

Le Football et la rhétorique des médias sportifs télévisuels

Carmen Rial

Département d'Anthropologie

Université Fédérale de Santa Catarina/ Brésil

La télévision reflète et construit des imaginaires sociaux à travers ses images et ses discours et l'on ne saurait nier que ceux-ci, quand ils sont sportifs, se situent parmi les plus regardés dans le monde¹, démontrant par là l'importance de l'alliance football/télévision. Ce à quoi je voudrais réfléchir ici est : *comment* (de quelle manière, au moyen de quelles stratégies narratives) les émissions sportives construisent des imaginaires sociaux quand elles traitent du football et, ensuite, quelles sont les valeurs renforcées par les récits footballistiques ?

Le football : un documentaire

Si nous devons choisir un genre cinématographique dans lequel placer ces émissions sportives, nous pourrions inclure la transmission d'un match de football dans les documentaires (Gauthier, 1995) : les événements sont filmés sans acteurs ou, tout au moins, avec des acteurs qui jouent leur propre rôle, sans script préétabli (on ne connaît pas à l'avance le résultat des actions) et dans un scénario qui n'a pas été construit exprès pour le film. Ce sont ces caractéristiques qui font de la transmission d'un match un documentaire et non une fiction.

1 La Coupe du Monde de football de 2002 a battu le record de réception, dépassant la Coupe de 1998 et devenant l'événement le plus regardé de la planète. Des calculs approximatifs indiquent que plus de 40 milliards de spectateurs ont assisté aux matchs de cette Coupe - il s'agit d'une audience accumulée, évidemment. À cette statistique vertigineuse s'associe le fait que la FIFA (Fédération Internationale de Football, organisme créé en Angleterre à la fin du XIX^{ème} siècle) compte parmi ses affiliés un nombre supérieur à celui des pays intégrants de l'ONU.

Ceci établi, et tout en évitant ici toute la discussion quant aux limites de la dichotomie fiction/documentaire, il nous faut considérer les stratégies rhétoriques spécifiques de ce documentaire en particulier (le plus regardé au monde) qu'est la transmission télévisuelle d'un match de football. Placer la transmission télévisuelle du football dans le genre documentaire ne signifie en aucun cas, comme le mot documentaire² pourrait le laisser supposer, qu'il y ait là une « transposition » du réel à l'écran. L'image (souvenons-nous : image vient de *imitare*, imiter) représente le réel – de façon plus ou moins analogique, mais en suivant toujours un processus de construction où l'image s'éloigne de ce réel représenté, aussi bien dans le documentaire que dans la fiction.

La complexification des dispositifs filmiques employés dans la transmission d'un match de football a suivi l'expansion des médias³. Dès le début des transmissions sportives, on remarque la présence de certains choix narratifs – concernant les prises de vues, l'édition, le vocabulaire et le ton des narrateurs, etc. – mais nous voilà aujourd'hui bien au-delà des modalités de transmission de match de football des débuts de la télévision: pas de caméra fixe posée sur les étages supérieurs des stades, qui transformait le terrain de jeu en échiquier et les joueurs en pions. Nous étions alors bien loin d'une rhétorique émotionnellement démesurée, marquée par la vitesse et le ton du

2 Le mot « documentaire » apparaît pour la première fois dans un texte de publicité de *The Head-Hunters*, film ethnographique réalisé par le photographe nord-américain Edward Curtis. Ce mot est néanmoins devenu célèbre à travers les écrits du cinéaste anglais Grierson. Selon Grierson, le documentaire indiquerait les films d'un type de cinéma pédagogique qui devrait être projeté sur écran dans les écoles, les syndicats et les associations de travailleurs et qui présenterait des histoires à contenu social et politique. Bien que les critiques contre cette notion étroite de documentaire ce soient multipliées, le mot s'est imposé et s'est maintenu même face à la redéfinition de ces significations, étant généralement employé en opposition à film de fiction.

3 D'abord, une précision terminologique. Le terme *média* qui, jusqu'à très récemment, ne figurait pas dans les dictionnaires de Portugais, est généralement employé pour désigner les moyens de communication de masse. Comme dans tout choix conceptuel, l'utilisation de *média* pour *moyens de communication de masse* entraîne des conséquences épistémologiques. L'utilisation de moyens de communications de masse, terme consacré par les travaux des penseurs allemands de l'école de Frankfurt, impliquait nécessairement une prise de position concernant les rapports entre les moyens de communication et le public récepteur qualifié en tant que « masse » - homogène, uniforme, donc, ainsi qu'ignorant, aliéné, manipulable. Le terme *média* se rapporte aux moyens de communication (radio, cinéma, télévision, internet etc) capables d'atteindre un grand nombre d'agents sociaux. Les messages diffusés par les médias constituent un aspect central, à tous points de vue, dans les sociétés complexes contemporaines, mais qui n'a pas attiré l'attention des anthropologues aussi intensément que sa présence sociale. Le livre de Pierre Bourdieu (BOURDIEU, 1996), avec toutes ses limitations indiquées auparavant (RIAL, 1997), fait figure d'exception.

narrateur⁴ et qui rappelle la narration radiophonique. Aujourd'hui, les récits télévisuels de football sont construits par de multiples caméras, plus de 20 pour les matchs importants, placées aux endroits les plus divers : sur des grues derrière les cages, sur des chariots glissant sur des rails sur les côtés du terrain de jeu, à l'intérieur des cages, etc.

Ajoutons à ceci l'emploi d'autres ressources du langage cinématographique, développées au cours des 100 dernières années : l'emploi de différents plans (très large, large, d'ensemble, plan pied, plan américain, plan de taille, plan de poitrine, gros plan, très gros plan), l'emploi de ressources de montage (le ralenti, la répétition de séquences, les plans inversés, les superpositions d'images), et l'emploi des ressources de l'informatique, qui permettent de mesurer la position des joueurs et de calculer leur vitesse, ou la vitesse du ballon, à des moments cruciaux du jeu. Ajoutons aussi une construction de personnages sophistiquée, réalisée au moyen de prises de vue, non seulement des prouesses des joueurs sur le terrain mais, surtout, des réactions des différents acteurs – les entraîneurs, les dirigeants, les supporters – analysées par les narrateurs/commentateurs. Nous ne sommes donc nullement surpris par la déclaration d'un des producteurs d'émissions de football, qui déclare prévoir la couverture d'un match comme s'il s'agissait d'un film de fiction, choisissant les personnages principaux et secondaires et les moments de plus grande ou moindre dramaticité avant le début du match. Le monteur, pour construire le récit visuel avec des angles et des distances de caméra, s'inspirait de John Ford pour les plans très larges et de Leni Riefensthal pour les plans les plus proches...

Les dispositifs cinématographiques, lors d'une transmission sportive télévisée dans les années 60 (caméra haute, fixe, encadrant toute la pelouse), offraient aux lecteurs (les spectateurs télévisuels) une vision d'ensemble des personnages (le terrain de jeu, les joueurs et donc la tactique employée par les équipes). De nos jours, la caméra s'approche de plus en plus, elle se libère du terrain de jeu pour filmer le visage et des parties du corps des joueurs, leurs gestes et leurs réactions émotionnelles, ainsi que les supporters, le lien entre le vestiaire et le terrain, les bancs des réserves, etc, en cherchant de plus en plus de détails. Ce rapprochement de la caméra, ainsi que la priorité

4 *Narrateur*, terme émiqque, est utilisé comme synonyme de *speaker* (ou *présentateur*). Cette classification correspond à celle de la linguistique selon laquelle « le processus narratif possède trois protagonistes au moins : le personnage (il), le narrateur (je) et le lecteur (tu) ; ou encore : celui dont on parle, celui qui parle, celui à qui on parle. » Ducrot et Todorov 1972 :412)

donnée aux plans pied ou gros plans – qui ont été, si ce n'est introduits, tout au moins consacrés par le cinéma de fiction nord-américain - a eu comme conséquence un renforcement émotionnel du récit. Nous pourrions conclure que le récit des années 60 pensait le jeu, tandis que le récit actuel le sent - mais cette proposition nous amènerait à négliger l'émotion transmise par la voix des narrateurs indiquée plus haut.

Le narrateur lit le jeu et l'interprète selon un certain point de vue, et par là même conduit l'interprétation du spectateur. Au Brésil, les transmissions télévisées ont d'abord adopté le modèle radiophonique, avec un narrateur qui transmet des messages linguistiques à une vitesse qui change selon l'emplacement du ballon sur le terrain de jeu : plus il s'approche des surfaces, plus il y a de vitesse et de hauteur dans la narration, pour atteindre le summum et se transformer en un cri à pleins poumons au moment du but. C'est une chanson : nous voilà face à un récit analogique où, comme les tam-tam africains, la vitesse et la hauteur de la voix éclairent l'auditeur quant à ce qui se passe sur le terrain de jeu autant ou plus que les mots. L'émotion des narrateurs – qui semble plus forte quand le récit est dit vite et en hauteur – avertit alors les auditeurs quant à de possibles dangers, c'est-à-dire, les occasions de but⁵.

Parce que la caméra s'est rapprochée, la voix a pu s'éloigner et prendre ainsi un ton moins émotionnel. Le narrateur s'est donc ainsi libéré de la description détaillée des mouvements du match - pas même la désignation du nom du joueur en possession du ballon n'est obligatoire aujourd'hui. Les rapports entre le narrateur et l'univers représenté changent : cela ne veut pas dire que la narration est passée d'un récit objectif à un récit plus subjectif (Tomachevski, 1965) car, avant, la subjectivité était également présente. Elle s'est tout simplement détachée des événements, de leur aspect descriptif - c'est maintenant au spectateur de voir pour ensuite analyser - et ce faisant, diriger ce que voit le spectateur. Le récit des narrateurs (message linguistique) sert alors à l'ancrage des images (message iconique), de la façon dont l'a indiqué Barthes : il sert à diminuer le nombre de significations possibles.

5 Le commentateur, qui restait et reste à côté du narrateur dans les salles réservées aux journalistes en haut des stades, ne suit pas prioritairement le ballon de jeu, mais plutôt la disposition tactique des équipes et intervient pour analyser quand l'action sur le terrain n'offre pas de danger immédiat de but. Avec le temps, d'autres journalistes (les reporters) sont survenus et, pendant le match, ils sont placés préférentiellement à proximité des buts afin de commenter de près les mouvements dangereux. Il y a aussi, lors des matchs importants, un commentateur de l'arbitrage.

Football et Rituel

Le match de football, comme un rituel (Turner 1990), présente des séquences prédéterminées, donc prévisibles dans leur configuration générale. Mais, au contraire des rituels, dans le football la fin est toujours imprévisible. Les innovations technologiques, surtout celle des petits appareils-photo numériques, faciles à transporter, permettent que de nouvelles séquences de ce cérémonial soient enregistrées. Aujourd'hui, la transmission d'un match de football important ne commence pas au moment où les équipes se trouvent sur le terrain, et le ballon au centre de la pelouse, comme auparavant. Tout est dessiné à l'avance, étant donné que certaines séquences du cérémonial se répètent à chaque transmission : l'arrivée au stade du car transportant les équipes, le rassemblement des joueurs dans le tunnel d'accès à la pelouse (qui peut fournir des scènes mémorables, comme le long regard de Roberto Bagio à Romário avant la finale de la Coupe du Monde de 94), l'entrée des joueurs sur le terrain, le moment des hymnes nationaux, le tirage au sort pour le choix du terrain ou du ballon par les capitaines d'équipe, les petites actions de caractère magique (Mauss, 1974) avant le début du match et, une fois le match commencé, les réactions des joueurs protagonistes des scènes décisives.

Remarquons qu'il y a actuellement une tendance à ajouter de plus en plus de séquences obligatoires, de façon à élargir la visibilité du spectateur sur l'évènement. Le vestiaire reste encore l'un des rares lieux invisibles aux omniprésentes caméras. Là, si le fonctionnement des caméras n'est pas totalement interdit, comme dans certains lieux rituels sacrés, il est tout au moins rarement permis⁶. Néanmoins, l'intérêt pour les espaces hors terrain indique que, dans un proche avenir le vestiaire cessera à son tour d'être un lieu secret.

Ces séquences filmées, à force d'être répétées s'incorporent au répertoire de la transmission et, grâce à la puissance émotionnelle qu'elles apportent, finissent par avoir un caractère quasiment obligatoire. Elles compliquent le récit télévisé imagétique (message iconique) par la multiplication des informations, tout en augmentant la visibilité des personnages qui y participent et, par ce fait, contribuent, décidément, à ériger en icônes les protagonistes centraux du spectacle, au moyen de procédures que nous essayerons, au

6 *Les yeux dans les bleus*, le documentaire de Stéphane Meunier, qui a accompagné l'équipe de France dans sa trajectoire vers le titre pendant la Coupe du Monde de 1998, est un exemple de visibilisation des étapes du cérémonial autrefois interdites aux images, telles que les propos de l'entraîneur aux joueurs avant le match.

moins en partie, de décrire ci-après. Dans certains cas, comme pour Ronaldo et Beckman, au football ; pour Agassi et Sampras, au tennis ; pour Tiger Woods, au golf, ces icônes iront dorénavant peupler l'imagination des gens à travers le monde.

Il y a un langage qui s'établit grâce à l'union des plans réalisée de manière prévisible. Si, dans un sitcom ou dans un feuilleton, on s'attend à ce que la panoramique verticale d'un bâtiment soit suivie par le plan d'un appartement à l'intérieur de l'immeuble, on s'attend aussi, aujourd'hui, à ce que le plan d'ensemble d'un tir à but soit suivi par le plan pied et plan américain du joueur qui a exécuté le tir et que ce plan soit répété d'après des angles différents (voire opposés), des distances différentes, des vitesses différentes. Si du tir aux buts vient un but, la réaction de l'entraîneur sera également obligatoire – d'après le rôle de chef d'équipe que la télévision semble lui attribuer. (En fait, la grande nouveauté de ces dernières années est bien l'introduction des entraîneurs comme protagonistes du rituel footballistique, à travers l'accompagnement de leurs réactions sur le banc des remplaçants et à la surface qui leur est réservée sur le bord du terrain. L'entraîneur de football a, pendant les retransmissions, la fonction de donner corps à la figure du supporter principal, celui qui souffre et qui s'excite, tout en gardant le pouvoir de modifier le déroulement du match selon ses choix. Hissé à la condition d'acteur principal, l'entraîneur (tout comme les joueurs) assume alors le rôle de metteur en scène de soi-même, créant ou accentuant sa gestualité, montrant qu'il travaille et qu'il est lui aussi important pour le déroulement du match grâce à ses instructions transmises aux joueurs avec force cris et mimiques. S'il était autrefois invisible aux caméras, elles le cherchent maintenant à chaque occasion de but et, à force d'être vus sur les écrans, plusieurs entraîneurs finissent par bâtir un personnage aux réactions prévisibles: il y a les expansifs, les timides, il y a les élégants qui portent costume et cravate, mais aussi les sportifs⁷. Le témoignage d'anciens joueurs les dément néanmoins, montrant que les joueurs parviennent rarement à entendre les cris de l'entraîneur sur le terrain. Le récit télévisuel peut également présenter de petites variations, comme la réaction plus vive d'un des gardiens de but ou celle d'un supporter dans les tribunes du stade.

7 Au Brésil, la façon de s'habiller de l'entraîneur Vanderlei Luxemburgo a suscité de vives polémiques en raison de son penchant pour le costume-cravate qui imite ses collègues européens.

Il y a du plaisir dans la répétition, comme la psychanalyse (Freud 1987) et la philosophie l'ont déjà indiqué - et la répétition est devenue l'une des clés des retransmissions de matchs de football. A force de répétition, la rareté même du but, moment cathartique majeur du football, est dépassée - les buts sont retransmis pendant les temps « morts » de la transmission, pendant les arrêts de jeu. Encore une nouveauté des récits télévisuels des dernières décennies, la répétition fait revivre ce qui faisait déjà partie du passé. Ce retour dans le temps se produit dans certaines conditions.

En fait, les médias télévisés sont liés au sport d'une manière si intrinsèque qu'ils induisent le remplacement du corps présent, dans les stades - et les stades de football rétrécissent, diminuent leur capacité d'accueil de spectateurs, en même temps que leur audience se multiplie grâce à la télévision. Les sports ont renoncé à l'espace - mais pas au temps. Les supporters acceptent l'éloignement de l'événement en soi, renoncent à l'espace en acceptant de regarder le match via la médiation télévisée. Mais ils ne renoncent pas au temps réel. Les spectateurs de sports exigent que les événements soient toujours en direct (on dit *ao vivo* (sur le vif) en portugais où la force de cette métaphore est plus saisissante). Un match de football, de tennis, etc, ne semble avoir de sens et d'attrait pour les spectateurs que s'il est retransmis en direct, *ao vivo*. Autrement, il est mort. Il y a toute une séduction dans ce temps présent immédiat, le temps de l'événement, qui à part ça n'existe que dans de rares événements. L'événement *ao vivo* est le seul qui compte, car là le supporter garde son rôle et son identité. Ce qui est, encore une fois, plus évident en portugais : comment dire correctement supporter, *torcedor* (tordeur) en portugais, sachant que l'origine du mot vient de l'habitude qu'avaient autrefois les femmes de tordre les mouchoirs qu'elles apportaient aux stades, puisqu'il n'y a aucune raison pour tordre un mouchoir, le résultat étant connu d'avance ?

Si le récit télévisuel revit les moments d'émotion les plus denses pendant les temps morts, cette répétition n'est pas vécue comme une simple reproduction. La reproduction différée dans le temps, est bien, elle, le contraire du direct et n'intéresse pas le spectateur de sport puisqu'elle n'a pas d'*aura* (Benjamin 1975). La télé doit garder le *hic et nunc* du spectacle, elle doit transmettre simultanément.

Le temps est manipulé de façon différente par les médias actuels. La télévision a la faculté de reformater d'anciens récits au moyen d'ajustements, d'une nouvelle édition sonore et visuelle, en créant ainsi un récit qui

correspond au langage des générations actuelles. Et ceci est fait en permanence avec le football et, notamment, les grands spectacles – y compris la Coupe du Monde – dont les moments les plus passionnants sont reproduits plusieurs années durant. (Le but de Pelé à la finale du Mondial de 1958 en Suède est connu des jeunes qui ne sont nés que bien des années plus tard).

La télévision nous a fait maîtriser l'espace à travers la multiplication des chaînes (nous pouvons actuellement voyager du Japon en Allemagne, de France en Angleterre en zappant sur les chaînes câblées) et se prépare maintenant à nous faire maîtriser le temps (au moyen d'émissions qui nous ramènent à des années précises, car il y a déjà des chaînes qui ont choisi le passé comme terrain : celles qui ne transmettent que des films anciens – comme Ciné Classic – et celles dont la grille des programmes est centrée sur la répétition : la répétition quotidienne du journal télévisé d'il y a 30 ans) ce qui veut dire que bientôt nous aurons probablement des chaînes qui répètent la programmation d'une certaine décennie (les années 1950, 60, 70 et ainsi de suite). Nous pourrions choisir l'année où nous aimerions nous trouver, exactement comme nous choisissons le pays. Le plaisir procuré par la répétition semble désormais accompli.

L'omniprésence de la caméra fait illusion : ce qu'elle ne montre pas n'existe pas. Le coup de coude de Junior Bahiano pendant la Coupe de 1998, qui a eu comme conséquence un penalty et un but contre le Brésil, a été vu pendant trois jours comme une grave erreur d'arbitrage - les angles captés par les caméras de la télévision cachaient le geste transgresseur. Il a fallu attendre les images tournées par une seule petite chaîne de télé pour que les critiques, d'abord unanimes, cessent enfin de massacrer l'arbitre.

Moyen d'accéder à la vérité, les images ont aussi le pouvoir d'établir des vérités au-dessus et au-delà du terrain de jeu. C'est comme si elles corroboraient la prévision d'hyperréalité formulée par Baudrillard : si l'image est devenue plus réelle que le réel (Baudrillard 1986) : la farce opportune de Rivaldo a condamné à jamais l'arbitre du match Brésil x Turquie - et a condamné ensuite Rivaldo lui-même, qui a reçu un avertissement de la FIFA, non pas pour ce que l'arbitre a écrit dans son rapport du match, mais pour les images analysées par le tribunal. C'est peut-être ce qui explique la précaution encore en vigueur (jusqu'à quand ?) qui évite que les grands écrans dans les stades (oui, les stades eux-mêmes ne renoncent pas aux images aujourd'hui!) redifussent des gestes sportifs controversés ou mal arbitrés. Jusqu'à il n'y a pas

si longtemps, il existait une censure encore plus stricte à Roland Garros : la prise d'image de la balle auprès des lignes, avec un plan de détail dévoilant si la balle était sortie ou pas, était interdite.

Il y a par ailleurs des non-images qui sont devenues célèbres : le coup de coude de Pelé à un joueur uruguayen en 1970, qui a inhabituellement résulté en faute pour le Brésil, n'a été montré à la télé que des années plus tard, grâce à la caméra d'un cinégraphiste, puisqu'à l'époque la télévision ne possédait pas de caméras glissantes sur les travellings aux bords du terrain – encore une preuve de la maîtrise qu'avait Pelé des médias et de l'arbitrage : il aurait difficilement commis l'infraction s'il avait su qu'il était filmé.

De nouveaux icônes planétaires

Ainsi qu'en d'autres récits - cinématographiques, théâtraux - nous avons, au football, de bons et de mauvais acteurs. Le rapport avec le sport n'est pas toujours direct, c'est-à-dire, la bonne performance sportive ne correspond pas forcément à la bonne performance télévisuelle, quoique les bons sportifs aient plus souvent l'occasion de prouver qu'ils sont aussi de bons acteurs, grâce au nombre de fois où ils sont montrés en scène, leurs dribbles et buts étant inlassablement répétés. Les meilleurs acteurs ne sont pas toujours les meilleurs joueurs : la scène que l'on aurait crue tirée d'un vaudeville brésilienne que fut la persécution perpétrée par cinq Turcs contre Denilson au point de corner restera dans notre mémoire. Une scène drôle qui a provoqué des éclats de rire dans tout le pays et a soulagé la tension de ce moment décisif du match de demi-finale. Denilson est un grand acteur. Entre-temps, dans la surface de réparation, un joueur brésilien, en position de marquer un but, était oublié, attendant stupéfait la passe du ballon qui ne s'est pas produite. La scène du *comédien* Denilson est entrée dans l'histoire, la force de ses répétitions compensant largement l'erreur (de ne pas avoir effectué la passe) du sportif. Un bon acteur n'est pas toujours un joueur efficace : Juninho Paulista, qui monte ballon au pied pendant 20 mètres, donnant ainsi le temps à l'éditeur d'images de lui assurer différents plans, de montrer le visage qui sera enregistré dans notre mémoire, est peut-être moins efficace du point de vue footballistique que Gilberto Silva ou Kléberson, qui passent rapidement le ballon et préfèrent, entre le dribble ou la passe, l'efficacité de cette dernière, malgré leur court moment à la télévision et dans notre mémoire.

Certains joueurs savent manipuler les médias, ils apprennent à savoir quand ils sont ou pas filmés, ils réagissent devant la caméra, ils dialoguent avec elle et, à travers elle, avec des milliers, des millions, des milliards de spectateurs. Pelé, on le sait, était maître en la matière, bien qu'il n'ait connu que le début de l'insertion des médias télévisés dans le football : il était capable d'insulter un arbitre et ses ascendants jusqu'à la troisième génération tout en gardant les mains en arrière et la tête baissée de façon à ce que le stade (et les spectateurs) croient exactement le contraire de ce qui se passait sur le terrain de jeu... Le geste de Pelé après ses buts⁸, si indissociablement lié au joueur, est devenu l'une de ses signatures – de même que les bras ouverts de Romário ou le baiser de Raul à son alliance. Ainsi, ils s'inventent tous des variations pour la célébration des buts, moment où l'on s'attend à ce que la caméra suive le buteur dans son émotion. La célébration de buts est le moment par excellence de la construction de leur image. C'est aussi un moment de recherche d'individualisation. Si, autrefois, les joueurs fêtaient généralement leurs buts avec leurs compagnons d'équipe, nous les voyons actuellement chercher quelques précieuses secondes d'isolement, n'acceptant qu'après coup la présence d'autres joueurs.

Cette recherche d'individualisation s'est bien exprimée dans ce geste d'enlever les maillots pour laisser voir, imprimés sur un autre t-shirt, des messages personnels. En se déshabillant de leurs maillots officiels, les joueurs affirment d'autres fidélités que celle due au club et aux entreprises qui les parrainent : ils affirment leur fidélité à leur famille, à leur religion, à des causes morales. Les messages sur les t-shirts renvoient à la famille par des photos d'enfants (de leurs enfants, suppose-t-on), dédicaces de buts («bon anniversaire, papa») ; quelquefois ils présentent un caractère politico-moral («non aux drogues», «non à la violence» etc) et, au Brésil surtout, renvoient à la religion - les messages sur les t-shirts se sont répandus rapidement parmi les joueurs religieux (surtout parmi les «Athlètes du Christ» et autres groupes évangéliques) en tant que manière efficace de témoigner leur foi.

Quelques gestes sont devenus des symboles mondialement reconnus et sont répétés par d'autres joueurs, comme s'ils faisaient partie d'un code universel capables d'envoyer un message facilement décrypté : Bebeto, qui

8 Ce geste est survenu par hasard. Pelé avait un bras blessé et il a donc fêté un but en levant l'autre seulement.

célèbre son fils nouveau-né en équilibrant les bras comme s'il le berçait pendant la Coupe de 94. Certains joueurs savent que la caméra sera avec eux à d'autres moments que celui du but et de l'après but. Ils savent qu'ils ont droit à un gros plan du visage pendant les penaltys, moment de grande dramatisation dont la mise en scène fait penser aux duels inventés par les westerns. Ils savent qu'ils auront invariablement droit à des premiers plans après des mouvements dangereux – et Romário se maintiendra serein et se signera, bénissant le corps tandis que le stade hurle face à un but manqué. Certains joueurs semblent avoir une maîtrise encore plus grande des médias télévisés ; ils semblent avoir conscience de gagner un premier plan sur les touches - et exploiteront cet instant, en retenant le ballon quelques secondes. En somme, les bons acteurs savent garder suffisamment le ballon au pied pour que l'éditeur puisse passer du plan d'ensemble au premier plan sans nuire à l'action, à fin de montrer également l'émotion du joueur qui cesse ainsi d'être le pion de l'échiquier des premières retransmissions pour obtenir plus d'individualité et se détacher du groupe. Ces joueurs-là, pour peu qu'ils sachent allier la maîtrise de la caméra à la bonne performance sportive, s'érigeront imaginativement en tant qu'icônes. Et puisqu'il s'agit d'une audience formidable, ils s'érigeront en tant qu'icônes planétaires, en tant qu'héros.

En tant qu'icônes, leur apparence, leurs goûts et attitudes seront admirés et imités par les supporters. La question qui se pose est de savoir quelles qualités ont été imaginativement associées à ces joueurs.

Nationalité, Religion et Masculinité

Les récits que les médias sportifs construisent – et pas seulement dans le cas du football - renvoient très souvent au nationalisme, ainsi qu'à une masculinité que j'appellerai *agressive* plutôt qu'*hégémonique* (Connel, 1990) car je me demande si ce qualificatif est toujours majoritaire actuellement. Restons-en un peu aux deux connotations de l'image sportive. La Coupe du Monde, tout comme les Jeux olympiques, est un spectacle de choc entre nations, peut-être l'une des dernières grandes confrontations nationales car, avec la mondialisation, le sport se présente de plus en plus avec des caractéristiques globales. (La Formule 1 apparaît comme en étant l'exemple paradigmatique : un pilote allemand, qui a comme compagnon d'équipe un Brésilien, court dans une équipe italienne dont le directeur sportif est un Français, le concepteur de la

voiture est un Anglais et les mécaniciens sont de diverses nationalités, dans une voiture avec moteur japonais et pneus nord-américains. Il n'est donc pas surprenant que la nationalité soit placée au coeur du spectacle. Il s'agit d'un événement où le discours télévisuel cherche à connoter le national et la « brasilinité » à travers un répertoire de signes d'identité nationale comprenant couleurs, drapeaux, paysages et chansons, et laissant une place significative (parce que rare) aux noirs et aux mulâtres dans leurs spots (Rial 1994 et 2000).

Les choses ne se sont pas passées autrement lors de cette Coupe. La valeur « nation » a été centrale avant, pendant et après la Coupe grâce à la présence des éléments mentionnés ci-dessus, mais aussi à la présence plus directe des hymnes, des drapeaux et des apparitions de politiciens aux côtés des joueurs. Des joueurs partageant la scène avec le président de la République du Brésil ou de France est une image qui renvoie indiscutablement à la valeur « nationalité ». Elle est si répandue, dans différents sports, dans différents pays, qu'elle est devenue un trope télévisuel post-compétition⁹.

Plus que de signaler la présence, à cette Coupe du Monde et dans les célébrations au Brésil, de la valeur *nationalité* dans les images, il est important de s'interroger sur les particularités de la connotation que cette image de nationalité transmet à tout moment. La nationalité construite par les joueurs et par le discours des médias brésiliens, surtout dans les cérémonies de célébration du *penta-championnat*, n'était ni guerrière ni solennelle. Elle était décontractée, joyeuse, d'une heureuse euphorie; plus gaillarde que militaire – les catégories célébrées par Da Matta dans ses travaux sur l'identité nationale au Brésil. Bien que dans plusieurs pays les joueurs aient été placés à côté des présidents recevant des médailles, je ne connais pas de démonstrations telles que celles qui se sont produites à Brasília¹⁰. À commencer par la musique. Au lieu des hymnes, de simples *pagodes* ont animé la parade des intégrants de l'équipe championne dans les rues de Brasília, de Rio de Janeiro et de São Paulo. Selon les joueurs eux-mêmes, la musique qui les a motivés à la conquête du *penta-championnat* était une chanson de Zeca Pagodinho qui parle du destin

9 Lors de la dernière Coupe du Monde, les Allemands, vice-champions mondiaux de football, ont été reçus par le président dans un décor de drapeaux jaune, rouge et noir ; de même pour les Turcs et les Coréens.

10 Entre autres événements, Ronaldo a fait semblant d'avoir été piqué par le président au moment où celui-ci fixait la médaille à son maillot ; d'autres joueurs riaient entre eux et touchaient le président, mais quand celui-ci se retournait ils feignaient n'avoir rien fait ; un joueur a descendu la rampe du Palais présidentiel en faisant des bonds, comme s'il fêtait un but sur une pelouse imaginaire.

(« laisse la vie me mener »), de Dieu et de l'amour. Nous sommes loin ici de l'union quasi fasciste proclamée par les « Quatre-vingt-dix millions en action », loin du slogan « avanti Brésil » de la dictature de Médici et loin aussi de la naïve supériorité nationale de 1958 avec « la Coupe du monde est à nous, les Brésiliens, personne ne peut les dépasser. Allez, allez, l'escadron d'or ! ». Cependant, malgré l'évocation militaire et la guerre, la chanson associait déjà la victoire à la fête, comme on peut l'observer dans la séquence « Il est fort dans la samba, il est fort avec le cuir du ballon ».

La télé a indiscutablement renforcé la valeur « nation » en montrant avec insistance des drapeaux brésiliens, symbole majeur de la nationalité, portés par les joueurs après la fin du match Brésil x Allemagne et ensuite pendant les célébrations au Brésil. Mais il est important de signaler que, là encore, la valeur « nation » a été réalisée de manière *malandra* (*rusée*) et que quelques joueurs se sont « vêtus » d'un drapeau national, ainsi que de jupes, tout de suite après la fin du match. Ce geste nous mène à une seconde connotation des victoires de la Coupe du Monde de football : outre la nationalité, c'est la valeur « masculinité » qui est en scène. Le football demeure, sans aucun doute, un événement majoritairement masculin, dont les principaux agents participants sont des hommes – les joueurs, l'arbitre, les entraîneurs, les journalistes¹¹ et même les spectateurs dans les stades, quoique la présence des femmes soit de plus en plus fréquente – le pourcentage de participation de femmes a énormément augmenté, comme la Coupe de 1998 l'a bien montré pour la France. Cette même Coupe a aidé les femmes iraniennes à conquérir l'espace public par la transgression des lois du pays lors des célébrations des victoires de l'équipe nationale. Avant cela, la Coupe de 1994 avait déjà montré au monde qu'aux États-Unis le football était davantage pratiqué par les femmes. La Coupe de 2002, outre le fait de corroborer la présence des femmes dans les tribunes, surtout en Corée et dans les rues devant des écrans gigantesques, a indiqué également l'augmentation significative des femmes dans les médias sportifs. Au Brésil, comme dans la plupart des pays, elles sont minorité dans les médias, formés par des journalistes hommes, mais il faut bien remarquer la présence de Fátima Bernardes, présentatrice du télé journal de vingt heures, en tant que reporter au Japon et en Corée, et de Laís, de Sport

11 Pour se faire une idée de la prééminence masculine, à la Coupe de 1998 il n'y avait qu'une femme qui travaillait comme *cameraperson* sur la pelouse, la française Christine Fayot qui a filmé les matchs pour les écrans équipés du format 15/9^{ème}.

TV, ainsi que le fait que l'ESPN/Brésil a confié à Soninha la direction de beaucoup de ses émissions sportives.

Comme nous le savons déjà, les différents sports construisent différentes masculinités : la masculinité présente dans le rugby n'est pas la même que celle du judo. Et cette Coupe du Monde a bien montré, d'autre part, que la masculinité exhibée par les icônes que les médias ont aidé à ériger est loin d'être une masculinité agressive. Nous avons vu des joueurs coquets, inquiets de leur aspect physique, portant des tenues et des coiffures soignées qui, jusqu'à récemment, étaient inimaginables pour un homme. Et cela dans le peu d'espace corporel qui leur est permis de contrôler, puisque les joueurs sont maintenant obligés, par la force des parrainages, de porter leur uniforme à tous les moments de contact avec les médias, même hors terrain. Tout geste plus individuel, comme celui d'exhiber son torse nu après un but en soulevant le maillot – maillot qui égale chaque joueur aux autres en les soumettant tous aux couleurs des clubs et aux enseignes des sociétés de parrainage – a été interdit par la FIFA. Il ne reste alors pour l'expression individuelle de la tête, du visage et des cheveux. Avec cet espace restreint, ils en ont déjà fait pas mal : le masque d'un joueur japonais, qui évoque des personnages de dessin animé, les innombrables parures de tête, des coupes de cheveux, des coiffures et des teintures. Les médias ont montré des joueurs qui s'éloignaient du *look* plus viril des têtes rasées – une mode inventée par des internationaux de l'équipe de volley des États-Unis qui protestaient ainsi contre une décision d'arbitrage lors d'un match précédent. Les joueurs, en 2002, ont choisi plutôt une élégance infantile (le toupet de Ronaldo), ou caricaturale (la parure de tête peau-rouge de Mathis, le joueur nord-américain et la demi-indienne d'un joueur Turc), et même tout à fait féminine (les tignasses de Ronaldinho, les rubans dans les cheveux des Argentins et des Italiens et autres ; les cheveux longs soigneusement coiffés du Français Petit, du *gardien de but* anglais et tant d'autres). Beckham, le joueur élu icône de beauté par les médias et par les supporters (et supportrices), est ici un bon exemple : à l'inverse d'une apparence agressive, il a choisi une coupe punk tout à fait sage et modérée, avec des mèches blondes et des tatouages sur certaines parties de son corps portant le nom de ses enfants et de sa femme. Pendant cette Coupe du Monde, même lors des célébrations immédiatement postérieures aux victoires, on était bien loin des manifestations d'arrogance et de fierté masculines. Les joueurs turcs et coréens qui ont, ensemble, salué les supporters

après le match, n'avaient pas exactement une image de masculinité agressive ou de supériorité nationale, même s'ils portaient des drapeaux. De façon similaire, on était loin d'une image de virilité ou de machisme chez les joueurs brésiliens qui ont humblement formé un cercle et se sont mis à genoux pour remercier la victoire avec une prière dite sur la pelouse.

En ce sens, le message du capitaine de l'équipe brésilienne est paradigmatique: à la fin du match, il a écrit sur son maillot la phrase énigmatique « 100% Jardin Irene », rendant hommage au quartier très pauvre où il a passé son enfance et, tandis qu'il brandissait le trophée conquis, il a prononcé un « Je t'aime, Regina », dédiant la victoire à une femme, et dans ce cas, sa femme. Les milliards de spectateurs qui regardaient ces images n'ont probablement pas compris la référence au Jardin Irene ou à Regina. Il aurait fallu plus qu'un traducteur pour déchiffrer le sens dénoté des messages et pour expliquer comment, à ce moment-là, le chef des hommes les plus regardés et enviés – car ils avaient gagné la guerre métaphorique la plus importante de la planète – a choisi des hommages si modestes et si éloignés de la façon de fêter d'un Mike Tyson et d'autres boxeurs – qui transforment les rencontres avec la presse, qui précèdent les luttes, en exhibition de masculinité agressive, concurrentielle. Nous voilà bien loin également de la performance du capitaine Dunga, son prédécesseur, qui brandit la Coupe de 1994 en proférant des insultes¹².

Érigés en icônes mondiales, certains de ces joueurs commenceront à figurer parmi les noms les plus connus et leurs photos seront les plus reproduites. Ils gagneront des salaires élevés, ils signeront des contrats publicitaires aux chiffres astronomiques, ils aideront à vendre des produits auxquels ils associeront leurs images et ils rempliront l'imagination de millions de personnes des années durant, avec des histoires renouvelées dans les émissions de sport et les journaux. Leurs qualités seront tenues pour exemplaires et dignes d'être incorporées par une foule de personnes dans le monde entier. Quelles sont ces qualités? Dans le cas de cette Coupe du Monde, gagnée par le Brésil, les médias ont montré comme valeurs centrales un nationalisme filou, une masculinité non agressive, romantique, et la religiosité.

12 “Maintenant, photographiez-moi cette merde!”, a dit Dunga, répondant avec cette phrase aux injustes critiques des journalistes.

Références Bibliographiques

- BARTHES, Roland. 1964. "La rethorique de l'image". *Communication*, 4: 40-51.
- BAUDRILLAD, Jean. 1986. *Amérique*. Paris: Grasset.
- BENJAMIN, Walter. 1975. "A obra de arte na época de suas técnicas de reprodução". In: *Pensadores*, XLVIII. São Paulo: Abril Cultural. Pp.9-34
- BOURDIEU, Pierre. 1996. *Sur la télévision*. Paris: Liber.
- ECO, Umberto. 1989. *Sobre os espelhos e outros ensaios*. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira.
- DUCROT, Oswald & TODOROV, Tzvetan. 1972. *Dictionnaire encyclopédique des sciences du langage*. Paris: Seuil.
- FREUD, Sigmund. 1981. «Au-delà du principe de plaisir». In : *Essais de Psychanalyse*. Paris: Payot. Pp. 43-115.
- GAUTHIER, Guy. 1995. *Le documentaire, un autre cinéma*. Paris: Nathan.
- GRIERSON, John. 1998. "First Principles of Documentary". In: Kevin Macdonald & Mark Cousins (orgs.) *Imagining Reality: The Faber Book of Documentary*. London: Faber and Faber. Pp. 97-102.
- MAUSS, Marcel. 1974 [1950]. "As técnicas corporais". *Sociologia e Antropologia*. São Paulo: EdUSP. Pp. 211-233.
- TURNER, Victor. 1990. *Le phénomène rituel: structure et contre-structure*. Paris: PUF.
- RIAL, Carmen & GROSSI, Miriam. 2002. "Urban Fear in Brazil From the favelas to The Truman Show". In: Erdentug, Aygen & Freek Colombijn (orgs). *Urban ethnic encounters: the spatial consequences*. London, New York: Routledge. Pp 109-125.
- RIAL, Carmen. 1999. "Japonês está para TV assim como mulato para cerveja: imagens da publicidade no Brasil". In: Cornélia Eckert & Patricia Monte-Mór (orgs) *Imagem em Foco novas perspectivas em antropologia*. Porto Alegre : UFRGS. Pp. 231-255.
- RIAL, Carmen. 2000. "Racial and Ethnic Stereotypes in Brazilian Advertising". *Primeira Mão*, 43: 1-23.
- RIAL, Carmen. 1997. "Sobre a televisão". *Cadernos de Antropologia e Imagem*, 5(2): 159-163.
- RIAL, Carmen. 1998. "Rúgbi e Judô: esporte e masculinidade". In: Miriam Grossi, & Joana Pedro (orgs.), *Masculino, Feminino, Plural: gênero na interdisciplinariedade*. Florianópolis: Ed. Mulheres. Pp. 229-258
- TOMACHEVSKI, Boris. 1965. "Thématique". In : Tzvetan Todorov (ed) *Théorie de la Littérature: textes de formalistes russes*. Paris: Seuil. Pp.263-307.