LE LOGO DU PARTI POLITIQUE BURKINABÈ *MOUVEMENT DU PEUPLE POUR LE PROGRÈS* : DU LANGAGEÀ L'ACTION[1]

Ibraogo KABORE
Université Joseph Ki-Zerbo, Burkina Faso
Département de Lettres modernes
Spécialité : sciences du langage, sémiotique
ibmboreka@yahoo.fr

Résumé : Le multipartisme est manifeste au Burkina Faso. Cette réalité est attestée par l'existence de plusieurs partis politiques sur l'échiquier politique national. Ces derniers prennent part aux différents scrutins organisés. Ce qui rend de facto les élections concurrentielles. Une telle situation a pour corolaire de rendre chaque parti politique ingénieux en termes de savoir-faire et de savoir-être pour l'atteinte de ses objectifs escomptés : rallier le maximum d'électeurs. La confection des logos, élément d'identité, participe à un tel faire. Cet article tente précisément d'analyser le logo du parti politique Mouvement du Peuple pour le Progrès (MPP). Ce dernier, parti au pouvoir, était en lice pour briguer un second mandat. Cet article cherche, dans une perspective sémio-communicationnelle multidimensionnelle, à cerner l'idéologie politique et le programme de société du parti tels qu'articulés par son logo.

Mots-clés : Pragmatique, sémio-communicationnelle, action, captation

THE LOGO OF THE BURKINABÈ POLITICAL PARTY MOVEMENT OF PEOPLE FOR PROGRESS: FROM LANGUAGE TO ACTION

Abstract: The multiparty system is manifest in Burkina Faso. This reality is evidenced by the existence of several political parties on the national political spectrum. The latter take part in the various organized elections. This makes the elections de facto competitive. Such a situation has the corollary of making each political party ingenious in terms of know-how and interpersonal skills to achieve its expected objectives: rallying as many voters as possible. The making of logos, an element of identity, participates in such a process. This article specifically attempts to analyze the logo of the political party People's Movement for Progress (MPP). The latter, the ruling party, was in the running for a second term. This article seeks, from a multidimensional semio-communicational perspective, to identify the political ideology and the social program of the party as articulated by its logo.

Keywords : Pragmatic, semio-communicational, action, capture

[1] Titre inspiré en partie par le titre de l'ouvrage de Dénis Vernant intitulé : *Introduction à la philosophie contemporaine du langage, du langage à l'action*, Paris, Armand Colin, 2010.

Introduction

Le pluralisme politique *« repose sur l'existence de différents partis politiques, permettant ainsi aux électeurs de bénéficier d'une pluralité de choix »*[2]. Une telle configuration offrant aux électeurs une hétérogénéité de choix pousse a posteriori les candidats aux élections à faire montre d'une certaine ingéniosité dans leur adresse à ceux qu'ils veulent rallier électoralement. Cet esprit inventif des partis politiques se perçoit en partie dans la confection de leurs logos englobant généralement l'idéologie et le programme de société du parti. On le sait, l'idéologie et le programme de société miroités par les candidats, sur le double plan de l'être et du paraître, se veulent praxéologiquement persuasifs à l'endroit des électeurs. Au Burkina Faso, le pluralisme politique a manifestement droit de cité comme l'atteste l'élection présidentielle de 2020. Cette dernière a vu la participation de plusieurs partis politiques dont les principaux[3] ont été le Mouvement du Peuple pour le Progrès (MPP) le parti au pouvoir d'alors, l'Union pour le Progrès et le Changement (UPC) et le Congrès pour la Démocratie et le Progrès (CDP). De toute évidence, plusieurs éléments discriminent ces entités politiques burkinabè y compris leurs logos respectifs. Et, comme nous l'écrivions précédemment, ces derniers, parlant des logos, amalgament en partie les différentes idéologies et les programmes de société de ces partis politiques. Justement, l'objet de cet article est de cerner ces derniers, c'est-à-dire ces idéologies et programmes de société tels qu'ils sont projetés par les logos. Pour la circonstance, nous nous focalisons sur le logo du MPP. Les deux autres partis ci-dessus mentionnés, notamment leurs logos feront l'objet d'études ultérieurement. Le choix ici du logo du MPP tient à un certain nombre de raisons. Dans un premier temps, cela tient au fait que c'est un parti transfuge[4] du CDP. Dans un deuxième temps, bien que transfuge du CDP, le MPP a tout de même, au niveau de son logo, conservé quelques signifiants du logo du CDP. Ce faisant, l'étude du logo du MPP permet sémantiquement d'appréhender en filigrane et/ou partiellement soit-il au passage celui du CDP. Dans un troisième et dernier temps, le logo choisi est manifestement d'une certaine complexité en termes d'éléments plastiques, iconiques et d'agencement osmotique de ces derniers.

Dans l'étude en cours, il s'agit d'appréhender l'idéologie et le programme de société tels qu'articulés par ledit logo. Autrement dit, il s'agit de lire l'idéologie politique et le programme de société du parti par l'entremise de la lucarne de son logo. Dès lors, les questions spécifiques inhérentes à cette préoccupation fondamentale peuvent être les suivantes : la maîtrise de l'eau n'est-elle pas la base du programme de société du MPP ? Dans le contexte d'un pays de l'hinterland ouest-africain comme le Burkina Faso, ce domptage de l'eau n'apparaît-il pas nécessaire pour une agriculture épanouie ? Une agriculture performante sur la base de la maîtrise de l'eau ne conduit-elle pas à la prospérité des populations de base[5]

Théoriquement, ce travail s'inscrit dans l'approche sémio-communicationnelle multidimensionnelle telle que développée par Karine Berthelot-Guiet (2015). Dans cette

[2] https://www.lemondepolitique.fr/cours/droit/droit-constitutionnel/droit-constitutionnel-general/peuple-souverain/pluralisme-politique , site consulté le 21 juin 2022 à 12h23.

[3] https://www.la-croix.com/Monde/Presidentielle-Burkina-Faso-favori-deux-challengers-2020-11-22-1201125911, site consulté le 19 aout 2022 à 12h10 mn.

[5] La population de base est ici synonyme de population rurale vivant essentiellement de l'agriculture qui tient lieu d'activité du secteur primaire. C'est la couche de la population de loin la plus importante numériquement au Burkina Faso à l'instar de la plupart des pays sous-développés.

perspective, le regard sémiotique se déporte vers la prise en compte de la situation de communication où est en jeu aussi bien des signes que des processus, c'est-à-dire les images, les identités, les relations, etc. (Jean Jacques Boutaud, Eliseo, 2017). Au demeurant, la théorie sémio-communicationnelle multidimensionnelle fait table rase de la focalisation sur un modèle fixe d'analyse. Elle prône une articulation non contraignante permettant de graviter autour de l'objet. La plus-value alors escomptée est d'appréhender l'objet dans une certaine envergure faute de l'épuiser (Karine Berthelot-Guiet,2015 :44). L'approche intègre la fluctuation permanente de l'objet d'étude avec un certain objectif :

> [...] pouvoir poser des lignes de force qui donnent leur place aux traits inhérent à la production professionnelle et permet une analyse des discours de la publicité respectueuse de leurs fluctuations, hybridations et métamorphoses intégrant la connaissance du domaine professionnel, de ses impératifs et croyances et l'importance des discours sociaux sur la publicité.
>
> Karine Berthelot-Guiet (2015 :45)

Dans cette perspective, nous convoquons concrètement pour cette étude les aspects théoriques du Groupe μ (Groupe μ, 1992) sur le fait visuel, en l'occurrence, les éléments structurant le signe visuel[6]. La pertinence de ces derniers ici tient au fait que l'objet d'étude occurrent est un logo et donc un visuel, une image, hétérogène, cohabitant avec des signes linguistiques. Ces aspects théoriques seront enrichis de la théorie de la co-construction du sens telle que développée par Karine Berthelot-Guiet (2015). Pour cette dernière approche, l'entité que R. Jakobson a appelée, sur l'axe de la communication, destinataire[7] devient un sujet actif, notamment un co-énonciateur prenant dès lors une part active dans la construction du sens du texte[8] soumis à la lecture. Autrement dit, il s'agit de retenir « de cette approche la notion de jeu entre les co-énonciateurs qui dépasse l'habituelle pensée qui ramène la communication à une sorte de piqûre publicitaire infligée par l'une des parties et subies par l'autre » (Karine Berthelot-Guiet, 2015 :42). Le logo s'adressant au public-électeur rend cette théorie de Karine Berthelot-Guiet pertinente dans son choix et dans sa complémentarité avec celle précédemment décrite. La préoccupation essentielle de ce travail est, en rappel, d'appréhender l'idéologie et le programme de société du MPP tels qu'articulés par son logo. Cette équation sera sous-tendue par les hypothèses suivantes : la maîtrise de l'eau tient lieu de fondement du programme de société du MPP ; cette maîtrise fait office de nécessité pour une agriculture épanouie ; une agriculture performante dans le contexte burkinabè conduit à la prospérité des populations de base. Érigeant ces hypothèses en socle, il s'agit pour nous de partir du perceptif du logo soumis à l'étude, de son offre configurale manifeste pour accéder à sa visée, à son intentionnalité discursive et communicationnelle. Car, comme l'écrit très justement Dénis Vernant (210 :139) : « On ne communique pas pour communiquer, mais pour agir avec (ou contre) l'autre afin de résoudre un problème, une difficulté que pose la situation vécue conjointement ». En menant

[6] Confère les signes iconiques, linguistiques et plastiques.
[7] Ici, destinataire doit être perçu comme la personne ou l'instance passive à laquelle s'adresse le message dans le cadre d'une communication. Dans ce contexte, il est synonyme de récepteur et d'énonciataire.
[8] En sémiotique, il existe des textes verbaux et non verbaux.

une telle étude, nous envisageons contribuer à la connaissance de la logique de fonctionnement et de praxéologie des logos des partis politiques notamment ceux du Burkina.

Le logo du MPP, fait office de corpus de cet article. Nous l'avons recueilli pendant la période de la campagne électorale de l'élection présidentielle de novembre 2020 au Burkina Faso. Ce fut précisément le samedi 05 décembre 2020 à 10 heures 27 minutes dans la ville de Ouagadougou dans un des quartiers généraux du MPP. Le candidat de ce parti était alors en quête d'un second mandat. Le corpus a été recueilli à Ouagadougou pour un certain nombre de raisons. D'une part, nous y habitons et elle foisonnait d'affiches pendant la période électorale de 2020. D'autre part, elle abrite l'essentiel des quartiers généraux des candidats et ils y résident tous. L'architecture du travail est le suivant : d'abord, nous traiterons de la place de vedette accordée manifestement à la gestion de l'eau dans le programme de société du MPP. Ensuite, nous aborderons l'impact positif escompté d'une telle option. Enfin, nous nous focaliserons sur les enjeux politiques de ces stratégies.

I. L'eau : une figure prépondérante dans le logo du MPP

Le logo soumis à notre étude était perceptible sur un certain nombre d'affiches du MPP lors de la campagne électorale de 2020. L'exemplaire que nous étudions figure justement sur l'une de ces affiches électorales. Il y figure en cohabitation et en solidarité sémantique avec des signes linguistiques et plastiques. La présente étude ne fera donc pas l'économie de ces éléments en imbrication avec le logo.

La systématisation figurative du logo du MPP sur l'affiche soumise ici à l'étude est sous-tendue par les composantes structurant généralement le signe visuel, en l'occurrence, le signe iconique, le signe plastique et le signe linguistique. Ils sont en corrélation symbiotique avec un scenario configurale du logo, voire de l'affiche bâti autour de la figure de l'eau. Le scenario visuel de l'affiche se présente comme suit : deux tiges de couleur verte, l'une de maïs et l'autre de mil, nouées par le bas, forme un demi-cercle ouvert par le haut. Dans leur creux se trouve configurée une étendue d'eau manifeste en bleu, aplatie à la surface de sorte à former à son tour

un demi-cercle tourné vers le haut. En arrière-plan de cette surface d'eau, c'est-à-dire dans le lointain, se perçoit un astre, le soleil, émergé aux deux tiers de son volume quasiment, de couleur orange, matérialisant l'aurore. Cette physionomie du soleil levant visible partiellement lui confère la forme d'un demi-cercle renversé à plat donnant ainsi l'apparence que les deux demi-cercles formés respectivement par ce dernier et l'eau sont superposés. La réalité de ce fait aurait permis de former un cercle complet. Ce n'est pas le cas ici car même si le paraître d'une superposition se trouve configuré, il s'observe toutefois que le soleil a une largeur moins prononcée que celle de l'étendue d'eau. Cette dernière, logée dans le creux du demi-cercle formé par les tiges a à son tour la largeur de sa surface inférieure à celle de son contenant qu'est le demi-cercle formé par les deux tiges. Il y a alors comme un scénario d'imbrication progressive, de systématisation des formes et également des aspects chromatiques avec en pivot l'étendue d'eau.

Nous écrivions précédemment qu'à contrario des demi-cercles formés d'une part par le tandem tige de maïs-mil et d'autre part par l'étendue d'eau, celui formé par l'astre-soleil a sa partie manifestement ouverte renversée, c'est-à-dire tournée vers le bas. Une telle perception visuelle a été rendue possible par le fait que l'astre est encore submergé au tiers dans l'arrière-plan de l'étendue d'eau. Au-dessus des épis portés par les deux tiges évoquées et par ricochet au-dessus de l'astre-soleil et de l'étendue d'eau, il y a un lettrage linguistique de couleur verte en forme arc-en-ciel[9], voire en forme concave tournée vers le bas qui chapeaute en l'englobant les deux épis, voire les tiges, l'étendue d'eau que ces dernières englobent et le soleil. En réalité, il est observable dans cette forme d'arc-en-ciel un demi-cercle renversé vers le bas à l'instar de la configuration de l'astre-soleil. Extrêmement au-dessus du signe linguistique évoqué en forme arc-en-ciel, il y a un autre signe linguistique écrit en blanc, horizontalement, sur un fond d'affiche de couleur orange. Si cette partie supérieure de l'affiche abritant le deuxième lettrage linguistique a un fond orange d'est en ouest, matérialisant dès lors une forme rectangulaire, le reste de l'affiche, la grande partie, figure en blanc. Juste au-dessous du nœud des deux tiges contenant l'étendue d'eau, c'est-à-dire dans la partie inférieure de l'affiche, un autre lettrage linguistique, de couleur verte, de lettrage ample, sous forme d'un sigle, se donne à voir : « MPP ». Il se trouve être le sigle du lettrage linguistique en forme arc-en-ciel et fait figure de support aux deux tiges englobant l'étendue d'eau desquelles il est séparé d'un centimètre. Au bas de ce signe linguistique, en lettres minuscules et en couleur noire, s'offre à la vue un dernier signe linguistique à la marge sud de l'affiche : Démocratie- Egalité-Progrès ». Typographiquement, il s'observe que la dénomination du Parti politique et son sigle tendent à englober le compacté constitué des deux tiges, de l'étendue d'eau et du soleil et ce compacté à pour figure centrale l'étendue d'eau.

2. L'intentionnalité de la vedettisation de l'eau

Il apparaît dans la rubrique précédente que les éléments figuratifs du logo teintés de leurs aspects chromatiques font montre d'une systématisation. Cette dernière paraît bâtie autour de la figure de l'eau. Une telle posture centrale de la figure de l'eau, on l'a vu, est obtenue par le fait que les autres figures, composantes du logo, gravitent autour d'elle. Les motifs d'un tel

[9] Le rapprochement de la forme du signe linguistique avec l'arc-en-ciel ne tient pas à la multiplicité des couleurs de l'objet comparant, ici l'arc-en-ciel, mais à sa forme en saillie des deux bouts, sa forme concave vers le bas.

faire sont a priori guidés par le contexte[10] du Burkina Faso. D'une part, ce dernier fait office de pays peu nanti en cours d'eau et où la pluviométrie se fait souvent capricieuse avec notamment une inégale répartition dans le temps et dans l'espace. Cet état de fait est depuis quelques années exacerbé par le changement climatique avec son cortège de poches de sécheresse et d'inondations. D'autre part, le pays des hommes intègres est un pays sous-développé vivant essentiellement de l'agriculture. Autrement dit, la grande majorité de la population vit de l'agriculture. Dès lors, l'eau devient un enjeu crucial pour cette frange importante de la population. Il en découle que la prégnance de la figure de l'eau dans le logo est la matérialisation de cette situation vitale au Burkina Faso. Au demeurant, l'eau est source de vie pour tout être, en l'occurrence, humain. Son absence est synonyme de dégénérescence et/ou de non-vie. Sa rareté crée une situation angoissante qualifiée de détresse hydrique. D'ailleurs deux de ses symbolismes informent éloquemment sur son caractère indispensable : « l'eau germinale et fécondante » et « l'eau diluviale permettant […] la régénération du genre humain ».

D'un point de vue narratif, la germination est le processus permettant de passer de la graine enfuie dans la terre à la plante. C'est donc un processus de (re)naissance et de régénération. Dire, ce faisant, que l'eau est germinale, c'est lui conférer un pouvoir quasi divin. Un tel symbolisme donne à entendre que l'eau est vitale et a un effet nourricier chez l'être, en l'occurrence, l'être humain. Elle le transforme vitalement. Elle confère donc la vie : elle la rend existentielle. L'adjectif « fécondante » émanant du verbe « féconder » matérialise également une métamorphose vitale. Selon le dictionnaire Larousse, féconder a entre autres pour charge sémantique : « Transformer un œuf en embryon, (…) ». Ici nul besoin d'être un pratiquant des sciences dures pour s'apercevoir, et le premier mot de la définition y aide, que le stade de l'embryon est une étape plus avancée que celle de l'œuf, c'est une strate plus évoluée, supérieure à celle de l'œuf. Plus exactement, la métamorphose, l'évolution de l'œuf débouche sur le stade de l'embryon. On le voit, il s'agit du processus de constitution, voire de construction de la vie de l'être, en l'occurrence, humain. Dès lors, dire que l'eau est fécondante, c'est soutenir qu'elle conduit à la vie, elle favorise la vie, elle donne la vie.

Le second symbolisme de l'eau « « l'eau diluviale permettant (…..) la régénération du genre humain » abonde essentiellement dans le même sens notamment par le truchement du lexème régénération. Régénérer a pour quintessence sémantique « renouveler en redonnant les qualités perdues » selon le dictionnaire Larousse. De ce point de vue, l'on pourrait prendre le scénario du bienfait que procure une saison pluvieuse après une saison sèche surtout éprouvante. La saison pluvieuse est synonyme de temps clément, d'humidité régulière pour favoriser la prospérité des semailles et la disponibilité suffisante de la denrée qu'est l'eau, de disponibilité de l'air frais pour le confort physique de l'être humain. On le voit, cela donne le sentiment et la sensation d'une nouvelle naissance, plonge dans une situation euphorique. Ce qui confère au lexème régénération tout son sens. L'aspectualisation qui vient d'être fait de la symbolique de l'eau permet de percevoir sa place indispensable et irremplaçable dans la vie des plantes, des animaux et des êtres humains. En somme, l'eau est vie et donne la vie comme

[10] « S'intéresser à l'affichage, en effet, ce n'est pas seulement passer du "texte" à l'"objet", mais à l'ensemble de la *situation sémiotique* qui permet à l'affiche de fonctionner », Jacques Fontanille, *Pratiques sémiotiques*, Paris, PUF, 2008, 1ère édition, p. 180.

l'atteste le liquide amniotique. Elle relève donc d'un enjeu vital et fait figure de question sensible pour les zones comme le sahel où elle n'est pas généralement débordante.

3. Les enjeux politico-stratégiques du logo

L'appareillage stratégique du logo est bâti autour de la notion de mouvement. Cette dernière sous-tend toute la structuration discursive du logo et est portée symbiotiquement par les signes iconiques et linguistiques de l'affiche. Nous écrivions précédemment que la systématisation iconique de l'affiche était construite autour de la figure de l'eau. Une attention soutenue permet de percevoir que celle-ci figurant en bleu est matérialisée dynamiquement. Elle est parcourue pêle-mêle de formes serpentées, zigzaguées de couleur blanche attestant de la présence et de mouvements constants d'êtres aquatiques dans tous les sens. Ce qui donne à penser à la pisciculture, à l'abondance de poissons. Sa couleur bleu foncé à plus de la moitié notamment vers la surface, parlant de l'étendue d'eau, s'identifie à des qualités spatiales symbolisant l'immensité, caractéristique du ciel et de la mer. En arrière-plan de l'étendue d'eau, le soleil en couleur orangée et émergent est, de ce fait, à son tour, en mouvement. Plus exactement, le mouvement est porté par le processus d'émergence, de lever du soleil : nous l'écrivions, ce dernier a émergé aux deux tiers. Ce qui signifie que son processus d'émergence n'est pas encore achevé et articule dès lors la période matinale appelée l'aurore et non le crépuscule car manifestant un certain éclat qui se répercute sur la surface de l'eau. Sa couleur orangée, symbole du dynamisme, de l'action et de l'optimisme abonde dans le même sens. De même, les deux tiges de couleur verte, englobant l'eau sont quasiment à maturité, matérialisées par des épis de maïs et de mil qu'elles portent respectivement de la gauche vers la droite. Si les tiges portent des épis cela présuppose qu'il y a eu évolution : elles ont évolué du stade de grains enterrés, à l'étape de jeunes pousses en passant par le stade de grains en germination avant de parvenir à maturité attestée par les épis portés. Toute chose qui manifeste une évolution, un mouvement. Le mouvement est euphorique ici du fait des épis à maturité obtenus. Ces derniers, en l'occurrence, le maïs et le mil, on le sait, sont comestibles et tiennent lieu de produits de grande consommation au Burkina Faso notamment dans le monde rural constitutif de la grande majorité de la population burkinabè[11]. Le dynamisme porté par le terme "mouvement" est également perceptible au niveau du lettrage linguistique manifeste sur l'affiche notamment la dénomination du parti politique dont le logo est l'objet de cet article : « Mouvement du Peuple pour le Progrès » en abrégé « MPP ». L'idée de dynamisme est particulièrement portée par les lexèmes "Mouvement" et "Progrès" de la dénomination. Le mot "Progrès" est également présent dans la devise du parti : « Démocratie, Egalité, Progrès » matérialisé au bas de l'affiche. Enfin, le lettrage linguistique « Je vote », situé en haut de l'affiche, est porteur de dynamisme par le verbe d'action « vote » et par la couleur orange symbolisant entre autres l'action, le dynamisme et l'optimisme qu'il a en toile de fond. On le voit, la notion de dynamisme, de mouvement est prégnante dans l'arsenal discursif du logo. Une telle configuration est porteuse d'enjeux politico-stratégiques d'un point de vue pragmatico-perlocutoire (Maingueneau, 2001 : 6-7).

[11] « Le sens des discours n'est pas interprétable en dehors de l'espace socio-culturel qui les produit et les met en circulation », Karine Berthelot-Guiet, *Op. Cit.*, p.39.

En portant à la vue du public, du *« passant-observateur »* (Jacques Fontanille, 2008 : 180) une telle affiche en période électorale, le parti politique Mouvement du Peuple pour le Progrès en abrégé MPP véhicule un certain nombre de messages électoralistes aux électeurs. Le propos est qu'un jour nouveau se lève sur le Burkina Faso porté par le MPP et symbolisé par le soleil levant, l'aurore. Le MPP, s'il est porté au pouvoir, fera de l'agriculture et du développement des ressources halieutiques les piliers, les maillons essentiels du développement du Burkina Faso. Plusieurs retenues d'eau, plus exactement plusieurs barrages seront construits dans le pays. Cela permettra d'une part de renforcer de manière exponentielle l'offre des centres urbains en eau potable et d'autre part de développer les activités agricoles et halieutiques dans toutes les zones rurales du Burkina Faso. En matière agricole, l'accent sera particulièrement mis sur la culture du mil et du maïs afin d'accéder à l'autosuffisance alimentaire ; le tout dans un élan écologique et d'espérance pour notre planète comme l'atteste la figuration des tiges et de la dénomination du parti en vert. Ces deux produits sont certes consommés en ville, mais ils le sont davantage en zones rurales au Burkina Faso avec en vedette le mil. C'est peut-être ce qui justifie la localisation du mil à droite de l'affiche : la droite dans l'imaginaire africain en général et burkinabè en particulier est privilégiée, positive, plus valorisée. Bref, le curseur ici est essentiellement mis sur le développement de l'agriculture et singulièrement sur le mil et le maïs. Le Burkina n'étant pas un pays ultra pluvieux, la construction de nombreux barrages aidera à combler cette faiblesse avec de la culture irriguée et de contre-saison. Ce qui favorisera l'autosuffisance alimentaire où les paysans pourront vendre l'excédent avec à la clé des rentrées de devises. Dès lors, les conditions de vie s'amélioreront pour le bonheur de tous. En ville, la disponibilité d'eau favorisée par les barrages contribuera à minimiser les coupures d'eau. De même, l'abondance des barrages permettra le développement de la pisciculture ainsi que le laisse suggérer çà et là les formes blanches serpentées de l'étendue d'eau. Toute chose qui rime avec alimentation de qualité, le poisson ayant un potentiel nutritif avéré, et de rentrées de devises pour de nombreux foyers ruraux. L'exécution de ce programme ambitieux sera synonyme à coup sûr de prospérité et de progrès pour le bonheur des différentes couches de la population burkinabè, urbaine et rurale. Autrement dit, le système sera forgé de telle sorte qu'il ait une distribution équitable des richesses créées : la devise étant « Démocratie-Égalité-Progrès ». Le choix du régime démocratique répond au fait que le maître-mot sera « égalité » dans la distribution des richesses. La transparence et la sincérité doivent y prévaloir. C'est en cela que la quasi-totalité du fond de l'affiche figue en blanc. Ce qui engendrera indubitablement le progrès social qui fait figure d'obsession pour le MPP : le mot "progrès" est contenu et dans la dénomination du parti et dans sa devise. Il en découle que le discours du logo est interactif : « Dans cette perspective, le discours s'inscrit dans une relation dialogique d'échange coopératif » (Denis Vernant, 2010 : 138).

En configurant une telle ligne discursive, le MPP est dans un faire-faire, « une manipulation étendue, qui repose sur la stratégie » (Jacques Fontanille, 2008 : 181) : le faire-voter. Il pousse les électeurs, toute tendance confondue, à voter pour lui : les citadins et surtout les électeurs du monde rural numériquement plus important. La consigne sur le plan électoral ne souffre donc d'aucune ambiguïté. Pour voir le programme de société ci-dessus décrit se réaliser, il faut absolument voter le MPP : le signe linguistique « Je vote » lisible en haut de l'affiche au premier palier et donc en préambule, prolongé immédiatement au deuxième palier

par le lettrage « Mouvement du Peuple pour le Progrès » l'atteste. Ici, le « Je » éclaté s'assimile à chaque burkinabè en âge de voter. L'usage du logo est donc fondamentalement fait « *à des fins actionnelles* » (Denis Vernant, 2010 : 138). Le signe linguistique « Je vote » est en préambule car la configuration de l'affiche commande une lecture verticale de haut vers le bas de sorte que l'exhortation à voter le MPP précède sur le plan de la lecture le programme de société englobé par le logo.

Conclusion

Somme toute, le logo du MPP est un objet sémiotique complexe. Il est constitué de signes linguistiques, plastiques et iconiques qui tiennent lieu d'éléments structurant sa charge sémantique. Cette hétérogénéité formelle de l'objet d'étude a justifié l'approche sémio-communicationnelle multidimensionnelle ici adoptée. Elle a permis de déceler que la charge sémantique du logo, voire de l'affiche l'englobant est essentiellement bâtie autour de la figure de l'eau et de la notion de mouvement. Il en émane que ces deux éléments, sur le plan de l'être, articulent pragmatiquement un certain programme de société et une certaine idéologie tournée vers l'électorat et ayant pour maître-mots le progrès et la postérité. La conjonction à ces objets de valeur par les électeurs est conditionnée par le vote du Mouvement du Peuple pour le Progrès. Plus exactement, les électeurs, pour se conjoindre à ces objets de valeurs, doivent porter le Mouvement du Peuple pour le Progrès au pouvoir en le votant massivement. Ce faisant, l'électeur devient un sujet actif, notamment un co-énonciateur prenant dès lors une part active dans la construction du sens du texte soumis à la lecture. Il apparaît alors que cette réflexion est partie du perceptif du logo soumis à l'étude pour accéder à sa visée, à son intentionnalité discursive et communicationnelle. Comme l'écrit Jean-Marie Floch[12], l'être des signes est porteur de stratégies.

Références bibliographiques

Berthelot- Guiet, Karine. (2015). *Analyser les discours publicitaires*. Paris : Armand Colin.

Boutaud, Jean Jacques ; Veron, Eliseo. (2007). « La sémiotique ouverte. Itinéraires sémiotiques en communication ». In *Hermès Lavoisier*, site : https://www.researchgate.net/publication/329921390_semiotique_ouverte_-_Introduction

Floch, Jean-Marie. (2002). *Sémiotique, marketing et communication. Sous les signes, les stratégies*. Paris : PUF.

Fontanille, Jacques. (2008). *Pratiques sémiotiques*. Paris : PUF.

Groupe, µ. (1992). *Traité du signe visuel. Pour une rhétorique de l'image*. Paris : Seuil.

Maingueneau, Dominique. (2001). *Pragmatique pour le discours littéraire*. Paris : Nathan, 1ere édition.

[12] Confère le titre de son ouvrage intitulé : *Sémiotique, marketing et communication. Sous les signes, les stratégies*, Paris, PUF, 2002.

Vernant, Denis. (2010). *Introduction à la philosophie contemporaine du langage : du langage à l'action*. Paris : Armand Colin.
https://www.lemondepolitique.fr/cours/droit/droit-constitutionnel/droit-constitutionnel-general/peuple-souverain/pluralisme-politique
https://www.la-croix.com/Monde/Presidentielle-Burkina-Faso-favori-deux-challengers-2020-11-22-1201125911