

**Auteur** : Glaucia Muniz Proença Lara

**Affiliation institutionnelle** : Faculté de Lettres - Université fédérale de Minas Gerais - Brésil

**Courriel** : [gmplara@gmail.com](mailto:gmplara@gmail.com)

### Communication

**Titre** : *Leadership et Coupe du monde de football : une étude d'aphorisation dans les médias*

Une consultation informelle dans les dictionnaires de portugais et de français révèle que l'on prête habituellement au mot « leader » des attributs tels que *mener*, *guider*, ou *exercer l'autorité*. Vu qu'au Brésil c'est la première fois qu'une femme occupe le poste de présidente de la République, notre objectif dans ce travail est de vérifier comment se construit l'image discursive (l'*ethos*) de Dilma Rousseff face à un des événements les plus marquants de l'histoire récente du Brésil : la Coupe du monde de football, un événement qui, dépassant le domaine sportif plus immédiat, implique des questions politiques, idéologiques et économiques. À la lumière de l'analyse du discours français, nous cherchons à saisir dans la presse écrite (magazines et journaux à large diffusion dans le pays, comme *IstoÉ* et *O Estado de São Paulo*) et numérique (sites web ou portails tels que Uol et Terra), publiée de décembre 2013 à juillet 2014, des aphorisations attribuées à la présidente qui se rapportent à la Coupe du monde.

La notion d'aphorisation proposée par D. Maingueneau (voire *Les phrases sans texte*, 2012) peut être définie, au sens large, comme une « petite phrase » (c'est-à-dire un énoncé court et sujet à reprises) qui, détachée d'un texte, peut être (ré)utilisée comme légende de photo, titre ou intertitre dans le but d'attirer l'attention du récepteur. Les aphorisations dites secondaires (celles qui sont détachées d'un texte, par opposition aux aphorisations primaires, comme les proverbes et les maximes) peuvent être de deux types : par détachement fort, lorsqu'elles perdent le lien avec le texte d'origine et se mettent à fonctionner dans un autre contexte ; et par détachement faible, quand elles se trouvent dans le même espace du texte source. Dans ce travail, nous examinons les deux types d'aphorisations secondaires, tout en cherchant à observer leur fonctionnement dans la construction discursive de l'image de la présidente Dilma Rousseff, liée (ou non) aux qualités d'un leader dont la « mission » est de conduire, guider, diriger la nation face à un événement d'envergure mondiale, surtout si l'on considère que le football était, jusqu'à récemment, un sport typiquement masculin.

D'après l'opinion de P. Charaudeau (2005), que nous partageons, les médias jouent un rôle clé dans le cadre de la démocratie : celui d'informer la population sur les faits et les événements qui se produisent dans le monde, mais, en même temps, elles choisissent ce qui doit être rendu visible (et – nous ajoutons – déterminent comment ce visible doit être « rendu visible »). Nous sommes donc partis de l'hypothèse que l'aphorisation est un des moyens mis en œuvre par les médias pour influencer les récepteurs, contribuant dans une large mesure à former leur opinion sur les événements et les personnages qui y participent. En somme, c'est ce que nous cherchons à vérifier dans la relation établie entre le rôle de leader et la Coupe du monde dans le contexte brésilien.

**Mots-clés** : leadership ; Coupe du monde ; médias ; *ethos* ; aphorisation.