

Atelier 2

*Figures de pouvoir et de
contre-pouvoir :
Images de soi et mise en scène*

10h45 - 12h30

Salle Paul Rivet (5^{ème} étage).

Institut des Hautes Etudes de l'Amérique Latine

28, rue Saint-Guillaume, 75007 Paris.

Inscriptions : roesruiz@yahoo.com



Ethos préalable et discursif dans le discours de Néstor Kirchner. Vers la constitution d'un leadership ?

Morgan Donot, doctorante
Université de Paris III Sorbonne Nouvelle
IHEAL - Institut des Hautes Études de l'Amérique latine - CREDAL
morgandonot@yahoo.fr

Malgré les innombrables études qu'a suscitées le péronisme depuis son émergence sur la scène politique argentine, le gouvernement de Néstor Kirchner, symbolise l'arrivée d'un homme « nouveau », doté de peu de charisme¹, mais issu du Parti Justicialiste², à la présidence de l'Argentine. Le contraste est saisissant entre le déficit de légitimité du président « le moins bien élu de l'histoire argentine³ », de par son faible résultat aux élections de 2003⁴, et les espoirs de transformation qu'il suscite quelques mois après son investiture, exprimés à travers les sondages d'opinion.

Mon objectif est d'analyser la dynamique qui se crée dans le discours entre l'ethos préalable (selon Ruth Amossy et Galit Haddad, ou prédiscursif selon Dominique Maingueneau⁵) et l'ethos discursif qui permet d'expliquer l'imposition d'un leader politique. Pour ce faire, il convient de prendre en compte « l'image que le locuteur projette de lui-même dans son discours telle qu'elle s'inscrit dans l'énonciation plus encore que dans l'énoncé, et la façon dont il retravaille les données prédiscursives »⁶. En effet, selon Dominique Maingueneau, « l'ethos est partie prenante de la scène d'énonciation, au même titre que le vocabulaire ou les modes de diffusion qu'implique l'énoncé par son mode d'existence »⁷.

Dans la mesure où les fondements de son ethos préalable étaient trop fragiles pour assurer sa crédibilité et sa légitimité auprès de l'auditoire, Néstor Kirchner a dû valoriser son image d'homme public et renforcer sa position dans le champ politique. Comme l'indique Ruth Amossy, « si la représentation préexistante s'avère favorable et appropriée à la circonstance, l'orateur peut s'appuyer sur elle. Il doit au contraire la moduler ou la réorienter si elle joue contre lui, ou si elle ne convient pas aux buts de persuasion qu'il s'est fixé »⁸, c'est donc bien à partir de l'image que le public se faisait déjà de sa personne qu'il a construit une image de soi dans son discours.

On peut donc se demander de quelles manières la dynamique créée entre l'ethos préalable de Néstor Kirchner et la construction de son image dans son discours lui a permis de s'imposer comme un leader sur la scène politique argentine, dans un contexte de crise institutionnelle, politique, économique et sociale ?

¹ Néstor Kirchner, après des présidents tels que Juan Domingo Perón ou Carlos Menem, a souvent été qualifié, particulièrement dans la presse, de leader non charismatique. Cf. « Un hombre común sin atributos caudillescos », *La Nación*, le 26 mai 2003.

² Le Parti Justicialiste est l'actuel nom du Parti Péroniste. Il est issu du Front Justicialiste fondé en 1972 par Héctor Campora en vue des élections de 1973 où le péronisme était proscrit. Le Parti Péroniste a été fondé en 1947 par Perón à partir du Parti Unique de La Révolution, lui-même issu de la fusion entre le Parti Travailleuse créé par Perón en 1945, de la Junte Rénovatrice et de Centres Indépendants.

³ SIGAL Silvia, « Argentine 2003 : la sortie de l'abîme? », in *Problèmes d'Amérique latine*, n°51, p. 9-35, hiver 2003/2004, p. 34.

⁴ Aux élections présidentielles du 27 avril 2003, après le premier tour et selon les calculs officiels, Carlos Menem arrive en tête (24.36%), suivi par Néstor Kirchner (22%). Le second tour doit donc voir s'affronter Carlos Menem et Néstor Kirchner. Mais, dans les jours qui précèdent les élections, prévues le 18 mai, un vaste mouvement d'opinion publique manifeste son intention de voter pour Néstor Kirchner, les sondages lui donnant 80% des suffrages, Menem décide alors, de façon surprenante, d'abandonner la compétition.

⁵ Voir AMOSSY Ruth (dir.), *Images de soi dans le discours. La construction de l'ethos*, Delachaux et Niestlé, Paris, 1999, 216 p.

⁶ AMOSSY Ruth, *L'argumentation dans le discours*, Paris, Armand Colin, 2006 (1^{re} édition : 2000), p. 81.

⁷ MAINGUENEAU Dominique, « Ethos, scénographie, incorporation », in AMOSSY Ruth, *Images de soi dans le discours. La construction de l'ethos*, Delachaux et Niestlé, Paris, 1999, p. 82.

⁸ AMOSSY Ruth, *Op. cit.*, p. 82.

Le corpus sera constitué par les quatre discours que le président Kirchner a prononcés devant le Congrès de la Nation Argentine entre 2003 et 2007, ces discours annuels étant le principal rituel de la démocratie de ce pays. Ma méthodologie, ancrée dans une perspective d'analyse du discours, insistera plus particulièrement sur les aspects argumentatifs.

La notion d'*ethos* dans les discours de campagne de Ricardo Lagos (ex-président du Chili) et Michelle Bachelet (actuelle présidente du Chili)

Pablo Segovia Lacoste
Université Paris XIII

La notion aristotélicienne d'*ethos* désigne un ensemble de situations discursives et extra-discursives qui permet de montrer la façon dont l'orateur construit son image dans son propre discours.

À partir d'une analyse des discours de campagne électorale de Ricardo Lagos et de Michelle Bachelet, nous nous proposons d'étudier comment est construit l'*ethos* et de quelle manière il permet d'articuler un type de relation entre *l'instance politique* et *l'instance citoyen* (Charaudeau 2005).

Le corpus est composé d'un ensemble de sept discours de Ricardo Lagos, prononcés sept mois avant sa prise du pouvoir, et six discours de Michelle Bachelet, énoncés six mois avant les élections. Ces discours consistent soit en des apparitions publiques comme représentants de leurs partis face aux autres partis, auprès de différents secteurs de la société civile (secteur agricole, secteur patronal, etc.), soit en des discours de programme politique.

Concernant la méthodologie, notre approche est interdisciplinaire et met en relation la perspective énonciative (Benveniste, Ducrot et Kerbrat-Orecchioni), l'argumentation (Perelman, Plantin) et l'analyse du discours (Maingueneau et Charaudeau).

Notre hypothèse est que l'*ethos* du candidat Ricardo Lagos peut être caractérisé comme un *ethos* à la fois « combatif », « rassembleur », de « puissance », et de « compétence », alors que la candidate Michelle Bachelet utilise à la fois un *ethos* « rassembleur », un *ethos* de « compétence » et, d'une certaine manière, de « sensibilité ».

L'*ethos* de Lagos et l'*ethos* de Bachelet sont construits à partir des valeurs de la société chilienne qui sont intégrées dans le discours des candidats à travers une mise en scène qui leur est propre. En ce sens, Ricardo Lagos incarne un « *ethos* de puissance » qui lui permet à la fois de se légitimer aux yeux des citoyens et de rassembler le public. Par ailleurs, l'*ethos* de Michelle Bachelet représente une tension entre, d'une part la dimension humaine et sensible de la politique, et d'autre part, les restrictions propres à la pratique politique.

La « mise en scène » des messages écrits par Camilo Torres (1965) en Colombie

Sandra Tarazona
Université Paris 12 Val de Marne
M2 Institutions, Discours, Communication
sandra.tarazona@etu.univ-paris12.fr

Nous allons étudier la *scénographie* dans les messages écrits par Camilo Torres (CT), et publiés dans le journal *Le Front Uni* en 1965. Le discours révolutionnaire de CT présente des revendications qui occupent une place centrale dans la *théorie de la libération*⁹. Ces textes sont actuellement rassemblés et consultables sur le site <http://www.camilovive.org>. Les bases théoriques de notre analyse ont été fournies, d'un part, par le séminaire d'Analyse du Discours, sous la direction du professeur Dominique Maingueneau (2000), et son ouvrage *Analyser les textes de communication*¹⁰, et d'autre part, par l'ouvrage de Marcel Burger (2002) *Les manifestes: Paroles de combat*.¹¹

D'après Maingueneau, "un texte n'est pas un ensemble de signes inertes, c'est la trace d'un discours où la parole est *mise en en scène*." (Maingueneau, p.69). Le cadre scénique est constitué par la *scène englobante* qui correspond au type de discours, la *scène générique* constitue " l'espace stable à l'intérieur duquel l'énoncé prend sens" (Idem, p 70), et enfin la *scénographie* où "l'énonciation en se développant s'efforce de mettre progressivement en place son propre dispositif de parole". (Idem, p.71).

La scène d'énonciation des messages constitue donc notre centre d'intérêt. Concernant la scène englobante, nous attestons qu'il s'agit d'un *discours politique*. Ce discours politique se définit par ses propres rôles. Les messages sont adressés à différents groupes en Colombie, dans lesquels CT invite le peuple à faire partie de la lutte révolutionnaire. L'auteur joue le rôle de "citoyen manifestant" pour s'adresser aux autres citoyens. La scène générique correspond au *manifeste politique*, d'après la caractérisation fournie par Burger (2002). Vu que le discours politique est propice à la diversité de scénographies, nous tenons à préciser la mise en scène de la parole de CT face aux divers destinataires des messages. Il s'adresse aux interlocuteurs en jouant des rôles divers : en tant que Colombien, en tant que prêtre, en tant que sociologue, en tant qu'adhérent, ou en tant qu'adversaire, et particulièrement en tant que révolutionnaire. CT se sert des stratégies de persuasion différentes pour convaincre le peuple de rejoindre la lutte révolutionnaire.

Selon Burger (2002) « étudier les manifestes en général, sans contextualisation historique, semble peu productif et même contre-intuitif ... L'activité manifestaire consiste à produire des textes qui s'ancrent directement dans le monde. L'interprétabilité de ces textes implique dès lors un retour sur les circonstances qui ont motivé la production. » (Burger, p.215). D'abord, nous allons parler de l'auteur (CT), ensuite nous mentionnerons les circonstances qui ont entouré la production des messages, ainsi que le dispositif qui les a mis en circulation, le Journal *Front Uni*. Dans un troisième moment, nous aborderons la *mise en scène* des messages, tout en tenant compte du *genre manifestaire* qui les caractérise et certaines marques linguistiques à travers lesquelles se manifeste l'énonciation. Et enfin, nous évoquerons l'*éthos* construit dans certains messages.

9 Ce mouvement a été créé par jeunes chrétiens universitaires au début des années 1960. Ils cherchaient la construction d'une société plus libre et égalitaire, ainsi que l'implantation d'une nouvelle conscience sociale. Il s'agit d'un « essai pour comprendre la foi à partir de la praxis historique, libératrice et subversive, des pauvres, des classes exploitées, des races méprisées, des cultures marginalisées. Elle naît de l'expérience inquiétante de libération, des luttes, des échecs et des acquis des opprimés eux-mêmes. »

10 D. MAINGUENEAU (2000) *Analyser les textes de communication*, Paris, Nathan, Université.

11 M. BURGER (2002) *Manifestes : Paroles de combat. De Marx à Breton*, Paris, Delachaux et Niestlé, coll. Sciences du discours.