⁵⁵⁴.

La communication sur les réseaux sociaux, d'une importance comparable à celle de *La Luz y la Ciudad* (le nombre de publications est sensiblement le même pour les deux expositions), répond aux objectifs habituels de l'utilisation de ces plateformes par l'Alliance. La création d'un événement Facebook spécifique fait tout de même la différence entre cette autre exposition et les rencontres *ArtBox Digital*⁵⁵⁵. Au regard du calendrier du festival *África en América* dans lequel elle s'inscrit et qui commence le 13 mai, la première communication officielle annonçant l'exposition arrive assez tard⁵⁵⁶. Cela s'explique par l'entrée elle-même tardive des rencontres dans la programmation de l'Alliance et l'important travail de production qui a suivi. Comme pour tous les autres événements de la programmation, le service culturel relaie systématiquement les opérations de promotion dans les médias traditionnels⁵⁵⁷. Une semaine après l'inauguration, le service culturel en publie quelques photos pour rappeler la fin prochaine de l'exposition⁵⁵⁸. L'activité sur les réseaux sociaux n'a

553 Bilan culturel de l'Alliance Française de Panama, pp. 29 et 31.

554 « *Latinoamérica y África, un vínculo a través del arte y la tecnología* », article de Esther Arjona publié le 26 mai 2019 dans le quotidien *la Estrella de Panamá* : <https://www.laestrella.com.pa/cafe-estrella/cultura/190526/afrika-traves-vinculo-latinoamerica> (consulté en ligne le 11 juin 2020).

555 Événement Facebook « *Encuentro ArtBox Digital* » : <https://www.facebook.com/events/2396098517291814/> (consulté en ligne le 11 juin 2020).

556 Publication Instagram du 14 mai 2019 sur le compte de l'Alliance : <https://www.instagram.com/p/Bxcqodih1LD/> (consultée en ligne le 11 juin 2020).

557 Voir par exemple le tweet du 16 mai 2019 concernant l'émission *Lo que hay que oír* de Paulette Thomas : <https://twitter.com/AlianzaFrPanama/status/1129067172712636416> (consulté en ligne le 11 juin 2020).

558 Publication Instagram du 28 mai 2019 sur le compte de l'Alliance : <https://www.instagram.com/p/ByAs8INBDK-/> (consultée en ligne le 11 juin 2020).

pas recours à une campagne publicitaire payante, et les résultats en termes de visibilité sont proches des bilans classiques des contenus numériques de l'Alliance.

Les deux autres structures impliquées par le projet ne participent que modestement à cet effort de communication. L'équipe de Trias Culture ne publie qu'une seule photo sur le compte Instagram de *ArtBox Digital* et favorise plutôt l'après-événement avec la mise en ligne d'une série de « stories » à la une sur l'inauguration de l'exposition⁵⁵⁹. Un post sur Facebook a pour objectif de renvoyer vers la page de l'Alliance Française de Panama et de l'événement plutôt que de partager des informations particulières⁵⁶⁰. L'effort semble porter principalement sur les pages du site internet d'*ArtBox Digital* citées plus haut, ce qui se comprend à mon sens au vu des propres buts de l'organisation. Contrairement aux objectifs de l'Alliance qui dépassent peu la réception directe de l'exposition durant les deux semaines de sa présence à la *Casa Blanca*, Trias Culture attend aussi de cet événement qu'il promeuve l'ouverture du concours latino-américain dont les artistes intéressé.e.s doivent saisir les enjeux et les conditions, plus faciles à exposer sur les pages fixes et développées d'un site internet que par des publications régulières sur les réseaux sociaux.

Le festival *África en América* créé par la Municipalité de Panama, indirectement impliqué par l'inscription des rencontres dans son programme, joue un rôle encore moins important. Bien que l'inauguration de l'exposition figure sur le calendrier du festival sur le site internet de la commission des 500 ans⁵⁶¹, le reste des activités n'y figure pas. Dès lors, soit les enjeux de *ArtBox Digital* ne sont pas tous identifiés par l'équipe de promotion du festival, soit l'information elle-même n'a pas été correctement donnée par le service culturel, soit elle a été mal reçue ou comprise pas les équipes de la Municipalité. Le festival *África en América* ne dispose pas de compte propre sur les réseaux sociaux, de sorte que la communication passe avant tout par les pages de la mairie qui se contente la plupart du temps de relayer les informations de ses propres événements. L'intérêt de l'insertion d'un événement de l'Alliance dans le festival ne réside donc pas dans un gain de visibilité en direction du grand public, mais dans le maintien de la structure dans les nouveaux dispositifs saisonniers

559 Publication Instagram du 20 mai 2019 sur le compte de *ArtBox Digital* : <https://www.instagram.com/p/BxqrsWMBsoc/> (consultée en ligne le 11 juin 2020).

560 Publication du 15 mai 2019 sur la page Facebook de *África Artbox* : <https://www.facebook.com/Africa.artbox/posts/2299052660336316> (consultée en ligne le 11 juin 2020).

561 Page « *África en América: calendario de actividades* » sur le site internet de la commission des 500 ans de la fondation de *Ciudad de Panamá* : <https://ciudadpanama500.org/event/afrika-en-america-calendario-de-actividades/> (consultée en ligne le 11 juin 2020).

de la ville, voire la reconnaissance par les professionnel.le.s de la culture de la place de l'Alliance dans le paysage culturel panaméen qu'elle permet.

4. ... pour une réception en demi-teinte

Bien que tout à fait honorable au regard de la programmation en général et des résultats d'expositions comparables en particulier, le bilan des publics des rencontres *ArtBox Digital* me paraît insatisfaisant au regard des frais engagés. L'exposition met en outre en évidence la sous-exploitation de certains publics potentiels.

L'inauguration du 21 mai attire environ 75 personnes dans le patio de la *Casa Blanca*, soit légèrement plus que *La Luz y la Ciudad*. Le bilan s'inverse concernant l'atelier et la visite guidée, puisque ces derniers ne profitent qu'à six participant.e.s alors que la conférence de Rafael Guillén le 23 avril regroupe un public de près de 40 personnes⁵⁶². Pour Alexandra Gil Táboas, l'intérêt du public le 23 mai compense ce faible chiffre et les résultats du 21 dépassent, à l'en croire, les espérances de Trias Culture⁵⁶³. Pour ma part, j'avance l'hypothèse qu'une méconnaissance du travail de Trias Culture de la part des publics est en cause, alors que celui de Rafael Guillén, photographe vénézuélien connu dans les cercles artistiques de Panama City, est plus identifié. Par ailleurs, les événements relatifs à l'exposition *ArtBox Digital* ont lieu dans le cadre d'un festival où coexistent sur une durée très courte une multiplicité d'événements, ce qui contraint les publics à des choix de visite plus tranchés. Sur le plan purement matériel, l'occupation d'une partie du patio par l'exposition elle-même réduit évidemment un peu la jauge.

Les rencontres *ArtBox Digital* n'échappent cependant pas à une limite rencontrée par l'Alliance à chaque exposition programmée : ces activités drainent l'écrasante majorité voire la totalité des publics lors de leur inauguration, et le reste se présente en général lors des événements de médiation proposés. Personne ou presque ne se rend à la *Casa Blanca* un jour « ordinaire » pour visiter l'exposition, même si le service culturel publie systématiquement un rappel de la date de clôture. Il y a là à mon sens une différence forte entre les publics panaméens et les publics français, que l'on peut comprendre en reprenant les analyses vues plus haut concernant les valeurs de l'expérience de consommation. Dans le cas panaméen, la

562 Bilan culturel de l'Alliance Française de Panama, pp. 29 et 31.

563 Entretien avec Alexandra Gil Táboas, p. 4.

« valeur sociale », dont parle Dominique Bourgeon-Renault dans son article sur la perception du prix par le consommateur, me semble être la plus importante des motivations des publics. Je rejoins en cela Stéphane Debenedetti pour qui la visite d'un lieu culturel n'est qu'un prétexte pour l'expérience de sociabilité : c'est le caractère social de l'événement qui fait son intérêt principal⁵⁶⁴. S'y ajoute au Panama la notion de prestige, comme le souligne par exemple une publication de Yazmin Quiroz, la chargée de marketing et de communication de l'émission radio *The Breakfast Show*. Le lendemain de l'inauguration de l'exposition *ArtBox Digital*, elle diffuse sur Instagram quelques photos et un petit texte insistant sur la présence de l'ambassadeur de France Brice Roquefeuil à la soirée. Sur la troisième photo, l'équipe de Trias Culture est même floutée pour ne mettre en évidence que l'ambassadeur (et dans une moindre mesure la directrice de l'Alliance). La seule personne mentionnée dans le court texte est Brice Roquefeuil, dont une citation est mise en exergue⁵⁶⁵.

Si c'est bien ce caractère social et prestigieux des événements qui attire les publics aux expositions, il paraît difficile d'assurer une égale répartition de leur venue au cours du temps. Néanmoins, organiser quelques activités supplémentaires autour des œuvres exposées, par exemple des séances photos avec un.e professionnel.le ou une soirée de clôture, permettrait sans doute d'obtenir une audience plus homogène. De telles considérations posent toutefois de nombreuses questions, notamment la pertinence d'événements qui ne relèveraient que de la soirée mondaine et où les publics seraient plus ou moins déconnectés du discours artistique duquel on souhaite les rapprocher.

Enfin, les rencontres *ArtBox Digital* mettent en évidence le potentiel qu'ont les expositions pour toucher les publics qui, eux, ne se présentent pas aux événements comme les inaugurations. La dimension ludique des formats digitaux employés (vidéos, réalité virtuelle), et surtout le dispositif de Nathan Gates qui nécessite le mouvement de l'ordinateur sur lequel il est installé pour fonctionner, a attisé la curiosité des étudiant.es qui attendent leurs cours dans le patio (en particulier les enfants). S'il est difficile de quantifier ces publics dans la mesure où il n'y a pas de visite continue et exhaustive à proprement parler, leur intérêt en fait une « réserve » de visiteur.se.s à exploiter.

564 Voir page 88.

565 Publication du 22 mai 2019 sur le compte Instagram de Yazmin Quiroz : <https://www.instagram.com/p/Bxw8WDKBaT3/> (consultée en ligne le 12 juin 2020).

Une médiation spécifique serait aussi à déployer en direction de publics qui se rendent pour d'autres raisons à l'Alliance. Le tout dernier jour de l'exposition avaient lieu les ateliers de peinture et de dessin de *Arteproyección*. Comme le premier des deux s'adresse aux enfants et que la circulation automobile à Panama City pose les problèmes que l'on sait, une bonne partie des accompagnant.e.s reste dans le hall d'entrée de la *Casa Blanca* pendant l'heure et demie que dure l'activité. Très peu de ces adultes profitent de ce temps pour visiter l'exposition. Est-ce là manque de curiosité, méconnaissance de l'offre, ou autre chose ? Difficile de le dire.

En tout état de cause, ces deux exemples montrent que des personnes déjà physiquement présentes à la *Casa Blanca* pour d'autres raisons que la visite d'une exposition peuvent être dirigées vers celle-ci par les équipes de l'Alliance. Pour les étudiant.e.s, une médiation spécifique est à penser en collaboration avec l'équipe pédagogique qui aurait pu s'axer, dans le cas de *ArtBox Digital*, sur la Francophonie africaine. Des projets de ce type se heurteraient cependant à la réticence de certain.e.s professeur.e.s à l'approche pédagogique parfois exclusivement focalisée sur un programme de cours classique. Pour les publics déjà présents pour d'autres événements, il semble plus aisé de produire une communication proposant deux activités en une, quitte à avoir sur place un format de visite guidée animé par exemple par un.e stagiaire du service en fonction des compétences de chacun.e. Ce type de projet représente toutefois une charge de travail supplémentaire pour les équipes mouvantes du service culturel et reste soumis aux initiatives individuelles, ce qui rend difficile la conception d'une proposition homogène sur toutes les expositions d'une saison.

De la *convocatoria** à sa production par l'Alliance, l'exposition *ArtBox Digital* constitue donc un exemple de projet évolutif dont la trajectoire dépend fortement des intérêts mutuels des deux acteurs impliqués dans sa conception. La communication spécifique déployée avant tout par le service culturel ne paraît pas réduire les freins à la venue et nuancer la prédominance de la valeur sociale comme motivation principale de la visite, ni abolir les barrières entre différentes catégories de publics. Ce constat invite à penser de nouveaux formats et de nouvelles stratégies pour intéresser de potentiel.le.s visiteur.se.s par ailleurs déjà sensibilisé.e.s au travail de l'Alliance.

Conclusion

La programmation culturelle de l'Alliance Française de Panama mobilise donc des stratégies multiples pour participer au maintien de l'institution dans un rôle de référent culturel au Panama et en particulier dans sa capitale, où le secteur connaît d'importantes évolutions. Ces tactiques ont aussi pour but de résoudre des séries de tensions synchroniques et diachroniques propres à l'Alliance Française, en premier lieu la divergence entre le poids de son passé et ses objectifs humanistes de diversité culturelle, le contraste entre ses étroites capacités matérielles et la richesse de sa proposition artistique annuelle et l'étanchéité entre ses différents publics.

Les longues histoires équivoques de la France au Panama et de l'Alliance Française dans le monde se rencontrent et se croisent dans leurs acteurs, leurs temporalités et les héritages qu'elles activent. Cet entremêlement rend d'autant plus nécessaire leur questionnement par l'association de Panama, qui peut évoquer ces héritages tant qu'elle les nuance et en garde une vision critique comme elle le fait jusque-là. La mise en exergue de valeurs et démarches comme l'appui à la diversité culturelle, la recherche d'une horizontalité dans les collaborations institutionnelles et l'appréhension des autres cultures, la défense d'une conception française de la culture plutôt que de la seule culture française, ainsi que la disparition d'un messianisme politico-culturel au profit d'un volontarisme œuvrant au dialogue entre les cultures semblent être de bons outils pour s'affranchir de velléités colonialistes passées. Ce travail à l'échelle de l'institution est essentiel, dans la mesure où le passé de la France au Panama ne fait pas l'objet d'une réflexion particulière dans la société isthmique. Pour opérer cette distanciation, que le discours d'une supériorité culturelle

française dont on trouve toujours les traces rend indispensable, l'Alliance utilise aussi à bon escient les mouvements théoriques qui traversent plus largement l'ensemble du réseau culturel diplomatique extérieur français. Le passage d'une diplomatie de rayonnement à une diplomatie d'influence, la redéfinition des politiques culturelles vers l'expression des cultures francophones et la mise en valeur de la diversité culturelle et de la création locale sont des tendances renforcées par les questionnements éthiques des personnels de la *Casa Blanca*, dont il faudrait pouvoir retenir l'esprit sur le long terme.

Appuyer l'expression culturelle locale et en particulier sa diversité est un objectif particulièrement important au Panama, puisqu'il permet de faire place à des groupes socio-culturels minoritaires dont les apports sont de mieux en mieux reconnus dans la culture panaméenne, enjeu contemporain du monde culturel isthmique dont l'Alliance doit se saisir. Cet appui ne doit cependant jamais aller jusqu'à la prescription, et les tactiques d'appropriation et de soutien à des projets qui viennent en quelque sorte « d'eux-mêmes » à l'institution, comme les rencontres *ArtBox Digital*, semblent un excellent moyen pour éviter cet écueil. Pour ce qui est de l'adresse directe aux publics issus de certains de ces groupes minoritaires (ainsi les indigènes), il apparaît que l'Alliance n'a pas encore trouvé de voie efficace qui motive leur venue. Son audience significative auprès des populations latino-américaines non-panaméennes montre au contraire son excellente identification comme référent culturel à l'international, mais met en perspective la mission d'appui à la création locale qui ne s'adresserait finalement que peu aux Panaméen.ne.s eux/elles-mêmes. Un rapprochement avec les nombreuses institutions de beaux-arts du pays pourrait y remédier en même temps qu'elle favoriserait une décentralisation de l'action de l'ONG. Pour mieux comprendre ses liens avec les populations vivant au Panama de manière générale, les personnels de l'Alliance ne doivent pas craindre de penser en termes de « communautés », certes poreuses mais qui restent un outil de saisie du réel social. Loin d'être seulement économiques comme le laissent penser les visions empiriques des publics qu'ont les personnels de l'Alliance, ces « communautés » sont aussi culturelles, nationales voire ethniques, et leur appréhension en tant que telles engagerait sans doute l'Alliance vers une meilleure diversité d'audiences et une vision plus fine des marges de ses publics.

En étroit lien avec l'héritage spécifique de la France en Amérique latine et en particulier au Panama, l'image actuelle que peuvent avoir les populations isthmiques de l'Hexagone repose sur ses institutions extérieures, dans la mesure où les deux pays n'ont pas une tradition d'immigration mutuelle importante. Si l'image de la France au Panama, en

plusieurs points surannée et dépassée, est utile pour attirer certains publics, l'Alliance doit poursuivre la modernisation de cette image tout en produisant une médiation spécifique sur la question, afin d'éviter les incompréhensions des publics visés et donc les échecs. Le développement de contenus propres ou l'accueil de travaux en lien avec les arts numériques, comme le projet *ArtBox Digital*, sont par exemple des stratégies efficaces mais demandent à être systématisées sur les interfaces en ligne de l'Alliance, jusqu'à peut-être atteindre un réel programme culturel entièrement dématérialisé. La crise sanitaire actuelle a d'ailleurs forcé le développement des activités du service dans ce sens et confirme l'intérêt de cette approche dans le contexte mondial présent et, sans doute, futur.

Bien que déjà fortement développées et parfois pérennisées, réponses satisfaisantes à ses limites intrinsèques, les relations institutionnelles entre le service culturel de l'Alliance Française de Panama et d'autres acteurs de Panama City peuvent être améliorées en plusieurs points, en particulier dans sa propre organisation interne. Apparu en tant que tel au début de la décennie précédente et composé de personnels précaires et mouvants, le pôle culturel est le dernier né des opérateurs de l'Alliance, plus de 40 ans après le début des structurations et professionnalisations de services similaires ailleurs dans le réseau diplomatique français. L'importance qu'a pu avoir dans l'intervalle le Conseil d'Administration de l'ONG a aujourd'hui presque complètement disparu, malgré un dispositif de sélection de projets particulier où il prétend y jouer un rôle. Trouver d'autres façons de l'intégrer aux processus de constitution de la programmation serait sans doute enrichissant, dans la mesure où la *Junta** représente la mémoire de l'Alliance dans une configuration où ses équipes exécutantes sont de passage. La conception totale défendue par la directrice, selon laquelle le but final du travail de l'association serait l'organisation d'événements culturels, ne parvient pas à faire tomber les barrières existantes entre le service culturel et d'autres pôles de l'Alliance, en particulier le service pédagogique, dont certains membres manifestent parfois une franche hostilité à l'égard des activités proposées. Le développement d'événements coordonnés ou sponsorisés par le pôle culturel, ainsi que la réalisation d'événements hors-les-murs qui recoupe en partie ces deux catégories, sont une solution efficace aux freins matériels de l'ONG, au premier chef son équilibre financier délicat, ses ressources humaines limitées et les défauts de son infrastructure. Les stratégies de mécénat sur certaines activités demandent certes un investissement important du service et sont rarement durables, mais répondent aussi à ces difficultés.

Les collaborations entre l'Alliance et d'autres institutions du réseau extérieur français sont des plus précieuses lorsqu'elles réactivent le prestige de sa « marque » et son ancrage multiscalaire. La Fête de la Musique affirme ainsi le lien de l'Alliance avec les missions du Ministère de la Culture français qui porte le projet au départ, avec le réseau des Alliances Françaises d'Amérique centrale et leur programmation culturelle mutualisée, avec une dense présence internationale de la manifestation musicale dans le monde. Le partenariat permanent de l'ONG avec l'Ambassade de France est indispensable en termes d'image extérieure, mais demande de l'Alliance une capacité à faire entendre sa voix et porter ses intérêts dans le cadre de projets comme le Mois de la Francophonie, où la représentation diplomatique fait le lien entre l'association et d'autres structures telles que les ambassades.

Dans les collaborations avec les acteurs culturels publics et privés de Panama City, il semble que ce soit la reconnaissance de missions communes et une appréhension semblable des objectifs du travail culturel qui fonctionnent le mieux pour les institutions publiques. La francophilie des personnels de certaines structures est toujours un atout, ce qui réaffirme l'importance des stratégies d'influence des décideur.se.s initiées dans les années 1970-1980 à l'échelle du réseau. Proposer des activités dans le cadre de festivals est une excellente tactique mais demande une attention particulière en termes de formulation des partenariats, sous peine de limiter la visibilité de l'Alliance comme l'ont montré les rencontres *ArtBox Digital*. Les rapprochements avec des acteurs culturels privés, plutôt ponctuels, doivent pouvoir se pérenniser lorsque les intérêts mutuels sont suffisamment forts et que les modalités d'organisation autorisent un investissement modeste du service culturel. Certaines collaborations de long terme, comme celles avec la Fondation *Tocando Madera* dans le cadre de la Fête de la Musique, sont d'autant plus appréciables qu'elles possèdent une forte charge symbolique associant l'Alliance aux points les plus saillants de ses objectifs, et à des temps forts de sa programmation.

Enfin, le constat de séparations nettes entre différentes catégories de publics, effectivement présents aux événements de l'Alliance ou que l'on souhaite y voir, appelle des efforts particuliers pour les rassembler et les fidéliser, sans pour autant mettre de côté des procédés qui fonctionnent. La communication, par laquelle l'ONG se présente à ces publics, est globalement satisfaisante et efficace. Inviter des artistes ou les concepteur.trice.s de projets présentés à l'Alliance à se rendre aux différents rendez-vous de radios ou de télévisions est

une excellente méthode qui intéresse les médias qui les reçoivent. Pour ce qui est des réseaux sociaux, il appert que la définition d'une ligne éditoriale nette à l'échelle de l'établissement dans son entier assurerait un rapprochement, voire à terme une fusion, recherchée par les personnels, entre les publics des activités culturelles et ceux des cours. La création d'un pôle « communication » dont la/le responsable serait chargé.e de l'animation des réseaux (voire des relations presse) permettrait d'établir cette ligne éditoriale que relayerait une newsletter unique pour toute l'Alliance. Le suivi des informations données et diffusées par d'autres structures culturelles associées à l'ONG y gagnerait aussi en précision et en efficacité. La production de contenus spécifiquement dédiés aux formats numériques, dont les potentialités et les enjeux sont démultipliés aujourd'hui par les redéfinitions de la consommation culturelle au Panama, en serait considérablement développée.

Les stratégies déployées par l'Alliance pour regrouper ses publics ou en attirer de nouveaux semblent réussir inégalement. L'organisation d'événements hors-les-murs reste le meilleur moyen de s'adresser aux publics éloignés géographiquement, socialement ou économiquement de la culture telle que la pense l'Alliance. Le succès du concert d'inauguration de la Fête de la Musique à Colón en est une bonne illustration. Ces techniques demandent cependant un investissement important du service culturel en termes temporels voire financiers et ne doivent pas évacuer la question de l'adéquation symbolique et discursive entre lieu et événement, qui a pu faire défaut lors de la venue de Julie Rousseau et Martin le Ray. La diversité et l'amplitude de la programmation sont des solutions qui paraissent efficaces pour décrocher des publics qui seraient intéressés par des formes d'arts spécifiques, et sont pertinentes au regard du dense maillage d'activités de *Ciudad de Panamá*. Cet opportunisme et cette inclusivité répondent aussi aux exigences d'appui à la création locale et à la promotion des diversités culturelles, mais paraît nuire à la pérennité des événements pour les publics qui entrent dans une logique de consommation fréquente plutôt que mémorable. L'identification des valeurs de l'expérience culturelle partagées par le plus grand nombre possible de personnes aidera à composer des propositions faisant se rencontrer différentes catégories de publics. À cet égard, il semble nécessaire de donner la parole à des publics déjà présents lors des événements ou des cours pour connaître leurs attentes.

Le travail de médiation culturelle de l'Alliance, entre démocratisation et démocratie, paraît plutôt bien perçu par les publics présents aux activités qui mêlent ces procédés, comme la journée de la Fête de la Musique consacrée à la fois aux conférences professionnelles et au micro ouvert. Toutefois, les stratégies de démocratie culturelle axées sur la confrontation

critique des audiences vis-à-vis de leur perception des propositions artistiques sont le parent pauvre de cette médiation. Elles seraient particulièrement enrichissantes à développer avec un public d'étudiant.e.s à qui on pourrait demander de débattre de leurs impressions en français. En ce qui concerne la démocratisation culturelle, la formule de la visite guidée n'est pas assez utilisée alors qu'elle faciliterait l'homogénéisation de la présence de publics lors des expositions. Si la gratuité a vocation à perdurer comme élément essentiel des propositions de l'ONG, par essence à but non lucratif, celle-ci ne doit pas s'interdire de tenter des formules d'activités payantes ou sur donations qui pourraient, à la marge, atteindre des publics que la gratuité rend soupçonneux.

La réflexion développée ici aura donc permis d'avoir une vision globale du fait programmatique d'un centre culturel français à l'étranger dans la capitale d'un pays en plein développement de son offre culturelle. Il est certain que de nombreux éléments traités ouvrent des perspectives de compréhension d'enjeux qui se jouent dans d'autres milieux semblables et dans d'autres institutions, Alliances ou non, du réseau culturel extérieur français. Sur le plan personnel, ce travail m'a apporté les outils pour réfléchir de manière construite et poussée sur différents aspects à considérer dans ma vie professionnelle future, notamment autour des enjeux d'une programmation culturelle, des stratégies de communication, de développement des publics et de médiation culturelle.

Toutefois, cette étude se base sur des données collectées sur un temps finalement assez court, par une personne ayant fait partie de l'équipe du service culturel de l'Alliance sur la période concernée, ce qui implique des biais d'analyse évidents. L'année écoulée entre le temps du stage et la réflexion a le mérite d'assurer une distanciation critique, mais elle prive aussi de l'accès à certaines données qui auraient pu affiner les analyses et les conseils proposés, notamment en fonction des possibilités budgétaires. La confrontation de ce travail avec d'autres similaires, qui pourraient même traiter de réseaux culturels autres que français (Instituts Goethe, Centres Culturels Espagnols...), est essentielle pour assurer une mise en perspective satisfaisante et enrichissante.

Table des illustrations

Photographies

1) Le patio central de la <i>Casa Blanca</i> , bâtiment de l'Alliance Française de Panama.....	8
Source : site internet de l'Alliance (https://www.alianzafrancesapanama.com/galeria/gallery/visiter-lalliance/ , téléchargée le 15 mai 2020)	
2) Monuments de la <i>Plaza de Francia</i> du <i>Casco Antiguo</i>	19
Source : blog touristique « <i>Atractivos turísticos de Panamá</i> » (http://atractivosturisticosdepanama.blogspot.com/2012/07/gira-cuidad-de-panama-plaza-de-francia.html , téléchargée le 11 mai 2020)	
3) Exemple de <i>mola</i>	27
Source : site internet officiel des îles San Blas (https://sanblas-islands.com/kuna-indians/art/ , téléchargée le 12 juin 2020)	
4) Extérieur de l'Alliance Française de Panama.....	36
Source : Site internet de l'Alliance (https://www.alianzafrancesapanama.com/galeria/gallery/visiter-lalliance/ , téléchargée le 15 mai 2020)	
5) Peinture murale d'inspiration afro-antillaise réalisée durant l'édition 2019 du festival <i>África en América</i> au Centre Culturel Espagnol.....	55
Source : Publication du 12 juin 2019 sur la page Facebook de la <i>Casa del Soldado</i> (https://www.facebook.com/CCECasaDelSoldado/photos/a.2353083401424669/2353084834757859/?type=3&theater , téléchargée le 12 juin 2020)	
6) Le parking extérieur de l'Alliance pendant la Fête de clôture de la Francophonie.....	70
Source : photo personnelle	
7) <i>Tranques</i> dans la rue de l'Alliance Française à <i>Bella Vista</i>	87
Source : photo personnelle	
8) Une rue de Colón.....	103
Source : blog du photojournaliste étasunien Meridith Kohut (https://ssl.c.photoshelter.com/img-get2/I0000USjX4GuJoQU/fit=1000x750/Mkohut-COLON-PANAMA-020.jpg , téléchargée le 7 juin 2020)	
9) Le hall de l'hôtel Riu Plaza vu depuis le Studio 50.....	105
Source : site internet du Riu Plaza Panama (https://www.riu.com/fr/hotel/panama/panama-city/hotel-riu-plaza-panama/#galeria , téléchargée le 6 juin 2020)	

Visuels

1) Affiche générale de la Fête de la Musique 2019.....	101
Source : réseau interne de l'Alliance	
2) « Story » Instagram de promotion du groupe colonien Kaomi.....	109
Source : réseau interne de l'Alliance	
3) Format carré de promotion des rencontres <i>ArtBox Digital</i>	118
Source : réseau interne de l'Alliance	
4) Déclinaison du visuel de référence de <i>ArtBox Digital</i> en format « bannière » pour la photo de couverture de la page Facebook de l'Alliance.....	119
Source : réseau interne de l'Alliance	

Sources

Données d'acteurs culturels et politiques

→ Institutions publiques panaméennes

- Site internet de l'Ambassade du Panama en France : <https://embajadadepanamaenfrancia.fr/>
- Site internet de la *Biblioteca nacional Ernesto J. Castillero R.* : <http://www.binal.ac.pa/binal/>
- Site internet de la *Comisión de los 500 años de la fundación de Ciudad de Panamá* : <https://ciudadpanama500.org/>
- Site internet du Service National de Migration : <https://www.migracion.gob.pa/>

→ Institutions publiques françaises

- Audition de Pierre VIMONT, ambassadeur de France, par les Commissions de la culture, de l'éducation et de la communication et la Commission des affaires étrangères, de la défense et des forces armées, vidéo de 1h30, mercredi 14 mars 2018 : http://videos.senat.fr/video.587939_5aa70d07a7ce8.audition-de-m-pierre-vimont-ambassadeur-de-france
- Convention tripartite de partenariat entre le MEAE, l'IF et la FAF, signée le 2 octobre 2019, 6 p.
- « Politique culturelle : Jack Lang donne le “la” », entretien de Jack Lang dans l'émission « La Grande Table », 18 juin 2018, 33 minutes : <https://www.franceculture.fr/emissions/la-grande-table-2eme-partie/la-grande-table-2eme-partie-du-lundi-18-juin-2018>
- Modèle type de convention triennale d'objectifs et de moyens liant le Ministère aux Alliances Françaises, 7 p. Téléchargée le 10 avril 2020 depuis https://www.fondation-alliancefr.org/wp-content/medias/RESPONSABLES_DALLIANCES/doc%20pour%20directeurs/conventions/Annexes3-3-1et3-2Conventiontriennale2011-2013.pdf
- Rapport sénatorial : DUVERNOIS Louis, Rapport d'information n° 91, fait au nom de la commission des Affaires culturelles sur la stratégie d'action culturelle de la France à l'étranger, annexe au procès-verbal de la séance du 1^{er} décembre 2004, 132 p. Téléchargé le 10 avril 2020 depuis <http://www.senat.fr/rap/r04-091/r04-0911.pdf>
- Site internet de l'Ambassade de France au Panama : <https://pa.ambafrance.org/>
- Site internet officiel de la Fête de la Musique : <https://fetedelamusique.culture.gouv.fr/>

➔ Autres institutions publiques nationales

- Compte Instagram de l'Ambassade du Mexique au Panama :

<https://www.instagram.com/embamexpan/>

- Site internet du Centre Culturel Espagnol au Panama : <http://ccecasadelsoldado.org/>

➔ Institutions publiques internationales

- Organisation Internationale de la Francophonie (OIF)

- Site internet : <https://www.francophonie.org/>

- Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD)

- GARCÍA SAVINO Silvia Beatriz (dir.), *Percepciones y autopercepciones de la población afropanameña : identidad y desarrollo*, PNUD, 2013, 86 p. Téléchargé le 19 octobre 2019

depuis https://www.undp.org/content/dam/panama/docs/povred/undp_pa_afropanamenas.pdf

- PNUD, *Imaginando un futuro común : Plan de desarrollo integral de los pueblos indígenas de Panamá*, 2015, 52 p. Téléchargé le 12 mai 2020 depuis

<https://www.pa.undp.org/content/panama/es/home/library/poverty/sistematizacion-plan-desarrollo-indigena.html>

➔ Organismes culturels privés

- Alliance Française de Panama

- Page Facebook : <https://www.facebook.com/alianzafrancesadepanama/>

- Compte Instagram : <https://www.instagram.com/alianzafrancesadepanama/>

- Compte Twitter : <https://twitter.com/AlianzaFrPanama>

- Site internet : <https://www.alianzafrancesapanama.com/>

- Documents de travail :

- Présentation *PowerPoint* des projets de la *convocatoria* 2019 de l'Alliance Française de Panama, réalisée par Justine BLIN et Jérémy PORTEMONT, mars 2019.

- Rapports d'activités et documents commémoratifs :

- Bilan culturel de l'Alliance Française de Panama – janvier-juillet 2019, rapport d'activités bilingue réalisé par Justine BLIN et Jérémy PORTEMONT, juillet 2019, 58 p.

- *Convenio de cooperación cultural Alcaldía de Panamá / Alianza Francesa de Panamá – informe de actividad 2015-2019*, 2019, 39 p.
 - TEILLOL Magali et VILAR Lucie (coord.), Livre commémoratif des 60 ans de l'Alliance Française de Panama (bilingue), Stern Taylor Inc, Panama City, 2011, 131 p.
- Documents promotionnels :
- Catalogue du Mois de la Francophonie 2019, 23 p. (livret en format papier)
 - Plaquette promotionnelle de l'Alliance Française, 2017 (dépliant en format papier)
- Fondation Alliance Française
- Site internet : <https://www.fondation-alliancefr.org/>
- Documents téléchargés ou consultés en ligne :
- *Le Fil d'Alliances*, n°48, printemps 2019 :
<https://fr.calameo.com/read/0058631322e742c963218>
 - Rapport d'activité 2018. Téléchargé le 11 mai 2020 depuis
https://www.fondation-alliancefr.org/wp-content/medias/RAPPORT%20ACTIVITES/FAF_RA_2018_A4_V5_PP_BD_juin2019.pdf
- Autres organismes culturels privés
- Site internet du projet *ArtBox Digital* : <https://artbox.digital/fr/>
- Compte Instagram de *Arteproyección* : <https://www.instagram.com/arteproyeccion/>
- Site internet du *Centro Cultural Internacional* (CCI) : <https://centroculturalinternacional.art/>
- Site internet du *Cine Universitario* de la *Universidad de Panamá* :
<https://www.gecupanama.com/>
- Page Facebook de la Fondation *Tocando Madera* :
<https://www.facebook.com/fundaciontocandomadera/>
- Site internet du *Museo de Arte Contemporáneo* (MAC) de Panama City :
<https://macpanama.org/>
- Compte Instagram de *Siempre Eventos* : <https://www.instagram.com/siempreeventos/>
- Compte Instagram de *Shh ! Open Mic* : <https://www.instagram.com/shhopenmic/>
- Site internet du *Teatro Amador* : <http://teatroamador.com/>
- Site internet du *Teatro en Círculo* : <https://teatroencirculo.org/>

→ Festivals et manifestations culturelles régulières

- LAURIA Sol (coord.), *Memoria: Festival África en América*, Monograma Letterpress, 2019, 74 p. : https://issuu.com/jehanshanel/docs/maea_ff_interactive (accès concédé par Jehan Shanel)
- Site internet du *Festival de Artes Escénicas* (FAE) : <http://faepanama.org/>
- Compte Instagram du FIT 2017 : <https://www.instagram.com/festivalfit2017/>
- Site internet de l'*International Film Festival Panama* (IFF) : <https://www.iffpanama.org/>
- Page Facebook de la *Muestra Internacional de Clarinetes de Panamá* (MICLAP) : <https://www.facebook.com/miclapfestival/>
- Compte Instagram du festival *Panalandia* : <https://www.instagram.com/panalandia/>
- Compte Instagram du festival *Vía Plural* : <https://www.instagram.com/viaplural/>

Données d'instituts de statistiques et de recensement

→ Institut National de Statistiques et d'Études Économiques (INSEE)

- Données économiques : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2381462>
- Statistiques socio-culturelles : <https://insee.fr/fr/statistiques/4197229>

→ Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

- Cartes téléchargées basées sur le *Censos de población y vivienda 2010* : https://inec.gob.pa/mapa/Default2.aspx?ID_PROVINCIA=15&ID_TIPO=1&ID_IDIOMA=1
- Données téléchargées des *Estadísticas culturales 2011-15* : https://inec.gob.pa/publicaciones/Default3.aspx?ID_PUBLICACION=883&ID_CATEGORIA=6&ID_SUBCATEGORIA=70

Médias

→ Médias panaméens

- Sites internet officiels
- *La Prensa* : <https://www.prensa.com/>

- *La Estrella de Panamá* : <https://www.laestrella.com.pa/>
- *La Crítica* : <https://www.critica.com.pa/>
- *Excelencias News Panamá* : <https://www.excelenciaspanama.com/>
- *Panamá América* : <https://www.panamaamerica.com.pa/>

- Autres formats

- Compte Instagram de l'émission *La Movidá* sur Cool FM :
www.instagram.com/lamovidapanama/

➔ Autres médias

- Site internet du périodique canadien *The Canadian Jewish* : <https://www.cjnews.com/>

Retranscription d'entretiens

➔ Personnels de l'Alliance Française de Panama

- Sylvia Benassy, directrice de l'Alliance, 20 juin 2019, 12 p.
- Juliette Ozanne, responsable du service culturel, 3 juillet 2019, 13 p.

➔ Co-organisateur.trice.s d'événements culturels

- Alexandra Gil Táboas, chargée de production pour le projet *ArtBox Digital*, 30 juillet 2019 (à distance, en espagnol), 5 p.
- Ana González, directrice de *Arteproyección*, 1^{er} août 2019 (à distance, en espagnol), 5 p.
- Rodolfo Oviedo Vega, directeur du *Centro Cultural Internacional* (CCI), 4 juillet 2019, 2 p.

➔ Publics de l'Alliance

- Annie, expatriée belge au Panama depuis huit ans, 22 juin 2019, 5 p.
- Carlos, étudiant panaméen de l'Alliance depuis 1999, 21 août 2019 (à distance, en espagnol), 2 p.
- Dakota, expatriée française au Panama depuis dix ans, 22 juin 2019, 10 p.
- Ofelia, étudiante panaméenne de l'Alliance depuis 50 ans, 21 août 2019 (à distance, en espagnol), 2 p.

Bibliographie

Le Panama d'hier et d'aujourd'hui

→ Éléments socio-économiques

- COLLIN-DELAUVAUD Anne, « La région centrale du Panama, un nouvel espace mondial ? », *L'information géographique*, vol. 75, n°2, Armand Colin, Paris, 2011, pp. 25-48
- SARDON Jean-Paul, « La population des continents et des États en 2019 : données et analyse », *Population et avenir*, vol. 745, n°5, Association Population et Avenir, Paris, 2019, pp. 18-23

→ Tentative française de percement du canal de Panama

- Article « Canal de Panama – Construction et exploitation du canal », *Encyclopedia Universalis* (<https://www.universalis.fr/encyclopedie/canal-de-panama/2-construction-et-exploitation-du-canal/>, consulté en ligne le 4 mai 2020)
- DEGOS Jean-Guy et PRAT Christian, « L'échec du canal de Panama – Des grandes espérances à la détresse financière », *Revue française de gestion*, vol. 8, n° 188-189, Lavoisier, Cachan, 2008, pp. 307-324

→ Histoire des relations politiques, sociales et culturelles entre les États-Unis et le Panama

- DONOGHUE Michael E., *Borderland on the Isthmus – Race, culture and the struggle for the canal zone*, Duke University Press, Durham and London, 2014, 349 p.
- FISCHER Georges, *Les États-Unis et le canal de Panama*, L'Harmattan, Paris, 1979, 210 p.
- NOUAILHAT Yves-Henri, *Les États-Unis et le monde de 1898 à nos jours*, Armand Colin, Malakoff, 2003, 363 p.
- SELSER Gregorio, *El rapto de Panamá*, Editorial Universitaria Centroamericana, San José, 1982, 320 p.

→ Constitution d'une politique culturelle panaméenne

- INAC, *Política cultural de la República de Panamá*, UNESCO, collection « *Políticas culturales : estudios y documentos* », 1977, 49 p.

La France et les relations culturelles internationales

➔ Stratégies et évolutions de la diplomatie culturelle publique

- CHAUBET François (dir.), *La culture française dans le monde – 1980-2000 – les défis de la mondialisation*, L'Harmattan, collection « Inter-national », Paris, 2010, 250 p.

- CHAUBET François, Introduction, pp. 11-16
- LOMBARD Alain, « Les acteurs de l'action culturelle extérieure », pp. 19-31

- CHAUBET François, « L'action culturelle française dans le monde : 150 ans d'expériences », Communication dans le colloque « Où va la diplomatie culturelle de la France ? Du rayonnement culturel à la diplomatie d'influence », Paris, Hypothèses – Politique de la culture, 26 février 2018. Communication consultée depuis <https://chmcc.hypotheses.org/2725#sdfootnote1anc>

- GALLOUL Mahfoud, « La culture face aux défis de la mondialisation », pp. 441-456 in ROCHE François, *La culture dans les relations internationales*, Publications de l'École française de Rome, Rome, 2002, 466 p.

- JUPPE Alain, SCHWEITZER Louis (dir.), *La France et l'Europe dans le monde – livre blanc sur la politique étrangère et européenne de la France*, 2008-2020, La Documentation française, Paris, 2008, 222 p.

- MARTIGNY Vincent, *Dire la France – Culture(s) et identités nationales 1981-1995*, Presses de la Fondation nationale des sciences politiques, Paris, 2016, 370 p.

- MATTHIEU Gilles, *Une ambition sud-américaine – Politique culturelle de la France (1914-1940)*, L'Harmattan, collection « Recherches et documents Amériques latines », Paris, 1991, 254 p.

- TREAN Claire, *La Francophonie*, Le Cavalier bleu, Paris, 2006, 127 p.

➔ Image de la France et de sa culture à l'étranger

- ROLLAND Denis, « Du paradigme culturel au paradigme normal – l'image de la France en Amérique latine depuis 1980 », pp. 197-224 in CHAUBET François (dir.), *La culture française dans le monde – 1980-2000 – les défis de la mondialisation*, L'Harmattan, collection « Inter-national », Paris, 2010, 250 p.

- ROLLAND Denis, *La crise du modèle français – Marianne et l'Amérique latine – culture, politique et identité*, Presses Universitaires de Rennes (PUR), Collection Histoire, Rennes, 2000, 465 p.

➔ Histoire et trajectoires actuelles de l'Alliance Française

- BOULANGER Philippe, *L'Alliance Française : Francophonie et diplomatie culturelle au XXI^e siècle*, éditions du Cygne, Paris, 2017, 160 p.

- BRUEZIERE Maurice, *L'Alliance Française, histoire d'une institution*, Hachette, Paris, 1983, 250 p.

- CHAUBET François, « l'Alliance Française ou la diplomatie de la langue (1883-1914) », *Revue historique*, n°4, Presses Universitaires de France (PUF), Paris, 2004, pp. 763-785.

- CHAUBET François, « L'Alliance Française (1980-2006) : une réussite discrète », pp. 53-67 in CHAUBET François (dir.), *La culture française dans le monde – 1980-2000 – les défis de la mondialisation*, L'Harmattan, collection « Inter-national », Paris, 2010, 250 p.

- CHAUBET François, *La politique culturelle française et la diplomatie de la langue – L'Alliance Française (1883-1940)*, L'Harmattan, collection « Inter-national », Paris, 2006, 320 p.

- CHAUBET François, « l'Alliance française et la reconstruction d'un réseau mondial (1945-1955) », pp. 491-498 in DULPHY Anne, FRANK Robert, MATARD-BONUCCI Marie-Anne, ORY Pascal (dir.), *Les relations culturelles internationales au XX^e siècle – De la diplomatie culturelle à l'acculturation*, PIE Peter Lang, collection « Enjeux internationaux », Bruxelles, 2010, 700 p.

Les publics du secteur culturel

➔ Profils et trajectoires

- CLOUTIER Jacinthe, PRONOVOST Gilles, « Chapitre 4 : Trajectoires de la participation culturelle », pp. 58-81 in BAILLARGEON Jean-Paul (dir.), *Les publics du secteur culturel – nouvelles approches*, Presses de l'Université de Laval, Institut Québécois de Recherche sur la culture, 1996, 185 p.

- DEBENEDETTI Stéphane, « Chapitre 9 : L'expérience sociale du musée, entre visite anonyme et visite collaborative », pp. 179-196 in ASSASSI Isabelle, BOURGEON-

RENAULT Dominique et FILSER Marc (coord.), *Recherches en marketing des activités culturelles*, Vuibert, Paris, 2010, 408 p.

→ La médiation culturelle

- LAFORTUNE Jean-Marie (dir.), *La médiation culturelle – Le sens des mots et l'essence des pratiques*, Presses de l'Université de Québec, collection « Publics et culture », Québec, 2012, 224 p.

- CAUNE Jean, Préface, pp. VII-XV
- LAFORTUNE Jean-Marie, RACINE Danièle, « Chapitre 1 : Sources de la médiation culturelle », pp. 9-37
- LAFORTUNE Jean-Marie, « Chapitre 3 : Enjeux et limites de la médiation culturelle », pp. 61-78

→ Politiques de prix

- BOURGEON-RENAULT Dominique, « Chapitre 3 : Politique de prix et perception du consommateur dans le domaine culturel », pp. 63-80 in ASSASSI Isabelle, BOURGEON-RENAULT Dominique et FILSER Marc (coord.), *Recherches en marketing des activités culturelles*, Vuibert, Paris, 2010, 408 p.

- BOURGEON-RENAULT Dominique, GOMBAULT Anne, LE GALL-ELY Marine, PETR Christine, URBAIN Caroline, « La gratuité, un prix ! », *Revue française de gestion*, vol. 6, n° 186, Lavoisier, Cachan, 2008, pp. 35-51

- JOSSIFORT Sonia, LACROIX Jean-Guy, « Chapitre 10 : Direction artistique et contraintes sur l'offre culturelle », pp. 166-177 in BAILLARGEON Jean-Paul (dir.), *Les publics du secteur culturel – nouvelles approches*, Presses de l'Université de Laval, Institut Québécois de Recherche sur la culture, 1996, 185 p.

Annexes

Annexe 1 : Lexique

Birria : régionalisme panaméen désignant une réunion informelle durant laquelle les participant.e.s pratiquent une activité qui les passionnent et dont ils/elles ne se fatiguent jamais.

Comarca indígena : selon le *Plan de desarrollo integral de pueblos indígenas de Panamá*, ce terme désigne des circonscriptions politico-territoriales « à organisation politique semi-autonome sous la juridiction du gouvernement national ». Y est notamment reconnu « le droit des peuples indigènes à la propriété collective »⁵⁶⁶.

Convocatoria : appel à candidatures annuel de l'Alliance Française de Panama à destination des artistes résidant dans le pays. Je garde l'expression en espagnol car c'est ainsi que l'utilise l'équipe du service culturel et parce qu'elle rend un peu mieux l'idée de *convocation*.

Interior : par opposition au mot « *la Ciudad* » qui désigne la seule capitale du Panama et éventuellement les urbanisations attenantes dont les population sont drainées par la ville pour le travail, « *el interior* » désigne tout le reste du pays de manière indifférenciée.

Junta directiva : Conseil d'Administration de l'Alliance Française de Panama. Je choisis, dans certains cas, de garder l'expression en espagnol car c'est ainsi que l'utilise le personnel de l'Alliance, y compris dans une discussion en français. « *Junta directiva* » rend mieux l'idée de réunion et de décision que l'expression française, que je conserve quand la connotation de l'espagnol est inutile pour le propos.

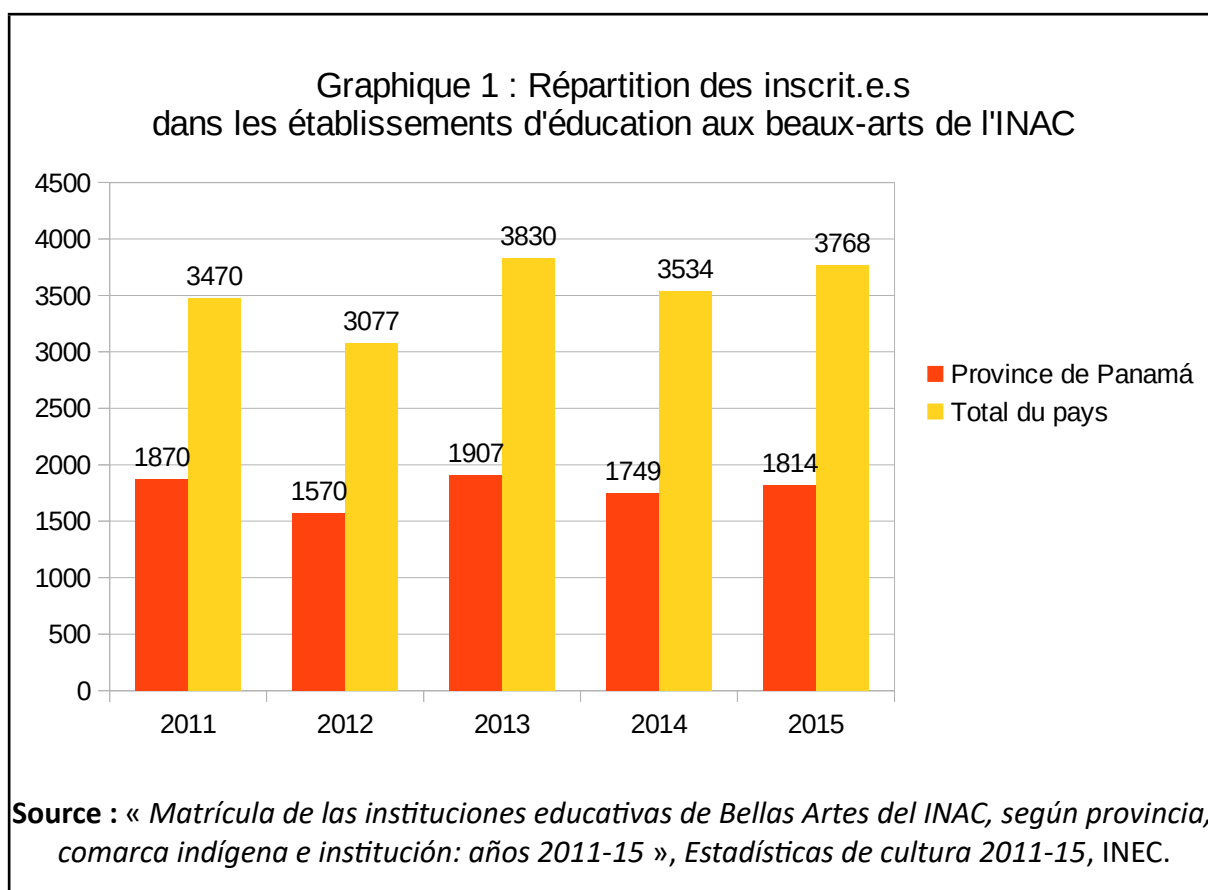
Tranque : embouteillages qui se forment sur de très nombreux axes routiers de Panama City, notamment en heures de pointe. Je garde le mot espagnol pour ses sonorités qui connotent le caractère désagréable du signifiant.

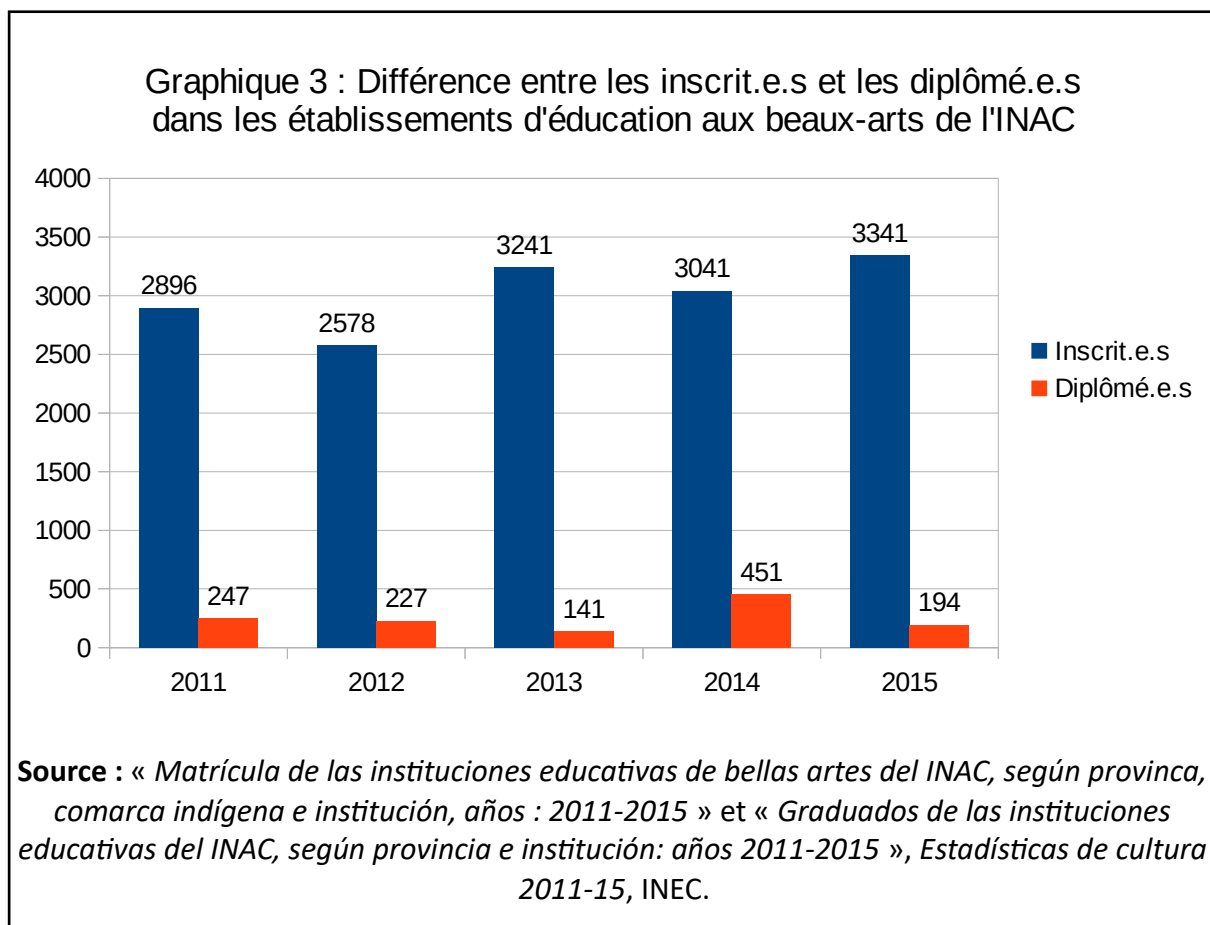
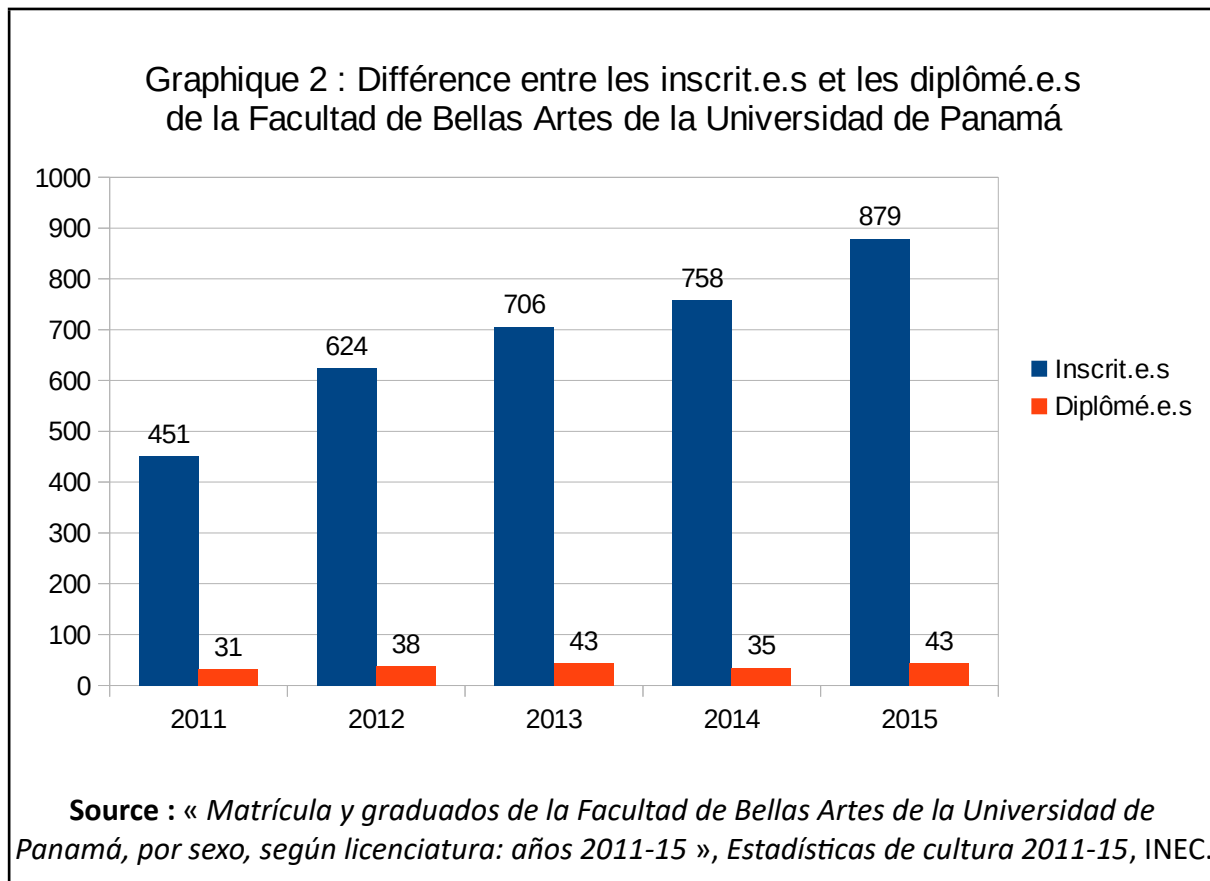
Zarzuela : œuvre dramatique et musicale d'origine espagnole avec alternances de chants et scènes jouées. C'est l'équivalent de l'opérette française.

⁵⁶⁶ « *Las comarcas forman parte de la división geopolítica del país, con organización política semiautónoma bajo la jurisdicción del gobierno nacional.* », « *Las leyes que establecen las comarcas reconocen el derecho de los pueblos indígenas a la propiedad colectiva dentro de las mismas* » (PNUD, *Imaginando un futuro común : Plan de desarrollo integral de los pueblos indígenas de Panamá*, 2015, p. 11). Traduction personnelle.

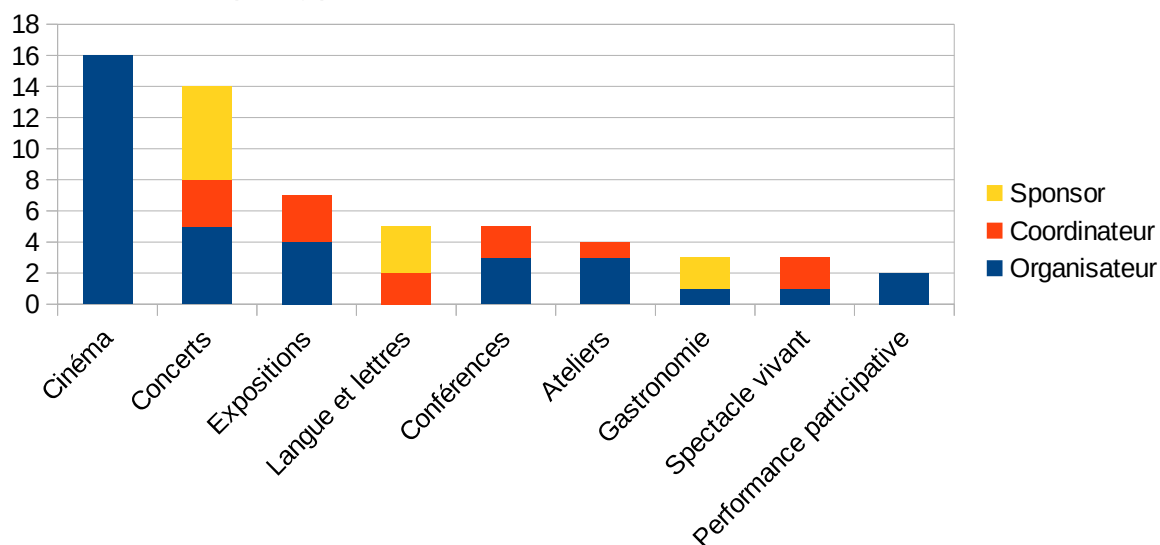
Annexe 2 : Graphiques

Tous les graphiques ont été créés à partir des sources indiquées en-dessous.



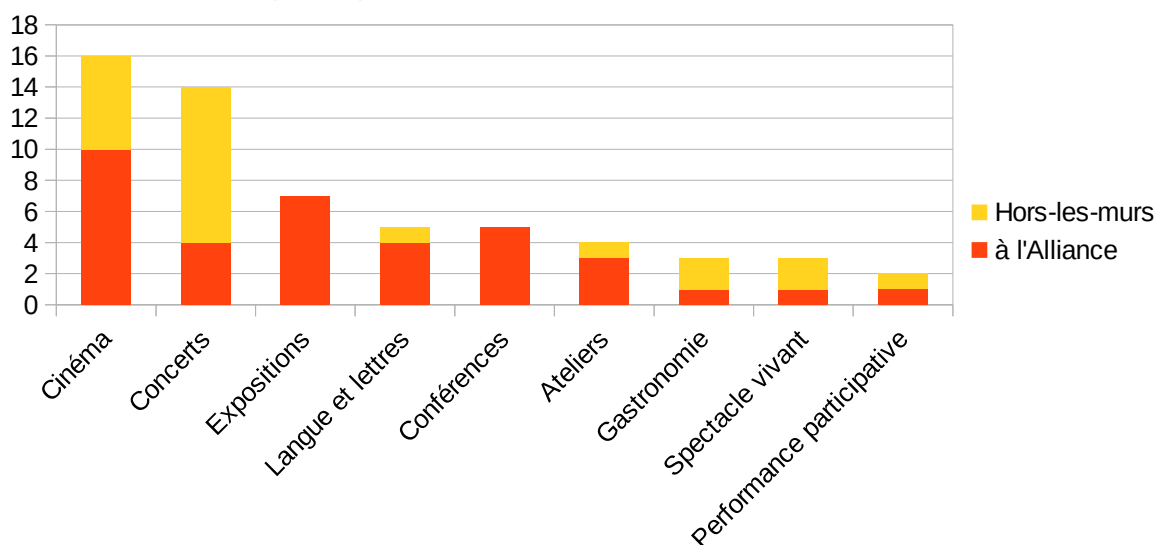


Graphique 4 : Répartition des événements culereux du premier semestre 2019, par type d'événement et rôle du service culturel



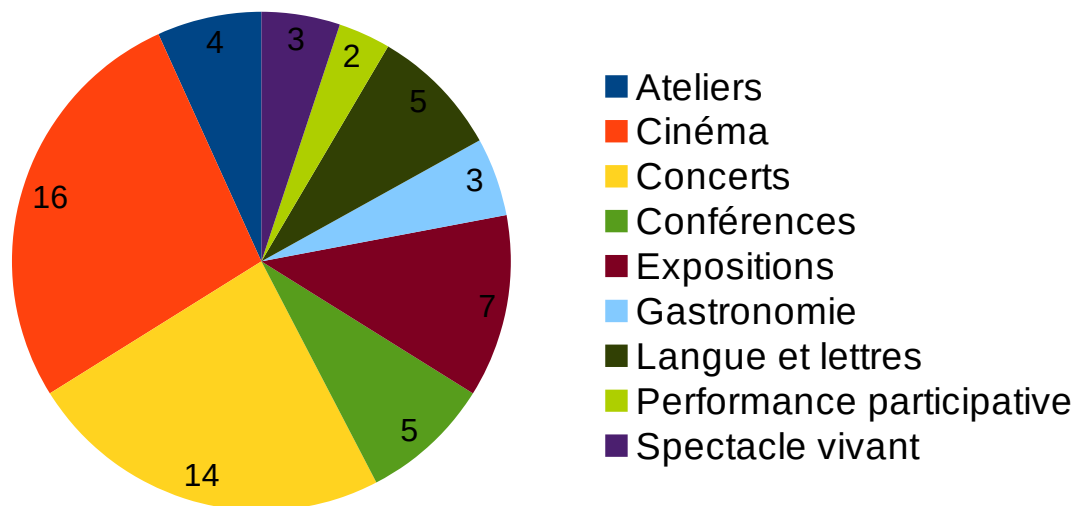
Source : Tableau des événements culturels de l'Alliance au premier semestre 2019, établi à partir du bilan culturel de l'Alliance Française de Panama – janvier-juillet 2019, rapport d'activités bilingue réalisé par Justine Blin et Jérémy Portemont, juillet 2019.

Graphique 5 : Répartition des événements culereux du premier semestre 2019, par type d'événement et lieu de réalisation



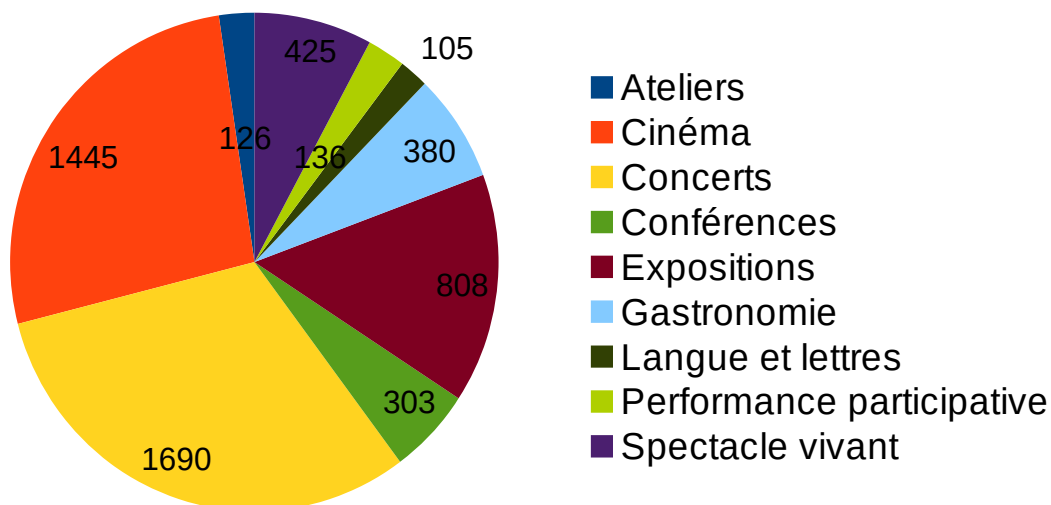
Source : Tableau des événements culturels de l'Alliance au premier semestre 2019, établi à partir du bilan culturel de l'Alliance Française de Panama – janvier-juillet 2019, rapport d'activités bilingue réalisé par Justine Blin et Jérémy Portemont, juillet 2019.

Graphique 6 : Répartition des événements du premier semestre 2019, par type d'événement



Source : Tableau des événements culturels de l'Alliance au premier semestre 2019, établi à partir du bilan culturel de l'Alliance Française de Panama – janvier-juillet 2019, rapport d'activités bilingue réalisé par Justine Blin et Jérémy Portemont, juillet 2019.

Graphique 7 : Répartition des publics des événements organisés et coordonnés du premier semestre 2019, par type d'événement



Source : Tableau des événements culturels de l'Alliance au premier semestre 2019, établi à partir du bilan culturel de l'Alliance Française de Panama – janvier-juillet 2019, rapport d'activités bilingue réalisé par Justine Blin et Jérémy Portemont, juillet 2019.

Annexe 3 : Tableau des événements culturels de l'Alliance au premier semestre 2019

Date	Événement	Type	Lieu	Rôle du service culturel	Autre structure impliquée	Public recensé	Tarif
Tous les lundis	Cours de tango	Atelier	Alliance Française	Coordinateur	Tango sobre materia	90	B/10-12
9 février	Inside Out Project	Performance participative	CCI	Organisateur	CCI	105	Gratuit
14 février	Présentation du livre 26 lágrimas de luz	Langue et lettres	Alliance Française	Coordinateur	PROgrama Formación de Escritores (PROFE)	105	Gratuit
21 février	Duo Finlandia	Concert	Ateneo	Sponsor	World Music Panamá	400	B/20
22 février	Festival del Barrio	Concert	Alliance Française	Coordinateur	Collectif de musicien.ne.s	250	B/5
8 mars	Francophonie – Divas del Mundo	Concert	Teatro Atlapa	Sponsor	Municipalité de Panama City	800	Gratuit
11 mars	Francophonie – « Después de Lucía »	Cinéma	Alliance Française	Organisateur	Ambassade du Mexique	81	Gratuit
12 mars	Francophonie – Rencontre avec Joseph Ndwaniye	Langue et lettres	Lycée français	Sponsor	Ambassade de Belgique / Lycée Français	60	Gratuit
12 mars	Francophonie – #SPIROU4RIGHTS	Exposition	Alliance Française	Organisateur	Ambassade de Belgique	40	Gratuit
13 mars	Francophonie – Consort-Musik	Concert	Alliance Française	Organisateur	Ambassade d'Uruguay	85	Gratuit
14 mars	Francophonie – « La Boda »	Cinéma	Alliance Française	Organisateur	Ambassade de Belgique	93	Gratuit
15 mars	Francophonie – « Pieds nus dans l'aube »	Cinéma	Alliance Française	Organisateur	Ambassade du Canada	101	Gratuit
18 mars	Francophonie – « Inseparables »	Cinéma	Alliance Française	Organisateur	Ambassade d'Argentine	88	Gratuit
19 mars	Francophonie – AMA (Fanny Sage)	Spectacle vivant – Danse	Teatro en Círculo	Coordinateur	Festival de Artes Escénicas (FAE)	155	B/20
20 mars	Francophonie – Dis-moi dix mots	Langue et lettres	Alliance Française	Sponsor	Service pédagogique de l'Alliance	20	Gratuit
20 mars	Francophonie – Concours de la Plume d'Or	Langue et lettres	Alliance Française	Sponsor	Service pédagogique de l'Alliance	4	Gratuit
20 mars	Francophonie – « Gardhi »	Cinéma	Alliance Française	Organisateur	Ambassade du Kosovo	58	Gratuit
20 mars	Francophonie – « Primera Dama de la Revolución »	Cinéma	Alliance Française	Organisateur	Ambassade du Costa Rica	72	Gratuit
21 mars	Francophonie – « Rock the Casbah »	Cinéma	Panamá Viejo	Organisateur	Ambassade du Maroc	79	Gratuit
21 mars	Francophonie – Good France/Gout de France	Gastronomie	Restaurants	Sponsor	Ambassade de France	200	Prix repas
22 mars	Francophonie – « I am not your negro »	Cinéma	Alliance Française	Organisateur	Ambassade d'Haiti	72	Gratuit
23 mars	Francophonie – Pop-up gastronomique	Gastronomie	Nina Concept Store	Sponsor	Ambassade de France	120	Gratuit
23 mars	Francophonie – « Le Petit Prince »	Cinéma	Lycée français	Organisateur	Lycée Français	252	Gratuit
25 mars	Francophonie – « Cultura de Egipto »	Exposition	Alliance Française	Organisateur	Ambassade d'Égypte	63	Gratuit
26 mars	Francophonie – « Adiós Carmen »	Cinéma	Panamá Viejo	Organisateur	Ambassade du Maroc	74	Gratuit
27 mars	Francophonie – « Un dios Salvaje »	Spectacle vivant – Théâtre	Teatro la Plaza	Organisateur	Réseau des AF d'Amérique centrale (AF AC)	160	Gratuit
28 mars	Francophonie – Du Oud	Concert	Ateneo	Sponsor	World Music Panamá	500	B/20
29 mars	Francophonie – Nuit de clôture	Gastronomie	Alliance Française	Organisateur	Toutes ambassades Francophonie	380	Gratuit
30 mars	Francophonie – Inspector Cluzo	Concert	Parque Omar	Coordinateur	Festival MUPA	600	Gratuit
31 mars	Francophonie – Céline Ramsauer	Concert	Alliance Française	Organisateur	Consulat de Suisse	45	Gratuit
3 avril	Inauguration – La Luz y la Ciudad	Exposition	Alliance Française	Organisateur	Atelier Artacruz / Rafael Guillén	70	Gratuit
23 avril	Conversatorio – La Luz y la Ciudad	Conférence	Alliance Française	Organisateur	Rafael Guillén	37	Gratuit
25 avril	Lito Vitales et Juan Carlos Baglietto	Concert	Ateneo	Sponsor	World Music Panamá	470	B/20
3 mai	Vamó pa'llá	Concerts	Alliance Française	Coordinateur	Restaurant La Milonga	250	B/5
9 mai	Conversatorio – Democracia sexual	Conférence	Alliance Française	Coordinateur	Ambassade de France	90	Gratuit
21 mai	Inauguration – ArtBox Digital	Exposition	Alliance Française	Organisateur	Trias Culture	75	Gratuit
22 mai	Présentation du livre La Iluvias aquellas	Langue et lettres	Alliance Française	Coordinateur	Dévora Dante	0	Gratuit
23 mai	Atelier et visite guidée – ArtBox Digital	Conférence	Alliance Française	Organisateur	Trias Culture	6	Gratuit
23 mai	Making Movies	Concert	Ateneo	Sponsor	World Music Panamá	450	B/20
4 juin	Vamos a pintar París	Atelier	Alliance Française	Organisateur	Arteproyección	22	B/12-15
4 juin	Vamos a dibujar París	Atelier	Alliance Française	Organisateur	Arteproyección	8	B/12-15
7 juin	Très court Film Festival	Cinéma	Alliance Française	Organisateur	Très court Film Festival	130	Gratuit
10 juin	Très court Film Festival	Cinéma	Cinéma universitaire	Organisateur	Très court Film Festival	50	Gratuit
10-13 juin	Historia de amores y la Zarzuela	Spectacle vivant – Zarzuela	Alliance Française	Coordinateur	Yulianna Lobach	110	B/25-30
13 juin	Hijos de la luna	Exposition	Alliance Française	Coordinateur	Association SOS Albinos Gunas / Lycée Français	60	Gratuit
17 juin	Mundo Mola	Exposition	Alliance Française	Coordinateur	Lycée Français	250	Gratuit
17 juin	Chat Chat	Exposition	Alliance Française	Coordinateur	Lycée Français	250	Gratuit
19 juin	Fête de la Musique – concert de Colón	Concert	Université de Colón	Organisateur	Fondation Tocando Madera	250	Gratuit
20 juin	Fête de la Musique – conférences	Conférence	Alliance Française	Organisateur	Fondation Tocando Madera	120	Gratuit
20 juin	Fête de la Musique – micro ouvert	Performance participative	Alliance Française	Organisateur	Shh ! Open Mic	31	Gratuit
20 juin	Adrian Iaies et Colegiales Trio	Concert	Ateneo	Sponsor	World Music Panamá	450	B/20
21 juin	Fête de la Musique – concert de Panama City	Concert	Teatro en Círculo	Organisateur	Fondation Tocando Madera	130	Gratuit
25 juin	Fête de la Musique – Julie Rousseau	Atelier	Hôtel Riu Plaza	Organisateur	Réseau AF AC	6	Gratuit
25 juin	Fête de la Musique – Julie Rousseau	Concert	Hôtel Riu Plaza	Organisateur	Réseau AF AC	80	Gratuit
26 juin	Carlos Cruz-Diez – « Pensar el color »	Conférence	Alliance Française	Coordinateur	Museo de Arte Contemporáneo (MAC)	50	Gratuit
2 juillet	Díos de Cine – « la French »	Cinéma	Alliance Française	Organisateur	Plateforme IF cinéma	60	Gratuit
3 juillet	Díos de Cine – « M »	Cinéma	Hôtel Riu Plaza	Organisateur	Plateforme IF cinéma	45	Gratuit
9 juillet	Díos de Cine – « La Belle saison »	Cinéma	Alliance Française	Organisateur	Plateforme IF cinéma	80	Gratuit
10 juillet	Díos de Cine – « Visages villages »	Cinéma	Teatro Amador	Organisateur	Teatro Amador	110	Gratuit

Source : Bilan culturel de l'Alliance Française de Panama – janvier-juillet 2019, rapport d'activités bilingue réalisé par Justine Blin et JérémY Portemont, juillet 2019