

Fossa dei Giganti
La fosse des géants

Véronique Nguyen-Duy

Numéro 127, automne 2002

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/55826ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Les Publications Québec français

ISSN

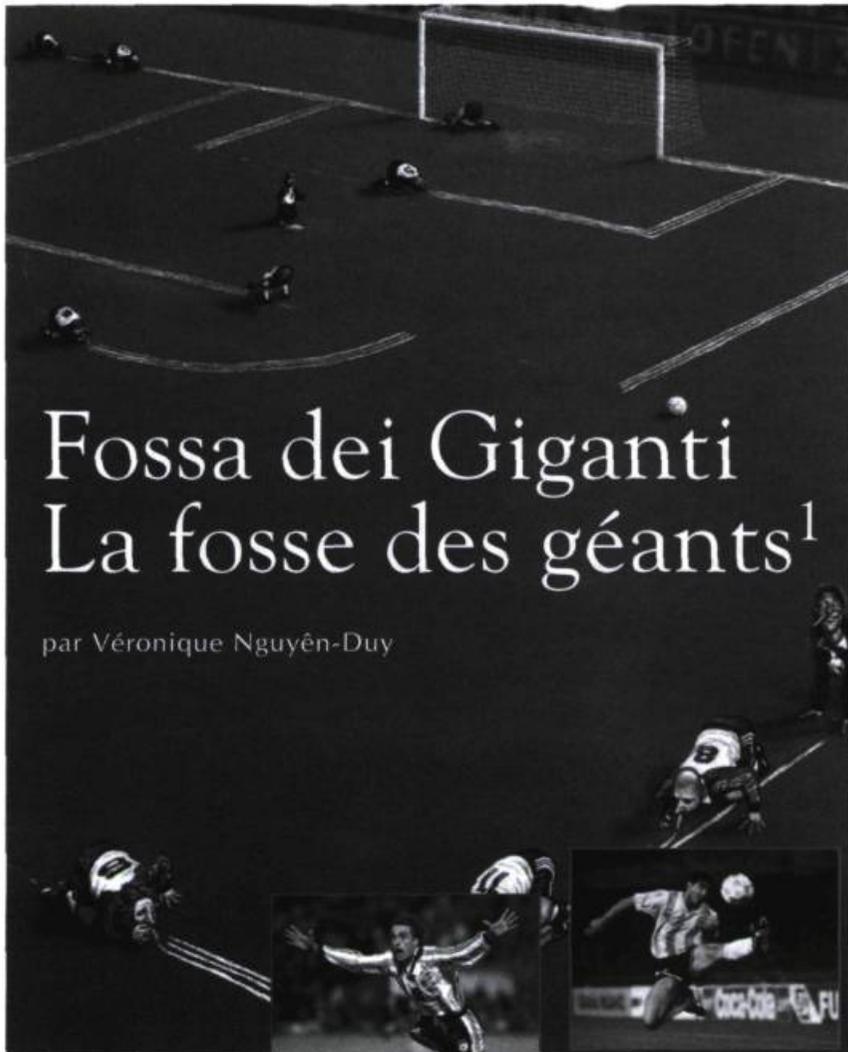
0316-2052 (imprimé)

1923-5119 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Nguyen-Duy, V. (2002). *Fossa dei Giganti / La fosse des géants*. *Québec français*, (127), 98-100.



Fossa dei Giganti La fosse des géants¹

par Véronique Nguyễn-Duy

La Coupe du monde de soccer est l'adrénaline planétaire, l'hormone d'urgence de ce corps céleste que nous appelons la Terre. Tous les quatre ans, telle une comète à l'orbite réglée, elle fait battre à l'unisson le cœur de l'humanité. Mis à part en effet l'Amérique du Nord, qui confirme son étonnante exception culturelle en préférant s'adonner à la chasse aux terroristes entre une mise en échec sur le bord de la bande et un grand chelem, tous les continents vivent à l'heure du Mondial.



Comme l'adrénaline, la Coupe du monde agit tel un vasoconstricteur sur la circulation des biens et des idées. Partout, à la télévision comme dans les magazines, dans les bars comme dans les cafés, sur les places publiques comme au milieu du désert, dans les palaces monégasques comme dans les bidonvilles de Rio ; on ne pense qu'au soccer, on ne parle que de soccer, on ne vit que pour le soccer.

Et comme l'adrénaline, le Mondial lance le merveilleux monde des médias et son cortège de commanditaires dans un état d'excitation sans commune mesure. Ainsi, pour la seule équipe de France, on évalue que le principal commanditaire, Adidas, a investi pas moins de « six millions d'euros dans une campagne publicitaire liée au Mondial » alors que les droits exclusifs de retransmission télévisuelle ont été acquis par « TF1, la principale chaîne privée française, [...] pour la somme de 168 millions d'euros (près de 200 millions de dollars)² ».

Mais ces sommes, dont il n'est pas exagéré de dire qu'elles sont faramineuses, ne sont que des gouttes d'eau dans le business footballistique. En effet, si la kermesse du Mondial est sans contredit un prétexte à la surenchère d'investissements et, partant, une belle occasion d'engranger des profits, il n'en reste pas moins que les activités régulières des équipes de première division sont elles-mêmes extrêmement lucratives. Il suffit, pour s'en convaincre, de considérer des clubs comme le Real de Madrid ou encore le Manchester United qui sont de véritables empires financiers rompus à l'art de transformer la ferveur quasi religieuse de leurs fans en argent sonnante.

Ainsi, durant la saison 1998-1999, le club Manchester United d'Angleterre affichait un modeste bénéfice de 36,5 millions d'euros. Et à la suite d'un accord qui rapportera 49 milliards d'euros au Manchester United, la compagnie Nike reprendra les droits dérivés mondiaux dès le mois d'août et en assurera la promotion, visant plus particulièrement les marchés asiatique et nord-américain. La télévision est une autre vache à lait, surtout depuis l'accord de commercialisation conclu en février 2001 avec les Yankees de New York qui prévoit la gestion commune des droits de retransmission télé et des produits dérivés.

Ceci, sans compter la chaîne MUTV, un partenariat du club Manchester United avec les compagnies Granada et Sky, qui diffuse les matchs de Premier League en différé et met en place un ambitieux projet de diffusion sur Internet³.

De gros profits donc, de très gros profits pour ce sport qu'on se plaît pourtant à présenter comme le plus accessible, le plus démocratique et, partant, le plus universel de tous. Le mythe du Nigérien ayant acquis la maîtrise du ballon en jouant pieds nus dans les bidonvilles d'Ibadan ou du petit Brésilien famélique devenu vedette internationale du soccer ; ce mythe, pas si éloigné du rêve américain de devenir président, a la vie dure dans l'imaginaire collectif. Le soccer, c'est David qui terrasse Goliath, c'est la revanche de tous les pauvres, de tous les affamés et de tous les exploités de la planète.

Mais si revanche il y a, force nous est d'admettre qu'elle est bien modeste, marquée au sceau de l'éphémère et, surtout, toute symbolique. Pour chaque Pelé, Maradona, Ronaldo, Trésor ou Thuram, combien passeront leur vie à fabriquer les équipements qui serviront leurs héros ? Combien n'auront jamais les moyens de s'acheter un téléviseur pour suivre leurs prouesses sur petit écran ? Combien encore ne seront jamais suffisamment alphabétisés pour même lire les articles de journaux qui leur sont consacrés ?

Cette revanche est d'autant plus symbolique que la plupart de ces joueurs vedettes sont recrutés par les grands clubs européens, sont rapidement récupérés et assimilés par leur pays d'accueil et, surtout, viennent grossir les coffres déjà bien garnis de l'industrie du foot qui est, comme les pays qui s'en font les promoteurs, fort bien développée. Ceci, sans oublier que ces athlètes, malgré leur statut d'exception, ne sont jamais à l'abri de la discrimination. Ainsi, comme le dit le britannique Tim Parks, auteur d'*Une saison de Vérone*⁴ : « Chaque fois que le joueur noir de l'Inter, Clarence Seedorf, touche le ballon, la tribune sud imite en chœur le cri du singe : "Ouh ! Ouh ! Ouh !" ». Les supporters de la Lazio ont également ce genre d'attitude, mais ceux de Vérone sont tellement vindicatifs que l'équipe a longtemps hésité à engager un joueur noir⁵ ». À la suite du match opposant la Corée du Sud à l'Italie,

durant lequel la Corée du Sud a éliminé l'Italie par un pointage de 2-1 en prolongation, Luigi Fratta, un partisan de la Petite Italie à Montréal, s'est lancé dans une analyse du Mondial : « On a laissé gagner une équipe asiatique et une autre africaine (le Sénégal) seulement pour faire progresser le soccer dans les pays du Tiers-Monde⁶ ». Là encore, plutôt que d'admettre la revanche des faibles, on préfère mettre en cause la légitimité de ces surprenantes victoires des clubs sénégalais, turque ou sud-coréen.

Si l'épidémie de chauvinisme, voire même de racisme, est endémique dans les rangs des supporters, fanatisme oblige, il est plus inquiétant de constater qu'elle fait aussi des ravages dans les officines des grands clubs. À preuve, le renvoi de Ahn Jung-hwan, l'auteur du but victorieux des Sud-Coréens face à l'Italie, de son club de Pérouse où il jouait depuis août 2000. Loin de chercher une justification légitime à ce congédiement revanchard, le président du club ombrien, monsieur Gaucci, a déclaré : « Quand il est arrivé chez nous, c'était une brebis égarée qui n'avait même pas de quoi se payer un sandwich. Il est devenu riche sans fournir de prestations exceptionnelles et puis, au Mondial, il a commencé à dénigrer le foot italien. Qu'est-ce que vous croyez ? Que je vais garder un joueur qui a ruiné le football italien. Son coup de génie, il devait le faire avec nous. Il n'a qu'à rentrer en Corée du Sud pour gagner cent mille euros (environ 50 euros) par mois⁷ ! ».

On le constate, le caractère démocratique du soccer ne séduit que dans la mesure où il demeure symbolique. On aime l'idée qu'un sport soit l'occasion d'une revanche des faibles, mais dès que la défaite est effective, dès qu'elle a un réel impact sur l'ego et le portefeuille, on ne tarde pas à voir poindre les réserves, les doutes, les dénonciations, les congédiements et même les poursuites judiciaires comme l'illustre la RAI, « la télévision de service public italien, qui envisage d'intenter une action en justice contre la FIFA, pour cause d'erreurs d'arbitrage, afin d'obtenir le remboursement des dommages financiers subis à la suite de l'élimination de l'Italie de la Coupe du Monde 2002⁸ ».

Face à un sectarisme aussi délirant et dévastateur, en comparaison duquel les hooligans ont l'air de clowns chantants, on

serait en droit de s'attendre à plus de nuances de la part des professionnels des médias. Malheureusement, les journalistes n'hésitent pas à tomber eux aussi dans la fosse des lieux communs à saveur colonialiste et sont « plutôt nombreux à hurler à la machination⁹ ». À chaque voix qui rappelle que « les joueurs africains sont souvent vendus comme de simples marchandises tandis que les enfants confectionnent les ballons que les sportifs du Nord manipulent dans les stades¹⁰ », le chœur des journalistes sportifs entonnera à l'unisson une version remixée de la théorie du complot. Comme le disait l'éditorialiste du quotidien argentin *La Nación* : « Elle ne devrait plus être appelée la Coupe du monde des surprises. Ce serait superficiel de continuer. Elle devrait être annulée dès maintenant et déclarée nulle en raison des erreurs. À partir de maintenant tout sera enveloppé de doute et de suspicion¹¹ ».

Même le journaliste Jean Dion, qui n'est pourtant pas reconnu comme un imbécile, n'a pu résister, à l'aide de « son magnétoscope à cristaux de laser numériques qui permet un arrêt sur image aux 550 milliardièmes de nanoseconde », à la tentation de scruter à la loupe le travail des arbitres pour conclure que, « de fait, ça sent le roussi qu'on serait en train de laisser brûler¹² ». « Passe encore que la puissante Corée du Sud se farcisse [...] plus du quart de la délégation européenne à la Coupe du monde, mais pas l'Allemagne. Pas la Weltmeisternationalmannschaft. Ou alors, c'est la preuve que c'est arrangé [...]. Non mais quand même, les Coréens : 0-10-4 en cinq participations au grand tournoi et là, paf, plus battables. Si ce n'est pas louche, ça, je veux bien me placer dans le mur sur un coup franc de Chilavert sans me protéger des mains jointes...¹³ ». Théorie du complot, franc-maçonnerie, tragédie des erreurs suspectes, tout y est passé. Dans ce Mondial de l'imprévisible, où les géants du football sont tombés de leurs pieds d'argile, les journalistes



sont retournés à leurs vieilles habitudes comme à de vieilles pantoufles.

C'est bien connu, chaque événement a son scénario journalistique, son *script* qui dicte le type de couverture qui sera effectuée. Il y a un scénario pour le Mondial comme il y en a un pour les Jeux olympiques ou les élections provinciales. C'est d'ailleurs ce scénario, rodé et baignant dans l'huile, qui permet aux médias de couvrir l'événement avec autant d'efficacité que d'émotions, qui définit les attentes du spectateur et qui donne à l'événement une atmosphère de retrouvailles. Mais quand les événements bousculent le scénario habituel, lorsque le sport reprend ses droits et fait fi de toutes les prédictions, lorsque des p'tits-culs creusent la fosse des géants, alors les journalistes, tels des poules sans tête, courent après un scénario comme la Squadra Azzurra après un plan de match.

Selon Gaye Tuchman¹⁴, les événements imprévus ou pour lesquels les prédictions se sont avérées fausses mettent en cause les connaissances et les réflexes professionnels des journalistes qui doivent dès lors effectuer, à chaud, plusieurs ajustements à leur routine professionnelle dont le plus important est, sans contredit, de se doter d'un nouveau scénario journalistique. Le scénario de l'imprévu serait invariablement, toujours selon Tuchman, celui de l'histoire incroyable, du « *What a story!* ». Le travail du journaliste consiste dès lors à faire ressortir le caractère totalement imprévisible et exceptionnel de l'événement. Comme je l'ai déjà évoqué dans des chroniques antérieures, il existerait donc en journalisme un *business as usual* de l'unusual.

Mais si la proposition de Tuchman est valable dans la très grande majorité des cas, elle nous semble occulter le cas particulier du journalisme sportif qui, dans sa spécificité, est riche d'enseignements. En effet, le domaine du sport est, par excellence, celui des prédictions dont, nécessairement, un bon nombre s'avèrent fausses. Qui plus est, le journalisme sportif repose essentiellement sur une savante récupération de l'identification, du chauvinisme et même du fanatisme des supporters. D'ailleurs, la comparaison du sport et de la religion n'est pas innocente. En matière de sport, comme en matière de religion, il ne suffit pas en effet de dire sur

toutes les tribunes et de répéter sur tous les tons qu'une histoire est incroyable. En matière de sport, comme en matière de religion, il faut préserver la doctrine, quitte à verser dans le dogmatisme. Et bien que tous les amateurs de sport et de jeux savent fort bien que rien n'est joué avant la fin du match et qu'il ne faut pas vendre la peau de l'ours avant de l'avoir tué, très peu acceptent de voir frustrées leurs prédictions et leurs attentes. Réflexe de mauvais perdant ? Chauvinisme ? Colonialisme ? Peu importe. Le fait demeure qu'en matière de sport, comme en matière de religion, les histoires incroyables se transforment systématiquement en miracles ou en histoires sordides, selon le camp auquel on appartient. Et si les miracles sont le fait de la force de caractère d'une poignée d'individus qui gagnent ainsi leur ticket d'entrée au cénacle des légendes du stade, les histoires sordides impliquent toujours des juges en conflit d'intérêt, des arbitres soudoyés, des athlètes dopés et des présidents d'associations sportives véreux.

Les journalistes n'échappent pas à cette tendance manichéenne. Donc, pour ménager l'ordre naturel des choses dans l'éden footballistique, pour ne pas contrevenir à la doctrine et aux prédictions, rien de mieux que de transformer chaque défaite surprise en une session de lavage de linge sale familial. Ici, ce n'est pas le scénario « *What a Story!* » qui est à l'œuvre. Au soccer, la surface de réparation se trouve à la une des médias et le discours des journalistes, qui reprend en cela exactement celui des supporters, vise à démontrer que l'incroyable n'est pas advenu, que l'ordre des choses est, dans son essence, préservé et que les victoires du Sénégal, de la Turquie ou de la Corée du Sud ne sont que le résultat de machinations occultes.

Et peut-être est-ce là, dans cet effort constant des médias d'aligner leur discours sur celui des supporters afin de réparer les erreurs passées et de renouveler le rêve, qu'il faut chercher la véritable portée démocratique du soccer ? Si, sur le terrain, la revanche des faibles n'est qu'un modeste et éphémère symbole de démocratie, il faut admettre que sur les tribunes médiatiques, « le vrai sport est démocratique : ce sont les supporters qui lui donnent tout son sens, et non les présidents, les nababs de la télévision, ni même les joueurs. Les foot-

balleurs jouent à un jeu, les supporters en font un sport et lui attribuent tout son sens culturel¹⁵ ». Et, pour la majorité, le sens à donner à cet événement est unanime et invariable ; les légendes et les mythes du soccer sont toujours les mêmes. L'Italie, l'Espagne, l'Argentine, l'Angleterre et la France n'ont donc plongé dans la fosse des géants que le temps nécessaire pour garder vivant le mythe fondateur de la revanche des faibles. Le lendemain, le miracle de la veille a déjà une saveur de corruption, d'erreurs d'arbitrage et autres histoires sordides et personne ne voudra admettre que le gardien de l'Italie a été faible ou encore que l'équipe de Corée est talentueuse et bien orchestrée. Ce n'est pas parce que le ballon roule que les choses tournent rond.

Notes

- 1 Inscription figurant sur une gigantesque banderole brandie dans le stade de Dajeon par des supporters coréens lors du match opposant l'équipe de la Corée du Sud à celle de l'Italie.
- 2 CHAPOUTIER, Katia (2002). « La défaite des Français coûte cher ». *La Presse* (Montréal), lundi 17 juin, B7.
- 3 THE ECONOMIST (2001). « Manchester ? Des stars et du marketing », *The Economist* (Londres), 19 avril, n° 546. Traduit et publié dans *Le Courrier international*, Hors-série : 'Foot Attitude', mai 2002, p. 33.
- 4 PARKS, Tim (2002). *Une saison de Vérone*, traduction française de Michel Doury, Christian Bourgeois éditeur.
- 5 CARROLL, Rory (2002). « Au cœur du racisme ordinaire », *The Guardian* (Londres). Traduit et publié dans *Le Courrier international*, Hors-série : 'Foot Attitude', mai 2002, p. 18.
- 6 GRITLI, Lamia (2002). « La Petite Italie affligée », *La Presse* (Montréal), mercredi 16 juin, p. S-2.
- 7 N.P. (2002). « Ahn Jung-hwan renvoyé de Pérouse », <http://www.football365.fr/>, 19 juin.
- 8 BA.W (2002). « La RAJ poursuit la FIFA », <http://www.football365.fr/>, 20 juin.
- 9 DION, Jean (2002). « Hors-jeu : Mauvais pour le cœur », *Le Devoir* (Montréal), mardi 25 juin.
- 10 COURRIER INTERNATIONAL (2002). « Un ballon qui ne tourne pas toujours rond », Hors-série : 'Foot Attitude', mai 2002, p. 56.
- 11 DION, Jean (2002). « Hors-jeu : Mauvais pour le cœur », *Le Devoir* (Montréal), mardi 25 juin.
- 12 *Ibidem*.
- 13 *Ibidem*.
- 14 TUCHMAN, Gaye (1978). *Making News. A Study in the Construction of Reality*, New York/London : The Free Press, pp. 59-60.
- 15 MOSS, Stephen (2002). « Oui, la télé va étouffer le sport », *The Guardian* (Londres). Traduit et publié dans *Le Courrier international*, Hors-série : 'Foot Attitude', mai 2002, p. 37.