

## L'(IN)TRANSFÉRABILITÉ DU CHARISME : ANALYSE ARGUMENTATIVE DES DISCOURS POLITIQUES DES PRÉSIDENTS LULA ET DILMA ROUSSEFF

Rodrigo Seixas P. Barbosa (UFMG/CNPq)

**RESUMÉ :** Selon le linguiste Patrick Charaudeau (2013, p. 107), le mot *charisme* « vient du grec chrétien *kharis* > *kharisma* qui signifiait "don, faveur, grâce d'origine divine" ». Cependant, malgré l'origine religieuse du terme, le charisme a été employé en sociologie politique par le sociologue Max Weber dans son oeuvre appelée *Économie et Société* (1995) avec le sens d'« autorité, fascination irresistible qu'exerce un homme sur un groupe humain ». Le charisme en politique est, peut-on dire, le type de domination qui estime l'exploitation des émotions populaires par un leader, la négociation de la distance, plutôt sociale et économique, entre le peuple et lui-même. Par conséquent, le peuple, à son tour, se tient dans un état d'attente d'une force salvatrice qui viendrait, possiblement, les faire sortir de cette situation. En ce sens, « le leader charismatique est là pour 'sauver' une situation qui mène tout le monde vers le chaos » (DORNA, 1998, p. 111). Par contre, cela n'est pas fait au hasard : l'homme politique charismatique, en sachant que l'émotion est le vecteur des masses, il se sert de la logique rationnelle comme moyen d'exploration de ces émotions en question en essayant de créer points d'identification avec le peuple. Il s'agit d'un processus rhétorique dont l'homme politique doit rendre compte du *pathos*, de ses attentes, ses désires, ses indignations, et construire son propre *ethos* d'un homme politique préoccupé en construire son image à partir de tous ces dispositifs. La situation au Brésil, d'une façon très curieuse, évoque certaine nécessité d'une analyse. Alors que l'ex-président Lula a du charisme en excès, la présidente Dilma Rousseff, son successeur politique et membre du même parti politique (PT), en manque beaucoup ; elle n'a pas réussi à construire la même image charismatique que son antécédent. Elle manque même, d'ailleurs, d'une image favorable pour l'établissement d'un *ethos* charismatique. Malgré cette différence, Dilma Rousseff a remporté les présidentielles de 2010, beaucoup grâce au support obtenu de l'ex-président Lula comme une sorte de besoin d'urgence charismatique pour la construction de son propre image. Ça nous rend une question : Le charisme, est-il vraiment transmissible? Selon Weber (1995), le charisme est transmissible dans certains cas de pouvoir religieux et magique. Néanmoins, cela n'est pas tout à fait évident dans la politique. Pour essayer de répondre à ces questions et à cette problématique, estimant que c'est dans la matérialité (*logos*) que les images (*ethos*) et l'exploration des émotions (*pathos*) sont exécutées, on fera une petite analyse de quelques morceaux de deux moments d'énonciations politiques, une du président Lula et deux de la présidente Dilma Rousseff, pour vérifier s'il y en a transférabilité du charisme entre les deux acteurs politiques dans la matérialité discursive.

**MOTS-CLÉS :** Charisme. Leader politique. Argumentation. Rhétorique. Analyse du Discours.

### RÉFÉRENCES:

- CHARAUDEAU, Patrick. **La conquête du pouvoir.** *Opinion, persuasion, valeur. Les discours d'une nouvelle donne politique.* Paris : L'harmattan, 2013.
- CHARAUDEAU, Patrick, **Le discours politique.** *Les masques du pouvoir.* Paris, Vuibert, 2005
- DORNA, Alexandre. **Le leader charismatique.** Paris : DDB, 1998.
- MEYER, Michel. **La problématologie.** Paris : PUF, 2010.
- WEBER, Max. **Économie et Société.** Tome 1. Paris : Plon, 1995.