

Comment le football a construit la nation brésilienne

PAR LAMIA OUALALOU
ARTICLE PUBLIÉ LE JEUDI 5 JUIN 2014



Supporters lors de la finale de la Coupe des confédérations, en juin 2013. © Tânia Rêgo-ABr

Alors que le Mondial débute dans une semaine, retour sur cette passion du Brésil pour le football. Pour le sociologue Ronaldo Helal, professeur à l'université d'État de Rio de Janeiro, le « pays du football » est une construction sociale et politique méticuleusement mise en place au début des années 1930.

Rio de Janeiro, de notre correspondante. Le football est une des manifestations culturelles les plus expressives de la société brésilienne, mobilisant des millions de personnes dans toutes les classes sociales. En ce sens, c'est devenu une porte d'entrée privilégiée pour comprendre ce que sont les Brésiliens, et ce qu'ils voudraient être, comme l'explique le sociologue Ronaldo Helal, professeur à l'université d'État de Rio de Janeiro, et spécialiste du sport et des médias.



Ronaldo Helal. © (L.O.)

La passion pour le football est telle au Brésil qu'elle semble faire partie de l'identité nationale. Est-ce un mythe ou une réalité ?

Il faut revenir en arrière, à la fin du XIX^e siècle, avant l'arrivée du football sur le territoire pour comprendre ces liens. À l'époque, le Brésil est marqué par les débats sur la fin de l'esclavage (1888) et la chute de l'Empire au profit de la République (1889). Mais il y a assez peu d'écrits sur l'identité brésilienne, rien à voir avec ce qui se passait en Argentine, quand l'idée de nation était déjà source d'une importante littérature.

Au début du XX^e siècle, la scène intellectuelle est dominée par une pensée raciste, avec des auteurs comme Oliveira Vianna, pour lesquels le métissage n'est perçu de façon positive que dans la mesure où c'est un processus de « blanchiment » de la population.

Ce n'est qu'à partir des années 1930 que la diversité ethnique cesse d'être présentée comme un retard, pour être revendiquée comme la caractéristique de l'homme brésilien. *Macunaíma*, le grand roman du moderniste Mário de Andrade, traduit cet éloge du métissage à travers un héros à la fois indien, blanc et noir. Parallèlement, *Maîtres et esclaves*, du sociologue Gilberto Freyre, systématise ce mythe fondamental de la société métisse. C'est une rupture considérable avec la pensée contemporaine.

Quel est le rôle du football dans cette rupture ?

En 1933, on voit surgir les premiers clubs professionnels, suivant l'exemple de l'Argentine et de l'Uruguay. Dans la presse sportive, un journaliste,

Mario Filho, s'impose comme le principal nom de la profession – et subsiste comme tel, au point que le Maracana, le stade mythique de Rio de Janeiro, porte aujourd'hui son nom. Il décrit les matchs comme des batailles épiques, organise des compétitions, comme par exemple entre les écoles de samba. C'est aussi un grand ami de Gilberto Freyre.

Tous deux sont convaincus que le football est l'instrument d'intégration idéal dans un pays aussi gigantesque et divers que le Brésil. En juin 1938, à la veille de la demi-finale de la Coupe du monde, célébrée en France, le sociologue écrit une chronique fondamentale, intitulée « *Le football métis* », appliquant ses idées au champ du ballon rond. Le métis aurait effacé les caractéristiques européennes du football, pour en faire une « *danse dionysiaque* », avec irrévérence, et improvisation, ce qu'on a par la suite appelé « *football-art* ».

En 1947, c'est à Mario Filho d'écrire un livre fondamental, *Le Noir dans le football brésilien*, préfacé par son ami Gilberto Freyre. Sur le terrain politique, le gouvernement Getulio Vargas, et son projet nationaliste, embrasse cette théorie. Alors que le Brésil commence à se demander sérieusement « *qu'est-ce que c'est qu'être Brésilien* », le football semble apporter des réponses. En ce sens, le « pays du football » n'est pas une réalité naturelle, mais une construction sociale réalisée par des journalistes, des intellectuels et des politiques dans un moment historique.



Supporters lors de la finale de la Coupe des confédérations, en juin 2013. © Tânia Rêgo-ABR

Comment expliquez-vous que ce slogan ait si bien pris, au point de faire du football un symbole du Brésil ?

En affirmant que le Brésil est le pays du football, nous nous affirmons comme uniques, singuliers. Le football et le prétendu style « dionysiaque » représentent d'autant plus le pays dans le monde que la Seleçao, l'équipe nationale, vole de conquête en conquête. En 1938, l'Europe est fascinée notamment par le talent de Leônidas da Silva, le « diamant noir ». Pour la première fois, le Brésil est admiré à l'étranger, et cela notamment grâce à un joueur noir. Le Mondial s'interrompt pendant la Seconde Guerre mondiale.

En 1950, le Brésil arrive en deuxième position, et entre 1950 et 1970, il emporte trois fois la Coupe (1958, 1962 et 1970), au moment où l'État-nation est de plus en plus solide. Et dans ce temps, on voit jouer Pelé, Garrincha, Milton Santos, des Blancs, des Noirs, des métis, tous jouaient ensemble. Jusqu'alors, le dramaturge Nelson Rodrigues, qui est aussi le frère de Mario Filho, disait que le Brésil souffrait du syndrome du « *vira-lata* », le « *chien bâtard* », et c'est pour cela qu'il n'arrivait jamais à emporter une coupe. À partir de 1958, alors que la Seleçao s'affirme comme symbole de l'identité nationale, le Brésil, sûr de lui, gagne.

[[lire_aussi]]

Bien sûr, partout dans le monde, la Coupe du monde a une structure narrative qui stimule les nationalismes, le charme de la compétition, c'est de nous faire croire que ces onze joueurs sur le terrain incarnent leur pays. On assiste à Iran-États-Unis, France-Algérie, mais au Brésil, cela a pris une dimension particulière. Nelson Rodrigues, qui avait le sens de la formule, a aussi déclaré que la Seleçao, était « *la patrie en crampons* ». L'état d'esprit n'a pas changé : le dernier slogan publicitaire du fabricant de bières Brahma, l'un des sponsors de la coupe, est tout simplement « *Le football retrouve sa maison* », ce qui ne manque pas d'arrogance.

Diriez-vous que les Brésiliens sont un peuple arrogant sur un terrain de football ?

Totalement. Le Brésilien est par essence le meilleur. Ici, une défaite en Coupe du monde ne peut jamais être expliquée avec des critères techniques. Regardez la finale contre la France, en 1998. Objectivement, la

France avait une très belle équipe, jouait à domicile, et Zidane était au sommet de son jeu, supérieur à Ronaldo à ce moment-là. Mais ça, ce n'est pas une réalité acceptable. Pendant des mois, on a eu une commission d'enquête au parlement, des rumeurs de corruption, entretenues par la presse disant que le match était acheté, que la Fifa avait payé les joueurs pour laisser la France gagner. Aujourd'hui, nous sommes plus modestes, dans les journaux, on dit que le Brésil joue moins bien que d'autres, mais parce que les autres, comme l'Espagne, nous ont imités...



Supporters lors de la finale de la Coupe des confédérations, en juin 2013. © Tânia Rêgo-ABr

En ce début du XXI^e siècle, diriez-vous que le Brésil est toujours le pays du football ?

Moins qu'auparavant, et d'abord parce que nous avons plus d'options de divertissement qu'à l'époque. Et qu'être le pays du football peut aussi être perçu par une partie de la population comme un qualificatif négatif, la preuve que le Brésil n'est pas un pays sérieux, selon le mot prêté au général de Gaulle. Mais oui, nous continuons à être un pays où le football est profondément aimé, même chez les femmes, et dans toutes les classes sociales.

Mais ce n'est plus la Seleçao qui incarne cette passion. Avec la mondialisation des années 1980 et l'émergence d'internet la décennie suivante, on assiste à une fragilisation des États-nations, et ici au Brésil à une véritable « déterritorialisation » des idoles. Nos principales stars jouent en grande majorité en Europe, d'où une moindre identification. Du coup, les vrais amoureux du ballon rond sont plus sensibles au destin de leur équipe locale qu'aux succès de la Seleçao, ce qui était impensable dans les années 1970.

Quand le Brésil a perdu en finale contre l'Uruguay, en 1950, le match a été perçu comme la déroute d'un projet de nation. En 1970, emporter la troisième coupe a été célébré comme la réussite de la nation brésilienne – un fait d'ailleurs abondamment exploité par la junte militaire alors au pouvoir. Mais si on prend les succès de 1994 et 2002 et la défaite de 1998, ils ont provoqué joie et tristesse, mais on célébrait et on pleurait la Seleçao, beaucoup moins un projet national. On peut aussi y voir l'impact positif d'une démocratie en voie de consolidation, après le retrait de la dictature en 1985. D'ailleurs, depuis vingt ans, alors que la coupe a lieu trois mois avant l'élection présidentielle, il n'y a aucun rapport entre la compétition et le résultat de l'élection. Cela peut être différent cette année, mais ce ne sera pas à cause du résultat sportif : ce qui peut avoir un impact négatif ou positif, c'est la qualité de l'organisation.

De ce point de vue, comment compareriez-vous la dernière coupe organisée au Brésil en 1950 à celle-ci ?

Comme en 1950, il y a la même préoccupation : « *Quel pays va-t-on montrer au monde ?* » À l'époque, l'enjeu était de prouver que le Brésil était un pays important sur la scène internationale. Le Brésil est beaucoup moins périphérique, il est reconnu, c'est la septième puissance économique. En revanche, l'impact en termes de communication fait peur. À l'époque, 200 000 personnes ont assisté à la partie dans le stade alors gigantesque du Maracana. Les autres l'ont écouté à la radio au Brésil, et les Européens ont mis plusieurs heures à connaître le résultat. Aujourd'hui, tout est instantané. Même les pays qui ne sont pas qualifiés vont suivre les matchs, ce sont des milliards de personnes. Alors la moindre manifestation, le moindre touriste agressé fera le tour du monde en quelques secondes. D'où l'enjeu.

Comment expliquez-vous cette amertume d'une partie de la population à l'égard de la Coupe du monde au Brésil ?

Il faut d'abord évacuer un raisonnement un peu simpliste, selon lequel les amoureux du football sont contents d'avoir la Coupe du monde au Brésil et

ne manifestent pas, et vice versa. Cette idée que les Brésiliens sont aveugles par rapport à la réalité parce qu'ils aiment le football est fausse. Mais on attendait trop de la coupe. Bien sûr, il y a des scandales, comme le fait de construire un stade à Manaus qui n'a aucune équipe en première division, ou même à Brasilia. Et nous avons probablement perdu une opportunité d'utiliser la compétition pour améliorer les infrastructures de transport, mais on ne peut pas exiger du Mondial l'amélioration de l'éducation et de la santé, ce n'est pas sa fonction. Et il y a aussi une certaine élite qui ne supporte pas les réductions d'inégalités de la dernière décennie, et en profite pour manifester contre le gouvernement, parce que nous sommes à la veille de l'élection. Enfin, comme je vous le disais auparavant, les amoureux du football n'ont plus cette passion pour la Seleção, et manifestent donc avec plus de facilité.



Présentation de la Coupe 2014 au stade Maracana. © Tânia Rêgo-ABr

Le coût croissant d'entrée dans les stades, dénoncé par de nombreux supporters, a-t-il un impact sur l'amour du football ?

À long terme, je pense que oui. Moi, par exemple, je suis supporter du Flamengo, et je vais rarement au stade, mais je ne manquerais jamais un match à la télévision ou à la radio, même à trois heures du matin. Enfant, j'y allais. Et je pense que ce qui vous transforme en supporter, c'est justement la première fois que vous allez au stade. On voit ces fous crier, et on veut éprouver la même chose, cela devient comme un virus. C'était très net avec le Flamengo de Zico, qui a fait exploser le nombre de spectateurs au Maracana, et, partant, de supporters.

[[lire_aussi]]

Historiquement, aller au stade coûtait à peu près la même chose qu'une sortie de cinéma. Maintenant, c'est beaucoup plus cher, les places les plus accessibles sont à 30 euros au Maracana. Le calcul des clubs, c'est d'avoir un public plus riche, consommant plus, un « public différencié » comme on dit ici. C'est un scandale, d'abord parce que la reconstruction du Maracana s'est faite avec de l'argent public. Et à long terme, c'est très dangereux. En excluant des enfants et des familles, les clubs creusent leur propre tombe en se privant de supporters. Et c'est cette passion des supporters qui entretient la flamme du football toute l'année.

Directeur de la publication : Edwy Plenel

Directeur éditorial : François Bonnet

Le journal MEDIAPART est édité par la Société Editrice de Mediapart (SAS).

Durée de la société : quatre-vingt-dix-neuf ans à compter du 24 octobre 2007.

Capital social : 32 137,60€.

Immatriculée sous le numéro 500 631 932 RCS PARIS. Numéro de Commission paritaire des publications et agences de presse : 1214Y90071.

Conseil d'administration : François Bonnet, Michel Broué, Gérard Cicurel, Laurent Mauduit, Edwy Plenel (Président), Marie-Hélène Smiéjan, Thierry Wilhelm. Actionnaires directs et indirects : Godefroy Beauvallet, François Bonnet, Gérard Desportes, Laurent Mauduit, Edwy Plenel, Marie-Hélène Smiéjan ; Laurent Chemla, F. Vitrani ; Société Ecofinance, Société Doxa, Société des Amis de Mediapart.

Rédaction et administration : 8 passage Brulon 75012 Paris

Courriel : contact@mediapart.fr

Téléphone : + 33 (0) 1 44 68 99 08

Télécopie : + 33 (0) 1 44 68 01 90

Propriétaire, éditeur, imprimeur et prestataire des services proposés : la Société Editrice de Mediapart, Société par actions simplifiée au capital de 32 137,60€, immatriculée sous le numéro 500 631 932 RCS PARIS, dont le siège social est situé au 8 passage Brulon, 75012 Paris.

Abonnement : pour toute information, question ou conseil, le service abonné de Mediapart peut être contacté par courriel à l'adresse : serviceabonnement@mediapart.fr. Vous pouvez également adresser vos courriers à Société Editrice de Mediapart, 8 passage Brulon, 75012 Paris.