

« Président.e(s) et médiatisation(s) dans les Amériques : 2000-2025 »

Les 6 et 7 novembre 2025

Université Bordeaux Montaigne

MICA (UR 4426) / CLIMAS (EA 4196)

Le terme « président » renvoie, comme l'indique le *Dictionnaire de l'Académie française*, au « titre donné, dans la plupart des États républicains, au chef du pouvoir exécutif ». Avec le retour aux régimes démocratiques, la figure du/de la président.e occupe une place prépondérante dans l'espace pluriel, divers et multiculturel des Amériques, au point que certains spécialistes qualifient les régimes présidentiels latino-américains comme des régimes plutôt présidentielistes (Martin, 2018) inspirés, à l'origine, de la Constitution des États-Unis. Cette prééminence présidentielle prend, bien évidemment, des aspects différents selon les contextes sociopolitiques des pays qui constituent le vaste continent américain.

Au sein des Amériques, comme partout ailleurs, les années 2000 marquent un tournant en matière de communication avec l'avènement d'Internet qui ouvre la voie à des interactions diverses, au-delà des médias traditionnels (presse, télévision et radio), en particulier dans la sphère politique. Ainsi, ces nouveaux médias « jouent un rôle crucial dans le rapport au politique, puisqu'ils offrent aux citoyens, au jour le jour, des contenus politiques, des informations, soumis à leur réception [...] à leur interprétation » (Dolez, p. 66), ainsi qu'à leur reconfiguration. Ils constituent en même temps « un puissant catalyseur de la viralité : les canaux par lesquels l'information circule se multipli[a]nt » (Gautier, Siouffi, 2016, p. 11) à grande vitesse.

Entre progressisme et droitisation, les années 2000 semblent se caractériser par des présidences fortes dans des contextes hautement polarisés. La médiatisation croissante de la communication politique vient légitimer ou décrédibiliser la figure présidentielle qui serait passée d'une sorte de sacralisation institutionnelle à une tentative de destitution symbolique ou physique. En effet, ce premier quart de siècle constitue une période charnière au sein des Amériques caractérisée par une « vague rose » (Dabene, 2012), un essor simultané de forces de gauche dans différents pays du continent, suivie et/ou faisant suite à des bouleversements sociopolitiques qui remettent en question les fondements mêmes du système politique (comme le célèbre « *qu'ils s'en aillent tous!* » de 2001 en Argentine) et médiatique (par exemple « *le peuple n'est pas bête, à bas la Rede Globo* » au Brésil). En renouvelant les pratiques d'information et de participation citoyenne, les modes de mobilisation en faveur d'une cause (#Niunamenos en 2015; #MeToo, #Time's Up en 2017) ou d'un.e candidat.e ont, plus ou moins, quitté la rue pour percer les écrans.

En 2025, la triangulation traditionnellement orientée par l'agenda politique vers le médiatique et la sphère publique semble se jouer désormais entre le/la président.e et l'opinion publique. Ainsi des rapports de proximité ou de mise à distance s'instaurent entre le/la chef de l'État et les électeurs (Nardon, 2019) permettant même aux *outsiders* de remporter des élections (Donald



Trump aux États-Unis ou Javier Milei en Argentine). Ainsi, ce colloque aura pour but de repenser l'interaction entre l'image que le/la président.e souhaite se donner, celle que les médias façonnent sur lui/elle et l'image reconfigurée et diffusée par les internautes (trolls et/ou haters), notre souhait étant de balayer tout le continent américain du Nord au Sud.

Les propositions portant sur les pays du continent américain pourraient s'inscrire dans l'un ou plusieurs de ces axes (liste non exhaustive) :

Axe 1 : L'image présidentielle : le portrait officiel, les caricatures, les mèmes.

Axe 2 : Nommer le/la président.e : sobriquets, identités politiques en interaction (antagonismes et soutiens), question du genre.

Axe 3 : La communication présidentielle : les allocutions, les discours présidentiels, les publications sur réseaux socio-numériques et dans les médias traditionnels.

Axe 4 : Les voyages présidentiels : déplacements en province et à l'étranger, accueil d'homologues étrangers.

Axe 5 : Les élections présidentielles : le programme électoral, la campagne électorale, les débats, la cérémonie d'investiture.

Modalités de contribution :

Les propositions de communications originales en français, espagnol, anglais ou portugais doivent contenir :

- Un titre et un résumé de 500 mots s'inscrivant dans l'un ou plusieurs des 5 axes, avec 5 mots-clés et 5 références bibliographiques maximum.
- Une bio-bibliographie de 10 lignes maximum contenant le nom, le prénom, les coordonnées institutionnelles complètes (fonction, université, laboratoire de rattachement, email), ainsi qu'une liste des trois dernières publications du/de la communiquant.e.

Les propositions devront être envoyées **jusqu'au 15 juillet 2025** aux **deux adresses** suivantes : maria-gabriela.dascalakis@u-bordeaux-montaigne.fr et colloquepresidentsameriques@gmail.com

Le résultat de l'évaluation des propositions sera communiqué **fin juillet 2025**. Le colloque est prévu exclusivement en présentiel.

Les interventions pourront se faire dans les langues précédemment évoquées, mais avec un support en français le jour du colloque.

Une publication à partir d'une sélection des textes est envisagée à l'issue de l'événement, sous forme de dossier thématique dans une revue, sur support imprimé et/ou électronique. Les



informations sur les modalités de soumission des textes seront données ultérieurement aux participant.e.s.

Comité d'organisation :

Maria Gabriela Dascalakis-Labreze (MICA, Université Bordeaux Montaigne)

Anaïs Carrere (CLIMAS, Université Bordeaux Montaigne)

Thais Barbosa de Almeida (MICA, Université Bordeaux Montaigne)

Comité scientifique :

Viviane Albenga (Université de Tours)

Eve Bernier-Rock (Western Carolina University)

Camille Forthoffer (Université Bordeaux Montaigne)

Andrea Cabezas Vargas (Université d'Angers)

Marina Letourneur (Le Mans Université)

María Laura Perassi (Universidad nacional de Córdoba, Argentine)

Ronald Soto-Quirós (Université de Bordeaux/ Université Bordeaux Montaigne)

María Florencia Tálamo (Universidad nacional de Córdoba, Argentine)

Bibliographie indicative :

BARBOSA DE ALMEIDA, Thais, « La polémique dans la parole politique à la télévision : les débats télévisés de second tour des élections présidentielles en France et au Brésil » dans *Discours politiques et médiatiques en Amérique Latine. Retour(s) sur les deux premières décennies du XXI^e siècle*, Paris, L'Harmattan, p. 71-83, 2021.

BARBOSA DE ALMEIDA, Thais, « Estratégias de visibilidade populista nos media on-line: um estudo sobre as declarações polémicas de Jair Bolsonaro na campanha presidencial de 2018 », *Media & jornalismo*, vol. 22 / 40, Centro de Investigação Media e Jornalismo; Faculdade de Ciências Sociais e Humanas/Universidade Nova de Lisboa, p. 283-299, 2022.

CAPDEVILA, Luc, VERGNIOLE DE CHANTAL, François et VINEL, Jean-Christian, « Populismes dans les Amériques », *IdeAs, Vanves*, vol. 14 / 14, Institut des Amériques, 2019.

CARRERE, Anaïs, « Donald Trump et la construction de l'éthos mis en scène en interaction : quand l'effet prime sur les faits », *Cognition, représentation, langage*, Corela, 2024.

CARRERE, Anaïs, « Enjeux des formes nominales et pronominales de la 3 personne dans les débats présidentiels entre Donald Trump et Hillary Clinton », *Langage et société*, vol. 179 / 2, Paris, Maison des sciences de l'homme, 2023.

DABENE Olivier (ed.), 2012, *La gauche en Amérique latine*, Paris, Les Presses de Sciences Po.

DASCALAKIS-LABREZE, Maria Gabriela, « Nommer l'altérité politique argentine », *Mots*, ENS Éditions (Lyon), p. 47-62, 2020.

DASCALAKIS-LABREZE, Maria Gabriela, « Superposición de agendas durante el gobierno de Alfonsín? La construcción de la visita de Mitterrand a la Argentina », in *El historiador y la prensa. Homenaje a José Miguel Delgado*, Éditions Binam, p. 281-304, 2020.

DEREYMEZ, Jean-William, IHL, Olivier et SABATIER, Gérard, *Un cérémonial politique : les voyages officiels des chefs d'Etat*, Paris, L'Harmattan, 1998.

DOLEZ, Charlotte, « Communication politique et campagnes présidentielles », *Revue française de science politique*, vol. 65 / 2, 2015.

DOLEZ, Charlotte, « Anciens » et « nouveaux » médias : Internet a-t-il changé le rapport au politique? », in *Des votes et des voix. De Mitterrand à Hollande*, Paris, Champ social, p. 66-71, 2013.

FONTAINE, Jean-Jacques, *Le Brésil de Jair Bolsonaro : chroniques avril-mai 2019*, Paris (France), L'Harmattan, 2019.

GAUTIER, Antoine et SIOUFFI, Gilles, « Introduction », *Travaux de linguistique (Gand, Belgium)*, vol. 73 / 2, De Boeck Supérieur, p. 7-25, 2016.

GUNTHER, André, « L'image conversationnelle », *Etudes photographiques*, vol. 31, Paris, Société française de photographie, 2014.

MARTIN, Arnaud, *Président et régime présidentiel en Amérique latine*, Paris, L'Harmattan, 2018.

MOIRAND, Sophie, « L'apport de petits corpus à la compréhension des faits d'actualité », *Corpus*, Nice, 2018.

NARDON, Laurence, « Trump, les médias et l'opinion publique », *Questions internationales*, 98(3), 44-49, 2019.

PAVEAU, Marie-Anne, « Le Gif, outil d'iconisation du discours sur Twitter », *Forum Linguistico*, n° 18, 5843-5863, 2021.

PAVEAU, Marie-Anne, « La resignification. Pratiques technodiscursives de répétition subversive sur le web relationnel », *Langage et société*, vol. 2, n°167, p. 111-141, 2019.

PAVEAU, Marie-Anne, *L'analyse du discours numérique : dictionnaire des formes et des pratiques*, Paris, Hermann, 2017.

ROUQUIÉ, Alain, *Le siècle de Perón : essai sur les démocraties hégémoniques*, Paris, Éditions du Seuil, 2016.

WAGENER, Albin, « Mèmes, gifs et communication cognitivo-affective sur Internet », *Communication*, Université Laval, 2020.