

François Hourmant publie un livre sur le tabou du physique en politique. Interview du professeur français

Le pouvoir de la beauté

« TAMARA BONGARD

Ouvrage » Des portraits peints très flatteurs de Louis XIV où n'apparaissait aucune trace de sa petite vérole aux opérations chirurgicales en cascade de Berlusconi lui valant le surnom de «la momie», du charme juvénile du couple Kennedy à la classe des Obama, de la calvitie mal assumée de Jules César camouflée sous une couronne de lauriers à Nicolas Sarkozy s'arrangeant pour toujours rencontrer des ouvriers plus petits que lui: l'apparence a toujours été liée aux gouvernants. Consciemment ou non, elle influence aussi l'électorat. Ainsi quand le votant sent la fausseté de la façade, il devient suspicieux sur le fond. François Hourmant, professeur des universités en science politique, spécialiste d'histoire contemporaine, consacre à ce sujet un livre passionnant. *Pouvoir et beauté, le tabou du physique en politique.* Interview du Français.

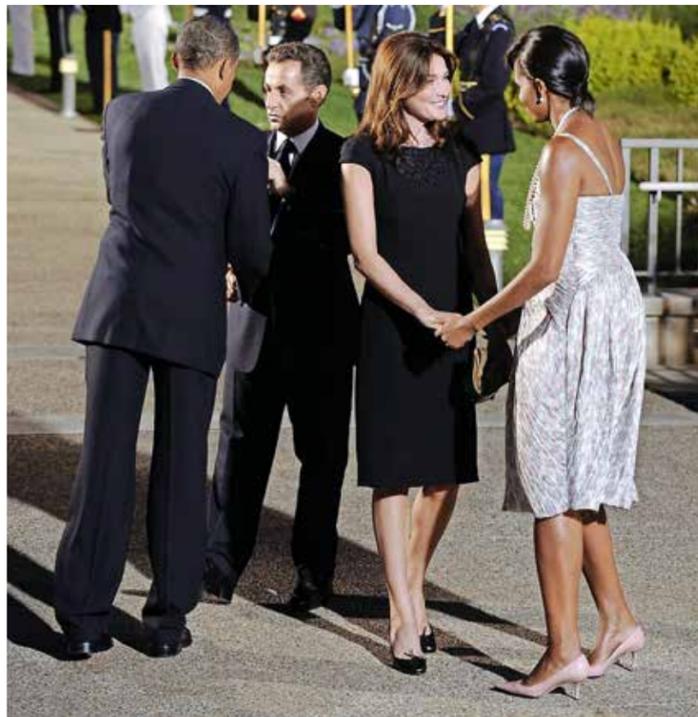
Dans votre livre, vous montrez qu'un lien a toujours existé entre beauté et pouvoir, mais que la situation est passée à la vitesse supérieure en l'an 2000.

Pourquoi?

François Hourmant: C'est en gros la date de l'apparition des réseaux sociaux, qui ont modifié les modalités d'exposition des acteurs politiques. Ces derniers se retrouvent alors à toujours mettre en scène leur image de manière valorisante. En parallèle, nous avons vu se développer des cérémonies dégradantes. Les smartphones vont devenir un instrument à la portée de tous pour saisir ces politiciens dans des situations peu gratifiantes et les relayer sur des réseaux sociaux. Les acteurs politiques veulent jouer le jeu de l'égalisation, à travers le biais éventuellement de filtres esthétiques et, d'un autre côté, les journalistes ou des lecteurs saisissent des séquences qu'ils médiatisent.

Vous liez aussi ce dévoilement des politiques à la volonté récente de transparence...

Deux phénomènes conjoints coexistent. Il y a de plus en plus une personnalisation de la vie politique, un phénomène qui s'est accru depuis les années 80. Auparavant les acteurs politiques étaient davantage des représentants de partis, je pense évidemment, en France, à François Mitterrand, premier secrétaire du Parti socialiste, et à Jacques Chirac, figure du gaullisme. Petit à petit, les politiciens sont devenus des individus symboles, qui se mettent en scène, à travers des storytellings (mises en récit, ndlr) de micronarration portant notamment sur l'exposition de leur personne, sur leur couple, leurs enfants, leurs animaux domestiques parfois... Tout ce qui permet d'humaniser les candidats et de donner une image d'eux plus proche des électeurs, sur le mode de «je suis comme vous». Elle va de pair avec une exigence grandissante de transpa-



Le couple mythique Kennedy (en haut), modèle de nombreux autres couples présidentiels, dont les Sarkozy (ici avec les Obama). Les politiciens tentent aussi d'avoir l'air beaux et sains. A droite, Silvio Berlusconi, adepte de la chirurgie esthétique. Keystone-archives



rence, d'authenticité. On attend des acteurs politiques qu'ils soient sincères, car il y a une certaine défiance à l'égard du personnel politique, en tout cas en France et aux Etats-Unis. Emmanuel Macron a ainsi fait toute sa campagne de 2017 sur le rejet des professionnels de la politique. En s'exposant, on prétend fendre l'armure pour donner à voir ce qui serait une personnalité vraie.

Il y a toutefois une question de dosage: les électeurs veulent des politiques qui leur ressemblent, mais pas totalement, car ils représentent tout de même une institution ou une fonction. Vous citez ainsi la sortie sans cravate de Nicolas



«Ce ne sont pas forcément les plus beaux qui sont élus»

François Hourmant

Sarkozy, alors maire de Neuilly, qui avait très mal passé...

Les politiciens sont pris dans une double injonction, contradictoire: être proches mais avoir une identité séparative, car ils doivent incarner le pouvoir, montrer des qualités supérieures et donc être distants. Il y a quatre grandes qualités attendues des gouvernants: ils doivent faire preuve d'autorité, de compétence ou d'expertise, mais ils doivent aussi jouer la carte de l'empathie et de l'authenticité.

La notion de beauté englobe également l'habillement, la voix, la taille...

En France, lors de la primaire des Républicains, beaucoup de commentateurs disaient que

Michel Barnier avait l'étoffe pour faire le job: il avait la stature. Mais en même temps, il était incapable de s'abaisser, selon lui, à faire un selfie avec un électeur. Il a joué la carte de l'expertise, mais cela n'a pas été suffisant. La question de la beauté est complexe car il y a d'abord la beauté objective, liée à des traits et à la taille, puisque dans l'imaginaire collectif, il y a un lien entre la taille et la grandeur. Au-delà, nous trouvons une forme de beauté plus subjective, associée à la perception des électeurs. L'ancrage partisan peut ici orienter les perceptions. On sera plus enclin à trouver beaux des candidats de notre camp que ceux du camp d'en face.

Le troisième élément, que les travaux de psychologie sociale ont démontré, est que les gens beaux sont souvent crédités de davantage de qualités. Ils sont jugés plus intelligents, plus compétents, plus sociables, plus stables psychologiquement. Il ne faut pas survaloriser le poids de l'apparence: ce ne sont pas forcément les plus beaux qui sont élus, mais c'est tout de même une variable qui n'est pas totalement négligeable, même si elle est souvent inconsciente. Le poids de l'apparence dépend du degré d'information des électeurs. Moins ils sont informés, plus ils sont enclins à se saisir de l'apparence des candidats pour choisir, car cela nécessite du temps et des compétences de se renseigner.

Quelle influence cette obligation de transparence a-t-elle sur le travail des médias?

Dès les années 80, les journaux français ont commencé à s'intéresser davantage aux alliances électorales, aux trahisures, à tout ce qui fait les coulisses de la politique, pour donner un autre regard sur le sujet. On a opéré un glissement en passant d'un intérêt pour les programmes à un intérêt pour les personnes. Et on en arrive à la dernière étape, dans les années 2000, au passage du «jeu de la politique» au «je de la personne». Les portraits commencent presque toujours, en tout cas pour les femmes, par une description physique.

Ils sont également bourrés de clichés, comme ceux de Rachida Dati ou de Manuel Valls, que vous citez.

Aux clichés de genre ou ethniques convoqués par l'apparence, on peut aussi évoquer l'importance des accents provinciaux. En France, ces derniers marquent la coupure Paris-province. La plupart des élites politiques sont passées par les mêmes écoles et ont peu ou pas d'accent. L'accent méridional peut être considéré comme authentique, mais les autres peuvent être discriminants. Des stratégies sont possibles. Certains hommes politiques adoptent des postures et un franc-parler différent selon les circonstances, comme ils ajustent leur vestiaire au rôle.

En parlant de garde-robe, vous montrez que le vêtement est une manière de passer un message. C'est presque un uniforme.

Les hommes politiques ont des vêtements de travail, qui sont ajustés à la fonction. Le cabinet de campagne de Macron en 2017 a communiqué sur ses costumes, par opposition à ceux de François Fillon (des vêtements coûteux offerts par un ami qui ont abouti à un scandale, ndlr). On voit alors comment Macron est devenu arbitre des élégances. Une partie de la Macronie, fidèle, s'est habillée comme lui (il existe même le «bleu Macron», ndlr). Il y a un phénomène de cour autour du président, et les courtisans marquent leur allégeance avec ce costume. »

» François Hourmant, *Pouvoir et beauté, le tabou du physique en politique*, Ed PUF, 304 pp.