




Sur le **journalisme**  
About **journalism**  
Sobre **jornalismo**

Vol 10, n°2 - 2021



Les écritures du  
journalisme sportif  
As escritas do  
jornalismo esportivo  
The writing(s) of  
sports journalism

## **EDITEURS / EDITORS / EDITORES**

---

François Demers (Université Laval, Canada) • Florence Le Cam (Université libre de Bruxelles, Belgique) • Sandrine Lévêque (Université Lyon II, France) • Isabelle Meuret (Université libre de Bruxelles, Belgique) • Fábio Henrique Pereira (Universidade de Brasília, Brasil) • Guillaume Pinson (Université Laval, Canada) • Laura Rosenberg (CONICET & Universidad Nacional de Avellaneda, Argentina) • Denis Ruellan (Sorbonne-Université, France) • Florian Tixier (Université Bordeaux Montaigne, France)

## **CONSEILS SCIENTIFIQUES / SCIENTIFIC BOARD / CONSELHOS CIENTÍFICOS**

---

Zélia Leal Adghirni (Universidade de Brasília, Brasil) • Henri Assogba (Université Laval, Canada) • João Canavilhas (Universidade da Beira Interior, Portugal) • Jean Charron (Université Laval, Canada) • Rogério Christofolletti (Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil) • Béatrice Damian-Gaillard (Université de Rennes 1, France) • Salvador De León (Universidad Autónoma de Aguascalientes, Mexico) • Juliette De Maeyer (Université de Montréal, Canada) • Javier Diaz Noci (Universidad Pompeu Fabra, España) • David Domingo (Université libre de Bruxelles, Belgique) • Chantal Francoeur (Université du Québec à Montréal, Canada) • Marie-Soleil Frère (Université libre de Bruxelles, Belgique) • Mike Gasher (Concordia University, Canada) • Gilles Gauthier (Université Laval, Canada) • María Elena Hernández Ramírez (Universidad de Guadalajara, Mexico) • Thais de Mendonça Jorge (Universidade de Brasília, Brasil) • Eric Lagneau (LIER – EHESS, France) • Sandrine Lévêque (Université de la Sorbonne, France) • Kenia Beatriz Ferreira Maia (Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil) • Pere Masip Masip (Universidad Ramon Llull, España) • Cláudia Mellado Ruiz (Universidad de Santiago, Chile) • Dione Oliveira Moura (Universidade de Brasília, Brasil) • Véronique Nguyen-Duy (Université Laval, Canada) • Greg Nielsen (Concordia University, Canada) • Raúl Hernando Osorio Vargas (Universidad de Antioquia, Colombia) • Sylvain Parasie (Université Paris-Est, France) • Laura Pardo (Universidad de Buenos Aires, Argentina) • Valérie Jeanne Perrier (Université Paris-Sorbonne, France) • Guillaume Pinson (Université Laval, Canada) • Mauro Pereira Porto (Tulane University, USA) • Franck Rebillard (Université Sorbonne nouvelle, France) • Viviane Resende (Universidade de Brasília, Brasil) • Rémy Rieffel (Université Panthéon-Assas, France) • Roselyne Ringoot (Université Grenoble Alpes, France) • Julien Rueff (Université Laval, Canada) • Eugénie Saitta (Université de Rennes 1, France) • Lia Seixas (Universidade Federal da Bahia, Brasil) • Nikos Smyrniotis (Université Toulouse 3, France) • Jean-François Têtu (IEP de Lyon, France) • Marie-Eve Thérénty (Université Paul Valéry, France) • Annelise Touboul (Université de Lyon 2, France) • Adeline Wrona (Université Paris-Sorbonne, France)

## **EQUIPE ÉDITORIALE / EDITORIAL TEAM / EQUIPE EDITORIAL**

---

Mariana Fagundes (assistante éditrice) • Yann Le Sager, Zen-at-work.com (conception graphique, mise en page) • Sabine Gorovitz (traduction) • Lee Sharp (traduction) • Emilie Traub (traduction)

La revue est présente en ligne ([www.surlejournalisme.com/rev](http://www.surlejournalisme.com/rev)). L'intégralité des articles est consultable. Vous pouvez vous inscrire pour connaître les appels à publication, les parutions de nouveaux numéros. Vous pouvez aussi déposer vos propositions d'article directement sur cet espace.

The Journal is online ([www.surlejournalisme.com/rev](http://www.surlejournalisme.com/rev)). Its articles are all available for consultation. You can subscribe to be informed of the calls for publication as well as the new publications. You may also upload your own proposals on the platform.

A revista está disponível online ([www.surlejournalisme.com/rev](http://www.surlejournalisme.com/rev)). A versão integral de todos os artigos pode ser consultada. Você pode se cadastrar para ser avisado sobre a abertura de uma chamada de trabalhos ou publicação de uma nova edição da revista. Neste espaço, você também pode submeter um artigo.

ISSN : 2295-0710



## Numéros publiés - Published issues - Números publicados

- 2021**     *Vol. 10, n°1*  
Violences publiques  
Public violence  
Violências públicas
- 2020**     *Vol. 9, n°1*  
Sous l'emprise des plateformes  
In the Grip of Platforms  
Sob a tutela das plataformas
- 2019**     *Vol. 8, n°2*  
Stéréotypes dans l'exercice du journalisme  
Stereotypes in Journalistic Practice  
Estereótipos na prática jornalística
- Vol. 8, n°1*  
The Journalism Worlds  
Os mundos do jornalismo  
Les mondes du journalisme
- 2018**     *Vol. 7, n°2*  
Local Journalism  
Jornalismo local  
Journalisme local  
Periodismo local
- Vol. 7, n°1*  
Journalisme et risques  
Journalism and risks  
Jornalismo e riscos
- 2017**     *Vol. 6, n°2*  
Comparaison en journalisme, médias et politique  
Comparison in journalism, media and politics  
Comparação em jornalismo, mídia e política
- Vol. 6, n°1*  
Pobreza e jornalismo  
Poverty and Journalism  
Pauvreté et journalisme
- 2016**     *Vol. 5, n°2*  
Normes des chercheurs -&- Éditorial et débat public (numéro double)  
Norms of researchers-&- Editorial and public debate (double issue)  
Normas dos pesquisadores -&- Editorial e debate público (edição dupla)



- Vol. 5, n°1*  
Correspondants à l'étranger  
Foreign Correspondents  
Correspondantes internacionais
- 2015** *Vol. 4, n°2*  
Online Journalism and its Publics  
Le journalisme en ligne et ses publics  
O jornalismo online e seus públicos
- Vol. 4, n°1*  
Journalisme et réseaux sociaux numériques  
Journalism and Social Networking Sites  
Jornalismo e redes sociodigitais
- 2014** *Vol. 3, n°2*  
Journalisme et dispositifs mobiles  
Journalism and Mobile Devices  
Jornalismo e dispositivos móveis
- Vol. 3, n°1*  
Les invisibles du journalisme -&- L'image d'actualité (numéro double)  
Journalism's 'invisibles' -&- The news image (double issue)  
Os invisíveis do jornalismo -&- A imagem noticiosa (edição dupla)
- 2013** *Vol. 2, n°2*  
Le « Gouvernement » des journalistes  
The "Government" of journalists  
O "governo" dos jornalistas
- Vol. 2, n°1*  
Sources et flux de nouvelles  
Sources and flow of news  
Fontes e fluxos de notícias
- 2012** *Vol. 1, n°1*  
L'entretien de recherche avec des journalistes  
Research interviews with journalists  
A entrevista de pesquisa com jornalistas



# Sumário Summary Sommaire

## Les écritures du journalisme sportif As escritas do jornalismo esportivo The writing(s) of sports journalism

Les écritures du journalisme sportif .....	6
Introduction	
As escritas do jornalismo esportivo .....	10
Introdução	
The writing(s) of sports journalism .....	14
Introduction	
<i>Paul Aron, Laurence Rosier, Ruadhán Cooke, Marie-Ève Thérenty, Ruben Arnaldo Gonzalez</i>	
A singularidade da cinquentenária Placar .....	18
Para o contexto histórico do jornalismo esportivo no Brasil	
<i>Daniel Leal, Giovana Borges Mesquita</i>	
Um panorama da produção brasileira especializada em MMA.....	34
Características dos sites jornalísticos e dos canais de YouTube	
<i>Allysson Martins, Vanessa Forte, Jaqueline Damaceno</i>	
Investimento de aspectos passionais no discurso da imprensa esportiva.....	48
Promoção de intencionalidades e posicionamentos editoriais	
<i>Magnos Cassiano Casagrande</i>	
Journaliste de sport et diversité .....	62
Une subordination des normes sportives ?	
<i>Fabien Wille</i>	
Le <i>Véloce-Sport</i> et l'invention de la culture cycliste .....	78
<i>Martin Hurcombe</i>	
« De nos envoyés spéciaux » .....	96
Poétique d'une auctorialité plurielle dans le domaine du sport	
<i>Paul Aron</i>	
Le boxeur Georges Carpentier dans la presse franco-britannique de la Belle Époque .....	104
De la figure du vengeur de Waterloo à celle du héros de l'Entente Cordiale	
<i>Stéphane Hadjeras</i>	

Portraits de boxeurs noirs dans des magazines africains illustrés (1953-1975) .....	126
Des corps traversés par des rapports de pouvoir	
<i>Claire Ducournau</i>	
Un processus postcolonial .....	138
La genèse de la domination kényane dans les courses de fond vue par la presse sportive spécialisée française	
<i>Cyril Thomas</i>	
Racismo no futebol .....	152
O que a linguagem do discurso midiático pode nos dizer?	
<i>Izadora Silva Pimenta</i>	
Copa de 2018 .....	166
Neymar, futebol e virilidade em narrativas de jornais	
<i>Andre Melo Mendes</i>	
Compte rendu des matches de football dans la presse généraliste .....	184
Entre gestion de l'incertitude et refus de positionnement	
<i>Valérie Bonnet</i>	
<b>Varias</b>	
Reportagens seriadas e jornalismo literário .....	198
Um espaço de narrativas que apontam soluções sociais	
<i>Monica Martinez e Leila Gapy</i>	
<b>Entretien/Interview/Entrevista</b>	
How George Orwell Invented Journalism Studies.....	216
An interview with Prof. Richard Lance Keeble, a self-defined “hackademic”	
<i>Isabelle Meuret</i>	
<i>Merci aux évaluateurs et évaluatrices des récents numéros de la revue</i>	
<i>Agradecemos aos avaliadores das últimas edições da revista</i>	

# Les écritures du journalisme sportif

## Introduction

**PAUL ARON**

Directeur de recherches au FNRS  
Université libre de Bruxelles  
Centre Philixte  
Belgique  
paron@ulb.ac.be

**AVEC LA COLLABORATION DE**

**LAURENCE ROSIER**

Professeure ordinaire  
Université libre de Bruxelles  
Centre STRIGES et LADISCO  
Belgique  
laurence.rosier@ulb.be

**RUADHÁN COOKE**

Lecturer  
School of Languages, Literatures & Cultures  
National University of Ireland, Galway  
Ireland  
ruadhan.cooke@nuigalway.ie

**MARIE-ÈVE THÉRENTY**

Professeure  
Université Paul Valéry Montpellier 3  
Centre RIRRA21  
France  
marieeve.therenty@sfr.fr

**RUBEN ARNOLDO GONZALEZ**

Profesor  
Benemerita Universidad Autonoma de Puebla  
Centro de Estudios en Comunicacion Politica  
Mexique  
ruben.arnoldo.gonzalez@gmail.com



Le sport occupe une place majeure dans l'économie médiatique contemporaine. Il se diffuse via des supports spécialisés, mais il est tout aussi présent dans les journaux généralistes. Avec ses vedettes, ses résultats, ses exploits, ses séquences périodiques ( Coupes du monde, Jeux olympiques ou paralympiques ), il fait pleinement partie de ce que l'on appelle l'information. Cette situation est relativement récente. *Bell's life in London* ( 1823 ) est le premier à publier des actualités sportives et les premiers périodiques spécialisés se développent au milieu du XIX<sup>e</sup> siècle ( *The Field*, 1853; *Les Sports* [ 1854 ], journaux mondains; *Le Sport nautique*, 1860; *The Sportsman*, 1865 ); les résultats sportifs entrent progressivement dans les journaux ( notamment via les courses hippiques ). Le *New York Herald* semble avoir été le premier quotidien généraliste à couvrir systématiquement le monde du sport, et le *New York World* en 1883 à disposer d'une équipe de reporters spécialisés. Les titres sportifs connaissent une croissance importante dès la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, parce que le sport se démocratise et fait désormais partie des politiques publiques, et parce qu'il rencontre aussi les intérêts économiques des industriels de l'automobile ou du cycle. Avec *Le Vélo* de Pierre Giffard ( 1892 ) et de son concurrent *L'Auto* ( 1904 ) d'Henry Desgranges, puis l'organisation du premier Tour de France en juin-juillet 1903, le sport entre dans l'ère médiatique qui est encore la nôtre.

Pour citer cet article, to quote this article,  
para citar este artigo :

Paul Aron, Laurence Rosier, Ruadhán Cooke, Marie-Ève Thérenty, Ruben Arnoldo Gonzalez, « Les écritures du journalisme sportif », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne, online], Vol 10, n°2 - 2021, 15 décembre - december 15 - 15 de dezembro.

URL : <https://doi.org/10.25200/SLJ.v10.n2.2021.433>

Avant la Première Guerre mondiale, le sport compose 6 % de la surface totale des quotidiens français ( Tétard, 2007 ), au lendemain de la Seconde Guerre mondiale, il est à 13,5 % pour les journaux parisiens, 30 % pour la presse régionale ( Seidler, 1964 ). Cette part ne fait que croître ensuite comme l'indique l'importance des suppléments sportifs des journaux anglais comme *The Daily telegraph*, *Daily mail* ou *Daily express*. Le sport fait l'objet de reportages, de chroniques ; il est relayé par les agences ; il a son personnel spécialisé : journalistes, et même journalistes spécialisés selon les disciplines, photographes, commentateurs radio et télévisuels. Malgré la crise de la presse, de nouveaux organes se créent et survivent, comme *Placar* ( 1970 ) ou *Lance!* (1997) au Brésil ; la concurrence reste bien vivante entre les deux quotidiens sportifs madrilènes, *As* et *Marca*, comme entre les chaînes des bouquets numériques : ESPN, Eurosport, TVA sports, Canal + sport, etc<sup>1</sup>. Dans le monde entier, quotidiens, hebdomadaires, presse sur internet construisent et diffusent des informations, des analyses, des commentaires.

Dans l'histoire du journalisme, le journalisme sportif occupe toutefois une place singulière. Le discours sur la presse sportive a d'abord été celui des personnels eux-mêmes, au fur et à mesure que se développait la conscience de former une sous-catégorie professionnelle spécifique, souvent d'ailleurs liée à une double pratique, celle des sportifs et sportives écrivant ou des journalistes amateurs et amatrices de sport. Cette conjonction a sans doute pesé sur un mode de professionnalisation particulier. Elle n'est pas étrangère à la rencontre tardive entre les historiens du sport et ceux de la presse.

Depuis une quinzaine d'années pourtant, des recherches ont été consacrées aux relations entre presse et sport ( Raney et Bryant, 2006 ; Clastres et Méadel, 2007 ; Combeau-Mari, 2007 ; Attali, 2009 ). Ces travaux ont permis de baliser de vastes territoires jusque-là peu connus : inventaire de la presse sportive, y compris locale ou régionale, histoire des acteurs de cette presse ( journalistes, photographes, écrivains ), relations entre cette presse et le monde économique ou politique, rhétorique du discours sportif. L'envers de ce balisage est le caractère peu systématique des inventaires : la plupart des ouvrages sont des monographies ( sur un journal, un sport, une période ou une région ) et ne thématisent pas nécessairement un propos d'ensemble, encore plus rarement des poétiques spécifiques. La question de l'écriture du sport reste ainsi souvent en suspens ; elle a néanmoins été plus clairement posée dans une série de travaux récents ( Diana et Lochard, 1994 ; Lowes, 1999 ; Coelho, 2011 ; Souanef, 2019 ) sur un mode tantôt prescriptif, tantôt analytique.

\*\*\*

Partiellement issu des communications présentées lors du colloque de Numapresse (Bruxelles, 24-

25 octobre 2019), complété par les articles soumis à *Sur le Journalisme* suite à l'appel du printemps 2020, le présent dossier souhaite donc approfondir la connaissance des écritures du journalisme sportif en recourant à des approches disciplinaires parfois inusitées dans ce domaine et aux techniques qui permettent d'en renouveler la compréhension, comme l'analyse de discours, l'histoire, les humanités numériques ou la poétique du journalisme.

Principalement consacré à un corpus francophone et lusophone ( Brésil ), avec quelques incursions dans le monde anglo-saxon, le dossier insiste sur l'inscription sociale du discours sportif écrit. Accompagnée par des images, génératrice de gros titres, d'effets de mise en page, la narration sportive peut difficilement être conçue comme une performance purement textuelle. Mais comment les différents éléments des médias entrent-ils en relation et développent-ils leurs effets les uns par rapport aux autres ? Comment également écrire du texte sous le règne du direct de la radio et de la télévision ou de l'internet ? Comment la concurrence des médias conditionne-t-elle les narrations respectives des différents supports ? ( *Schultz*, 2007 ; *Moritz*, 2014 ; *Leal et Mesquita*<sup>2</sup> ) Plus largement encore, l'écriture du sport s'articule avec les représentations du monde ( nationalisme, racisme, engagement, sexisme ) comme avec la gestion du territoire ou le tourisme. Le discours du sport peut aussi être profondément politique, lorsque ce dernier se lie aux antagonismes coloniaux ( comme dans la rivalité franco-anglaise dans le domaine de la boxe — *Hadjeras* ), ou engage la fierté nationale ( comme lors des défaites de l'équipe brésilienne de football — *Casagrande* ). Le sport est aussi l'objet de polémiques, lorsqu'il traite ( ou ne traite pas ) de questions de genre et de transgenre, lorsqu'il véhicule des idéologies et des visions du monde ( *Ducournau, Thomas* ). Toutes ces questions montrent que si l'on ne peut isoler l'écriture du sport du contexte dans lequel elle s'insère, elle continue d'être un moteur essentiel de l'activité journalistique dans le domaine.

Les contextes organisationnels de l'écriture du sport ont changé au cours du temps ; les espaces de travail, les outils, les possibilités de diffusion et de mises en forme ont progressivement construit des rapports différents à l'écriture pour le ou la journaliste ( *Singer*, 2003 ). Ces conditions concernent autant des facteurs externes qu'internes à la fabrique de l'information sportive ( *Wille* ). Sur le plan externe, il faut ainsi tenir compte des couvertures internationales des événements sportifs parce qu'elles posent aussi des questions autour d'une certaine forme de mimétisme dans les pratiques d'écriture, voire d'internationalisation des pratiques de narration du sport. Rassemblés en *pools*, assistant aux mêmes conférences de presse, éloignés des sportifs et sportives par le truchement

des chargés de communication, les journalistes sportifs doivent développer des stratégies spécifiques pour parvenir à réaliser leurs productions. C'est le cas également des journaux, puisque le sport est un lieu de forte concurrence entre eux. Au plan interne, l'écriture du sport a toujours concerné deux plans distincts : celui des événements et des résultats proprement dits, et le commentaire, les enquêtes ou les reportages qui encadrent ces événements. Or, cette distinction n'est pas immuable. Ce qui est considéré comme une écriture factuelle commence à être automatisée. La « robotisation du journalisme » qui touche la couverture du secteur financier est aussi testée en rubrique sportive dans certaines entreprises médiatiques, et entraîne des débats non seulement sur l'écriture ( sa fonction, son importance ), mais aussi sur le rôle du journaliste ( Danzon-Chambaud, 2020 ).

Plus récemment encore, sur internet, il existe des médias où le public interagit, voire fournit lui-même le matériau mis en ligne, et participe ainsi à la médiation du sport ( Singer, 2003 ; Martins ). L'écriture ( au sens large du mot ) sort ainsi des cadres professionnels connus, mais elle continue de participer activement aux enjeux sociaux et économiques de ce secteur d'activité.

Les humanités numériques permettent d'exploiter les immenses corpus mis en ligne depuis quelques années. Elles posent également de nouvelles questions, sur la place du domaine sportif dans l'économie générale des supports imprimés périodiques ( rythmes de publication, importance quantitative, formes spécifiques du traitement ), sur les genres de journalisme mobilisés ( du reportage différé au simili-direct, de l'immersion au compte rendu photographique, de la chronique au billet d'humeur... ), sur la représentation des sportifs par l'image ou la métaphorisation héroïsante, sur la trajectoire des journalistes ( Aron ).

Sur le plan méthodologique, comme on le verra, les écritures du sport concernent tant la forme des médias ( par exemple leurs couvertures et les illustrations )

que le texte lui-même, sous ses diverses modalités que sont les titres, les registres énonciatifs ( de l'interview au commentaire ), les jugements de valeur et les idéologies manifestées ( Ducournau ; Mendès ). L'analyse de discours, la sémiotique, la sociolinguistique sont ainsi convoquées pour comprendre comment le sport développe une langue propre ( Caldwell, 2016 ; Bonnet ; Pimenta ). Le sport écrit ou parlé s'énonce dans des registres variables, du temps du récit au monologue restitué, du discours de connivence au discours de la distance, de l'argot au pastiche littéraire ( Aron ). Ces différents discours sont rapportés aux multiples acteurs de la scène sportive ( des entraîneurs aux sportifs voire aux spectateurs ), aux différenciations entre sports eux-mêmes, aux traditions discursives des différents événements sportifs, voire à la place qu'ils et elles occupent dans le journal.

Comme le montrent les contributions ici rassemblées, qui vont du XIX<sup>e</sup> siècle à la période contemporaine, le contenu même du mot « sport » a profondément changé : au-delà de la pratique individuelle qu'il continue de désigner, mais avec des connotations très différentes, il concerne tous les domaines de la vie sociale, depuis l'urbanisme qui pense son inscription dans la ville, jusqu'à l'économie mondialisée qui fait circuler ses personnels et les représentations qui lui sont liées. L'écriture du sport est partie prenante de la définition même de l'activité sportive, et participe à son essor et à ses pratiques. C'est le cas, comme le montre Hurcombe, du vélo dès la fin du XIX<sup>e</sup> siècle ; mais également des sports de combat, ici étudiés à travers les nombreux médias et réseaux sociaux brésiliens contemporains ( Martins ), ou même des grands sports mondialisés ( Oriard, 1993 ). Ce sont ces structures en mutation que l'histoire du journalisme tente de saisir, tantôt au plus près des acteurs qui les font, tantôt avec le recul qui permet de dessiner l'évolution d'un média particulier ou celle d'un ensemble de pratiques.

## NOTES

<sup>1</sup> Voir la « Liste des chaînes de télévision sportive » sur wikipedia.

<sup>2</sup> Les noms cités sans référence de date renvoient aux articles du présent dossier.

## RÉFÉRENCES

---

- Attali M. ( 2009 ), Sport et médias, du XIXe siècle à nos jours, Biarritz, Atlantica, 2009.
- Barbeiro, H, Rangel, P. (2006), Manual do Jornalismo Esportivo. São Paulo : Contexto, 2006.
- Caldwell, D., Walsh, J., Vine, E. W., & Jureidini, J. (Eds.). (2016), The discourse of sport: Analyses from social linguistics: Taylor & Francis.
- Clastres P., C. Méadel C. ( 2007 ), Le Temps des médias, « La Fabrique des sports », 2007/2 ( n° 9 ).
- Coelho, P. V. (2011), Jornalismo esportivo. São Paulo : Contexto.
- Combeau-Mari E. ( dir. ) (2007), Sport et presse en France ( XIXe-XXe siècles ), Paris : Éditions le Publieur, 2007.
- Danzon-Chambaud S. ( 2020 ), « De plus en plus installé, le journalisme automatisé interroge toujours », La Revue des médias, 26 février, <https://larevuedesmedias.ina.fr/journalisme-automatise-robot-media>
- Derèze G., Diana J.-F., Standaert O. ( 2015 ), Journalismes sportifs. Méthodes d'analyse des productions médiatiques, Bruxelles : de Boeck supérieur.
- Diana J.F., Lochard G. ( dir. ) (1994), Le Sport médiatisé. Du voir au savoir, MédiaMorphoses, n° 11, Paris : Ina.
- Lowes, M. D. (1999), Inside the sports pages: Work routines, professional ideologies, and the manufacture of sports news, Toronto : University of Toronto Press.
- Moritz, B. P. (2014), Rooting for the story: Institutional sports journalism in the digital age. Dissertations — ALL. 171. <https://surface.syr.edu/etd/171>
- Oriard, M. (1993). Reading football. How the popular press created an American spectacle, Chapel Hill, NC: UNC Press.
- Raney, A. A., & Bryant, J. (Eds.). (2006), Handbook of sports and media, New York: Routledge.
- Schultz, Brian (September 2007), "Sports journalists who blog cling to traditional values", *Newspaper Research Journal* 28 (4): 62–76. doi:10.1177/073953290702800406.
- Seidler E. ( 1964 ), Le sport et la presse, Paris : Armand Colin.
- Singer, J. B. ( 2003 ), « Who are these guys? The online challenge to the notion of journalistic professionalism », Journalism, 4 ( 2 ), 139-163.
- Souanef S. ( 2019 ), Le journalisme sportif : sociologie d'une spécialité dominée, Rennes : Presses universitaires de Rennes, coll. « Res publica ».
- Tétart Ph. (2007), Histoire du sport en France, Paris : Vuibert.



# As escritas do jornalismo esportivo

## Introdução

**PAUL ARON**

Directeur de recherches au FNRS  
Université libre de Bruxelles  
Centre Philixte  
Belgica  
paron@ulb.ac.be

**COM A COLABORAÇÃO DE**

**LAURENCE ROSIER**

Professeure ordinaire  
Université libre de Bruxelles  
Centre STRIGES et LADISCO  
Belgica  
laurence.rosier@ulb.be

**RUADHÁN COOKE**

Lecturer  
School of Languages, Literatures & Cultures  
National University of Ireland, Galway  
Irlanda  
ruadhan.cooke@nuigalway.ie

**MARIE-ÈVE THÉRENTY**

Professeure  
Université Paul Valéry Montpellier 3  
Centre RIRRA21  
França  
marieeve.therenty@sfr.fr

**RUBEN ARNOLDO GONZALEZ**

Profesor  
Benemerita Universidad Autonoma de Puebla  
Centro de Estudios en Comunicacion Politica  
México  
ruben.arnoldo.gonzalez@gmail.com



esporte tem ocupado um lugar de destaque na economia da mídia contemporânea. Ele é divulgado tanto pela mídia especializada, quanto pelos meios de comunicação generalistas. Atletas, resultados, conquistas, temporadas de grandes eventos (Copas do Mundo, Jogos Olímpicos ou Paraolímpicos) hoje fazem reconhecidamente parte da chamada “indústria da informação”, o que é relativamente recente. O *Bell's life in London* (1823) foi o primeiro a publicar notícias esportivas, os primeiros periódicos especializados tendo se estabelecido em meados do século XIX (*The Field*, 1853; *Les Sports* (1854), jornais sociais; *Le Sport nautique*, 1860; *The Sportsman*, 1865). Gradualmente, os resultados esportivos passam a incorporar a pauta de todos os jornais (particularmente com as corridas de cavalos). Se o *New York Herald* teria sido o primeiro jornal generalista a cobrir sistematicamente o mundo do esporte, o *New York World*, em 1883, foi pioneiro na constituição de uma equipe de repórteres especializados. A partir do final do século XIX, os títulos esportivos crescem significativamente, passando a incorporar as políticas públicas, não apenas como consequência da democratização do esporte, mas também porque satisfazem os interesses econômicos das indústrias automobilística e do ciclismo. Com o *Le Vélo* de Pierre Giffard (1892) e seu concorrente *L'Auto* (1904), de Henry Desgranges, e com a organização do primeiro *Tour de France* (maior e mais antigo evento de ciclismo do mundo) em jun-

Pour citer cet article, to quote this article,  
para citar este artigo :

Paul Aron, Laurence Rosier, Ruadhán Cooke, Marie-Ève Thérenty, Ruben Arnoldo Gonzalez, « As escritas do jornalismo esportivo », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne, online], Vol 10, n°2 - 2021, 15 décembre - december 15 - 15 de dezembro.

URL : <https://doi.org/10.25200/SLJ.v10.n2.2021.434>



ho/julho de 1903, o esporte adentra a era da mídia, que ainda vigora.

Antes da Primeira Guerra Mundial, o esporte ocupava 6% do espaço de divulgação dos jornais franceses (Tétard, 2007); após a Segunda Guerra Mundial, passa a ocupar 13,5% dos jornais parisienses e 30% da imprensa regional (Seidler, 1964). A partir dessa data, sua participação aumenta constantemente, uma ascensão que se reflete na centralidade dos suplementos esportivos dos jornais ingleses como o *The Daily Telegraph*, o *Daily Mail* e o *Daily Express*. O esporte passa a ser tema de reportagens e crônicas, retransmitido por agências e beneficiando-se de um corpo profissional especializado: jornalistas (inclusive especialistas das diferentes modalidades), fotógrafos, comentaristas de rádio e televisão. Ainda que em meio a uma crise da imprensa, novos jornais são criados e vários sobrevivem ainda hoje; é o caso do *Placar* (1970) e do *Lance!* (1997) no Brasil. Paralelamente, uma competição ferrenha se estabelece entre os jornais esportivos - a exemplo dos diários de Madri, *As* e *Marca* -, assim como entre os pacotes de canais digitais da TV a cabo, como a ESPN, Eurosport, TVA sports, Canal + sport, etc (no caso da televisão francesa)<sup>1</sup>. No mundo todo, notícias, análises e comentários são construídos e divulgados por diários, semanários e pela Internet.

Mas o jornalismo esportivo ocupa um lugar peculiar na história do jornalismo em geral. O discurso sobre a imprensa esportiva era produzido pelos próprios atores da área, à medida que se desenvolvia a consciência da necessidade de se formar uma subcategoria profissional específica, que geralmente se originava de uma dupla prática, a do/as próprio/as esportistas que passaram a escrever, ou ainda a do/as jornalistas amadore/as de esporte. Essa conjunção, que certamente influenciou a constituição de um modo particular de profissionalização, também é responsável pelo diálogo tardio entre historiadores esportivos e historiadores da imprensa.

Apesar disso, inúmeras pesquisas têm focado na relação entre imprensa e esporte (Raney e Bryant, 2006; Clastres e Méadel, 2007; Combeau-Mari, 2007; Attali, 2009), possibilitando o mapeamento de vastos territórios outrora desconhecidos: o inventário da imprensa esportiva, incluindo a imprensa local e regional, a história dos atores dessa imprensa (jornalistas, fotógrafo/as, escritor/as), as relações entre imprensa esportiva e o mundo econômico e político, e a retórica do discurso esportivo. Em contraponto, esses inventários ainda foram pouco sistematizados: a maioria deles são monografias (sobre um jornal, um esporte, um período ou uma região) que não necessariamente tematizam uma abordagem geral, e menos ainda poéticas específicas. Por isso, muitas questões sobre a escrita esportiva continuam suscitando perguntas,

ainda que tenham sido discutidas mais propriamente numa série de obras recentes (Diana e Lochard, 1994; Lowes, 1999; Coelho, 2011; Souanef, 2019), ora em modo prescritivo, ora analítico.

\*\*\*

O presente dossiê, composto em parte por textos extraídos das mesas do colóquio de Numapresse (Bruxelas, 24-25 de outubro de 2019) e por artigos submetidos à revista *Sur le Journalisme* em resposta à chamada de trabalhos lançada em meados de 2020, tem como objetivo aprofundar o conhecimento das escritas do jornalismo esportivo. Para tanto, recorre a certas abordagens disciplinares inusitadas, e a suas técnicas, de modo a renovar a compreensão das temáticas: análise do discurso, história, humanidades digitais e poética do jornalismo.

Com base principalmente em um corpus francófono e lusófono (Brasil), incluindo incursões do mundo anglo-saxão, o dossiê foca a inscrição social do discurso esportivo escrito. De fato, a narrativa esportiva, sempre acompanhada por imagens, manchetes e efeitos de layout, dificilmente pode ser concebida como um desempenho puramente textual. Isso traz à tona uma questão central: como os diferentes elementos da mídia se relacionam e provocam seus efeitos uns com relação aos outros? Como escrever no mundo do ao vivo da rádio e da televisão ou mesmo da Internet? Como a concorrência condiciona as narrativas dos diferentes meios de comunicação? (Schultz, 2007; Moritz, 2014; Leal e Mesquita). De modo mais amplo, a escrita esportiva articula-se tanto com as representações de mundo (nacionalismo, racismo, ativismo, machismo), como com a gestão do território ou do turismo. O discurso do esporte também pode ser profundamente político, quando remete aos antagonismos coloniais (a exemplo da rivalidade franco-britânica no boxe - Hadjeras), ou engaja o orgulho nacional (como nas derrotas da seleção brasileira de futebol - Casagrande). O esporte também é objeto de polêmicas quando aborda (ou deixa de abordar) questões de gênero e transgênero, ou ainda quando transmite ideologias e visões de mundo (Ducournau, Thomas). Todas essas questões revelam que, se a escrita esportiva não pode ser isolada do contexto em que está inserida, ao mesmo tempo, ela continua sendo um motor essencial da atividade jornalística como um todo.

Os contextos organizacionais da escrita esportiva mudaram ao longo do tempo; os espaços de trabalho, as ferramentas, as possibilidades de divulgação e formação construíram progressivamente diferentes relações do/a jornalista com a escrita (Singer, 2003). Essas condições remetem tanto a fatores externos quanto internos na produção da informação esportiva (Wille). No plano externo, as coberturas inter-

nacionais de eventos esportivos também devem ser consideradas por levantarem questões sobre uma certa forma de mimetismo nas práticas de escrita, ou mesmo sobre a internacionalização das práticas de narração esportiva. Reunidos em pools, participando das mesmas coletivas de imprensa, distanciado/as do/as esportistas pela intermediação do/as assessore/as de comunicação, o/as jornalistas esportivo/as precisam desenvolver estratégias específicas para realizar suas produções. É também o caso dos jornais, sendo o esporte alvo de forte competição entre eles. No plano interno, a redação esportiva sempre se referiu a dois níveis distintos: o dos eventos e resultados propriamente ditos, e o dos comentários, investigações ou reportagens que envolvem esses eventos. No entanto, essa distinção não é imutável. Aquilo que poderia ser considerado escrita factual está começando a ser automatizado. A “robotização do jornalismo”, que também afeta a cobertura do setor financeiro, tem sido testada na seção de esportes por certas empresas de mídia, alimentando debates não apenas sobre a escrita (sua função, sua importância), mas também sobre o papel do/a jornalista (Danzon-Chambaud, 2020).

Ainda mais recentemente, a Internet abriu espaço para mídias em que o público interage, fornecendo até o próprio material postado e, dessa forma, participando da midiaticização do esporte (Singer, 2003; Martins). A escrita (no sentido amplo da palavra), ainda que escape dos quadros profissionais conhecidos, continua participando ativamente das questões sociais e econômicas deste setor de atividade.

As humanidades digitais permitem explorar o imenso corpus de informações disponibilizado on-line nos últimos anos. Também levantam novas questões sobre o lugar do esporte na economia geral da mídia periódica impressa (ritmos de publicação, importância quantitativa, formas específicas de abordagem), sobre os gêneros de jornalismo mobilizados (da reportagem gravada ao semi-ao-vivo, da imersão ao relato fotográfico, da crônica à nota de humor...), sobre a representação do/as esportistas pelas imagens em termos de metáforização heroizante, ou ainda sobre a trajetória do/as jornalistas (Aron).

Do ponto de vista metodológico, como veremos, as escritas do esporte remetem tanto à forma da mídia (suas capas e ilustrações, por exemplo) quanto ao texto em si, em suas diversas modalidades, tais como títulos, registros enunciativos (das entrevistas aos comentários), juízos de valor e ideologias manifestadas (Ducournau; Mendès). A análise do discurso, a semiótica e a sociolinguística têm ajudado a entender como o esporte vem desenvolvendo sua própria linguagem (Caldwell, 2016; Bonnet; Pimenta). O esporte escrito ou falado é enunciado em registros variáveis, da temporalidade da narrativa ao monólogo restituído; do discurso de convivência ao discurso da distância; do registro popular ao pastiche literário (Aron). Esses diferentes discursos dão voz aos múltiplos atores da cena esportiva (dos treinadores aos atletas ou mesmo aos espectadores), retratando as distinções entre os próprios esportes, as tradições discursivas dos diferentes eventos esportivos, e até mesmo o lugar que ocupam no jornal.

Como ilustram as contribuições aqui reunidas, que vão do século XIX ao período contemporâneo, o próprio sentido da palavra “esporte” mudou substancialmente: para além da prática individual que ele continua a designar, mas com conotações muito distintas, remete a todas as áreas da vida social, desde o planejamento urbano, que pensa em sua inclusão na cidade, até a economia globalizada, que coloca em circulação seus atores e as representações que suscita. A escrita esportiva faz parte da própria definição da atividade, participando do seu desenvolvimento e de suas práticas. Esse é o caso, como mostra Hurcombe, do ciclismo desde o final do século XIX; mas também dos esportes de combate, aqui abordados com base nas muitas mídias e redes sociais brasileiras contemporâneas (Martins); ou ainda dos grandes esportes globalizados (Oriard, 1993). São essas estruturas em transformação que a história do jornalismo tenta captar, ora o mais próximo possível daquele/as que as criam, ora com o distanciamento necessário para retratar a evolução de um determinado meio ou de um conjunto de práticas.

---

Tradução  
Sabine Gorovitz

## NOTAS

<sup>1</sup> Cf. « Canais de televisão esportivos » na Wikipedia.

## REFERÊNCIAS

---

- Attali M. (2009), *Sport et médias, du XIXe siècle à nos jours*, Biarritz, Atlantica, 2009.
- Barbeiro, H, Rangel, P. (2006), *Manual do Jornalismo Esportivo*. São Paulo: Contexto, 2006.
- Caldwell, D., Walsh, J., Vine, E. W., & Jureidini, J. (Eds.). (2016), *The discourse of sport: Analyses from social linguistics*: Taylor & Francis.
- Clastres P., C. Méadel C. (2007), *Le Temps des médias*, « *La Fabrique des sports* », 2007/2 ( n° 9 ).
- Coelho, P. V. (2011), *Jornalismo esportivo*. São Paulo: Contexto.
- Combeau-Mari E. (dir.) (2007), *Sport et presse en France ( XIXe-XXe siècles )*, Paris : Éditions le Publieur, 2007.
- Danzon-Chambaud S. (2020), « De plus en plus installé, le journalisme automatisé interroge toujours », *La Revue des médias*, 26 février, <https://larevuedesmedias.ina.fr/journalisme-automatise-robot-media>
- Derèze G., Diana J.-F., Standaert O. (2015), *Journalisme sportif. Méthodes d'analyse des productions médiatiques*, Bruxelles : de Boeck supérieur.
- Diana J.F., Lochard G. (dir.) (1994), *Le Sport médiatisé. Du voir au savoir, MédiaMorphoses*, n° 11, Paris : Ina.
- Lowes, M. D. (1999), *Inside the sports pages: Work routines, professional ideologies, and the manufacture of sports news*, Toronto : University of Toronto Press.
- Moritz, B. P. (2014), *Rooting for the story: Institutional sports journalism in the digital age*. Dissertations — ALL. 171. <https://surface.syr.edu/etd/171>
- Oriard, M. (1993). *Reading football. How the popular press created an American spectacle*, Chapel Hill, NC: UNC Press.
- Raney, A. A., & Bryant, J. (Eds.). (2006), *Handbook of sports and media*, New York: Routledge.
- Schultz, Brian (September 2007), "Sports journalists who blog cling to traditional values", *Newspaper Research Journal* 28 (4): 62–76. doi:10.1177/073953290702800406.
- Seidler E. (1964), *Le sport et la presse*, Paris : Armand Colin.
- Singer, J. B. (2003), « Who are these guys? The online challenge to the notion of journalistic professionalism », *Journalism*, 4 (2), 139-163.
- Souanef S. (2019), *Le journalisme sportif : sociologie d'une spécialité dominée*, Rennes : Presses universitaires de Rennes, coll. « Res publica ».
- Tétart Ph. (2007), *Histoire du sport en France*, Paris : Vuibert.

# The writing(s) of sports journalism

## Introduction

**PAUL ARON**

Directeur de recherches au FNRS  
*Université libre de Bruxelles*  
Centre Philixte  
Belgique  
paron@ulb.ac.be

**AVEC LA COLLABORATION DE**

**LAURENCE ROSIER**

Professeure ordinaire  
*Université libre de Bruxelles*  
Centre STRIGES et LADISCO  
Belgique  
laurence.rosier@ulb.be

**RUADHÁN COOKE**

Lecturer  
*School of Languages, Literatures & Cultures*  
*National University of Ireland, Galway*  
Ireland  
ruadhan.cooke@nuigalway.ie

**MARIE-ÈVE THÉRENTY**

Professeure  
*Université Paul Valéry Montpellier 3*  
Centre RIRRA21  
France  
marieeve.therenty@sfr.fr

**RUBEN ARNOLDO GONZALEZ**

Profesor  
*Benemerita Universidad Autonoma de Puebla*  
Centro de Estudios en Comunicacion Politica  
Mexique  
ruben.arnoldo.gonzalez@gmail.com



port occupies an important space in contemporary media economics. It is disseminated via specialist platforms but features prominently also in general newspapers. With its stars, results, achievements and big events recurring in periodic sequence (World Cups, Olympic and Paralympic Games), sport falls squarely within the definition of information. This however is a relatively recent phenomenon.

Bell's life in London (1823) is the first newspaper to publish sports news. The first specialist periodicals appear in the middle of the 19th century (The Field, 1853; Les Sports (1854), society newspapers; Le Sport nautique, 1860; The Sportsman, 1865) while sports results begin to feature more regularly in general newspapers, particularly through the coverage of horseracing.

The New York Herald appears to be the first general daily newspaper to cover sport in a systematic fashion, and the New York World in 1883 is the first newspaper to have a designated team of specialist sports reporters. Sports publications experience significant growth from the 19th century onwards, due to the gradual democratization of sport, which increasingly becomes part of public policy, but also because it coincides with the vested economic interests of automobile and bicycle manufacturers. With Pierre Giffard's Le Vélo (1892), its competitor L'Auto (1904) edited by Henry Desgranges, and the organization of the first Tour de

**Pour citer cet article, to quote this article,  
para citar este artigo :**

Paul Aron, Laurence Rosier, Ruadhán Cooke, Marie-Ève Thérenty, Ruben Arnoldo Gonzalez, « The writing(s) of sports journalism », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne, online], Vol 10, n°2 - 2021, 15 décembre - december 15 - 15 de dezembro.

URL : <https://doi.org/10.25200/SLJ.v10.n2.2021.435>

France in June-July 1903, sport enters the media era as we still know it today.

Before World War I, sport accounts for 6% of the total content of French daily newspapers (Tétard, 2007). After World War II, sports coverage has grown to represent 13.5% of the content of Parisian newspapers and 30% of the content of the regional press (Seidler, 1964). This proportion continues to grow, as reflected in the significance of sports supplements carried by certain English newspapers such as the Daily Telegram, the Daily Mail or the Daily Express. Sport becomes the subject matter of reports and columns; it is covered by news agencies and begins to have its own dedicated staff: reporter/journalists and even discipline-specific specialists such as photographers and radio and television commentators. Despite the crisis in the press sector, new publications are launched and manage to stay in business, such as *Placar* (1970) or *Lance!* (1997) in Brazil. Competition remains fierce between the two Madrid-based sports dailies, *As* and *Marca*, as well as between digital television channels such as ESPN, Eurosport, TVA sport, Canal+ Sport, etc. Around the world, daily and weekly newspapers and the online press create and disseminate information, analysis and commentary.

In the history of journalism, sports journalism occupies a special place. The discourse on the sporting press is first elaborated by the staff of the sporting press itself, as the awareness of constituting a specific sub-category of journalism gradually develops. This observation generally derives from the overlapping of roles between journalists and sportspersons: some professional sportsmen and women turn to writing on sports, and some journalists are sports aficionados. Such crossovers have undoubtedly influenced modes of professionalization and help also to explain why encounters between sports historians and historians of the press were slow to come about.

However, in the past fifteen years, much research has focused on the relationship between sport and the press (Raney et Bryant, 2006; Clastres et Méadel, 2007; Combeau-Mari, 2007; Attali, 2009). These works have contributed to the mapping of vast territories, previously uncharted, such as inventories of the sporting press, including local and regional newspapers, histories of press stakeholders (journalists, photographers, writers), relationships between the press and both the economic and political spheres, and the rhetoric of sporting discourse. A downside of this “cartography” is the unsystematic nature of such inventories: most publications are monographs (on a particular newspaper, a sport, a period in time or a region) and do not thematize an overall argument, much less specific poetics. In this regard, writing about sport remains an open question, which has nevertheless been

brought into sharper focus through a series of recent works (Diana et Lochard, 1994; Lowes, 1999; Coelho, 2011; Souanef, 2019) alternating between prescriptive and analytical approaches.

\*\*\*

This issue of *On Journalism* is based on papers presented during the Numapresse conference (Brussels, October 24-25, 2019), as well as articles submitted following a call for submissions in the spring of 2020. It seeks therefore to broaden knowledge of writing in the field of sports journalism having recourse to a variety of disciplinary approaches, some of which are unusual in this sphere, and to methodologies offering new perspectives, such as discourse analysis, history, digital humanities and the poetics of journalism. Mainly centred on a French and Brazilian-Portuguese corpus, with some incursions into the Anglo-Saxon world, the issue emphasizes the social anchoring of the written discourse on sport. Accompanied by headline-generating images and layout effects, sports narration cannot be conceived as a purely textual performance. But how do different elements of the media relate to and impact on each other? How is sport written about when live coverage on the radio, television or via the Internet predominates? How does competition between various media condition the narrative of their respective iterations? (Schultz, 2007; Moritz, 2014; Leal and Mesquita). More broadly still, sports writing is intertwined with representations of the world (nationalism, racism, engagement, sexism) as well as with spatial/planning policy and tourism.

Sports discourse can also be profoundly political, particularly when it coincides with colonial antagonisms (such as in the case of Anglo-French rivalry in boxing - Hadjeras), or where it engages national pride (for example when the Brazilian soccer team suffers a defeat - Casagrande). Sport is also subject to controversy, for instance when it deals or fails to deal with gender and transgender issues, or when it conveys specific ideologies and interpretations of the world (Ducournau, Thomas). All of these questions highlight how, although writing about sport cannot be isolated from the context in which it takes place, it remains an essential driver of journalistic activity in this area. The various organizational contexts of sports writing have changed over time; workspaces/places, tools, dissemination opportunities and formatting options have led to the creation of a variety of different relationships between the journalist and the act of writing about sport (Singer, 2003). Such factors are both internal and external to the production of sports information (Wille).

From an external perspective, the international coverage of sporting events must be considered,



given how it also raises questions regarding a certain form of mimicry in writing practices, amounting to a potential internationalization of the modes of sports narration. Grouped together in “pools”, attending the same press conferences, kept at a distance from sportsmen and women by the ruses of communication specialists, sports journalists have had to develop specific strategies to generate content. This is true also for newspapers, given the extent to which sport is a significant factor in competition between rival publications. From an internal perspective, sports writing has always fallen into two distinct categories: on the one hand, the events and associated results, while on the other, the commentary, investigations and reports that frame and contextualize such events. However, this differentiation is not fixed in stone. What is considered factual writing is beginning to be automated. The “robotization of journalism” that exists in the coverage of the financial sector is also being trialled in the sports sections of certain media organisations, and is leading to debates, not only on writing (its function, its importance), but also on the role of journalists (Danzon-Chambaud, 2020). More recently still, via the internet, the public interacts directly with certain media, providing online content and thereby contributing to the mediatization of sport (Singer, 2003; Martins). Writing (in the broadest sense of the term) is thus stepping outside of the established professional frameworks while at the same time contributing actively to the social and economic stakes of this particular sector.

Digital humanities enable the immense corpus of information available online in recent years to be tapped. They also raise new questions about the place of sport in the general economy of periodic printed media (publication frequencies, quantitative importance, specific forms of treatment of material), the types of journalism mobilized (from deferred reporting to live coverage, from immersionism to photographic accounts, from columns to features and colour pieces), the representation of sportsmen and women through imagery or heroic metaphorization, as well as the career paths of journalists (Aron).

From a methodological perspective, as we shall see, writing about sport deals as much with the media format (cover pages and illustrations for instance) as

with the various modes of the text itself, in the form of titles, enunciative discourses (from interviews to commentary), value judgements and stated ideologies (Ducournau, Mendes). Discourse analysis, semiotics and sociolinguistics are thus called upon to understand how sport develops its own language (Caldwell, 2016; Bonnet; Pimenta). Different registers frame how sport is written or spoken about, ranging from live narration to reconstructed monologue, from familiar conversations to more formal speech, from slang to literary pastiche (Aron). Such discourses relate to the various “players” on the sporting landscape (coaches, athletes, and spectators), the differentiation between sports themselves, the discursive traditions of many sporting events, and even the column inches dedicated to these elements in the newspaper itself.

As evidenced by the contributions gathered in this issue, and ranging in focus from the 19th century to the contemporary period, the meaning of the word “sport” has evolved greatly. Beyond the individual practices that it continues to describe, and with very different connotations, sport affects all aspects of social life, from town planning, which considers its insertion into urban spaces, to the globalized economy, causing both its personnel and its associated representations to circulate more widely. Writing about sport is an integral part of the very definition of sporting activity itself and contributes to its development and its practices. This is the case, not just for the sport of cycling from the end of the 19th century onwards, as illustrated by Hurcombe, but also for combat sports studied here through numerous contemporary Brazilian media and social networks (Martins), and even for the big global sports (Oriard, 1993). These are just some of the evolving structures that the history of journalism attempts to grasp, both from the standpoint of close proximity to the “agents” of their creation, but also with the necessary distance required to trace the evolution of a particular media or set of practices.

---

Translated by  
Emilie Traub and Ruadhán Cooke

## REFERENCES

---

- Attali M. (2009), *Sport et médias, du XIXe siècle à nos jours*, Biarritz, Atlantica, 2009.
- Barbeiro, H, Rangel, P. (2006), *Manual do Jornalismo Esportivo*. São Paulo: Contexto, 2006.
- Caldwell, D., Walsh, J., Vine, E. W., & Jureidini, J. (Eds.). (2016), *The discourse of sport: Analyses from social linguistics*: Taylor & Francis.
- Clastres P., C. Méadel C. (2007), *Le Temps des médias*, « *La Fabrique des sports* », 2007/2 ( n° 9 ).
- Coelho, P. V. (2011), *Jornalismo esportivo*. São Paulo: Contexto.
- Combeau-Mari E. (dir.) (2007), *Sport et presse en France ( XIXe-XXe siècles )*, Paris : Éditions le Publieur, 2007.
- Danzon-Chambaud S. (2020), « De plus en plus installé, le journalisme automatisé interroge toujours », *La Revue des médias*, 26 février, <https://larevuedesmedias.ina.fr/journalisme-automatise-robot-media>
- Derèze G., Diana J.-F., Standaert O. (2015), *Journalisme sportif. Méthodes d'analyse des productions médiatiques*, Bruxelles : de Boeck supérieur.
- Diana J.F., Lochard G. (dir.) (1994), *Le Sport médiatisé. Du voir au savoir, MédiaMorphoses*, n° 11, Paris : Ina.
- Lowes, M. D. (1999), *Inside the sports pages: Work routines, professional ideologies, and the manufacture of sports news*, Toronto : University of Toronto Press.
- Moritz, B. P. (2014), *Rooting for the story: Institutional sports journalism in the digital age*. Dissertations — ALL. 171. <https://surface.syr.edu/etd/171>
- Oriard, M. (1993). *Reading football. How the popular press created an American spectacle*, Chapel Hill, NC: UNC Press.
- Raney, A. A., & Bryant, J. (Eds.). (2006), *Handbook of sports and media*, New York: Routledge.
- Schultz, Brian (September 2007), "Sports journalists who blog cling to traditional values", *Newspaper Research Journal* 28 (4): 62–76. doi:10.1177/073953290702800406.
- Seidler E. (1964), *Le sport et la presse*, Paris : Armand Colin.
- Singer, J. B. (2003), « Who are these guys? The online challenge to the notion of journalistic professionalism », *Journalism*, 4 (2), 139-163.
- Souanef S. (2019), *Le journalisme sportif : sociologie d'une spécialité dominée*, Rennes : Presses universitaires de Rennes, coll. « Res publica ».
- Tétart Ph. (2007), *Histoire du sport en France*, Paris : Vuibert.

# A singularidade da cinquentenária Placar para o contexto histórico do jornalismo esportivo no Brasil



**DANIEL LEAL**

Doutorando  
Universidade Federal de Pernambuco/Rede Nordestina  
de Estudos em Mídia e Esporte  
Brazil  
danielleal87@gmail.com

**GIOVANA BORGES MESQUITA**

Professora  
UFPE  
Grupo Dinâmicas do Jornalismo  
Brazil  
giovanamesquita@yahoo.com.br



Em março de 2020, a *Placar*, mais longa revista esportiva do país, completou meio século de história no jornalismo esportivo brasileiro. Cinco décadas de uma vida, mas muitas faces (Unzelte, 2015), permeadas por diferentes perfis editoriais, administrações, transações, encerramentos e ressurgimentos, em distintas fases.

Apontada por diversos autores com um dos mais importantes veículos de imprensa esportiva brasileira (Ribeiro, 2007; Saldanha, 2009), “se não o principal” (Malaia, 2012:149), a *Placar* atravessou diversas gerações de torcedores brasileiros e contribuiu para construir no imaginário desses fãs uma série de reflexões que vão desde a combinação “política e futebol” (Schatz, 2015; Malaia, 2012) até as discussões acerca da necessidade de modernização do esporte mais popular do país (Saldanha, 2009). Ademais, na quase intermitente luta pela sobrevivência no mercado, o periódico também precisou reinventar-se como produto jornalístico e a modernizar a si própria através de mudanças de perfis (dentre os quais destacamos a *Placar Todos os Esportes*, *Placar Mais*, *Futebol*, *Sexo e Rock & Roll* e a *Placar Caras*) que acompanharam a evolução social com novas noticiabilidades (Leal, 2020).

A revista notabilizou-se, por exemplo, por seções tradicionais nas suas páginas, como: “Tabelão”, “Tira-teima”, “Mortos-vivos”, “Resumão”, “Numeralha”, dentre outros. Em 1995, ao trazer uma das suas fases mais emblemáticas, a *Futebol*, *Sexo e Rock & Roll*, che-

Pour citer cet article, to quote this article,  
para citar este artigo :

Daniel Leal, Giovana Borges Mesquita « A singularidade da cinquentenária Placar para o contexto histórico do jornalismo esportivo no Brasil », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne, online], Vol 10, n°2 - 2021, 15 décembre - december 15 - 15 de dezembro.

URL : <https://doi.org/10.25200/SLJ.v10.n2.2021.443>



gou a marca de meio milhão de exemplares vendidos em uma única edição (Ribeiro, 2007).

Por se tratar de uma referência nacional, a *Placar* já foi alvo de vários estudos (Saldanha, 2009; Unzelte, 2015; Malaia, 2012; Schatz, 2015; Leal, 2020). A partir desta realidade, o desafio maior da construção deste artigo é trazer à luz uma nova contribuição à comunidade científica, especialmente ao campo da comunicação esportiva.

Dentro desse contexto, o nosso objetivo aqui é oferecer uma reflexão acerca da importância da revista *Placar* para a construção do jornalismo esportivo no Brasil, fazendo uma sistematização das diferentes fases e distintos momentos do periódico. Para isso, pretendemos responder à seguinte questão-problema: de que forma a revista *Placar* contribuiu para o fortalecimento da mídia esportiva no Brasil?

Para a construção do artigo, além do levantamento bibliográfico, fomos a campo para entrevistar jornalistas que compuseram as equipes do periódico em diferentes momentos, para discutir o legado jornalístico da *Placar* tentar reconstruir, respeitando os limites espaciais deste artigo, as nuances que envolveram os 50 anos da sua trajetória.

## METODOLOGIA

Para a construção deste artigo, buscamos fazer uma imersão na construção teórica e historiográfica

da principal revista especialista em esportes no Brasil. Este estudo constitui uma revisão bibliográfica de caráter analítico (Thomas; Nelson, 1996) sobre a evolução que constituiu a *Placar*, em meio século de vida, como referência do jornalismo esportivo no Brasil. O caminho para a resposta nos levou a percorrer meio século de história.

Fizemos entrevistas, entre os dias 27 de agosto e 3 de setembro de 2019, na cidade de São Paulo, com sete jornalistas que passaram pela *Placar*: Juca Kfourri, “o mais icônico ex-diretor da revista” (Placar, ed.1457:4), Ricardo Corrêa, Celso Unzelte, Marcelo Duarte, Maurício Barros, Paulo Vinícius Coelho e Sérgio Xavier Filho.

Todas as entrevistas foram realizadas individualmente, em locais e horários pré-agendados, conforme desejado pelas fontes. Nossa única exigência foi que os diálogos ocorressem de maneira presencial por entendermos que a comunicação não-verbal também contribui com “manifestações de comportamento não expressas por palavras, como os gestos, expressões faciais, orientações do corpo, as posturas (...)” (Silva *et al.*, 2000:53).

Optamos pela entrevista individual em profundidade, “um recurso metodológico que busca, com base em teorias e pressupostos definidos pelo investigador, recolher respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte, selecionada por deter informações que se deseja conhecer” (Duarte, 2010:62). De acordo com o autor, esse tipo de conversação busca maior intensida-

Tabela 1 – Jornalistas entrevistados para esta pesquisa

Entrevistados	Período na Placar	Função exercida na Placar	Cargo em 2019
Celso Unzelte	1990 a 1991; 1997 a 2000; 2015	Estagiário, repórter, editor, editor especial e editor-chefe	Comentarista ESPN e professor universitário
Juca Kfourri	1970 a 1978; 1978 a 1995	Arquivista, supervisor e gerente do Departamento de documentação; chefe de reportagem, editor e diretor de redação	Blogueiro do UOL, colunista da Folha de São Paulo e comentarista da Rádio CBN
Marcelo Duarte	1984 a 1989; 1995 a 1998	Assistente de redação, repórter, repórter especial, editor, editor especial e chefe de redação	Escritor e diretor editorial da editora Panda Books
Maurício Barros	2002 a 2014	Editor e chefe de redação	Comentarista ESPN
Paulo Vinícius Coelho (PVC)	1991 a 1997; 2000	Estagiário, repórter, editor	Blogueiro do UOL
Ricardo Corrêa	1981 a 2005; 2012 a 2019	Estagiário, fotógrafo, editor de fotografia, editor-chefe	Editor chefe da Placar
Sérgio Xavier Filho	1995 a 2015	Editor sênior, chefe de redação e diretor de redação	Comentarista da TV Globo/SportTV

Fonte: do autor (2021)

de nas respostas, não quantificação ou representação estatística – exatamente a nossa intenção.

Um aspecto importante levado em consideração durante os procedimentos metodológicos foi a particularidade de entrevistar especialistas em tal ação, os jornalistas. Temer e Tuzzo (2017: 460) defendem dois pontos distintos: os jornalistas tendem “a não serem bons entrevistados”; por outro lado, por trabalharem com informação e atuarem como mediadores entre a informação e o público, esses profissionais tendem a visualizar suas recordações de forma diferenciadas.

Broustau *et al.* (2012:17) observam que “o pesquisador deve encontrar as modalidades adequadas para ter acesso à fala de um jornalista que se situa, nesse momento e da mesma forma que outras categorias de respondentes, em uma postura invertida com relação às suas interações tradicionais”. Os jornalistas, embora em uma posição de entrevistado, também conhecem as sutilezas dessa prática, o que lhes permitem antecipar, às vezes de forma considerável, as respostas esperadas, ou pretensamente esperadas (Broustau *et al.*, 2012).

A par disso, precisamos ficar atentos às armadilhas impostas pelo memorialismo e/ou aspectos afetivos dos entrevistados, extraindo deles os “fatos”, mas sem deixar de lado nossas interpretações acerca deles. Além disso, o cruzamento de informações com as pes-

quisas bibliográficas foi crucial para atestar ou confrontar a veracidade dos depoimentos orais, que, em linhas gerais, permitiram-nos identificar e preencher lacunas relacionadas às escolhas editoriais, aos ciclos e às formas de exercer o jornalismo na *Placar*. “O ponto central da realização de entrevistas é justamente o de atribuir novamente às falas geradas o status de dados a serem desconstruídos e analisados” (Broustau *et al.*, 2012:17).

A partir dessa base, apresentaremos como a *Placar* se tornou um expoente referencial para todos os profissionais da área no país, com reportagens esportivas históricas, e como a revista precisou se reinventar diante das novas tecnologias e, principalmente, lutar ao longo de sua trajetória, de forma recorrente, contra problemas financeiros – como, a propósito, faz até hoje. Assim, nem mais tão firme e forte, mas tradicionalíssima, mantém-se como um patrimônio vivo, documento histórico do jornalismo esportivo brasileiro.

### **PLACAR: UMA LONGA GESTAÇÃO**

Multicolorida, novidade para a época, a revista *Placar* revolucionaria o noticiário esportivo nacional pelas reportagens de impacto, criatividade, longevidade e, por que não dizer, polêmicas. Não tardaria para obter grande êxito e logo se tornar concorrente direto do *Jornal dos Sports*<sup>6</sup>. Foi de lá, inclusive, de onde fez

**Tabela 2 – A evolução histórica da revista Placar em 50 anos**

Fase da revista	Período	Periodicidade	Editora
Fase inaugural	1970 a 1984 (ed. 1 a 725)	Semanal	Editora Abril
Placar Todos os Esportes	Entre de abril e novembro de 1984 (ed. 726 a 755)	Semanal	Editora Abril
Sem fase temática	1984 a 1988. (ed. 756 a 951)	Semanal	Editora Abril
Placar Mais	Setembro de 1988 a abril de 1989 (ed. 952 a 982)	Semanal	Editora Abril
Sem fase temática	Maio de 1989 a agosto de 1990 (ed. 983 a 1051)	Semanal	Editora Abril
Fase Especial (pós-encerramento)	Outubro de 1990 a março de 1995 (ed. 1052 a 1101)	Mensal	Editora Abril
Futebol, Sexo e Rock & Roll	Abril de 1995 a fevereiro de 1999 (ed. 1102 a 1148)	Mensal	Editora Abril
Sem fase temática	Março de 1999 a março de 2001 (ed. 1149 a 1173)	Mensal	Editora Abril
Placar Semanal	Abril de 2001 a fevereiro de 2002 (ed. 1174 a 1219)	Semanal	Editora Abril
Sem fase temática	Março de 2002 a junho de 2015 (ed. 1220 a 1403)	Mensal	Editora Abril
Placar Caras	Julho de 2015 a setembro de 2016 (ed. 1404 a 1418)	Mensal	Editora Caras
Sem fase temática	Outubro de 2016 a dezembro de 2019 (ed.1419 a 1458)	Mensal	Editora Abril

Fonte: do autor (2021)

migrar boa parte dos profissionais que iriam compor seu time, incluindo nomes como, por exemplo, o do cartunista Henfil.

Nascia forte, fruto da *Editora Abril*, aquela que é apontada por Ribeiro (2007:208) como “a maior e melhor revista esportiva do Brasil (...), destinada a leitores interessados em reportagens mais elaboradas, inteligentes, escritas por feras do jornalismo esportivo”. De acordo com o autor, logo na primeira edição, a revista teria vendido 500 mil exemplares, versão contrariada por Chiarioni e Kroehn (2010), que apontam uma tiragem de 120 mil. Seja como for, *Placar* nasceu forte. Talvez, fruto de uma gestação demasiada grande, esticada por duas décadas.

Unzelte (2015) aponta que entre 1950 e 1960, a *Abril* já tinha uma série de títulos importantes. *Capricho*<sup>7</sup> (1952) e *Ilusão* (1958) eram revistas com fotonovelas voltadas para o público jovem do sexo feminino. *Cláudia* (1961) destinava-se às mulheres casadas. *Realidade* (1966), mensal, e *Veja* (1968), semanal de informação, também faziam parte do time. Faltava um projeto que abraçasse os esportes. Em 1952, a Seleção Brasileira, dois anos após perder o título mundial no Maracanã para o Uruguai no fatídico *Maracanazzo*, foi campeã pan-americano de futebol. Seria ainda quinto lugar na Olimpíada de Helsinque, no mesmo ano. Lá, Ademir Ferreira da Silva voltaria com a medalha de ouro no salto triplo.

Com esse cenário, afirma Gonçalo Junior (2005), o jornalista Cláudio de Souza, que quase vinte anos depois viria a ser o primeiro editor da *Placar*, sugeriu a Victor Civita, fundador do *Grupo Abril*, a criação de uma revista esportiva. Deu até o nome que hoje tão bem conhecemos. O chefe gostou da proposta, como diria na “Carta do Editor” na edição 1 da *Placar*, mas engavetou-a.

Ainda em caráter experimental, a *Abril* lançou seis edições da revista, entre 3 de fevereiro e 13 de março. Com a repercussão positiva, ela foi oficializada em 20 de março de 1970: com 40 páginas de 31 cm de altura por 23 cm de largura. O lançamento da *Placar*, revista semanal, aconteceu dias depois da publicação do Decreto-Lei nº 1.077, assinado pelo presidente (e ditador) Emílio Garrastazu Médici. Tal decreto legalizava a censura prévia. Embora o periódico tivesse como objeto o esporte, e o futebol como carro-chefe, o assunto interessava ao governo do período (Malaia, 2012; Schatz, 2015).

É neste contexto que a revista assume a área daquela que iria se tornar uma de suas marcas mais relevantes: a veia jornalística de combate. “Desde os primeiros números, podem-se notar na revista reportagens cujo teor se chocava com as diretrizes governa-

mentais dadas à imprensa” (Malaia, 2012:154). O autor cita alguns exemplos para justificar a afirmativa, mas nenhum caso é tão relevante quanto o que envolveu o ex-técnico da Seleção João Saldanha.

Membro do Partido Comunista Brasileiro (PCB), Saldanha já era famoso pelo seu trabalho como comentarista esportivo quando chegou à Seleção em 1969. Nesta altura, era sabidamente um sujeito polêmico. E não admitia interferência no seu trabalho. Patrícia Schatz (2015) observa que *Placar* fornece elementos essenciais para a análise da presença militar na comissão técnica da Seleção. Apaixonado por futebol, e com a estratégia de usar o esporte como meio populista, Médici queria interferir na escalação do atacante Dario, do Atlético-MG. Foi desse atrito que surgiu a clássica frase de Saldanha: “Ele escala o Ministério e eu escalo a Seleção”.

Figura 1 - Edição número 1 da *Placar* com Pelé na capa



Fonte: Revista *Placar*/Reprodução

Acumulando outras controvérsias, inclusive envolvendo Pelé<sup>8</sup>, o técnico foi demitido. Na sua edição nº 1, *Placar* trouxe, na página 2, a matéria “*A crise da fera*”, destacando o conflito e as polêmicas envolvendo o antigo técnico. Na mesma edição, na página 5, Hamilton Almeida, um dos editores do periódico, escreveu a crônica “*João-Quixote*”. O texto aponta o futebol brasileiro como um “circo”, compara cartolas a “mágicos” e “engolidores de tochas” e diz que é em João “em quem menos cabe nessa hora a colorida roupa de palhaço”, pois “melhor do que palhaço, você é domador”. Ao fim, faz uma crítica velada à interferência política no futebol.

Essa briga é maior, mais importante e digna de um João-Quixote puro, líder e síntese da ima-

gem de um povo, mais brigão do que pacífico, mais apaixonado que amarrotado. Que fique para a imprensa e para os cartolas a tarefa de tentar atrapalhar o seu trabalho. A culpa será deles se faltar paz ou mesmo dinheiro para a Seleção conquistar o seu trabalho. (...) Deixe para nós, o povo, apenas o nó na garganta, o frio no coração e o grito infinito da vitória (Placar, 1970, ed.1:5).

Embora ignorando o decreto que impunha limites à imprensa, *Placar* não foi censurada. Na edição seguinte, trouxe uma “carta aberta” de cinco páginas escritas pelo agora novamente jornalista João Saldanha. O texto chama Pelé de “ingênuo”, pede intervenção na CDB<sup>9</sup> e apela que “ponha até polícia dentro do vestiário, mas não deixe mais que envenenem os jogadores” (1970, ed.2:26). *Placar* já nasce, de certo modo, com sua veia politizada. De confronto. Não se exime de potencializar as mazelas do sistema que envolve o futebol e abordar suas controvérsias. Por outro lado, não se pode dizer exatamente que havia total isenção à linha ideológica do governo.

Afinal, dois agentes foram cruciais para impulso da revista: a proximidade da Copa do Mundo, no México, onde o Brasil se sagraria tricampeão, e a implantação da Loteria Esportiva no país, lançada sob o slogan “Aprenda a ficar tão rico quanto Pelé”. De acordo com Coelho (2011), movida pelo bolão, com seção destinada a dicas e aos tradicionais tabelões, a *Placar*, ao custo de 1 cruzeiro, chegou a vender 250 mil exemplares em 1972. Mas não era só isso.

Ter a publicidade da Loteria, pertencente ao Governo Federal, um de seus principais anunciantes, requeria à *Placar* um certo jogo de cintura. A postura dicotômica é apontada por Malaia (2012:166) em discursos publicitários e em reportagens que tinham cunho elitistas de análise do futebol brasileiro. “Não se pode perder de vista que Placar se tratava de uma publicação de uma das maiores editoras do Brasil. Por isso, não seria de estranhar que a revista tivesse em seus discursos características da classe que representava”. A aproximação com o projeto da Loteria não deixava a revista alheia a um dos principais projetos da Ditadura em relação ao esporte. A história entre a *Placar* e a Loteria não se encerraria por aí.

Mas, na convergência do sucesso do periódico, vieram também o Campeonato Brasileiro em 1971 (antes tinha o nome de Torneio Roberto Gomes Pedrosa<sup>10</sup>) e a criação do tradicional troféu Bola de Prata, no primeiro ano da revista, para premiar os melhores do Brasileirão. Com ambição de ser nacional, *Placar* tinha repórteres nas principais praças esportivas do país, como no Recife, capital do estado de Pernambuco, no Nordeste do Brasil, onde o jornalista Lenivaldo

Aragão, por exemplo, foi correspondente entre 1972 e 1986. Unzelte (2015) destaca ainda a Fórmula 1, que passa a ter mais espaço e trazer receita editorial sobretudo com o sucesso de Emerson Fittipaldi<sup>11</sup>. Apesar da expansão nacional e atestado sucesso de vendas, já sofria com a instabilidade financeira.

Placar teve também as maiores tiragens, em torno de 200 mil exemplares semanais nos seus primeiros anos. Porém, nunca foi uma revista lucrativa, sendo mantida pela Abril certamente para garantir uma fatia do mercado (a do jornalismo esportivo) fora do alcance de seus concorrentes. Durante a maior parte de sua existência, a revista foi sustentada pela célebre filosofia de Victor Civita “O Pato paga”, com seus custos absorvidos pela Editora Abril (Mira, 2001:160).

O “Pato paga” era uma menção ao lucro dado pela revista em quadrinhos do *Pato Donald*, lançado em 1950 pela Abril no Brasil e sucesso de vendas e lucro. Suficiente para manter os anos negativos de *Veja* e *Placar*. O fato é que, historicamente, a revista esportiva do grupo sempre precisou conviver com as faces de um reconhecido sucesso jornalístico, mas os reverses dos déficits financeiros. Não em vão, precisou passar por várias mudanças editoriais para se sustentar no mercado. Sempre em busca de um lucro que quase nunca veio.

---

### 1980: UMA REVISTA, MUITAS FACES

---

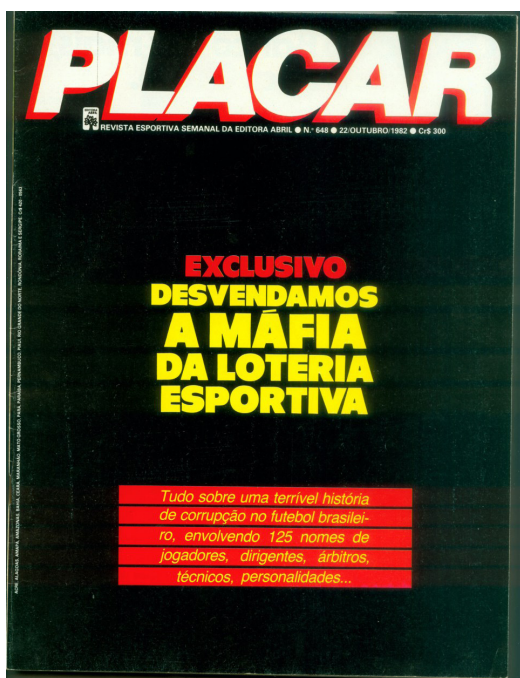
Com ou sem superávit, *Placar* viveu dias de glórias que tiveram auge na década de 1980. Seria um período de muitas transformações, com três fases distintas. O início foi promissor. O mais emblemático caso veio com a descoberta de uma “falcatrua de um grupo de jogadores, técnicos e dirigentes que arranjava resultados para os testes da Loteria Esportiva” (Coelho, 2011:99). A capa da edição 648, de 22 de outubro de 1982, tinha como manchete: “Desvendamos a máfia da Loteria Esportiva”. Foram 12 páginas de nitroglicerina pura sobre um escândalo gigantesco. O petardo jornalístico foi um sucesso. A reportagem, assinada por Sérgio Martins, acabaria com a credibilidade da ação da Caixa Econômica Federal e sua Loteria, ironicamente a principal parceira da revista em sua trajetória inicial.

Três anos depois (da reportagem), a Polícia Federal anunciou a conclusão do inquérito que envolvia 125 pessoas denunciadas pela revista, das quais apenas vinte seriam indiciadas. A falta de provas, apesar das evidências apresentadas nas matérias, fez muita gente desconfiar das intenções de Juca (Kfourri) e da revista que comandava: “(...) De fato, foi a maior vendagem da revista, 300 e tantos mil exemplares. Ao mesmo tempo, eu tinha plena consciência de que nós



estávamos jogando contra nós mesmos, jogando de bandido, porque estávamos jogando contra os fãs do futebol” (Ribeiro, 2007: 265).

Figura 2 - *Placar* desvenda a máfia da Loteria no Brasil em 1982



Fonte: Revista *Placar*/Reprodução

A esta altura, a revista já era mais robusta (com 84 páginas) e tinha a alma militante, que muito se devia ao jovem sociólogo Juca Kfouri<sup>12</sup>, alçado à chefe de reportagem em 1974 e, cinco anos depois, à direção. Personagem ímpar na história da *Placar*, sentiu na pele ao longo de sua trajetória os desafios de trabalhar com o jornalismo esportivo brasileiro. Um desses episódios aconteceu após a *Placar* denunciar um caso de *doping* do meia palmeirense Mário Sérgio, em 1984.

Comentarista do SBT na época, o jornalista foi fazer a cobertura do jogo Guarani x Palmeiras, no estádio Brinco de Ouro, em Campinas (SP). O Guarani venceu por 1 a 0 e tirou as chances do Palmeiras de ser campeão. “A torcida gritava ‘Ê, ê, ê, o Juca vai morrer!’”. Na volta, em um posto na estrada, demos de cara com a torcida Mancha Verde. Eu temi pela minha vida” (KFOURI, 2019: informação verbal). Vale ressaltar, que Juca nunca negou o fato de ser torcedor do Corinthians, rival palmeirense.

No início da década de 1980, Juca Kfouri (2019: informação verbal) comandava uma redação de “uns 60 jornalistas. Tinha um correspondente em cada estado. Em regra também um fotógrafo, mas não eram necessariamente contratados. Contratados tínhamos as su-

curiais de Brasília, Belo Horizonte, Recife, Salvador, Rio de Janeiro, que era grande, e Curitiba. Eram seis sucursais”.

Diante das transformações políticas, no fim do período da Ditadura Militar no Brasil, *Placar* voltou a mostrar que futebol e política tinham espaço para andar de mãos dadas, sim. No cenário em que “o futebol revelou formas de manifestação por democracia nos estádios com faixas que clamavam por anistia, no discurso de alguns atletas sobre as eleições” (Schatz, 2015:178), em 1982, as eleições foram apresentadas pela revista como uma paixão tão motivadora como o próprio futebol. As edições 726 e 727, de 22 e 27 de abril de 1984, trouxeram como capas, respectivamente, dois ícones do futebol nacional com engajamento político.

Na primeira, Pelé vestia uma camisa da Seleção pintada com a frase: “*Diretas Já*”, pedindo eleições diretas para presidente no Brasil. Na segunda, o craque corintiano Sócrates, um dos atletas mais politizados da história do país, com a manchete: “Se o Brasil mudar, eu fico”. Na época, o Sócrates garantiu que se a emenda Dante de Oliveira<sup>13</sup> fosse aprovada, ficaria no país. Acabou não cumprindo a promessa: foi para a Fiorentina, da Itália. Com a postura, a revista marcava a mistura de política e futebol (Schatz, 2015) e provava que os atletas do esporte mais popular do país estavam cientes das demandas populares e das medidas políticas e sociais mais urgentes. À frente da revista, Juca Kfouri queria a moralização do país e do futebol. E foi à luta.

Crítico da desorganização do futebol brasileiro, a partir de 1986, o jornalista passou a exercer o cargo de vice-presidente do Conselho Regional dos Desportos, órgão ligado a Conselho Nacional dos Desportos (CND). Ribeiro (2007:264) afirma que o alvo de Juca não era apenas os que tentavam se beneficiar dos esquemas armados por dirigentes, “o alvo seria seus próprios companheiros de profissão”. O repórter Oswaldo dos Santos, da Gazeta Esportiva, por exemplo, foi acusado de ganhar 1,5 milhão de dólares como prêmio pela cobertura da Seleção Paulista no Japão, em 1986. Juca ganharia amigos, mas também muitos inimigos.

Em paralelo a tudo isso, a *Placar* convivia com a instabilidade financeira. Apesar de ter uma equipe de jornalistas reativos, das mais qualificadas do país, e de toda a repercussão com as pautas investigativas e reportagens que traziam à luz o submundo do futebol brasileiro, os fracos resultados econômicos da revista levaram a revista “por várias vezes às portas do encerramento de suas atividades” (Coelho, 2011:98). Em 1984, no vermelho, o filho do fundador e diretor editorial do *Grupo Abril*, Roberto Civita, estava decidido a mudar a revista, o que aconteceria mesmo a contragosto da equipe, inclusive de Juca Kfouri, para quem

a mudança se tratou de um erro, admitiria o jornalista três décadas depois (Unzelte, 2015).

Civita, com o poder em mãos, criou a *Placar Todos os Esportes*, inspirada na *Sports Illustrated*, sucesso nos Estados Unidos. Vieram nas páginas da *Placar* esportes como boxe, vôlei, basquete, automobilismo, atletismo e futebol de mulheres, que a essa altura já havia aparecido em outras edições do periódico. Mas, pela primeira vez na história da revista, na edição 738, em julho de 1984, as mulheres “ganham” uma capa sobre o assunto. A manchete, “3.000 times e 45.000 mulheres em campo”, tem a jogadora Vandira, do já extinto Pinheiros-PR, de costas, trajando a camisa do clube e uma calcinha branca, no vestiário. O exemplo traz um perfil normativo estigmatizado de gênero da época, preocupado em primeiro plano com a sensualização da mulher (Leal, 2020).

Figura 3 - A primeira capa dedicada ao futebol de mulheres e a luta pela democratização do país vieram na versão *Placar Todos os Esportes*



Fonte: Revista *Placar*/Reprodução

Apesar das tentativas de trazer uma gama maior de assuntos, a *Placar Todos os Esportes* não engrenou. A *Sports Illustrated* brasileira não conseguiu atender os anseios de um público apaixonado por futebol, eterno carro-chefe da revista. Com a queda brusca de vendas, a versão duraria exatas 30 edições, entre o número 726, de 20 de abril, e o 755, de 9 de novembro de 1984. Juca Kfourri (2019: informação verbal) justificou assim:

Eu adoraria fazer a revista poliesportiva, te dá muito mais oportunidade de fazer bom jornalismo. Mas quando a gente fez *Placar Todos os Esportes* nós perdemos boa

parte dos leitores de *Placar* que achavam que nós estávamos roubando espaço do futebol e não conquistamos o cara que gosta de basquete, de vôlei, de atletismo, que achava que a gente não era a autoridade para falar. A gente contratou gente da melhor qualidade para fazer a revista. E contratamos consultores aqui no Clube Pinheiros. Um cara que tinha acabado de chegar da Romênia, era um gênio, “Slav” num sei das quantas. Ele treinava o Pinheiros e era o nosso consultor para a gente não falar bobagem. Mas *Placar* era futebol, diziam. E aí é a tal história: ou você está num sistema econômico diferente, onde você pode insistir porque uma hora as pessoas vão consumir ou você perde para as regras do mercado, da oferta e da procura. A questão mercadológica é absolutamente decisiva.

Com o fim da versão “*Todos os Esportes*”, a revista volta toda sua atenção novamente ao futebol. Desta vez, com um formato renovado, tanto no conteúdo quanto fisicamente. Com o jornalista Carlos Maranhão recrutado junto à *Veja*, *Placar* passa a circular de maneira semelhante à coirmã, com a forma 27 por 21 centímetros, menor que a anterior. Unzelte (2015:156) classifica o período do semanário esportivo como a “*Veja do futebol*” e explica: “Muitas seções publicadas em *Placar*, como ‘De Primeira’, ‘A Semana’, ‘Entrevista’ e ‘Onde Anda’, eram semelhantes às que eram publicadas em *Veja*, como ‘Gente’, ‘Datas’, ‘Páginas Amarelas”.

Um episódio em particular marca esse período. Em 1987, em mais um capítulo do caos no futebol brasileiro, a CBF não organizou o Campeonato Brasileiro. Na ocasião, os treze dos principais clubes do país se juntaram para tentar administrar a competição autonomamente. Fundou-se assim o Clube dos Treze. Juca Kfourri, então diretor da *Placar*, participou ativamente, indo a todas as reuniões. A revista, crítica à CBF, abraçou a fundada Copa União, que terminaria com uma questão jurídica envolvendo Flamengo e Sport, tendo a equipe pernambucana se sagrado campeão brasileiro “de direito”<sup>14</sup> (Gallindo; Zirpoli, 2018). Juca Kfourri e a *Placar* jamais reconheceram o Sport campeão. A revista, inclusive, chegou a confeccionar e oferecer a taça ao Flamengo.

Ribeiro (2007:265) afirma que no início de 1988, a *Placar* voltou a ter uma queda de vendas. “Para quem vendia em média 120 mil exemplares, 40 mil era quase nada”. Em setembro daquele ano, a edição 952 da revista trouxe mais uma repaginação, transformando-se em *Placar Mais* por 30 semanas, até abril do ano seguinte. Maior (30 cm x 23,5 cm), mais colorida, de acordo com Unzelte (2015:159) “com todas as páginas (...) impressas em cores” e 100 cruzados mais barata que a anterior (que antes custava 450 cruzados). Mais uma ideia de Juca Kfourri para baratear custos e tentar salvar a revista da falência.

Com perfil “sensacionalista, sem capa, cuspidor na banca (...). Essa *Placar* fez um bom dinheiro”, recorda



Kfouri (2019: informação verbal). “É uma fase que eu morria de rir, a revista eu achava um horror, mas fazia dinheiro. A revista foi considerada durante um curto período a salvadora da pátria da Abril”, acrescenta. O jornalista recorda dos tempos de grande inflação na época. “O dinheiro da assinatura da Veja estava congelado”. A Placar resistiria à crise financeira apenas até 1.051ª edição, em agosto de 1990, quando chegou ao fim 20 anos de publicações semanais ininterruptas.

A *Abril* tentou uma substituição por uma revista chamada *São Paulo em Ação*, que não tardou a mudar para *A Semana em Ação*. Durou 31 edições. Atento e convicto à *Placar*, Juca Kfouri nunca desistiu da revista. Mesmo antes do fim da *Ação*, conseguiu costurar um retorno a baixíssimo custo, com equipe reduzida e sem periodicidade definida, com edições temáticas. O periódico voltaria com o Guia do Brasileiro, ainda no segundo semestre de 1990. Em outubro, veio o especial sobre os 50 anos de Pelé. A revista renasceu como mensal – sem, na verdade, nunca ter morrido para valer.

Como tinha esse núcleo da revista *Ação*, eu convenci a Editora Abril que a gente não podia perder o nome da revista e, vez por outra, tinha que sair uma edição especial. E que o ideal seria sair já em outubro daquele mesmo ano que o Pelé fazia 50. Acharam boa a ideia. A gente faz a edição do Pelé 50 anos, essa edição vende, esgota, vende 100 mil exemplares. Essa Placar vende isso tudo, esgota com uma redação micro, e em seguida essa edição de Placar ganha o Prêmio Esso<sup>15</sup> de Jornalismo. E aí, eu convenço a direção da Abril a fazer edições especiais de Placar. A direção aceita desde que a revista não tivesse periodicidade. Só que eu planejo 12 edições para 1991. E eles não percebem. Todo mês saía uma Placar. Fecha a *Ação*, aí eu mantenho o núcleo com PVC, Sérgio (Martins), Celso Unzelte, Ricardo Corrêa, Alexandre Battibugli e o Anjinho na arte, o Walter Mazzuchelli. A gente mantém um pequeno núcleo, que faz a revista sobreviver (Kfouri, 2019:informação verbal).

### PLACAR E SEXO: UMA REVISTA MACHISTA

Com uma versão mensal, temática, a revista circularia assim até abril de 1995, quando surgiu o novo projeto *Placar Futebol, Sexo e Rock & Roll*, espécie de versão masculina da *Capricho* e sucesso de vendas, atingindo 250 mil cópias mensais. No conteúdo, todavia, afastava-se do jornalismo que lhe deu fama. O período foi apontado como ligado ao entretenimento (Rocco Junior; Belmonte, 2014) e à objetificação das mulheres em várias instâncias (Salvini; Marchi Júnior, 2016; Leal, 2020).

Além disso, essa nova *Placar* nasce impregnada por essas transformações no futebol mundial e no cenário político e econômico nacional. “Há nela, um forte sentimento de mudança, um desejo indistigável de dar ao futebol brasileiro ‘uma cara mais moderna’”. (Saldanha, 2009:41). No editorial da edição debutante, o diretor Juca Kfouri anunciava que “o nosso compromisso é o de fazer uma revista de futebol e comportamento como nunca se fez, nem no Brasil, nem no mundo” (Placar, 1995, ed.1102: 8). O estágio marca, então, um momento ímpar da *Placar* e um dos seus ciclos mais sexualizados, como bem sugeria o slogan.

A *Abril* contratou Roger Black, diagramador norte-americano, anunciando um projeto gráfico revolucionário. E investiu em uma “agressiva campanha publicitária” (Saldanha; Goellner, 2013:283). O projeto gráfico conceitual e revolucionário era elogiado, mas também um produto demasiado caro (Chiarioni; Kroehn, 2010). A revista tinha dimensões muito maiores do que qualquer outro modelo nacional: 27,5 cm x 35,8 cm. Essa etapa, que duraria até fevereiro de 1999, buscava mostrar que estava no caminho certo: “o esporte mais popular do país poderia ter, sim, uma cara mais moderna e divertida. Estamos comemorando nesta edição dois anos de muito sucesso” (Placar, ed. 1126:14).

Figura 3 - A primeira capa dedicada ao futebol de mulheres e a luta pela democratização do país vieram na versão *Placar Todos os Esportes*



Fonte: Revista *Placar*/ Reprodução

Pela primeira vez, a revista passaria a vender assinaturas. “O cenário econômico (inflação sob controle e dólar desvalorizado) e esportivo (como a conquista do tetra e a Lei Zico) levaram a editora a apostar em sua completa reformulação” (Saldanha; Goellner, 2013:282). O foco editorial das publicações era o mesmo de sempre: futebol – porém, reformulado em matérias e reportagens que envolviam o comportamento dos atletas, um forte viés de entretenimento e, claro, uma hipersexualização feminina no esporte.

Percebe-se uma mudança no modo de retratar os personagens do futebol. As imagens das ilustrações com traços limitados ou de atletas em ação, no campo, chutando a bola, comemorando um gol com os companheiros e/ou a torcida, dão lugar a fotografias no estúdio. Fotógrafos como J. R. Duran (famoso por suas premiadas produções na *Playboy*), ganham espaço no novo contexto, em que a tensão ou alegria extrema no rosto dos esportistas cedem lugares às poses e aos gestos calculados. Saldanha (2009), ressalta que a representação de futebol moderno que se produz na *Placar*, gira em torno de três eixos principais: 1) a gestão moderna; 2) o torcedor moderno; e 3) o jogador moderno.

Na primeira edição da fase *Sexo e Rock & Roll*, a já citada edição 1102, o polêmico atacante Edmundo surge na capa posando com um ursinho de pelúcia – o intuito era ir de encontro ao temperamento do jogador brigão, apelidado de “animal”. A manchete “O animal precisa de carinho” foi um sucesso de vendas. Autor da matéria (e anos depois de uma biografia do jogador), Sérgio Xavier Filho (2019:informação verbal) recorda-se da produção: “Aquela revista vendeu 240 mil exemplares. Ninguém vendia isso. E criou uma legião de novos leitores. A *Placar* tem uma marca muito forte, mas era uma marca muito envelhecida até 1995”.

O período marcou a demissão, em 1995, de Juca Kfourri por divergências editoriais com a cúpula da empresa. Na verdade, o jornalista teve a demissão solicitada por Ricardo Teixeira, então presidente da CBF e desafeto de Juca. O jornalista Marcelo Duarte assume a direção da revista ciente que tinha em mãos um produto cujo público-alvo era o homem. Historicamente foi e ainda hoje<sup>16</sup> é assim.

Especificamente na fase *Futebol, Sexo & Rock and Roll*, na década de 1990, Duarte (2019:informação verbal) justifica que o foco era voltado para o público masculino porque o “público-alvo era o jovem, o garoto. Era o adolescente... E o jovem adulto. Era justamente para pegar esse público masculino, a versão masculina dos leitores da (revista) *Capricho*, que tinha um mercado consumidor muito grande”. Repórter da *Placar* no período, o jornalista Paulo Vinícius Coelho

(2019:informação verbal) era uma voz dissonante às diretrizes editoriais da época.

A *Abril* chegou a vender 500 mil exemplares. E a *Capricho* tinha uma relação com a menina que a *Abril* entendia que era como uma irmã mais velha. A menina de 12, 13 anos tinha na *Capricho* uma referência de relação com o namorado, de maquiagem, de beleza, de cabelo, de coisas de menina. E o Thomaz (Souto, diretor da *Abril*) falava assim: “Então, a gente quer que *Placar* seja o irmão mais velho do menino”. E eu pensei: “idiota!”. Ele não percebeu que isso já acontece. Porque *Placar* foi meu irmão mais velho nesse sentido dos meus 10 anos aos 21. (...) Eu achava o projeto uma merda, porque o projeto violentava minha relação umbilical com a revista. Agora, você pega a revista hoje tem muita matéria de altíssima qualidade. A equipe era muito boa. Tinha muita coisa legal, mas tinha um balanço que eu acho equivocado. Não era uma revista de futebol, era uma revista de comportamento.

Paulo Vinícius Coelho (2019:informação verbal) acredita que a *Editora Abril* errou ao tentar equiparar a *Placar* à revista *Capricho* e focar na alteração da sua linha editorial para temas que circundavam o futebol (essencialmente, a vida dos atletas extracampo, em reportagens com ensaios fotográficos, longas entrevistas), mas deixava o esporte em segundo plano. No embalo da fase apontada por Coelho (2019:informação verbal) como “*revista de comportamento*”, a *Placar Futebol, Sexo e Rock & Roll* abusava também dos perfis sexualizados não só das futebolísticas, mas de todas as mulheres do meio esportivo.

É neste época, por exemplo, que surgem seções como “*Deusa*”, caracterizadas pelo curto texto ilustrado com fotos enormes, em geral em página dupla, de mulheres seminuas, as “*musas*”; ou de eleições como “*as leitoras mais gostosas*” e as com o bumbum mais bonito, que aconteciam por meio da seção “*Cartas*” nos anos de 1996 e 1997 (Leal, 2020). É neste período onde a construção da mulher atleta pela revista é intensificada como uma figura passível de objetificação, vítima de uma estrutura associada à masculinidade e ao machismo (Barreto Januário, 2019).

A edição 1106, de agosto de 1995 é um exemplo clássico. A manchete estampava: “*Futebol Feminino – As garotas batem um bolão (e até trocam as camisas depois do jogo!)*”. Na fotografia, quatro modelos, de costas, vestindo uniforme amarelo e azul provocativo, que em nada remetia às roupas que a real Seleção Brasileira feminina usava: as sobras reaproveitadas da Seleção masculina – o primeiro design exclusivo para mulheres veio somente na Copa do Mundo 2019 (Leal, 2020).

O título da notícia trazia o aviso: “Homens, chegam!” O lead é iniciado desta forma: “Perninhas de



fora, chuteiras pequenas, top nos seios, as garotas finalmente descobriram a paixão pela bola. Depois da Copa do Mundo, o futebol feminino explodiu” (Placar, 1995, ed. 1106:33). A publicação veio permeada por uma clara dualidade. O cerne da notícia era mostrar como o futebol vinha ganhando notoriedade entre as mulheres, deixando para trás um preconceito sobre a modalidade, com aumento exponencial da prática, estimulado pela Copa de mulheres daquele ano. A matéria traz a proibição histórica da mulher no esporte<sup>17</sup>, apresenta evolução técnica feminina e questiona a falta de investimento, profissionalização e gestão especializada. Informações relevantes, ilustradas com gráficos e fotos.

Por outro lado, o material não deixa de se distanciar à espetacularização dos corpos, da mulher jogadora como algo sexy e até vulgar. A reportagem tem no total oito páginas, sendo três destinadas apenas a fotografias com as modelos posando ou trocando a camisa, deixando os seios à mostra. “O melhor do jogo. Confesse. Você sempre imaginou como seria se, ao final da partida, as garotas imitassem os homens e trocassem as camisas em campo, não? Placar realiza o seu sonho. Afinal, futebol é confraternização” (Placar, 1995, ed. 1106:38-39).

Marcelo Duarte (2019:informação verbal) enxerga o perfil editorial daquela revista como à frente do seu tempo. Ele justifica que aquela *Placar* buscava dialogar com o adolescente homem, público-alvo, da mesma forma com que a *Capricho*, revista feminina da editora *Abril*, dialogava com as meninas. Especificamente sobre a edição 1106, o ex-comandante da revista analisa hoje que:

Essa (matéria) que você está falando, dos shortinhos, não é uma matéria que me agride. Eu fico lembrando de uma outra, da *Placar Todos os Esportes* (1984), que era falando de futebol feminino. E aí tinha uma jogadora do Pinheiros, uma menina que não tinha relevância nenhuma dentro da matéria, mas era linda e estava de calcinha no vestiário<sup>18</sup>. Acho que aquilo não caberia mais hoje. Pelo que se fala do feminino e tal. Essa outra é uma matéria que está muito mais elegante. Era uma foto com um fotógrafo bacana (J. R. Duran)... Não lembro exatamente da matéria, lembro da foto. Não acho que tenha ali uma coisa tão apelativa. Eram modelos, eu acho. Acho que eram modelos... Se você olhar a *Placar Mais* (1988), você vai ver o que era a coisa apelativa. E a gente tava de alguma forma querendo falar de sexo com os garotos. Da mesma forma que a *Capricho* falava de sexo com as meninas, a gente falava de sexo com os meninos. Fazia parte da receita da revista. E a gente não estava falando com homens, estava

falando com meninos ainda. Tinha um cuidado para não soar muito apelativo. Sensual, a revista era bastante. A gente tinha a preocupação de passar uma carga de sensualidade, mas dentro de um certo respeito, de um certo limite. Era uma revista elegante (Duarte, 2019:informação verbal).

Na década de 1990, de acordo com Leal (2020), 58,38% das publicações sobre futebol de mulheres tinham conotação sexual – na década de 2010, o número cai para 10,87%. A partir de 1997, já sem Juca Kfourri, a *Placar Futebol, Sexo e Rock & Roll* começa a perder força novamente. A revista voltaria a lutar pela sobrevivência. Tentou-se de tudo<sup>19</sup>. Até reimprimir a revista semanal, entre abril de 2001 e fevereiro de 2002. Não deu certo. A partir de então, chegaria uma fase que basicamente dura até hoje: a das edições especiais.

Figura 5 - Neymar crucificado foi alvo de críticas na *Placar*



Fonte: Revista *Placar*/ Reprodução

Em outubro de 2012, tendo o jornalista Maurício Barros como diretor (função que exerceu entre 2011 e 2015), a revista voltou a repercutir nacionalmente trazendo na edição 1371 o atacante Neymar crucificado, o que gerou muita discussão na comunidade cristã e reclamações da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil.

A gente tinha os desafios de ser uma revista mensal no momento em que chegava a internet dando uma cobertura em tempo real. E aí veio a reflexão como você consegue permanecer relevante falando de algo real de um universo, que

é quente, que enfrenta uma cobertura maciça, que é muito visual. O que é legal no futebol? É ver jogo no estádio ou na televisão, ouvir o jogo. E como a gente ainda se mantém relevante enfrentando essas dificuldades? Então, uma revista que cheguei apostava muito em grandes perfis, em curiosidades (Barros, 2019:informação verbal).

## UM BREVE ADEUS E O RETORNO REFORMADO

Em 2014, a *Editora Abril* vendeu dez revistas para a *Editora Caras*<sup>20</sup>. A vez da *Placar* chegaria em junho do ano seguinte, sendo a edição 1403 a “última” na antiga casa. A tradicional publicação esportiva, que na década de 1980 chegou a ter mais de 50 colaboradores na equipe, passou a ter Celso Unzelte, como editor-chefe, e Rodolfo Rodrigues, como editor, além de dois estagiários. Unzelte (2019:informação verbal) aponta o período como sendo de uma “*revista esquizofrênica*” pelas intervenções de Edigardo Martolio, diretor editorial da *Caras*, “*preocupado apenas em encher as páginas*”. Por divergências, o jornalista pediu demissão em três meses.

Edgardo não sabia direito o que ele queria. Ele queria encher de página... Você deve ter visto, aquela revista ela é bem esquizofrênica. Justamente por isso também, porque ele é bem centralizador. Se trancava lá naquela sala. Paria páginas e páginas, porque queria aumentar a estrutura, e queria colocar outros esportes, futebol feminino, olimpíada dos índios. Não por filosofia, mas tentando também captar patrocínio, cair nas graças do Ministério dos Esportes (Unzelte, 2019:informação verbal).

Em outubro de 2016, a editora *Abril*, ainda hoje em processo de recuperação judicial, chega a um acordo e reassume o comando da revista. Sem equipe de esportes, a empresa contratou o jornalista Ricardo Corrêa, por muitos anos, editor de fotografia da *Placar*, para assumir as diretrizes do periódico. Com uma equipe de mais dois editores, um de texto e outro de fotografia, além de colaboradores pontuais, o mais tradicional periódico esportivo do país voltou a funcionar, sem redação própria, de maneira terceirizada, com “edições especiais, colecionáveis ou úteis, como os guias que produzimos”, explicou Corrêa (2019:informação verbal).

Foi neste período também que a *Placar* fez um revisionismo histórico relativo ao futebol de mulheres. A edição 1453, de julho de 2019, trouxe o título “A busca pela igualdade”, que era um pedido de desculpas histórico pela trajetória machista da revista ao noticiar, não só o futebol de mulheres, mas as mulheres no esporte como um todo. O pedido de desculpas foi aprovado

também por ex-editores, como Juca Kfourri, Sérgio Xavier Filho, Maurício Barros, entre outros (Leal, 2020).

A edição 1457, de novembro do mesmo ano, trouxe pela primeira vez, sozinha na capa, a atacante Marta, eleita seis vezes a melhor jogadora do mundo – um recorde. Sob a manchete “Dossiê futebol feminino”, a revista anunciava: “a edição especial traz raio-X da modalidade no Brasil e no mundo”. Corrêa (2019:informação verbal), autor do editorial que pediu desculpas às mulheres, afirmou que “pela histórica tradição democrática, a *Placar* merecia isso”.

Com Ricardo Corrêa, a revista passou a funcionar com um planejamento de pautas anuais, prevendo os grandes eventos agendados para os meses determinados. Ao traçar o novo perfil editorial nesta fase, o jornalista afirmou que a busca da revista passou a ser transformar-se em um documento histórico, atemporal, com estatísticas, histórias e um rico material para fazer vibrar qualquer pesquisador da posteridade. Um dos grandes trunfos da *Placar* para ter edições mais trabalhadas é o seu arquivo histórico. De acordo com Corrêa (2019:informação verbal), o acervo da *Placar* tem cerca de 6 milhões de imagens, desde a década de 1970, coloridas, com jogos de ídolos como Cruyff, Pelé, Romário, dentre outros.

Figura 6 - Pela primeira vez, *Placar* tem edição exclusiva dedicada ao futebol de mulheres



Fonte: Revista *Placar*/Reprodução

Corrêa ficou no projeto até o final de 2019. Em 2020, no cinquentenário da revista, o editor passou a ser o jornalista Fabio Altman. De acordo com dados da *Editora Abril* de junho de 2020, *Placar* possui 2.537.000 leitores ativos em todas as plataformas, o que engloba a revista física, nosso objeto de pesquisa, mas também a sua versão digital, que apenas reproduz a versão impressa. Em um dado mais próximo à realidade atual do periódico, *Placar* trabalha com uma tiragem mensal de 11.179 exemplares (*Editora Abril*, 2020), entre vendas

avulsas (3.200) e assinaturas (7.979), bem distante de décadas anteriores, quando facilmente se passava da casa dos 100 mil exemplares (Coelho, 2011). Apesar disso, a história da *Placar* é, no Brasil, apontada como “a experiência mais bem-sucedida nessa área (esportiva), embora cheia de altos e baixos” (Scalzo, 2006:36).

---

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

---

Entendemos a revista *Placar* como uma referência singular para o jornalismo esportivo no Brasil. Como parte da mídia, também foi ao longo dos anos, de certo modo, um catalisador dos anseios e câmbios sociais e, por isso, esteve sempre em processo de mutação. Nesse sentido, compreendemos atividade “jornalismo esportivo”, a partir da trajetória trazida nos 50 anos da revista *Placar* e sua matéria-prima, a notícia, como um instrumento que colaborou no desenvolvimento do esporte nacional através de manifestações políticas, espaço a vozes democráticas e pelas inúmeras discussões que cercaram a profissionalização do futebol brasileiro.

Enxergamos as metamorfoses da *Placar* nas suas noticiabilidades, perfis e fases atravessadas pela revista ao longo das cinco décadas como uma relevante conexão para a troca de sentidos entre jornalismo e sociedade. O periódico consolidou-se no país na medida em que renovou-se em seus editoriais, seções, formatos, interação com a audiência, até a mais recente inserção ao meio digital, tornando-se, de alguma forma, apesar da instabilidade financeira que sempre a cercou, conectada aos torcedores, muitos dos quais tiveram com a *Placar* uma espécie de “irmão mais velho” no passado e não em vão mantém um laço sentimental com a marca.

Nesse sentido, o periódico acompanhou as transformações sociais, descrevendo-a e, paralelamente, sendo influenciada pelo contexto social. Não é apenas um evento que faz uma noticiabilidade ganhar novas formas, mas toda uma cadeia de fatos e ações.

Ao analisar, por exemplo, o futebol de mulheres, observamos que tratamentos sexistas como os de “musas” e “gostosas” foram ficando para trás em consequência de mudanças sociais pautadas pela luta e das mulheres através de movimentos feministas. O mesmo pôde-se observar quando a revista deu voz a jogadores que não se furtavam a declarar seu posicionamento político (no contexto de efervescência em torno da redemocratização do país) ou de discussões em torno da profissionalização do futebol nacional ou denúncias sobre corrupção no nosso esporte.

Propusemos estudar o enfoque do jornalismo esportivo praticado por meio da *Placar* porque enten-

demos que a revista, por sua tradição e longevidade, tem um valor ímpar no jornalismo esportivo brasileiro e consegue refletir em suas páginas as dramatizações sociais de cada época, sem perder a particularidade de se autorreinventar como produto jornalístico.

Na busca por sobrevivência, muitas estratégias e ideias ganharam vida. Surgiram, conforme apresentamos, dentre outras fases, a *Placar Mais* (1984), *Placar Todos os Esportes* (1988), a versão *Futebol, Sexo & Rock and Roll* (1995 a 1999). Esses momentos, significam, respectivamente: um perfil sensacionalista e popular; um momento de busca pela descentralidade do futebol como eixo único; e um período ligado ao entretenimento e notícias de comportamento. Cada qual com suas especificidades e enquadramentos jornalísticos.

Entender a relação do esporte e da mídia esportiva no Brasil é compreender uma dimensão importante da formação do país como nação. Existe uma linha tênue entre a história da sociedade brasileira e a história do futebol no país. Por isso, acreditamos que resgatar a trajetória da *Placar* no país e apresentar como a mais tradicional revista do segmento se mantém viva é também trazer um capítulo relevante do entrelaçamento da cultura esportiva com a cultura social no Brasil.

Por fim, defendemos que é impossível precisar qual o impacto exato da contribuição da *Placar* para o jornalismo esportivo e sua influência acerca do futebol brasileiro. Entretanto, ainda que não haja essa régua para os dois quadros, parece-nos significativo que, ao observar a trajetória cinquentenária deste veículo, suas matérias de cunho social, o envolvimento com movimentos políticos e, mais recentemente, com a mudança de postura relativa ao futebol de mulheres, pode-se afirmar que a revista foi, sim, uma peça relevante na promoção e desenvolvimento de tendências sociais, a partir das inseridas no campo do jornalismo esportivo.

---

Submetido em 1 de outubro de 2020

Acetio em 12 de junho 2021

## NOTES

<sup>1.</sup> O tabelão é um conhecido espaço de serviço esportivo, voltado aos resultados de partidas ou competições ou simplesmente às datas, aos horários e aos locais de diferentes disputas e modalidades.

<sup>2.</sup> Com slogan “Placar tira as dúvidas mais cabeludas”, a seção abriu espaço para perguntas dos leitores sobre temas históricos, curiosos e polêmicos. Era mais um meio de interatividade proporcionado na década de 1990.

<sup>3.</sup> Seção sobre personagens históricos do esporte já falecidos, mas presentes pelo legado.

<sup>4.</sup> A seção, lançada na passagem da revista pela *Editora Caras*, com slogan “O mais importante de cada dia no futebol” trazia notas curtas sobre os acontecimentos do mês, com informações separadas por data, dia a dia.

<sup>5.</sup> Seção com informações estatísticas, curiosidades, recordes e números ligados ao esporte.

<sup>6.</sup> Até a década de 1970, a *Gazeta Esportiva* e o *Jornal dos Sports* foram periódicos que reinaram quase absolutos no país. C.f. *O esporte na imprensa e a imprensa esportiva no Brasil* (Buarque de Hollanda; Melo, 2012).

<sup>7.</sup> Lançada em 1952 pelo fundador da *Editora Abril*, Victor Civita, foi a primeira revista feminina do Brasil.

<sup>8.</sup> Saldanha teria plantado a informação que Pelé estaria míope e, por isso, sem condições de atuar. A história é contada com primor pelo documentário *Pelé*, lançado pela *Netflix*, em 23 de fevereiro de 2021.

<sup>9.</sup> Confederação Brasileira de Desportos, extinta em 1979. Atualmente, é Confederação Brasileira de Futebol (CBF).

<sup>10.</sup> Trata-se da competição equivalente ao Campeonato Brasileiro, disputada entre 1967 e 1970.

<sup>11.</sup> Brasileiro bicampeão mundial de F1, em 1972 e 1974.

<sup>12.</sup> Começou na revista em 1970, como pesquisador do Departamento de Documentação, e ficou até 1995.

<sup>13.</sup> A emenda tinha por objetivo reinstaurar as eleições diretas para presidente da República no Brasil.

<sup>14.</sup> Para entender melhor o imbróglgio, ler a obra jornalística *1987 – De fato, de direito e de cabeça* (Gallindo; Zirpoli, 2018).

<sup>15.</sup> Premiação mais importante do jornalismo brasileiro. A revista viria a repetir a façanha na edição de junho de 1992 com a seguinte manchete: “A eterna lenda chamada Garrincha”.

<sup>16.</sup> De acordo com dados da *Editora Abril* em 2020, 90% da audiência da revista era composta pelo público masculino, enquanto os outros 10%, o feminino.

<sup>17.</sup> Devido ao Decreto-Lei nº 3.199 de abril de 1941, na ditadura do governo Getúlio Vargas, as futebolistas ficaram oficialmente 38 anos impedidas de entrar em campo no Brasil, relegadas à clandestinidade até 1979.

<sup>18.</sup> O jornalista se refere à já citada edição 738, da versão *Placar Todos os Esportes*, de julho de 1984, que traz a jogadora Vandira, do Pinheiros-PR, de calcinha na capa.

<sup>19.</sup> Unzelte (2015) recorda que, em novembro de 2008, a *Placar* lançou um jornal, em formato tabloide, de distribuição gratuita. Durou apenas 22 edições.

<sup>20.</sup> Em 2014, foram vendidas *Aventuras na História, Bons Fluidos, Manequim, Máxima, Minha Casa, Minha Novela, Recreio, Sou+Eu, Vida Simples* e *Viva Mais*; seguindo de, em 2015: *AnaMaria, Arquitetura & Construção, Contigo!, Tititi, Você RH, Você S/A* e *Placar*.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barreto Januário, S. (2019) *Mulheres no campo: o ethos da torcedora pernambucana*. São Paulo: Fontenele.
- Barros, M. (2019). *Entrevista concedida pelo jornalista, ex-editor da revista Placar, ao autor deste artigo*. São Paulo.
- Broustau, N.; Jeanne-Perrier, V.; Le Cam, F., Pereira, F. H. (2012). A entrevista de pesquisa com jornalistas, *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo*, Vol 1, nº1.
- Buarque de Hollanda, B. B.; Melo, V. A. (Orgs.) (2012). *O esporte na imprensa e a imprensa esportiva no Brasil*. Rio de Janeiro: 7 Letras.
- Chiarioni, B.; Kroehn, M. (2010). *Onde o esporte se reinventa: histórias e bastidores dos 40 anos de Placar*. São Paulo: Primavera Editorial.
- Coelho, P. V. (2011). *Jornalismo esportivo*. São Paulo: Contexto.
- \_\_\_\_\_. (2019). *Entrevista concedida pelo jornalista, ex-répórter da revista Placar, ao autor deste artigo*. São Paulo.
- Corrêa, R. (2019). *Entrevista concedida pelo jornalista, ex-editor da revista Placar, ao autor deste artigo*. São Paulo.
- Duarte, J. Entrevista em Profundidade. (2010). In: Duarte, J; Barros, A. *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação*. 2.ed. São Paulo: Atlas.
- Duarte, M. (2019). *Entrevista concedida pelo jornalista, ex-editor da revista Placar, ao autor deste artigo*. São Paulo.
- Editora Abril. (2020). *PubliAbril (Audiência/Circulação)*. São Paulo: ed. Abril, 2020. Disponível em: <http://publiabril.abril.com.br/marcas/placar/plataformas/revista-imprensa>. Acesso em: 2 de jun. de 2020.
- Gallindo, A; Zirpoli, C. (2018). *1987 – De fato, de direito e de cabeça*. São Paulo: Onze Cultural/Zinnerama.
- Gonçalo Júnior. (2005). *O Homem Abril: Cláudio de Souza e a história da maior editora brasileira de revistas*. São Paulo: Opera Graphica Editora.
- Hime, G. (2005). Construindo a Profissão de Jornalista: Cásper Líbero e a Criação da Primeira Escola de Jornalismo do Brasil. In: *Congresso Brasileiro de Comunicação*, 28. 2005. Rio de Janeiro. Anais. São Paulo: Intercom.
- Kfourri, J. (2019). *Entrevista concedida pelo jornalista, ex-diretor de redação da revista Placar, ao autor deste artigo*. São Paulo.
- Leal, D. (2020). *Noticiabilidade na Placar: a mutação dos valores-notícia em três décadas de cobertura do futebol de mulheres* (Dissertação de Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE, Brasil.
- Malaia, J. (2012). Placar: 1970. In: Buarque de Hollanda, B. B.; Melo, V. A. (Orgs.). *O esporte na imprensa e a imprensa esportiva no Brasil*. Rio de Janeiro: 7 Letras.
- Mira, M. C. (2001). *O leitor e a banca de revistas: a segmentação da cultura no século XX*. São Paulo: Olho d'Água/Fapesp.
- Placar. (1970). São Paulo: ed. Abril, edição 1.
- \_\_\_\_\_. (1984). São Paulo: ed. Abril, edição 726.
- \_\_\_\_\_. (1984). São Paulo: ed. Abril, edição 727.
- \_\_\_\_\_. (1995). São Paulo: ed. Abril, edição 1102.
- \_\_\_\_\_. (1995). São Paulo: ed. Abril, edição 1106.
- \_\_\_\_\_. (1997). São Paulo: ed. Abril, edição 1126.
- \_\_\_\_\_. (2020). São Paulo: ed. Abril, edição 1453.
- \_\_\_\_\_. (2020). São Paulo: ed. Abril, edição 1457.
- Ribeiro, A. (2007). *Os donos do espetáculo: histórias da imprensa esportiva do Brasil*. São Paulo: Terceiro Nome.
- Rocco Junior, A. J.; Belmonte, W. B. (2014). Da informação ao entretenimento: análise do jornalismo esportivo brasileiro pela trajetória histórica da revista Placar. In: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 19, Vitória-ES, 2014. *Anais do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na região Sudeste*. Vitória-ES: Intercom.
- Saldanha, R. M. (2009). *Placar e a produção de uma representação de futebol moderno*. 2009. Dissertação (Mestrado em Ciências do Movimento Humano), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.
- Salvini, L.; Marchi Júnior, W. (2016). *Registros do futebol feminino na Revista Placar: 30 anos de história*. Motrivivência (Florianópolis); v.28, n. 49, p99-113.
- Scalzo, M. (2006). *Jornalismo de revista*. 3. ed. - São Paulo: Contexto.
- Schatz, P. (2015). *A imprensa escrita entra em campo: relações entre política e futebol através da análise da revista Placar (1974-1982)*. Dissertação (mestrado), UFSC, Florianópolis.
- Silva, L.M.G.da; Brasil, V.V.; Guimarães, H.C.Q.C.P.; Savonitti, B.H.R.A.; Silva, M.J.P.da. (2000). Comunicação não-verbal: reflexões acerca da linguagem corporal. *Rev.latinom.am.enfermagem*, Ribeirão Preto, v. 8, n. 4, p. 52-58.
- Temer, A. C. R. P.; Tuzzo, S. (2017) A entrevista como método de pesquisa qualitativa: uma leitura crítica das memórias dos jornalistas. In: Congresso Ibero-Americano em investigação cualitativa, 6., Salamanca, Espanha, 2017. *Anais...* Salamanca, Espanha: Universidad de Salamanca, 2017.
- Thomas, J. R.; Nelson, J. K. (1996). *Research methods in physical activity*. 3.ed. Champaign: Human Kinetics.
- Unzelte, C. (2019). *Entrevista concedida pelo jornalista, ex-editor da revista Placar, ao autor deste artigo*. São Paulo.
- \_\_\_\_\_. (2015). *Futebol em revista no Brasil: dos primeiros títulos à resistente Placar*. São Paulo: Dissertação (mestrado) – Faculdade Cásper Líbero, Programa de Mestrado em Comunicação.
- Xavier Filho, S. (2019). *Entrevista concedida pelo jornalista, ex-editor da revista Placar, ao autor deste artigo*. São Paulo.

---

## RESUMO | RÉSUMÉ | ABSTRACT

---

**A singularidade da cinquentenária *Placar* para o contexto histórico do jornalismo esportivo no Brasil**

**Le magazine *Placar* et le journalisme sportif brésilien : cinquante ans d'une histoire singulière**

**Placar magazine and the history of sports journalism in Brazil : 50 years of singularity**

**Pt.** Este trabalho busca trazer uma reflexão acerca da importância da *Placar* para a construção do jornalismo esportivo no Brasil, fazendo uma sistematização das diferentes fases e seus distintos momentos. Mais longeva revista esportiva brasileira em circulação, o periódico completou, apesar da quase intermitente luta pela sobrevivência, meio século de vida em 2020. Como parte da mídia, também foi ao longo dos anos, de certo modo, um catalisador dos anseios e câmbios sociais e, por isso, esteve sempre em processo de mutação, descrevendo-os e, paralelamente, sendo influenciada pelos contextos das diferentes épocas. Tratamentos sexistas ao futebol de mulheres, como os de “musas” e “gostosas”, por exemplo, atravessaram fases históricas da revista, como as versões *Placar Mais* (1984), *Placar Todos os Esportes* (1988) e *Futebol, Sexo & Rock and Roll* (1995 a 1999). Com o advento do feminismo, esses termos não apenas ficaram para trás como a revista chegou a publicar em 2019 um pedido de desculpas pelo passado misógino e machista. O entrelaçamento histórico também pôde-se observar quando a revista deu voz a jogadores que não se furtavam a declarar seu posicionamento político (no contexto de efervescência em torno da redemocratização do país, nas chamadas “Diretas Já”) ou de discussões em torno da profissionalização do futebol nacional ou denúncias sobre corrupção no esporte. Neste estudo, evidencia-se a existência de uma linha tênue entre a história da sociedade brasileira e a história do futebol no país. Assim, a partir de entrevistas com sete jornalistas que fizeram parte de diferentes fases da revista (Celso Unzelte, Marcelo Duarte, Maurício Barros, Paulo Vinícius Coelho, Ricardo Corrêa, Sérgio Xavier Filho e o mais longínquo editor, Juca Kfourri), este artigo busca contribuir para a construção histórica de um capítulo relevante do entrelaçamento da cultura esportiva com a cultura social no Brasil através da *Placar*, uma peça fundamental da história do jornalismo esportivo nacional que se mantém viva.

**Palavras-chave:** Jornalismo esportivo; Revista Placar; Jornalismo; História do jornalismo esportivo.

**Fr.** Cet article propose une réflexion sur l'importance du magazine *Placar* dans la construction du journalisme sportif au Brésil, à partir d'une systématisation de ses différentes phases et des grands moments de son histoire. Premier magazine sportif brésilien, *Placar* a fêté son jubilé en 2020, après cinquante années marquées par un combat continu pour assurer son existence. En tant qu'acteur du monde médiatique brésilien durant toutes ces années, il représente un catalyseur des aspirations et des changements sociaux. Si, d'un côté, il décrit les contextes des différentes époques du pays, il en subit simultanément l'influence, ce qui explique ses constantes mutations. Le sexisme à l'égard du football féminin, énoncé par des termes tels que « muses » ou « bombasses », a ainsi marqué l'histoire du magazine, dans ses versions *Placar Mais* (1984), *Placar Todos os Esportes* (1988) et *Futebol, Sexo & Rock and Roll* (1995 à 1999). Avec l'avènement du féminisme, ces termes ont non seulement été écartés, mais le magazine a été jusqu'à publier, en 2019, des excuses pour son passé misogyne et sexiste. Cette imbrication historique s'observe également lorsque le magazine donne la parole à des joueurs qui n'hésitent pas à donner leurs opinions, qu'elles soient politiques (dans le contexte effervescent de la redémocratisation du pays, au moment des premières élections directes après la dictature militaire, les « *Diretas Já* ») ou dans le cadre des discussions autour de la professionnalisation du football brésilien et de la corruption dans le sport. Cette étude montre que seule une frontière ténue sépare l'histoire de la société brésilienne de celle de son football. À partir d'entretiens avec sept journalistes qui ont marqué les

différentes phases du magazine (Celso Unzelte, Marcelo Duarte, Maurício Barros, Paulo Vinícius Coelho, Ricardo Corrêa, Sérgio Xavier Filho et le vétérane des rédacteurs, Juca Kfourri), cet article contribue à la construction historique d'un chapitre important de l'entrelacement de la culture sportive et sociale au Brésil. Cette relation est ici mise en perspective à partir du magazine sportif *Placar*, personnage toujours vivant et fondamental de l'histoire du journalisme sportif brésilien.

**Mots-clés :** Journalisme sportif ; Magazine *Placar* ; Journalisme ; Histoire du journalisme sportif.

**En.** This article discusses the importance of *Placar* magazine in the construction of sports journalism in Brazil. It is based on the systematization of different phases of the magazine and the great moments of its history. *Placar* is the oldest Brazilian sports magazine published and celebrated its jubilee in 2020, after fifty years of a continuous struggle to ensure its existence.

As an actor of the media sphere in Brazil, it has also been a catalyst of social yearnings and changes over the years. Therefore, it has always been in a process of mutation, describing them and, in parallel, being influenced by the social and political contexts. Sexism towards women in soccer, expressed by the use of terms such as «muses» or «hotties», is a part of the magazine's history, more specifically during the time of *Placar Mais* (1984), *Placar Todos os Esportes* (1988) and *Futebol, Sexo & Rock and Roll* (1995 to 1999).

With the rise of feminist movements, these terms were discarded, and the magazine took a stand in 2019 by apologizing for the misogynistic and sexist content published in the past. Content imbued with historical momentums also appears at times when the magazine features players who voice political opinions (for instance during the effervescence of the context of redemocratization, at the time of the first direct elections after the fall of the military dictatorship, the so-called «Diretas Já») or share opinions on the professionalization of Brazilian soccer and the corruption operating within the sport's institutions. The study highlights how fine is the line between the history of Brazilian society and the history of Brazilian soccer. Based on interviews with seven journalists who contributed to the magazine during different phases of its existence (Celso Unzelte, Marcelo Duarte, Maurício Barros, Paulo Vinícius Coelho, Ricardo Corrêa, Sérgio Xavier Filho and the veteran editor, Juca Kfourri), the article contributes to the historical construction of an important testimony of the intertwining of sports and social history in Brazil. This relationship is illustrated through the history of *Placar*, shown as a contemporary and central player in the history of Brazilian sports journalism.

**Keywords :** Sports journalism; *Placar* magazine; Journalism; History of sports journalism.



# Um panorama da produção brasileira especializada em MMA

## Características dos sites jornalísticos e dos canais de YouTube<sup>1</sup>

### ALLYSSON MARTINS

Professor de Jornalismo e coordenador do MiDI –  
Grupo de Pesquisa em Mídias Digitais e Internet.  
Universidade Federal de Rondônia (UNIR)  
Brasil  
allyssonviana@unir.br

### VANESSA FORTE

Bolsista DTI do CNPq. Jornalista e integrante do MiDI  
– Grupo de Pesquisa em Mídias Digitais.  
Universidade Federal de Rondônia (UNIR)  
Brasil  
vanessa23forte@gmail.com

### JAQUELINE DAMACENO

Jornalista e integrante do MiDI – Grupo de Pesquisa em  
Mídias Digitais e Internet.  
Universidade Federal de Rondônia (UNIR)  
Brasil  
jaqedamaceno@gmail.com



MMA (artes marciais mistas, *mixed martial arts* em inglês) é um esporte de luta com poucas regras em que os atletas utilizam técnicas e recursos de diversas modalidades marciais. O esporte, oriundo do Vale Tudo que perdurou de 1920 até 1990 (Awi, 2012; Alvarez, 2013; Alvarez & Marques, 2011; Araújo, 2016; Ferreira, 2011; Jardim, 2018; Miranda, 2012; Santos & Miranda Filho, 2015; Silveira, 2009; Silveira, 2011), ganhou o novo nome com o jornalista Howard Rosenberg (1993) para descrever a primeira edição do UFC (*Ultimate Fighting Championship*), em 15 de novembro de 1993, em matéria para o *Los Angeles Times*. Mas foi apenas em 2000 que o MMA se institucionalizou, com as regras unificadas.

Esta profissionalização do MMA se relacionou com o jornalismo e permitiu que, em uma década, o segmento se desenvolvesse, não só com o aumento de editorias (Alvarez, 2013; Sanfelice, 2010), sites jornalísticos, mas também com a criação de agências de notícias, revistas digitais e, posteriormente, canais na rede social de compartilhamento de vídeo, YouTube. O Vale Tudo se desenvolveu em paralelo à sua cobertura em jornais impressos e TVs abertas (Awi, 2012; Barreto & Sarmiento, 2012), enquanto o MMA atingiu as TVs a cabo e a internet. Nos anos de 1990, o esporte focou na TV a cabo, até por causa da rejeição que recebia das emissoras abertas, nos anos de 2000, nos sites e blogs, e, na década seguinte, nas redes sociais, sendo primeiro no Twitter e YouTube, hoje, também Insta-

### Pour citer cet article

### Référence électronique

Allysson Martins, Vanessa Forte, Jaqueline Damaceno  
« Um panorama da produção brasileira especializada em MMA : Características dos sites jornalísticos e dos canais de YouTube », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne], Vol 10, n°2 - 2021, 15 décembre - december 15 - 15 de dezembro.  
URL : <https://doi.org/10.25200/SLJ.v10.n2.2021.444>



gram (Martins, 2019, 2020). Para Dana White, presidente do UFC, empresa que pretende ser sinônimo de MMA, os fãs estão na internet e nas redes sociais (Awi, 2012).

No Brasil, a popularização do MMA pode ser mais bem observada a partir de 2010, juntamente ao período de maior proliferação dos veículos especializados no tema, uma vez que até a década anterior, quando se profissionalizou, o esporte tinha uma reputação negativa no país, em virtude dos constantes problemas nos anos de 1990, sobretudo com as brigas decorrentes dos eventos Grande Desafio, em 1991, e Pentagon Combat, em 1997, mais bem explicados posteriormente (Awi, 2012; Araújo, 2016; Ferreira, 2011; Miranda, 2012). Em 2009, a RedeTV! criou o programa “UFC sem Limites”, exibindo lutas antigas do evento, sendo o primeiro na TV aberta, pois o “Passando a Guarda” era exibido, desde 1997, no SporTV, com compacto de lutas e depoimentos de lutadores.

A popularidade no país foi impulsionada por causa de atletas como Anderson Silva, então maior lutador do UFC (Awi, 2012; Araújo, 2016), e Vitor Belfort, famoso por já ter participado do *reality show* Casa dos Artistas do SBT, em 2002, e de novelas da TV Globo. Em 2011, além da luta entre os dois, Anderson protagonizou o UFC 134 (UFC Rio), com exibição ao vivo pela RedeTV!. Desde então, tornou-se comum encontrar lutadores em programas e produtos de entretenimento no Brasil. Em 2012, o UFC, visando à popularização do esporte no país, trouxe para a TV Globo o reality show do UFC, o *The Ultimate Fighter* (TUF), formato que havia salvado financeiramente a empresa promotora de lutas já em sua primeira edição, em 2005. O programa, liderado por dois dos mais famosos lutadores brasileiros, Vitor Belfort e Wanderlei Silva, consistiu em trancar diversos lutadores em uma casa, divididos em duas equipes. Eles precisavam lutar entre si por um contrato com o UFC, enquanto se apresentavam como indivíduos comuns, melhorando a imagem dos lutadores e do esporte diante do público.

Os primeiros veículos especializados, as revistas Tatame, de 1994 (site de 2009), e Gracie Mag, de 1996 (site de 2007), existem até hoje, mas sempre estiveram mais voltadas ao jiu-jitsu brasileiro (Nascimento et al., 2011). Na década seguinte, surge a revista digital PVTmag (2009-2015), já focada em MMA e vinculada ao Portal do Vale Tudo, de 2001. Na televisão, o Canal Combate possui direito de imagem e de transmissão do UFC no país desde 2002. Dez anos depois, em 2012, nasce a primeira agência de notícias brasileira especializada em MMA, a Ag. Fight. Uma década após a profissionalização do MMA, além da revista digital e da agência de notícias, a proliferação de veículos especializados se intensificou na internet, especialmente com sites e canais de YouTube, nosso foco neste texto.

Os principais sites jornalísticos brasileiros especializados em MMA são: Combate.com – *hotsite* específico dentro do Globo Esporte desde 2011 –, Portal do Vale Tudo (PVT), de 2001, – hospedado no UOL –, Super Lutas, de 2007, – vinculado ao portal iG –, MMA Brasil, desde 2008, inicialmente em formato de blog, e Sexto Round, de 2012 até 2019. Em grandes portais e sites jornalísticas, como Terra, UOL e Yahoo!, existe uma editoria generalista como Esportes, enquanto iG e Esporte Interativo apresentam, de modo amplo, a seção Lutas, mesmo que trabalhem majoritariamente com MMA, apenas um dos esportes de combate.

Os principais canais de YouTube – mesmo que tenham contas em outras redes sociais, é nele que possuem mais seguidores e produzem seu conteúdo substancial sobre MMA – são: Canal Encarada, de 2016; CFX Sports, de 2007 (com primeira atualização em 2011); Contra Golpe, ex-Porrada, de 2013 (com primeira atualização disponível em 2014); Diretasso, de 2016; Nocaute, de 2016 (com primeira atualização disponível em 2017); Sexto Round (que até 2019 possuía o maior site independente do país, mas se torna mais personalista por causa do seu criador, Renato Rebelo), de 2012; e Vitor Miranda, de 2015, do ex-lutador do UFC. Além desses, há canais que fazem parte dos sites supracitados, com destaque para a conta do PVT, de 2009, e do Canal Combate, de 2010.

Um panorama da mídia brasileira especializada em MMA tem como objetivo identificar as especificidades dos sites e canais de YouTube, através de aspectos relacionados às empresas, ao produto e ao público. Para isso, foram selecionados: os dois maiores sites jornalísticos que representam a mídia tradicional e independente, respectivamente, Combate.com, vinculado ao Grupo Globo, e MMA Brasil; e dois dos maiores canais de YouTube em números de inscritos e que possuem atualização frequente, com regularidade praticamente diária: Diretasso e Sexto Round. O perfil desses quatro veículos foi realizado a partir das entrevistas com os dois editores dos sites e os dois criadores dos canais, por áudio no aplicativo de conversa WhatsApp e depois transcritas, entre o segundo semestre de 2019 e o primeiro de 2020.

A ferramenta permite uma comunicação não instantânea – de preferência dos entrevistados –, diferente de uma ligação ou videochamada, formato inicialmente pensado. Ademais, optou-se pela comunicação em áudio para possibilitar respostas mais livres e fluidas, ainda que as respostas tenham sido enviadas antecipadamente, permitindo uma maior elaboração por parte dos produtores de conteúdo. Ainda assim, uma pergunta adicional foi feita ao criador do Sexto Round, depois dos quase 20 questionamentos, sobre o encerramento do site. A intenção era realizar um panorama que trouxesse três dimensões: *equipe e*

veículo, com cinco perguntas, desde início, objetivos e metas até qualificação e modelo de negócio; *público e redes sociais*, com três questionamentos sobre interação e gerenciamento de outras contas; e *produção do conteúdo*, com oito perguntas sobre frequência de publicação, seleção de pautas, linha editorial, seções e inovações, gêneros das produções e formatos midiáticos. Além disso, existia uma questão final que permitia os entrevistados trazerem alguma informação que consideravam revelante, e houve ainda desdobramentos em alguns das questões, a depender do veículo, por exemplo, sobre desenvolvimento/transformação do site e utilização de multimídia.

---

### COMBATE.COM

---

O site do Combate era uma editoria do Globo Esporte até o ano de 2010, de propriedade do Grupo Globo. Nesta seção, os jornalistas falavam mais sobre outros esportes de combate, devido à recomendação de não tratar de MMA, restringindo-se apenas aos principais eventos, que chamavam a atenção de um público maior. Segundo o editor Marcelo Russo (2019), esta proibição seguia o desejo do próprio Roberto Marinho, falecido em 2013, por causa de dois incidentes em eventos de luta no Rio de Janeiro, um deles com promoção da própria empresa. O primeiro foi o Grande Desafio, em 1991, quando a TV Globo transmitiu ao vivo o evento que teve de mordida e briga fora do ringue, na primeira luta, até invasão das equipes, no combate final; o outro aconteceu seis anos depois, quando a empresa deu mais uma chance ao não mais Vale Tudo, mas agora MMA.

A equipe de reportagem do Grupo Globo presenciou a invasão que terminou em uma briga generalizada no Pentagon Combat, em 1997. “Para se proteger, [o narrador] Sérgio Maurício encerrou a transmissão do SporTV abaixo de uma mesa” (Awi, 2012, p.146). Os jornais internacionais circularam essas imagens, destacando que a briga foi em decorrência das rivalidades entre os lutadores. Desde então, Roberto Marinho impôs que não se falaria mais do esporte em seus veículos.

Essa recomendação foi respeitada e cumprida pelo diretor de esporte do grupo, Luiz Fernando Lima, que não dedicou nenhum espaço específico para o MMA até o retorno do UFC no Brasil. Depois de passar pelo país em 1998, o evento voltou com o UFC 134, ou UFC Rio, em 27 de agosto de 2011, realizando a primeira transmissão ao vivo em canal aberto pela RedeTV!, que atingiu uma audiência “nunca vista antes”, de acordo com Russo, ultrapassando até as maiores emissoras, como Globo e Record. Na luta principal, do brasileiro Anderson Silva contra o japonês Yushin Okami, exibida das 23h47 à 00h00, a RedeTV! alcançou 13

pontos, contra 12 da Globo. Esses números fizeram com que a editoria passasse por alterações. Uma das missões de Roberto Marinho Neto, diretor de esporte desde 2010, foi trazer o UFC exclusivamente para sua emissora, desde transmissões ao vivo das lutas em seu *pay per view* próprio até acesso aos bastidores e aos lutadores para os jornalistas do grupo. O contrato que já existia com o então Premiere Combate, de 2002, se tornou exclusivo com o reformulado Canal Combate, em 2009.

Com a mudança e a parceira firmada, Marcelo Russo foi convidado por Marinho Neto para assumir o comando da editoria de MMA. O processo de estruturação do site demorou três meses para ser concluído, contando a contratação e preparação de jornalistas, cujo lançamento oficial foi em fevereiro de 2011. Embora ainda abordassem todos os tipos de artes marciais, a ênfase maior era explicitamente o MMA. À época, ainda estavam vinculados ao Globo Esporte e SportTV como um *hotsite*, tendo em vista que o Combate.com era um site institucional ligado ao canal de TV, voltado apenas para a venda de assinaturas. Depois de dois anos de produções diárias, em 2013, chegou-se a conclusão de que não fazia sentido a existência de dois sites ligados ao Canal Combate, quando o Combate.com passou não só a vender assinaturas, mas a publicar tudo sobre MMA, especialmente UFC. Ainda assim, até hoje, o Combate.com faz parte do orçamento do SportTV, embora possua anunciante próprios.

O Combate.com é voltado prioritariamente à produção de informações sobre o universo do MMA, com o objetivo de agregar o maior número possível de conteúdos para um público não especialista. Segundo Russo (2019), o Combate.com é o sexto maior site do mundo especializado em MMA, ficando atrás apenas de três estadunidenses e quase empatando com um australiano e um britânico. A estratégia para alcançar mais pessoas é produzir conteúdos com uma linguagem menos técnica e essa foi a primeira meta alcançada, quando elevaram a popularidade do veículo em 2015 para mais de 330 milhões de acesso ao ano. Neste período, o novo site tinha apenas dois anos, possuindo uma demanda ainda reprimida sobre o cotidiano do MMA e do UFC.

O Combate.com consolidou, desde então, a imagem de líderes e de referência para quem busca sobre o universo do MMA. Nos primeiros anos, a equipe era formada por apenas quatro profissionais, Marcelo Russo, Adriano Albuquerque, Amanda Kestelman e Clima Peçanha, até chegar ao máximo de oito pessoas, com uma correspondente em Las Vegas, Evelyn Rodrigues, responsável pelas matérias e entrevistas nos EUA. Em 2020, seis pessoas trabalham diariamente na plataforma, com uma produção ininterrupta. Com a consolidação do site, a equipe precisou construir a

imagem do Combate.com desvinculada do canal televisivo, que existe desde 2002 e com equipe e sistema de produções diferentes. Até 2018, as duas equipes trabalhavam em conjunto para a elaboração dos dois programas jornalísticos extintos do canal, Combate News e Revista Combate. Deste então, a interação entre as equipes é cada vez menor, ocorrendo apenas na cobertura dos eventos e nas entrevistas exclusivas com lutadores, treinadores, empresários e promotores.

Os jornalistas do site sempre procuram interagir com o público, dos comentários nas produções até os perfis nas redes sociais oficiais e as mensagens na própria transmissão do Combate. Os canais de comunicação do site são abertos para os fãs de MMA, assinantes ou leitores em geral, com o propósito de estabelecer uma proximidade com o público, sobretudo através das contas no Instagram e no Twitter. Com a popularidade do esporte, o Combate.com se tornou um veículo brasileiro especializado em MMA, aumentando a audiência e também a quantidade das produções. Entre as mais acessadas, Russio aponta: a fratura na perna de Anderson Silva, depois da segunda derrota para Chris Weidman, em 2013; a segunda vitória dele contra o Chael Sonnen, em 2012; a volta do lutador depois da lesão contra o Nick Diaz, em 2015; e a derrota de Vitor Belfort contra o Lyoto Machida, em 2018. Ainda assim, a matéria com mais visualizações da história do site, com mais de 4 milhões, foi a derrota da Ronda Rousey para Holly Holm, em 2015.

A linha editorial do site é ampla, abordando o cotidiano de atletas e treinadores do UFC ou de eventos nacionais. O editor destaca a importância da credibilidade adquirida, principalmente com o tratamento imparcial dos assuntos, pois, no início da parceria com o UFC, houve certa dificuldade de a empresa entender que o Combate.com era voltado para a produção jornalística de MMA, não para a assessoria do evento. O site não possui um meta de publicação de matérias por dia, mas a equipe está preparada para produzir os relatos independentemente do volume de informação, com base no que o editor chamou de “preocupação social”.

Dentre os gêneros mais produzidos, estão notícias e entrevistas antes e durante os eventos do UFC, que é uma das principais atrações da plataforma, além dos furos jornalísticos, uma das conquistas que Marcelo Russio mais gosta, ou seja, relevar as histórias que ainda não foram divulgadas por ninguém. “O fato é sempre o mais importante, se a gente conseguir fotografar, filmar, do jeito mais simples possível, mas retratando o fato, isso vale ouro” (Russio, 2019, s./p.). Para a produção diária, a equipe se pauta nas deliberações das reuniões semanais, com um levantamento do que foi realizado na semana anterior, além disso, eles fazem rondas nas redes sociais dos lutadores, treina-

dores, empresários e promotores e em outros veículos estrangeiros e nacionais.

Na rotina de produção, os repórteres usam o celular para filmar momentos rápidos que a câmera da televisão não pega, uma vez que pensam nessa diversificação de formatos midiáticos, como fotos e vídeos. “Os nossos vídeos mais acessados são as gravações instantâneas, como a do Conor McGregor atacando um ônibus no Brooklyn, lá em Nova York [em abril de 2018]. A gente fez um vídeo e foi parar no Jornal Nacional e fez com um celular correndo atrás dele” (Russio, 2019, s./p.). Desde 2018, o site produz o podcast Mundo da Luta, com regularidade quase semanal e sem duração padrão, variando de menos de 30 minutos até mais de uma hora, além de minidocumentários. A proposta para os próximos anos é ampliar a transmissão das lutas ao vivo no próprio site do Combate.com, aumentando o número de visitantes. “Em vez das duas primeiras lutas [como fazem], de repente, o card preliminar inteiro, que são 6 a 7 lutas, ou a primeira luta do card principal” (Russio, 2019, s./p.). Além dessas apostas, o editor ressalta que eles estão perto de chegar a marca de 2 bilhões de acesso.

---

## MMA BRASIL

---

O site MMA Brasil começou em 2008 como o blog Arquibancada Digital, abordando diversos esportes, não só os de luta. Na época, o fundador do projeto, Alexandre Matos, foi incentivado por amigos a transformar o endereço em um espaço dedicado ao MMA, quando se voltou exclusivamente à produção de informações sobre o recente esporte, com o objetivo de agregar os fãs da luta em um local especializado. Quando o site foi criado, a ideia era ajudar também a popularizar o MMA, trazendo conteúdos mais aprofundados, diferentes do que eram encontrados em outros veículos, mais focados em notícias. Com o crescimento do MMA Brasil, Matos realizou parcerias com o clube Alfa, da editoria Abril, e com o site iBahia, portal de comunicação filiado à Rede Bahia e ao Globo.com.

O site, no entanto, é independente, sustentando-se com algumas parcerias específicas, mas, principalmente, com financiamento coletivo de seus consumidores. Quando essas receitas não conseguem bancar os custos básicos, como hospedagem do site e deslocamento da equipe para produção de conteúdo, Alexandre Matos faz investimento pessoal. Para manter o MMA Brasil no ar, aderiram ao Apoia.se e, posteriormente, ao Padrim, projetos para financiamento coletivo. A ideia é arrecadar uma quantia mensal que garanta a permanência do site no ar, suprimindo os custos mínimos das atividades realizadas. Os apoiadores participam do podcast e dos sorteios mensais e têm acesso a alguns conteúdos exclusivos. Com o crescimento do

esporte, o MMA Brasil deixou de ser um blog para se tornar um site colaborativo voltado à produção de conteúdos que estimulam debates aprofundados entre os admiradores da luta. Os criadores de conteúdo, chamados de colaboradores, são voluntários e foram selecionados pelo editor, a partir da interação deles no próprio site, e passam a produzir com frequência irregular, sem prazo específico.

Em 2020, o site conta com cerca de 10 colaboradores que trabalham com produção de conteúdo e mais 8 pessoas que cuidam do comercial e estrutural. A qualificação profissional da equipe não é o principal critério de distinção para ser selecionado pelo editor, sendo formada inteiramente por consumidores do site. A redação do MMA Brasil conta, atualmente, com profissionais com as seguintes formações: advogados, engenheiros, publicitários, entre outros, que não têm no site a principal atividade e fonte de renda, mas que trabalham por gostarem do esporte e do veículo. A ausência de jornalistas não incomoda Alexandre Matos, na verdade, o principal não é a forma, mas o conteúdo e o conhecimento da sua equipe. “Eu prefiro até que a pessoa seja melhor no conteúdo do que na forma, porque a forma a gente arruma, revisa ou edita, dá-se um jeito, mas o conteúdo não. O conteúdo é muito particular de cada um e eu não gosto de alterar o que cada um pensa, o que cada um escreve” (Matos, 2020, s./p.).

No começo, o convite era feito quando os consumidores se destacavam nos comentários, porém, com o crescimento do veículo, já foram realizadas duas seleções para atualização dos membros, sempre com leitores assíduos, que conhecem bem o estilo do MMA Brasil. “Tem gente que discorda de mim no site, isso sempre vai ter e é importante. A ideia é sempre pegar o pessoal que já conhece o site, porque eu acho que a gente implantou um DNA do MMA Brasil. Eu quero que isso se perpetue, eu não quero nunca que ele vire qualquer outro tipo de trabalho parecido com outros veículos” (Matos, 2020, s./p.). Os colaboradores procuram interagir frequentemente com o público, através dos comentários nas publicações do site ou das redes sociais do veículo e da equipe, sendo uma das principais características do MMA Brasil. A frequência de publicação do site é diária, com os colaboradores ativos também nas redes sociais.

A linha editorial é focada em fatos consolidados, que servem de base para as notícias e, principalmente, opiniões da equipe. O veículo adota uma postura imparcial e independente, sendo proibido receber brindes e outros tipos de benefícios para realizar publicações ou tomar partidos em algum assunto. “Meu trabalho é noticiar quando a gente tem que noticiar, disseminar o conhecimento do esporte e ampliar o conhecimento do esporte para poder ampliar a base de fãs. Eu não estou aqui para puxar saco de ninguém,

nem para defender ninguém” (Matos, 2020, s./p.). As matérias são realizadas após uma extensa apuração dos fatos, não havendo espaço para publicação de rumores ou projeções sem embasamento, ou seja, as informações precisam de confirmação das fontes.

O MMA Brasil tem ainda espaços dedicados a outras modalidades de luta, como boxe, wrestling, jiu-jitsu e kickboxing, porém, elas são esporádicas e o foco está no MMA. Ainda assim, o site sempre diversifica sua pauta e não aborda apenas o UFC. As matérias sobre o Bellator, segunda maior organização de MMA do mundo, possuem uma audiência grande e são corriqueiras, mas os colaboradores abordam com frequência semanal até os eventos menores, como do leste europeu e da Ásia, na seção “MMA Além do UFC”. Com uma equipe que não trabalha exclusivamente para o veículo, a meta é produzir ao menos uma publicação por dia, como notícias e, especialmente, materiais analíticos e opinativos, como as prévias e resenhas dos eventos, além de análises sobre assuntos diversos relacionados ao esporte.

A preocupação com a diversidade é constante, ao disponibilizarem diferentes assuntos e não se restringirem somente ao calendário das lutas. “Eu não gosto que o site fique engessado, que fica parecendo que hoje tem resenha, amanhã tem *matchmaker* [coluna que busca prever a marcação de lutas], depois de amanhã tem isso” (Matos, 2020, s./p.). Contudo, além dos prováveis casamentos de lutas (*matchmaker*), as seções constantes seguem o calendário previsto dos muitos eventos, com palpites, prévias e resenhas.

Para a produção diária, a equipe recebe informações das assessorias de organizações e de atletas, além do contato com veículos nacionais e estrangeiros e redes sociais de lutadores, treinadores, empresários e promotores. Em sua rotina, os colaboradores utilizam diversos formatos midiáticos, como fotos e vídeos, uma vez que pensam nessa diversificação para a leitura não ficar tediosa e, principalmente, ilustrar e deixar o texto mais explicativo. Como o site foi incorporado em uma nova plataforma, não é possível identificar as matérias mais acessadas de sempre, porém, Matos acredita que as mais comentadas e visualizadas são as analíticas e opinativas, além do podcast “*It’s time!*”, com periodicidade quase semanal e pouco mais de uma hora de duração.

O programa, que já chegou a ter duração média de mais de duas horas, antes de integrarem o estúdio da Central3, é voltado para a análise e o debate das lutas, feita pelos membros e com interação com os consumidores. Desde 2010, o site produz o podcast semanalmente via *streaming* nas redes sociais, porém, a partir de 2016, passou a funcionar com uma estrutura profissional de rádio em São Paulo, com os membros da



equipe de outros estados participando por videochamada. A transmissão alcança cerca de 5 mil visualizações por edição sendo que 10% dessa audiência participam ao vivo pelas contas oficiais no YouTube e no Facebook. O MMA Brasil conta ainda com seções não regulares, como “De olho no futuro”, “MMA além do UFC”, “The Ultimate Business”, “Top 10 do Futuro” e “Dossiê Rússia” – país destaque no esporte nos últimos anos. O próximo projeto é a reestruturação do site, com uma saída de Alexandre Matos se tornando um colunista especial.

---

### DIRETASSO

---

Criado em dezembro de 2016 por Vinícius Tavares, conhecido como Vini, o canal Diretasso surgiu após um evento de MMA em São Paulo, o UFC Fight Night: Bader vs. Nogueira 2, de 19 de novembro de 2016, ao qual Tavares assistiu pessoalmente. Ao chegar em sua casa, criou o seu próprio canal na plataforma YouTube com objetivo de divulgar e se comunicar com os fãs de MMA, pois eram poucas as pessoas em seu círculo social que realmente apreciam o esporte. “Essa ideia de criar um canal foi, principalmente, para divulgar o esporte, assisto ao MMA desde os 6/7 anos quando alugava as fitas em VHS do UFC 1 até o UFC 7” (Tavares, 2019, s./p.). Apenas ele trabalha com a produção e a edição de conteúdo, mesmo sem formação específica; a única colaboradora do canal é sua irmã, que presta serviços de assessoria de imprensa, mas, futuramente, deseja criar uma equipe especializada.

O Diretasso possui, até o final julho de 2020, mais de 288 mil inscritos e 1480 vídeos postados. Existem quadros pré-definidos que são separados em playlists, entre eles estão os de “Pré-evento”, no qual são comentadas as principais lutas e aquelas que envolvem brasileiros; “Pós-eventos”, com os resultados; “Salários”, que apresentam quanto recebem os lutadores; e “Notícias”, que são recebidas em muitos casos por assessorias, com os lutadores entrando em contato diretamente, embora a maioria seja de informações de sites nacionais e, principalmente, internacionais, pelas informadas publicadas mais rapidamente. As redes sociais dos lutadores também são importantes como fontes, pois apresentam informações que são, em muitos casos, relevantes, mesmo que não tenham virado notícia em algum veículo jornalístico, por isso, é possível ter ao menos um vídeo por dia, chegando até 40 vídeos por mês. Os cinco vídeos mais acessados do canal, até julho de 2020, ultrapassam 1 milhão de visualizações, com um deles com mais de 3 milhões.

Para criar uma proximidade com o público, foi necessário o uso de canais que facilitam esse contato, a página do Facebook e Twitter existem, mas não são utilizados com frequência, enquanto o Instagram contribui com o trabalho no canal não só como fonte de informação, no

caso das contas dos lutadores, treinadores, empresários e promotores, mas ainda do próprio Diretasso, que busca uma aproximação com o público por meio de publicações sobre o cotidiano de Vini. No YouTube, uma live é feita durante as lutas dos principais eventos do UFC e a aba de “comunidades” serve para fazer enquetes e conversar com os inscritos. O Instagram é usado para criar uma familiaridade com os seguidores, com um conteúdo diferente do canal, para evitar que as redes fiquem iguais, por isso, Tavares tenta mostrar mais do seu dia a dia nesta conta. O youtuber ainda conversa com os seguidores nas redes sociais, respondendo a maioria dos comentários.

Na madrugada de sábado para domingo, quando tem algum evento do UFC, é postado dois ou três vídeos, mais do que a média de um por dia. O UFC é a atração mais abordada, pois, segundo Tavares (2019), é o que apresenta maior interesse do público, mas também são comentados sobre outros eventos e lutadores, especialmente do Bellator, que é o segundo maior de MMA no mundo, do *Professional Fighters League* (PFL), anteriormente *World Series of Fighting* (WSOF), e do ONE Fighting Championship, além de alguns nacionais. Entre as postagens pré-definidas, o canal já trouxe séries com o jogo do UFC “Simulando Lutas UFC3”, o UFC 3, “Vídeos de Dublagem”, “Memes”, e “Batalhas de Rap”.

A receita do canal vem do *AdSense*, um serviço criado pelo Google, em que donos de sites, blogs e canais do YouTube podem se inscrever para publicar anúncios contratados de publicidade e ser remunerado; quanto mais alto o número de visualizações, maior é a comissão. O Diretasso também trabalha com vendas de produtos digitais, ou seja, Tavares divulga nos vídeos alguns produtos e ganha por essa publicidade. No passado, existia a venda de camisetas e canecas, mas ocupava muito tempo para confecção e venda, e demandava um período maior para essas produções. O youtuber pretende mostrar no canal, futuramente, um pouco dos atletas na academia, em suas preparações para as lutas, acompanhando lutadores durante a semana do combate, apresentando suas rotinas, além de cobrir eventos do UFC fora do Brasil. “Minha primeira meta era os 100 mil inscritos, que já achava bastante improvável, porque é um público muito específico” (Tavares, 2019, s./p.). Com mais de 288 mil inscritos, seu principal objetivo agora é alcançar 1 milhão.

---

### SEXTO ROUND

---

Sexto Round é um canal do YouTube criado pelo jornalista Renato Rebelo, que trabalhava no canal de televisão *SporTV*, e começou em 2012, como um *hobby*, pois o youtuber não acreditava que seria rentável. Por isso, no mesmo período, Renato fundou o site do Sexto Round com um grupo de colunistas, todos jornalistas, que publicavam textos diariamente. O meio era



utilizado para passar informações e treinar a escrita, porém, o site foi fechado em setembro de 2019, devido ao tempo despendido e ao pouco retorno financeiro. Em 2019, sete anos após a criação do canal no YouTube e do site, é mais fácil possuir uma renda maior com os vídeos, o que justificou ele ter encerrado o site que só replicava as informações postadas do canal, cujos cinco vídeos mais acessados, até julho de 2020, ultrapassam 300 mil visualizações, com dois deles com mais de 400 mil.

A primeira luta comentada foi Alistair Overeem contra Brock Lesnar, realizada em dezembro de 2011, contudo, o vídeo não o agradou. Apesar de ser jornalista com experiência na área esportiva, especialmente de lutas, Rebelo acreditava que não passava um senso de familiaridade com o público, pois as pessoas ainda não o conheciam. O canal passou a ser, no início, apenas um acessório do site, onde eram postadas entrevistas com lutadores e coletivas de imprensa, mas sem o jornalista aparecer nos vídeos. Com o crescimento do canal, a partir de 2016, ele passou a ser o principal espaço de produção de MMA de Rebelo. Até julho de 2020, o jornalista trabalha sozinho, com pequenas colaborações de designers e editores de vídeos, as notícias, pautas, roteiros, gravações, edições e artes são feitas por ele.

O Sexto Round possui, até o final de julho de 2020, mais de 202 mil inscritos e 1150 vídeos postados, com periodicidade diária, semelhante ao do extinto site. “Acredito na importância da escassez [...] você ter uma certa escassez, um certo período, é importante para o público se manter interessado. Procuo não inundar de posts, tanto o Instagram, quanto o YouTube, procuro fazer um vídeo por dia, mesmo que não tenha assunto” (Rebelo, 2019, s./p.). O jornalista não costuma responder comentários nas redes sociais, pois não quer começar uma discussão com quem discorda de suas opiniões, e nem apenas reverberar posições parecidas com as suas.

Os vídeos são relativamente curtos, de 4 a 8 minutos, com comentários sobre as notícias do dia a dia, encontradas no Twitter nos sites de notícias especializados em MMA, no país e estrangeiros. Quando não aparece nenhuma informação relevante, são encontrados ângulos diferentes de um determinado assunto que já estão em circulação, além disso, são abordados os principais acontecimentos e lutas, além de prévia e cobertura dos eventos, prioritariamente do UFC. Além de comentar notícias, uma minoria de vídeos está dividida em playlists, como: “Top 6”, uma lista, com uma visão subjetiva, em que relata fatos passados do esporte; “BJJ no MMA”, com as posições do jiu-jitsu aplicadas ao MMA, acompanhadas por seu professor desta modalidade de luta; e “Lives” com interação dos inscritos. Apesar de não realizar entre-

vistas, vídeos sobre os lutadores mais famosos são abordados no canal, pois existe uma demanda por notícias sobre eles, bem como pelo principal evento, o UFC.

Esses caras que já chegaram no topo, são campeões ou chegaram perto, os mais polêmicos, eles vão gerar mais clique, mais audiência e eu, ou qualquer outro produtor de conteúdo que está falando para clientes, na dúvida entre um assunto mais chamativo e outro menos, é óbvio que vou para o lado mais chamativo. Mas, ainda assim, polêmica por polêmica, requestrar polêmica, coisas que não são relevantes, boataria, um xingou a mãe do outro, esse tipo de picuinha não gosto, procuro reverberar o menos possível. Coisas também que são moralmente horríveis, briga de rua, esse tipo de coisa, tem gente que faz, não gosto de fazer, não gosto de reverberar. Mas existem casos e casos, existem exceções que cobre o dia a dia do esporte, bem ou mau, tenho que falar, Jon Jones, campeão do mundo, faz alguma coisa fora do octógono, tem que falar sobre aquilo, mas fora isso, quando posso evitar, eu prefiro evitar (Rebelo, 2019, s./p.).

O canal ainda apresenta um conteúdo mais descontraído como podcast, em que realiza uma conversa mais informal com amigos jornalistas. No site, já existiu um quadro de desenho animado com David de Carvalho e entrevista com lutadores, porém sem tanta demanda quanto os vídeos de comentários. “De novo, tentativa e erro, tenho uma ideia, coloco para jogo, se não for tão aceita eu paro, se for aceita, tento de novo” (Rebelo, 2019, s./p.).

Tenho uma maneira de falar, empacotei as minhas resenhas de uma forma, tenho a minha maneira de analisar, de me expressar, gosto de dados, de informação, de trazer algo a mais. Sou um curador, não estou ali reportando, não estou lendo a notícia de um site, estou pegando a notícia do site, tratando, limpando, filtrando, botando bagagem histórica, adicionando números, ponto de vista, estou tentando fazer as pessoas pensarem sobre aquele assunto (Rebelo, 2019, s./p.).

O Sexto Round se mantém com anúncios do Google, através das visualizações e remuneração. Como o canal chega a mais de 2 milhões de visualizações por mês, é possível ter uma renda relevante; segundo o youtuber, dá para poupar e investir em materiais. “Os retornos do Sexto Round são com anúncios do Google, cada vez que você clica no vídeo e aparece um anúncio, recebo alguns centavos por isso, existe um cálculo que o YouTube faz, uma coisa até bem transparente, em que você

vai recebendo por cliques em anúncios etc.” (Rebello, 2019, s./p.). Além do canal, no Facebook e Twitter são replicados os posts de outros meios, enquanto o Instagram é a segunda plataforma mais usada, pois o engajamento nele é grande e o crescimento é vertiginoso, com tópicos que somente são encontrados nesta rede, como enquetes e palpites.

Um meio é usado para fomentar o outro, pois nenhuma plataforma é impulsionada por anúncios. Rebello revelou que com o sucesso do canal, gostaria de alcançar 150 mil inscritos no final de 2019 e 30 mil seguidores no Instagram, mas sua meta principal é transformar o canal em um negócio e rentabilizar com ele, para que no futuro vire uma empresa. Em julho de 2020, já está além dos 200 mil no YouTube e dos 38 mil no Instagram. Os quadros que podem ser incluídos no canal ainda não são definitivos, pois o jornalista gosta de receber uma avaliação do público, sendo assim, posta um vídeo diferente, se ele for aceito, continua, mas se houver rejeição o quadro é finalizado.

---

#### PRODUÇÃO ESPECIALIZADA EM MMA NA INTERNET

---

O Combate.com conta com seis jornalistas, selecionadas especificamente por causa do conhecimento que possuem sobre MMA e sobre a profissão de jornalista. O MMA Brasil, por outro lado, conta com 18 colaboradores, porém, com nenhum se dedicando apenas ao site e poucos profissionais especificamente de comunicação. Enquanto o veículo vinculado ao Grupo Globo, com orçamento do SporTV e anunciantes próprios, está entre os seis maiores sites do mundo especializados em MMA e mantém uma equipe especializada, o independente se sustenta pelo financiamento coletivo e privilegia um profundo conhecimento de lutas em detrimento ao formato jornalístico.

Como todos os colaboradores do MMA Brasil eram consumidores do site, a ênfase está na troca de conhecimento nos comentários e, mais recentemente, nas redes sociais; a interação é particularmente importante para eles, diferentemente do Combate.com, em que os profissionais interagem mais em suas próprias contas e perfis. Isso possibilita também um maior controle das informações veiculadas no site do Grupo Globo, mantendo certo distanciamento dos seus leitores, de modo oposto ao MMA Brasil, que se aproxima de determinada forma do seu público que o trata como igual, até porque muitos dos atuais colaboradores do site já estiveram nas mesmas condições.

Os canais do YouTube Sexto Round e Diretasso também possuem algumas diferenças entre si. Com

relação à profissionalização, o proprietário do primeiro, Renato Rebello, é um jornalista formado com experiência na área esportiva, sobretudo em lutas, enquanto Vinícius Tavares não é jornalista. O Sexto Round, criado em 2012, possui mais de 202 mil inscritos, enquanto o Diretasso, quatro anos mais novo, de 2016, conta com mais de 288 mil inscritos, muito também pela insistência do jornalista em manter o site como seu principal veículo até 2019. Esses números, no entanto, pode esconder o impacto causado mais diretamente na audiência pelos dois canais, uma vez que, mesmo com menos inscritos, o Sexto Round possui uma melhor média percentual e até total de visualizações em seus vídeos. O Diretasso, que conta com mais de 337 mil inscritos, tem 31 mil visualizações, 10,7% do seu público, já o Sexto Round, com mais de 253 mil inscritos, tem a média de 68 mil visualizações por vídeo, representando 33,6% dos inscritos – em dados colhidos em julho de 2020 sobre os vídeos publicados nos dois primeiros meses deste ano. Em relação ao rendimento financeiro, os dois canais utilizam o AdSense do Google para se manter, porém o Diretasso trabalha também com a divulgação de produtos digitais.

Os objetivos e a linha editorial dos sites são divergentes, ainda que se pautem por outros veículos nacionais e internacionais especializados em MMA e pelas assessorias e redes sociais de lutadores, treinadores, empresários e promotores. O Combate.com, por um lado, busca atingir o maior público possível, focado em notícias do cotidiano de atletas e treinadores; o MMA Brasil, por outro lado, possui uma ênfase em quem é fã de esportes de luta, apresentando um conteúdo mais aprofundado, a partir de análises técnicas, abrangendo desde os próprios combates até as questões comerciais dos eventos. Esta abordagem do site independente permite maior variedade de conteúdos e seções, com colunas que trazem: previsões de marcação de lutas; prognósticos e avaliações dos combates dos principais eventos; destaques de organizações menores; aspectos financeiros de lutadores e eventos; entre outros. Os dois sites se preocupam ainda em diversificação de formatos midiáticos, ambos possuem podcast e publicam texto com fotos e vídeos recorrentemente, ainda assim, é inegável a maior facilidade de produção do veículo vinculado ao Grupo Globo, em virtude do acesso direto e até exclusivo aos envolvidos com MMA, em especial do UFC.

O Sexto Round foi criado como um hobby por Rebello, pois inicialmente era um site, mas por causa do seu pequeno retorno financeiro, apenas o canal ficou em funcionamento como a principal fonte de renda e trabalho do jornalista. A ideia de criar o Diretasso surgiu com o propósito de divulgar o MMA e de se comunicar com outros fãs do esporte, visto que Tavares não conhecia ninguém que gostava dessas lutas. Em

**Tabela 1** : Tabela comparativa das especificidades dos sites e canais de YouTube

	SITES		CANAIS NO YOUTUBE	
	Combate.com	MMA Brasil	Diretasso	Sexto Round
<b>Equipe e veículo</b>	Criado em 2011, conta com seis profissionais e com orçamento de anúncios próprios e da Globo	Criado em 2008, conta com dezoito colaboradores voluntários e com orçamento de financiamento coletivo	Criado em 2016, gerenciado por uma pessoa e financiado por anúncios automatizados ou próprios	Criado em 2012, gerenciado por uma pessoa e financiado por anúncios automatizados
<b>Público e redes sociais</b>	Produção para todo público e interação na rede social dos próprios jornalistas	Produção para público iniciado e interação nas publicações e nas redes sociais do veículo e da equipe	Produção para todo público, interessado em novidades, com muita interação no YouTube e no Instagram do canal	Público iniciado mais interessado em análises, com baixíssima interação no YouTube e pouca no Instagram do canal
<b>Produção de conteúdo</b>	Média de três publicações por dia	Uma publicação por dia	Um vídeo por dia	Um vídeo por dia

Fonte: Elaboração dos autores

relação ao conteúdo, o Sexto Round foca em realizar comentários sobre as notícias de MMA, já o Diretasso apresenta uma playlist mais ampla, com diversos quadros, fazendo o canal possuir mais diversidade. A rede social complementar mais utilizada por ambos é o Instagram, enquanto Rebelo tenta postar diariamente as informações sobre o esporte, tais como marcações de lutas, Tavares fala mais do seu cotidiano para criar uma aproximação com o público.

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

O MMA passou por modificações desde o seu surgimento, sendo reconhecido e marginalizado como Vale Tudo, até ganhar um status de esporte, com a troca de nome e a implantação das regras para combate, conseguindo novamente não só espaço de destaque nas mídias tradicionais, mas oportunizando o desenvolvimento de veículos especializados em MMA, em especial na internet. Com uma base de fãs bastante identificada com as mídias digitais, desde sua regulamentação em 2000, surgiram blogs, sites e redes sociais que dedicam a sua produção de conteúdo a este esporte de luta. O texto traçou um panorama brasileiro, que cresce a partir da década de 2010, com o objetivo de identificar as especificidades de diferentes veículos de comunicação sobre o tema, enfatizando aspectos relacionados às empresas, ao produto e ao público, em dois sites, Combate.com e MMA Brasil, e dois canais de YouTube, Diretasso e Sexto Round.

A linha editorial e os objetivos dessas mídias especializadas são divergentes, com cada um possuindo

perfil e espaço próprios e não competindo, exatamente, entre si. Essas distinções se relacionam com a natureza e os modelos de negócio dos veículos, que interferem desde a formação da equipe e a interação com os consumidores até as suas seções e os gêneros das produções, conforme observado na tabela do tópico anterior.

Os quatro veículos sugeriram em um período de menos de uma década de diferença, com a distância da data de criação entre os sites sendo de apenas três anos e entre os canais de YouTube de quatro anos, revelando que eles aparecem em períodos próximos, sobretudo ao considerarmos o crescimento da popularidade do esporte no Brasil, a partir da década de 2010. Os canais ainda se valem de um período em que o YouTube começa a se estabelecer economicamente com os youtubers (Bernardazzi; 2016; Faria; Marinho, 2017), pessoas que começam a utilizar a ferramenta de modo mais regular e estratégico, muitas vezes, profissional. Como o esporte ainda é novo, os veículos parecem possuir uma estratégia de explicação e popularização do MMA, com intenção de atingir um público geral e leigo. Mesmo o MMA Brasil e o Sexto Round, direcionados a uma audiência mais iniciada nos esportes de combate, apresentam uma intenção quase didática, ao esmiuçar golpes, estratégias e outros aspectos da luta, em especial o site.

Ainda que existam muitas ligas ao redor do mundo, a mídia brasileira especializada no esporte foca no UFC e no Bellator, o que gera um número baixo de publicações diárias; com exceção do Combate.com,

com três, todos os outros produzem aproximadamente um conteúdo por dia. Isso pode revelar uma cobertura mais restrita, voltada para o calendário factual esportivo (Borelli, 2002). O MMA possui não apenas múltiplas valências de artes marciais, mas também diversos personagens que poderiam ser abordados, desde lutadores, treinadores, empresários e dirigentes de eventos até outros profissionais que fazem o show acontecer, como *ring girls*, árbitros (coordenam a luta de dentro), juízes (pontuam o combate de fora), contrarregras de todo tipo, nutricionistas, fisioterapeutas, além do próprio público. Outros aspectos também poderiam ser discutidos a partir de questões sociais em torno de atletas e demais profissionais, sobretudo ao se considerar a realidade internacional do esporte, com pessoas de culturas completamente distintas, desde o Cáucaso e o Oriente até a África subsaariana e o Ocidente. O esporte tem um significado diferente em cada sociedade dessa, além das subjacentes questões econômicas, políticas, religiosas, entre outras.

Apesar da relevância social da mídia e do esporte (Sanfelice, 2010), a interface, sobretudo o jornalismo esportivo, não está entre os assuntos mais abordados

nas pesquisas brasileiras da área da Comunicação. Ainda assim, a maioria dos estudos enfatiza o futebol, com uma abordagem praticamente inexistente acerca da mídia brasileira especializada em MMA (Martins, 2019). No caso do MMA, os assuntos mais estudados são marketing e estratégia de mercado, através do desenvolvimento do UFC e dos seus atletas, destinando ao esporte questões secundárias, com escassos trabalhos que abordam o jornalismo. Em todas as edições do Grupo de Pesquisa Comunicação e Esporte do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom), maior evento científico da área no país, é possível encontrar mais de 200 artigos que tratam diretamente de futebol apenas de 2009 até 2019, enquanto o MMA não ultrapassa 15 artigos no total. Estas pesquisas, ainda assim, em quase sua totalidade, não investigaram a produção jornalística sobre MMA em veículos especializados – mas como ele é representado na produção esportiva em geral.

---

Submetido em 19 de julho de 2020  
Aceito em 31 de agosto de 2021

## NOTES

---

<sup>1</sup> Pesquisa financiada pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

## REFERÊNCIAS

- Alvarez, Fábio (2013). *A domesticação da violência: MMA (Artes Marciais Mistas) e processos comunicacionais na Rede Globo de Televisão*. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade Estadual Paulista, São Paulo. Recuperado em 6 de setembro, 2021, de: <https://repositorio.unesp.br/handle/11449/99859>
- Alvarez, Fábio, & Marques, José (2011). Breves questionamentos sobre o fenômeno midiático do MMA – Mixed Martial Arts (Artes Marciais Mistas). In: *Anais do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom)*, Recife. Recuperado em 6 de setembro, 2021, de: <https://old.cev.org.br/arquivo/biblioteca/4036439.pdf>
- Araújo, Eugênio. (2016). *É Violento, mas é legal! Esporte Contemporâneo e os sentidos construídos por adolescentes sobre a midiática do MMA (Mixed Martial Arts)*. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade Federal do Piauí, Piauí. Recuperado em 6 de setembro, 2021, de: <https://repositorio.ufpi.br/xmlui/handle/123456789/329>
- Awi, Felipe. (2012). *Filho Teu Não Foge à Luta*. Rio de Janeiro: Intrínseca.
- Barreto, Marcelo, & Sarmiento, Wagner (2012). Pesquisador Fábio Quio fala do TV Ringue Torre. *Jornal do Comércio*, publicado em 17 out. 2012. Recuperado em 6 de setembro, 2021, de: <https://jconline.ne10.uol.com.br/canal/esportes/outros-esportes/noticia/2012/10/17/pesquisador-fabio-quio-fala-do-tv-ringue-torre-60264.php>
- Bernardazzi, Rafaela (2016). Youtubers e as relações com a produção audiovisual. In: *Anais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom)*, São Paulo. Recuperado em 6 de setembro, 2021, de: [https://www.academia.edu/36020664/Youtubers\\_e\\_as\\_relacoes\\_com\\_a\\_producao\\_audiovisual](https://www.academia.edu/36020664/Youtubers_e_as_relacoes_com_a_producao_audiovisual)
- Borelli, Viviane (2002). O esporte como uma construção específica no campo jornalístico. In: *Anais do XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom)*, Salvador. Recuperado em 6 de setembro, 2021, de: [http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002\\_Anais/2002\\_NP18BORELLI.pdf](http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002_Anais/2002_NP18BORELLI.pdf)
- Combate anuncia novo serviço para atender fãs de lutas direto pela internet. (2018). *Combate.com*, publicado em 09 mai. 2018. Recuperado em 6 de setembro, 2021, de: <https://sportv.globo.com/site/combate/noticia/combate-anuncia-novo-servico-para-atender-fa-de-lutas-direto-pela-internet.ghtml>
- Faria, Ana, & Marinho, Felipe (2017). Influenciadores digitais: um estudo sobre a popularidade através do Youtube. In: *Anais do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom)*, Curitiba. Recuperado em 6 de setembro, 2021, de: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-1865-1.pdf>
- Ferreira, Fernanda (2011). *MMA no Brasil: cobertura, espetáculo e formação de mitos no antigo 'Vale-Tudo'*. Monografia (Graduação em Jornalismo). Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro. Recuperado em 6 de setembro, 2021, de: <https://pantheon.ufrj.br/handle/11422/3154>
- Jardim, Juliana (2018). *"It's Time"! MMA Feminino, mercado da beleza e cis-heteronormatividade: uma etnografia multissituada com lutadoras brasileiras*. Tese (Doutorado em Ciências Sociais). Universidade Estadual Paulista, São Paulo. Recuperado em 6 de setembro, 2021, de: <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/124911/2/371547.pdf>
- Martins, Allysson (2019). MMA entre as modalidades do jornalismo esportivo: profissionalização para além do octógono. *Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo*, Brasília, v. 9, n. 24, p. 99-118. Recuperado em 6 de setembro, 2021, de: <http://rebej.abejor.org.br/index.php/rebej/article/view/348>
- Martins, Allysson, Forte, Vanessa, & Damaceno, Jaqueline (2020). Eles que lutem! Um panorama das características da mídia digital brasileira especializada em MMA. In: *Anais do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (INTERCOM)*, Virtual / On-line, Salvador: UFBA. Recuperado em 6 de setembro, 2021, de: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-0171-1.pdf>
- Matos, Alexandre (2020). *Entrevista com Alexandre Matos sobre o site MMA Brasil*. Entrevistador: Allysson Martins. Porto Velho. Entrevista concedida ao projeto Jornalismo Especializado em MMA, coordenado pelo Allysson Martins da Universidade Federal de Rondônia.
- Miranda, Fernanda (2012). O MMA no Brasil: um panorama da modalidade. *Esporte e Sociedade*, ano 7, nº 19, p. 50-70. Recuperado em 6 de setembro, 2021, de: <https://periodicos.uff.br/esportesociedade/article/view/48424>
- Nascimento, Adriano, Veloso, Flávia, Almeida, Ana, Miranda, Cristina, Fernandes, Jessyca, & Nunes, Katiuscia. (2011). Virilidade e competição: masculinidades em perfis de lutadores das Revistas Tatame e Gracie. *Memorandum*, Belo Horizonte e Ribeirão Preto-SP, v. 21, 195-207. Recuperado em 6 de setembro, 2021, de: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/memorandum/article/view/6613>
- Raup, Ivan (2012). O 'sobrevivente' Joinha: de andarilho da vida a agente de estrelas do MMA. *Combate.com*, publicado em 04 dez. 2012. Recuperado em 6 de setembro, 2021, de: <http://sportv.globo.com/site/combate/noticia/2012/12/o-sobrevivente-joinha-de-andarilho-da-vida-agente-de-estrelas-do-mma.html>
- Rebelo, Renato (2019). *Entrevista com Renato Rebelo sobre o canal no YouTube Sexto Round*. Entrevistadora: Vanessa Forte. Vilhena-RO. Entrevista concedida ao projeto Jornalismo Especializado em MMA, coordenado pelo Allysson Martins da Universidade Federal de Rondônia.
- Rosenberg, Howard (1993). 'Ultimate' Fight Lives Up to Name: Television: Pay-Per-View Battle, Instead of Being Merely Gory and Funny, Gets Interesting After the First Two Bouts. *Los Angeles Times*, publicado em 15 nov. 1993. Recuperado em 6 de setembro, 2021, de: <https://www.latimes.com/archives/la-xpm-1993-11-15-ca-57200-story.html>
- Russio, Marcelo (2019). *Entrevista com Marcelo Russio sobre o site Combate.com*. Entrevistadora: Jaqueline Damaceno. Vilhena-RO. Entrevista concedida ao projeto Jornalismo Especializado em MMA, coordenado pelo Allysson Martins da Universidade Federal de Rondônia.
- Sanfelice, Gustavo (2010). Campo midiático e campo esportivo: suas relações e construções simbólicas. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, v. 13, n. 1, p. 1-12. Recuperado em 6 de setembro, 2021, de: <https://www.scielo.br/rbci/2010/v13n1/1-12>



*leira de Ciências do Esporte*, Campinas, v. 31, n. 2, p. 137-153. Recuperado em 6 de setembro, 2021, de: <http://revista.cbce.org.br/index.php/RBCE/article/view/478>

Santos, Igor, & Miranda Filho, Vamberto (2015). Considerações sobre mídia e “heróis esportivos” do Mixed Martial Arts. *Motrivivência*, v. 27, nº 44, p. 207-218. Recuperado em 6 de setembro, 2021, de: <https://doi.org/10.5007/2175-8042.2015v27n44p207>

Silveira, Isabel (2011). *A Luta por uma identidade: uma etnografia sobre a subcultura de consumo de MMA*. Dissertação (Mestrado em Administração Pública). Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro. Recuperado em 6 de

setembro, 2021, de: <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/9826>

Silveira, Nathália (2009). *Jornalismo esportivo: conceitos e práticas*. Monografia (Graduação em Jornalismo). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009. Recuperado em 6 de setembro, 2021, de: <http://hdl.handle.net/10183/22683>

Tavares, Vinicius (2019). *Entrevista com Vinicius Tavares sobre o canal no YouTube Diretasso*. Entrevistadora: Vanessa Forte. Vilhena-RO. Entrevista concedida ao projeto Jornalismo Especializado em MMA, coordenado pelo Allysson Martins da Universidade Federal de Rondônia.

**Um panorama da produção brasileira especializada em MMA: características dos sites jornalísticos e dos canais de YouTube**

**Panorama de la production brésilienne spécialisée dans le MMA : caractéristiques des sites web journalistiques et des chaînes YouTube**

**An overview of Brazilian media production specialized in MMA: characteristics of the online press and YouTube channels**

**Pt.** A profissionalização do MMA (*mixed martial arts*) oportunizou o surgimento de veículos brasileiros especializados sobre o esporte, em especial na internet. Com uma base de fãs bastante identificada com as mídias digitais, desde sua regulamentação em 2000, surgiram blogs, sites e redes sociais que dedicam a sua produção de conteúdo a este esporte de luta. Este artigo identifica suas especificidades através de aspectos relacionados às empresas, ao público e ao produto, em dois sites, Combate.com e MMA Brasil, e dois canais de YouTube, Diretasso e Sexto Round. A intenção era realizar um panorama que trouxesse três dimensões: equipe e veículo, com cinco perguntas, desde início, objetivos e metas até qualificação e modelo de negócio; público e redes sociais, com três questionamentos sobre interação e gerenciamento de outras contas; e produção do conteúdo, com oito perguntas sobre frequência de publicação, seleção de pautas, linha editorial, seções e inovações, gêneros das produções e formatos midiáticos. Por meio de entrevistas com os editores dos sites e os criadores dos canais, observa-se que a linha editorial e os objetivos dos veículos são divergentes, com cada um possuindo perfil e espaço próprio, não competindo, exatamente, entre si. Essas distinções aparecem na natureza das propostas e em seus modelos de negócio, que interferem desde a formação da equipe e a interação com o público até as suas seções e os gêneros das produções. Os quatro veículos surgiram em um período de menos de uma década de diferença, com a distância da data de criação entre os sites sendo de apenas três anos e entre os canais de YouTube de quatro anos, revelando que eles aparecem em períodos próximos, sobretudo ao considerarmos o crescimento da popularidade do esporte no Brasil, a partir da década de 2010. Ainda que existam muitas ligas ao redor do mundo, a mídia brasileira especializada no esporte foca no UFC e no Bellator, o que gera um número baixo de publicações diárias; com exceção do Combate.com, com três, todos os outros produzem aproximadamente um conteúdo por dia. Isso pode revelar uma cobertura mais restrita, voltada para o calendário factual esportivo.

**Palavras-chave:** Mídia digital; Site; YouTube; MMA; Jornalismo especializado; jornalismo esportivo.

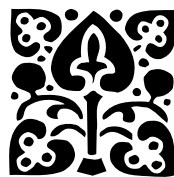
**Fr.** La professionnalisation du MMA (*mixed martial arts*) a entraîné l'émergence de médias brésiliens spécialisés dans ce sport, notamment sur Internet. Encouragés par des groupes de *fans* fortement influencés par les médias numériques, de plus en plus de blogs, de sites web et de réseaux sociaux consacrent leur production de contenu à ce sport de combat, depuis le début des années 2000. Cet article examine leurs spécificités concernant les aspects liés aux entreprises, au public et aux produits, à partir de deux sites web (Combate.com et MMA Brasil), et de deux chaînes YouTube (Diretasso et Sexto Round). Il s'agit de proposer un aperçu portant sur trois dimensions : l'équipe et le canal de communication (en s'intéressant aux débuts, aux objectifs, aux compétences et au modèle économique), le public et les réseaux sociaux (les interactions et la gestion d'autres comptes) et la production de contenu (la fréquence de publication, le choix des sujets, la ligne éditoriale, les rubriques et innovations, les styles de productions et les formats médiatiques). Les entretiens avec les rédacteurs de ces sites web et les créateurs des chaînes Youtube révèlent que leur ligne éditoriale et leurs objectifs divergent, chacun ayant un profil particulier et occupant un espace qui leur est propre, sans réelle concurrence les uns avec les

autres. Ces distinctions concernent surtout la nature des contenus offerts et les *business* modèles, qui ont un impact à la fois sur la formation des équipes, sur l'interaction avec le public et sur les rubriques et les genres journalistiques utilisés. Moins de trois ans séparent la création des deux sites web étudiés ici et environ quatre ans se sont écoulés entre la mise en ligne des deux chaînes YouTube ; tous sont donc apparus à peu près à la même époque, surtout si l'on considère que la croissance de la popularité de ce sport au Brésil date des années 2010. Bien que le MMA compte de nombreuses ligues dans le monde, les médias brésiliens spécialisés se concentrent sur l'UFC et le Bellator, ce qui explique le nombre assez faible de publications quotidiennes ; à l'exception de Combate.com, qui en publie trois par jour, tous les autres sites ne produisent en moyenne qu'un seul contenu quotidien, ce qui semble témoigner d'une couverture médiatique plus restreinte, principalement axée sur le calendrier sportif.

**Mots clés :** Médias numériques ; Site web ; YouTube ; MMA ; Journalisme spécialisé ; Journalisme sportif.

**En** The professionalization of MMA (Mixed Martial Arts) has led to the emergence of specialized Brazilian media, especially on the Internet. Supported by fan groups strongly influenced by digital media, more and more blogs, websites and social networks have been dedicating their content production to this combat sport since the early 2000s. The article examines the characteristics of two websites (Combate.com and MMA Brasil) and two YouTube channels (Diretasso and Sexto Round) from the perspectives of business models, audiences and product types. It aims at presenting an overview of three dimensions: teams and communication channels (focusing on the start-up phase, objectives, skills and business models) ; audiences and social networks (interactions with the public and management of multiple social media accounts) ; and content production (frequency of publication, choice of topics, editorial line, types of sections, innovative forms, media formats, etc.). Interviews with the editors of the websites and the creators of the Youtube channels point out that the editorial lines and goals of each media are different, each media having its unique identity and its own specialization, without fostering any real competition with the others. Differences amongst the media are mostly visible in the type of content produced as well as in the media's business models, which in turn impacts on the training of team members, the interactions with audiences, and the use of different sections and press genres. The four media were created during a similar timeframe - the two websites were created less than three years apart and the two YouTube channels were launched four years apart - corresponding to the period of growing popularity of MMA in Brazil, in the 2010's. Despite MMA being structured in many leagues around the world, Brazilian media focus on UFC and Bellator, explaining the relatively low number of daily publications. Except for Combate.com, which publishes three times per day, all other online media publish on average only once a day. This trend reflects a limited media coverage, mainly focused on sporting events.

**Keywords:** Digital media; Website; YouTube; MMA; Specialized journalism; Sports journalism.



# Investimento de aspectos passionais no discurso da imprensa esportiva

MAGNOS CASSIANO CASAGRANDE

Doutor em Comunicação  
Universidade Federal de Santa Maria  
Brazil  
*magnoscassiano@yahoo.com.br*



borda-se o futebol como um texto cultural, revelador e configurador de identidades, texto que envolve a cultura, a sociedade, os sujeitos, a comunicação midiática e a indústria do esporte. Olha-se para o futebol através das relações comunicacionais que ele engendra e que nele estão engendradas, algo que conclama pensar os discursos e os valores que o constituem.

Pensar o futebol também consiste em examiná-lo sobre a ótica do jogo, do esporte e da paixão. Sob a ótica do jogo, o futebol é constituinte da cultura, uma atividade voluntária, livre, delimitada no espaço-tempo, que desenvolve sua própria ordem, integra a vida e a amplia, mesmo que atrofiado pela seriedade e pelo excesso de ingerência mercadológica (Huizinga, 2000), ou, uma atividade regulamentada, regrada e competitiva, bem como lúdica, livre e incerta (Caillois, 1990).

Sob a ótica do esporte, desenvolve-se como lazer, entretenimento ou negócio; permite o conhecimento de paixões humanas e sociais a partir da expressão de um contrato de vinculação afetiva e intersubjetiva (Barthes, 2008); apresenta um caráter espetacular e narrativo, marcado por emoção e envolvimento (Volli, 2010); é um meio de comunicação remanescente que lembra aos homens seus comportamentos e atividades (Gebauer & Wulf, 2004). No imbricamento entre jogo e esporte, o futebol comunica contratos humanos que

**Pour citer cet article, to quote this article,  
para citar este artigo**

Magnos Cassiano Casagrande « Investimento de aspectos passionais no discurso da imprensa esportiva: promoção de intencionalidades e posicionamentos editoriais », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne, online], Vol 10, n°2 - 2021, 15 décembre - december 15 - 15 de dezembro. URL : <https://doi.org/10.25200/SLJ.v10.n2.2021.438>

estão no diálogo carregado de tensionamento que se estabelece entre o ambiente cultural do primeiro – o jogo – e o ambiente midiaticizado do segundo – o esporte (Campos, 2014).

Já sob a ótica da paixão, o futebol torna-se revelador da conexão psicossocial existente entre esporte, homem e sociedade (Bento, 2013), e assume validade em razão dos afetos que desperta e dos valores que o condicionam. A paixão leva o torcedor a acreditar no jogo, a fazê-lo acontecer e a superar discursos desencantados.

O principal evento futebolístico, a Copa do Mundo, mobiliza a mídia esportiva por um longo período de tempo. As partidas espalham-se por cerca de trinta dias e tem-se uma extensa cobertura da competição. A Copa do Mundo é um evento que eleva a editoria de esportes à condição de protagonismo na maioria dos jornais brasileiros. Em contrapartida, o jornalismo esportivo é tomado como instituidor do esporte, de sua competência técnica, crenças e emoções e responsável pela construção afetiva a ele relacionada (Lovisololo, 2011).

Este processo instituidor ocorre com grande apelo aos afetos, paixões, emoções e sentimentos, os quais são também elementos essenciais do próprio jornalismo. O jornalismo está envolto a uma série de fatores subjetivos e intersubjetivos (Motta, 2003) que permite a revelação de suas intencionalidades. Ademais, narra e discursiva afetos (Mozdzinski, 2018) e tem a emoção como característica intrínseca (Gadret, 2018).

Sobre uma equipe vitoriosa como a Seleção brasileira, os extremos comportados pelo jogo – vitória ou derrota – geram maior interesse dos veículos de comunicação, que se voltam para explicar o sucesso ou o fracasso. Na edição de 2014 da Copa do Mundo (realizada em solo brasileiro), o histórico resultado de Alemanha sete (7) Brasil um (1) possibilitou que as páginas da imprensa esportiva se transformassem em um espaço de exaltação de paixões como frustração, humilhação, vergonha, raiva e melancolia.

Dentre um vasto universo de dispositivos midiáticos que se detém à Copa do Mundo, elege-se as capas de jornais impressos como objeto empírico para o presente estudo. A capa atua como um espaço estratégico, de caráter publicitário, de captação da atenção do leitor, de estímulo à leitura ou compra da publicação e de construção de vínculos sensíveis (Hartmann, Fanfa & Silveira, 2020); (Casagrande, 2019). A discursivização de acontecimentos que privilegia aspectos passionais enaltece sua característica promocional.

Pressupõe-se que o discurso das capas fala das paixões em meio a uma dinâmica de hibridização entre linguagem jornalística e publicitária. Estampar toda a

capa com um único acontecimento/tema representa certo apreço por ele. Assim, a capa torna-se um objeto de paixão do jornalismo, enquanto sua característica monotemática permite propor tal dispositivo como uma metáfora publicitária. Pensando-se o futebol como um produto de alto valor para a imprensa (Costa, 2010) não é demasiado afirmar que ele é enunciado e anunciado nas capas com forte presença do argumento da paixão.

Diante do exposto, elabora-se a seguinte questão-problema: que marcas discursivas passionais e que posicionamentos editoriais são manifestados na cobertura jornalística da eliminação da Seleção brasileira na Copa do Mundo de Futebol de 2014 e que relações é possível traçar com as eliminações ocorridas na edição anterior (2010) e na edição posterior (2018)? Quanto aos objetivos, propõem-se: a) mapear o investimento temático-figurativo constituinte das capas de jornais impressos; b) propor explicações sobre a relação que se estabelece entre capas, aspectos passionais, intencionalidades e posicionamentos editoriais.

Fala-se em investimento temático-figurativo em referência ao aporte metodológico que baseia a análise realizada no estudo. Recorre-se a preceitos da semiótica discursiva greimasiana (Greimas & Fontanille, 1993); (Greimas & Courtés, 2012), utilizando-se de considerações acerca das paixões e do percurso gerativo de sentido. O percurso gerativo sugere a organização do sentido em três níveis: fundamental, narrativo e discursivo. Reconhecendo a necessária relação entre eles, utiliza-se o último (mais complexo e concreto), o discursivo, que compreende a análise do investimento temático-figurativo.

Analisa-se um conjunto de capas de jornais impressos publicadas em períodos de grande mobilização passional e nacional. A coleta inicial sobre a cobertura das eliminações de 2010, 2014 e 2018 obteve um total de 117 capas. A partir de uma série de recortes, sendo o principal a configuração monotemática da capa, estabeleceu-se um *corpus* analítico de 45 capas, sendo 13 de 2010, 16 de 2014 e 16 de 2018.

Além desta introdução e das considerações finais este artigo se desenvolve a partir de outras cinco seções: Jornalismo, afetos e linguagem esportiva; Capa: autoimagem do jornal; Articulação metodológica; Sistematização do material empírico e Síntese dos resultados e discussão.

---

## JORNALISMO, AFETOS E LINGUAGEM ESPORTIVA

---

As paixões, as emoções e os afetos estão presentes no trabalho jornalístico tanto no seu ser e no seu fazer



quanto na construção discursiva que se realiza sobre os acontecimentos e nos efeitos de sentido que se pretende comunicar ao público leitor. Acerca de algumas temáticas, como é o caso dos esportes, revelam-se sujeitos, discursos e instâncias imersos num cenário passional e em constante enunciar de aspectos de investimento da subjetividade e das intencionalidades.

Motta (2003) sugere um jogo de intencionalidades e reconhecimentos no jornalismo. Todo ato comunicativo envolve um intercâmbio de experiências, no qual “intervêm inúmeros fatores objetivos, mas principalmente, aqueles fatores subjetivos e intersubjetivos (memórias, emoções, sentimentos, paixões, etc)” (Motta, 2003, p. 8). Ao mostrar-se pretensamente objetivo, o jornalismo não escapa das emoções, dos valores e dos julgamentos. Perceber o jornalismo e suas construções discursivas implica reconhecer sua “interpretação subjetivada ou poética” (Motta, 2003, p. 8).

O que circula pelo âmbito da intencionalidade geralmente encontra-se como um conteúdo implícito, como efeitos de sentido que “derivam tanto dos significados e sinais do texto como de princípios estéticos, morais ou sociais subentendidos no ato comunicativo” (Motta, 2003, p.8). Com base em J. Searle, Motta (2003, p.12) afirma: “a intencionalidade original ou intrínseca do pensamento do sujeito falante se transfere às palavras e frases, que têm por sua vez uma intencionalidade derivada dos pensamentos do sujeito”. Além de seu significado linguístico, as palavras carregam impressões de quem enuncia. Elas não são enunciadas sem propósito, especialmente quando remetem a contextos específicos.

Ao enunciar, a instância jornalística condiciona os enunciados, de modo explícito ou implícito, de acordo com suas intencionalidades. Embora seja praticamente impossível discerni-las completamente, o uso de palavras e imagens e os contextos em que estas são empregadas as denunciam. A partir do seu dizer e das materialidades verbais e iconovisuais escolhidas, o jornal revela pistas do que pensa e do modo como se posiciona diante de um acontecimento. Este processo intencional do fazer jornalístico recebe contribuição precisa das paixões, pois, como uma “forma de racionalidade discursiva” (Fiorin, 2007, p. 12), sendo o “móvel da ação”, a paixão promove a correlação entre o inteligível e o sensível.

Medina (2008) aponta a primazia que a relação intersubjetiva (a relação entre sujeitos na comunicação) possui para a prática jornalística, além do tensionamento do sujeito, dos objetos e das temáticas. A sensibilidade humana e a subjetividade são constituintes da atividade. Os afetos, implicitamente ou não, estão presentes e são materializados nos e pelos processos jornalísticos.

Mozdzinski (2018) investiga como os afetos são narrativizados e discursivizados pela mídia. A tentativa de compreensão deste fenômeno se dá pelo acionamento da noção retórica de *pathos* e sua revitalização a partir de uma abordagem sociocognitiva. Nisso, sugere a noção de mundos patêmicos e uma incidência precisa do contexto no processo de comunicação. O contexto é visto muito menos como condição externa, mas como algo fruto das representações construídas pelos sujeitos das situações vividas, acionadas em toda relação intersubjetiva. Os mundos patêmicos seriam constituídos a partir de um dinâmico processo que envolve representações afetivo-cognitivas mobilizadas com a finalidade de sensibilizar o destinatário.

No ato discursivo ocorre um acionamento estratégico de elementos de diversos tipos de acordo com a finalidade afetiva que se pretende. Enquanto isso, o destinatário interpreta as atitudes de quem enuncia a partir de modelos afetivos pré-construídos sobre o que é positivo ou negativo, agradável ou desagradável. Tais modelos condicionam sua opinião sobre a postura comunicativa do enunciatador. Em resumo, o *pathos* visado resulta do agenciamento entre modelos afetivo-cognitivos já existentes (*pathos* pré-discursivo) e a intencionalidade de gerar estados emotivos a partir do discurso (*pathos* discursivo), considerando-se os contextos e mundos patêmicos acionados em cada situação de comunicação (Mozdzinski, 2018).

Gadret (2018) estuda a emoção e sua relação com o enquadramento de fatos, acontecimentos e temáticas pelo jornalismo. A emoção se apresenta como fundamental para o entendimento das relações empreendidas entre sujeitos, objetos e natureza. O jornalismo é um dos espaços de circulação das emoções. Nele, as emoções aparecem “ancoradas em temas universais, reificando, reelaborando e construindo discursivamente crenças sociais supostamente compartilhadas, baseadas em avaliações morais que devem ser aceitas pelo público para que este adira ao contrato de comunicação proposto” (Gadret, 2018, p. 292-293). Sendo parte da tomada de decisões dos sujeitos, ela perpassa e age na interpretação e avaliação dos acontecimentos pelo jornalismo, no processamento e na construção discursiva das informações.

O enquadramento jornalístico é organizado a partir de uma avaliação moral articulada pela emoção (Gadret, 2018). Esta avaliação, oriunda de crenças sociais e do contexto sociocultural e que implica em decidir o caráter valorativo das situações (boas ou más, positivas ou negativas, amáveis ou odiosas), permite ao jornalismo instaurar uma problemática ou um conflito, propor recomendações e assumir um posicionamento.

De posse deste julgamento, por tê-lo elaborado, o jornalismo constrói e apresenta diferentes emoções

“como um efeito de sentido que suporta, justifica e interpreta essa avaliação” e, assim, propõe o enquadramento de um fato, acontecimento ou temática (Gadret, 2018, p. 309). A emoção é tomada como um caminho que articula ou aciona uma avaliação moral a partir de uma estrutura narrativa manifestada por materialidades discursivas. Estas materialidades, como palavras e imagens, “convidam os sujeitos a sentir determinadas emoções por meio de um reconhecimento daquela estrutura narrativa” (Gadret, 2018, p. 309). Os sujeitos dos quais se fala são postos a convidar o destinatário para compartilhar o julgamento sobre eles realizado pela instância jornalística. Em razão disso, por exemplo, somos convidados a compartilhar as alegrias e tristezas dos esportistas. Porém, constantemente essa avaliação moral binária, recorrente no âmbito do jornalismo esportivo, não supera o nível da superficialidade e acaba por simplificar aspectos e relações sociais extremamente complexas.

No âmbito da imprensa esportiva, ao analisar a recepção das derrotas da Seleção brasileira de futebol em Copas do Mundo, Costa (2010) aponta que as emoções se tornaram aspecto constituinte do texto jornalístico esportivo. Explorar o caráter afetivo e passional do futebol consiste em estratégia discursiva e narrativa voltada ao interesse comercial de impactar o leitor e consumidor.

Pela via dos afetos e sentimentos dos torcedores e sua representação, pensa-se a emoção como um elemento que interfere no fazer discursivo jornalístico: “Quando o assunto é futebol – e principalmente envolve a seleção brasileira – a imprensa costuma ficar longe da imparcialidade e objetividade, ideais pelos quais, muitas vezes, afirma se pautar” (Costa, 2010, p. 93). O excesso, a polêmica, o drama, o tom superlativo, as clássicas dicotomias como heroísmo e vilania, alegria e tristeza, elementos característicos do melodrama e do folhetim, são constantes nas páginas da imprensa esportiva.

O jornalismo esportivo estabelece de modo instantâneo suas conclusões e julgamentos e, por vezes, parece desconhecer a real potencialidade dos afetos, entre elas a criação de vínculos. Ali, os vínculos são superficiais e passageiros, se esgotam tal como cada edição diária. Porém, ressalta Costa (2010), este tipo de produção pode estar alinhada e corresponder às expectativas dos destinatários.

Para Lovisolo (2011), o jornalismo esportivo atua como formador e difusor de competências técnicas, crenças e emoções. Sugere-se um papel central da mídia e do jornalismo esportivo na construção afetiva relacionada ao esporte e na constituição do próprio esporte moderno. Ambos “realizaram a tarefa de construir as emoções as sensibilidades, as formas

de recepção e os marcos interpretativos, enfim, fizeram um público informado, apreciador e crítico do esporte” (Lovisolo, 2011, p. 91). Para além do conhecimento técnico, o jornalismo esportivo desenvolve e divulga uma linguagem que se propõe a criar suas próprias emoções e a emocionar.

Todavia, ao se construir uma base emocional receptiva não se escapa à seletividade. Classificações dicotômicas não são capazes de revelar as diversas facetas de um tema ou assunto (Fortes, 2015). Temas e expressões atinentes a uma construção muito mais emotiva – quando esta é apresentada como um efeito visado no âmbito do discurso – do que crítica, são capazes de dificultar o acesso a assuntos caros ao esporte e ao futebol que recebem espaço limitado nas páginas esportivas, a exemplo das questões de gênero, raça, classe social, corrupção e violência. A costuma linguagem de guerra, de enfrentamento, de rivalidade e vitória a qualquer custo parece dificultar o desenvolvimento da empatia por um debate aprofundando sobre aqueles assuntos.

---

#### CAPA: AUTOIMAGEM DO JORNAL

---

Entende-se a capa de jornal como um dispositivo composto de materialidades verbais e iconovisuais que promove, dá visibilidade e apresenta ao leitor um conjunto de informações, intencionalidades e posicionamentos editoriais. A capa é a página mais importante, o espaço gráfico que mais recebe atenção e que proporciona uma síntese da edição diária de um jornal. Sua constituição se dá a partir de uma hibridização entre a esfera jornalística e a esfera promocional.

A capa manifesta a partir de seus elementos, a dizer: a) elementos fixos, de identificação do jornal: nome, logotipo, dados espaço-temporais, presentes em todas edições; b) elementos variáveis/móveis: manchetes, fotografias, ilustrações, chamadas de texto, anúncios (Carvalho, 2012), indícios do que configura sua identidade editorial. Outrossim, a capa se insere em dispositivos mais amplos como o jornal impresso, o jornalístico, o midiático, o mercadológico e o cultural, que também condicionam o que ela significa.

A manchete é o ponto central de atração de uma capa de jornal. Possivelmente, o primeiro elemento a tocar o lado sensível do leitor e aquele que mais vira notícia em outros meios de comunicação. Por vezes, é o único texto a ser lido pelo leitor. Como um todo, as manchetes “funcionam como focalizadores, à medida que ativam ou selecionam áreas do conhecimento de mundo que temos arquivadas na memória” (Aguiar, 2012, p.141). Assim como o slogan de um anúncio publicitário, é breve e sucinta para facilitar a leitura e seu processamento.

O vínculo entre manchete e fotografias ou ilustrações constroem um sentido geral para a principal informação presente na capa do jornal (Valdetarro, 2003). A autora lembra que as montagens fotográficas, bem como as ilustrações, os gráficos e as charges, representam uma ação editorial do jornal sobre a informação, em que se pode imprimir uma crítica, uma opinião, uma sátira.

A escolha do conteúdo da capa orienta-se por critérios de noticiabilidade jornalística já consolidados. Porém, pode seguir escolhas particulares de cada veículo e depender da prioridade e do interesse em comunicar determinado conteúdo (Buonanno, 2015). A capa transforma-se em um ponto de referência, visibilidade e valorização dos acontecimentos e dos jornalistas. Trata-se de uma materialidade simbólica que é capaz de revelar e definir a identidade do jornalismo.

Além de informar, representar/encenar, entreter e persuadir a capa atende a alguns papéis específicos (Ryan; Conover, 2004) como: identificação do jornal; produção de interesse; organização e síntese; definição do impacto visual; servir como anúncio da publicação. Conforme Casagrande (2019, p. 83), “através da capa o veículo enuncia e se auto-anuncia, isto é, a capa é a autoimagem do jornal [...], ou, ainda, um sistema autorreferencial que permite mostrar e dar visibilidade a seus interesses e valores, bem como às temáticas enfatizadas e as imagens de si que se deseja veicular”. Através de materialidades verbais e iconovisuais desenvolve-se um texto que permite à instância jornalística enunciar características destacáveis de um fato e anunciar intenções de representação.

É compreensível o posicionamento editorial de um veículo de comunicação como o jornal estar estampado na principal página de uma publicação, visível tanto no formato impresso quanto no formato digital. Hartmann; Fanfa; Silveira (2020), ao investigarem o tensionamento das capas e sua (re)configuração numa era de jornalismo de plataformas, enfatizam sua importância para o veículo, sua atratividade e seu caráter transmidiático.

Além da internet e redes sociais, as capas circulam por meios de comunicação tradicionais (Casagrande, 2019). Programas informativos televisivos, portais online de notícias e o rádio as utilizam como síntese do que é destaque no noticiário, especialmente através da leitura de manchetes ou apresentação de imagens. No âmbito futebolístico, frequentemente as capas aparecem em programas de debate esportivo.

Jornais seguem investindo nas capas pois percebem nelas “um recurso singular de promocionalidade dos veículos, de reconhecimento de sua identidade

editorial e de expressão de sua posição ideológica” (Hartmann, Fanfa & Silveira, 2020, p. 108). Ocorre um movimento de (auto)promoção (Castro, 2012) com a intenção de publicizar e projetar a capa. Enquanto projetar é divulgar, propagar e fazer conhecer, projetar remete a conferir respeito e credibilidade ao produto/marca/serviço jornalístico.

Ao menos dois contratos de comunicação (Chauveau, 2006) se intercalam na capa de jornal: o informacional, em que prevalece a visada da informação, e o promocional, em que prevalece a visada da captação. Ao agenciar as duas visadas, a capa desenvolve um jogo entre fazer-saber e fazer sentir. Ela desenvolve um tom informacional quando procurar descrever, narrar ou explicar os acontecimentos e, ao mesmo tempo, como está inserida em um ambiente mercadológico, precisa conter elementos capazes de captar a atenção e o interesse dos leitores. Eis que, apela-se aos dramas, aos afetos, às emoções e às paixões, que incidem tanto sobre os discursos quanto sobre os enunciadores.

Mesmo atrelada a várias características do cânone jornalístico tradicional – como hierarquização dos fatos e valores-notícia – a capa avança sobre eles, instituindo-se como um dispositivo com características promocionais. As capas são pensadas como estruturas alegóricas: “Convencionam-se que as capas apresentam e representam o veículo jornalístico: apresentam-no ao constituírem-se como plena materialidade de sua postura editorial; representam-no ao constituírem-se com voz própria” (Hartmann, Fanfa & Silveira, 2020, p. 108). Para o jornal impresso, sua principal página configura-se num dos seus fundamentais modos de se (a)mostrar, mesclando aspectos de ordem promocional e editorial. Em sua superfície discursiva figurativiza interesses, desejos, intencionalidades, crenças e representações acerca de acontecimentos e temáticas.

---

#### ARTICULAÇÃO METODOLÓGICA

---

A semiótica se interessa pelas paixões ao perceber nelas a importância que possuem na geração da significação discursiva. Antes preocupada apenas com o estado das coisas, a semiótica volta-se para os estados de alma (Greimas & Fontanille, 1993) com a intenção de ampliar a compreensão da constituição do enunciado e da própria enunciação. A presença de elementos patêmicos nas atividades humanas, o reconhecimento das paixões como aquilo que impulsiona a ação e o fato da enunciação atrelar-se a uma discursivização da subjetividade levam a semiótica a sinalizar a presença constante das paixões nos textos (Greimas & Fontanille, 1993). As paixões são entendidas como efeitos de sentido que se constituem no discurso e a partir dele.

No âmbito semiótico, os efeitos de sentido surgem a partir das relações entre sujeito, objeto e texto expressas em proposições. Desse modo, não dizem respeito apenas aquele que enuncia, mas a todos os sujeitos que, com suas experiências e vivências, valores, desejos e interesses, se envolvem no agenciamento discursivo.

Para a semiótica greimasiana, o sentido é gestado sob a forma de um percurso gerativo composto por três níveis (Greimas & Courtés, 2012): - fundamental: onde surge uma oposição semântica de base; - narrativo: em que a narrativa é organizada a partir do ponto de vista dos sujeitos; e discursivo: em que a narrativa e os elementos de base são assumidos pelo sujeito da enunciação. É o nível discursivo que oferece as categorias analíticas utilizadas nesta pesquisa: os investimentos de tematização ou figurativização. Aqui, investimento se vincula à exposição de intencionalidades, ao ato de carregar de afeto pessoas, ideias ou objetos.

A tematização é um investimento semântico que se refere a um conjunto de traços, ideias, valores, pensamentos e argumentos num plano abstrato. Greimas & Courtés (2012) a apresentam como um procedimento que dissemina valores já em junção com os sujeitos a partir de temas, instaurando a possibilidade de uma figurativização. Os temas correspondem a um conjunto de ideias referentes a modos de ser, fazer, crer, sentir e pensar dos sujeitos, objetos ou funções. Ao desenvolver um tema, o enunciador organiza o discurso como uma trama de argumentos que se imbricam para a apresentação de valores de conduta, pensamentos e sentimentos (Peruzzolo, 2015). Trata-se de um processo que atende à intencionalidade do enunciador em fazer o destinatário acreditar nos valores que sustentam o discurso proposto.

A figurativização é um investimento que procura dar concretude, proximidade com o real e produzir uma correspondência das ideias e valores com o mundo natural. Esta invasão do concreto no discurso exige uma “competência para enunciar figurativamente [...] um saber-contar ou saber-representar [...] ainda é necessário um mínimo de imaginação” (Greimas & Fontanille, 1993, p.278). Substantivos concretos, verbos (especialmente de ação), adjetivos relacionados a qualidades físicas e profissionais, metáforas e outras figuras de linguagem, fotografias, marcas temporais, espaciais e actoriais, acontecimentos, fatos históricos, traços de sentimento e afeto, são alguns exemplos de figuras.

O investimento figurativo é responsável pela concretização gradual de determinado tema e por um acréscimo de qualidade. Para Barros (2004, p. 13), “as figuras concretizam sensorialmente os temas e dão a eles corporalidade”, ou seja, os temas recebem

um investimento constituído por “traços sensoriais de cor, de forma, de cheiro, de sons etc”. Trata-se de um processo de fazer-criar idealizado por um enunciador, que orienta o juízo que o destinatário deve fazer sobre as figuras e à temática que elas remetem, atuando de modo decisivo no processo de persuasão.

## SISTEMATIZAÇÃO DO MATERIAL EMPÍRICO

Coletou-se capas de jornais impressos referentes a cobertura da eliminação da Seleção brasileira diante da Seleção alemã na semifinal da Copa do Mundo de Futebol de 2014, partida realizada em 08 de junho do mesmo ano. Com o objetivo de traçar um paralelo no âmbito da utilização de elementos discursivos passionais e fazer a pesquisa desenvolver-se de modo comparativo, coletou-se capas da cobertura das eliminações ocorridas na edição anterior (derrota para a Holanda pelo placar de 2 a 1 nas quartas-de-final da Copa do Mundo de 2010) e na edição posterior (derrota para a Seleção da Bélgica pelo placar de 2 a 1 nas quartas-de-final da Copa do Mundo de 2018). Inicialmente, tratou-se de uma coleta aleatória, buscando-se o maior número possível de capas dos mais variados jornais brasileiros.

O Quadro 1 mostra as fontes da coleta, o número de capas coletadas e quantidade que forma o *corpus* analítico. Já o Quadro 2 apresenta os jornais que tiveram capas analisadas em cada uma das eliminações (2010, 2014 e 2018).

Quadro 1: Fontes, coleta e corpus

Fontes da coleta	Ano	Coleta inicial	Corpus
Fac símiles de jornais; Sites: Brainstorm 9, Imgur.com, Seviradesign.com e Verminosporfutebol.com	2010	19	13
	2014	55	16
	2018	43	16
	Total	117	45

Fonte: elaborado pelo autor

Quadro 2: Capas de jornais analisadas

Ano	Capas de jornais
2010	Diário do Pará (PA), Super Notícia (MG), O Tempo (MG), Correio* (BA), Agora (SP), Diário de São Paulo (SP), Diário de Canoas (RS), Diário de Pernambuco (PE), Pioneiro (RS), O Povo (CE), Jornal de Santa Catarina (SC), Correio Braziliense (DF), Folha de São Paulo (SP).



2014	Correio do Povo (RS), Gazeta do Povo (PR), Folha de São Paulo (SP), O Estado de São Paulo (SP), O Globo (RJ), Extra (RJ), Super Notícia (MG), Estado de Minas (MG), Correio* (BA), A Tarde (BA), Diário de Pernambuco (PE), Jornal do Commercio (PE), O Povo (CE), Tribuna do Norte (RN), Correio Brasileiro (DF) e A Gazeta (MT).
2018	Estado de Minas (MG), O Tempo (MG); Agora (SP), Extra (RJ), A Tarde (BA), Correio Brasileiro (DF), Diário Catarinense (SC), Diário de Pernambuco (PE), Lance! (SP), O Estado de São Paulo (SP), O Globo (RJ), O Povo (CE), Pioneiro (RS), Zero Hora (RS), Correio* (BA) e O Dia (RJ).

Fonte: elaborado pelo autor

As capas escolhidas para análise possuem em comum o fato de serem, majoritariamente, monotemáticas, ou seja, sua constituição se dá a partir de um único acontecimento, sendo este o critério norteador para constituição do *corpus*. Como estratégia metodológica, opta-se por privilegiar a identificação de elementos discursivos acionados por um número expressivo de instâncias jornalísticas. Nome ou tipo de veículo não interferiram na escolha das capas, pois, entende-se que o contato com exemplares de distintas localidades e organizações permite averiguar de um modo mais amplo as manifestações do jornalismo esportivo e seus

modos de pensar, fazer e sentir quando este assume a condição de protagonismo.

A análise mais detalhada de 2014 atende a justificativa de que esta instaurou um desafio diferenciado para o jornalismo esportivo nacional. Feito isso, expande-se o estudo comparando os resultados encontrados com elementos discursivos presentes nas capas de 2010 e de 2018.

### SÍNTESE DOS RESULTADOS E DISCUSSÃO

A análise das capas publicadas após a eliminação da Seleção brasileira na Copa do Mundo de 2014 permite apontar a prevalência de aspectos passionais como frustração, vergonha e tristeza. Os discursos construídos se originam no caráter vexatório e humilhante (para o lado brasileiro) do resultado da partida entre Brasil e Alemanha e na suposta incorporação do sofrimento pelas instâncias jornalísticas. Em torno desse percurso temático se desenvolve grande variedade de marcas passionais, entre elas: consternação, luto, trauma, fraqueza, ilusão, desilusão, nostalgia, ressentimento, raiva, indignação, constrangimento, desolação, redenção, desequilíbrio, desesperança e melancolia. Todas aparecem como adereços dramatizantes baseados em um estereótipo cultural pertencente ao senso comum do futebol que permite tratar um resultado elástico – com grande diferença de gols – de tal maneira.

Figura 1 – Exemplos de capas analisadas Copa 2014 (jornais O Povo, Estado de Minas e O Globo).



Fonte: Conforme Quadro 1.



A exploração editorial do resultado de 7 a 1 configura-o como uma vergonha nacional. O sujeito *Seleção* e, especialmente, o comandante da equipe, são apontados como os responsáveis por causar tal sentimento diante de seus adeptos. Desconsidera-se qualquer valor positivo do sujeito em detrimento de um tratamento pejorativo. A partir de um instinto autorizativo, os enunciadores assumem a condição de apresentar a performance como indesejada.

A não conjunção com o objeto de valor é utilizada como licença para a tessitura de críticas, especialmente ao técnico Luiz Felipe Scolari. Este, de um sujeito paternal e campeão, é transformado em figura do fracasso. A frustração encontra seu mal causador. Os enunciadores constroem uma imagem negativa a partir de um discurso dotado de antipatia e aversão. Manifesta-se um efeito reverso: a potencialização dada quando da exaltação é semelhante quando do resultado negativo, apenas dedicada ao viés contrário.

A fotografia da bola em contato com as redes brasileiras e o goleiro deitado ao chão, fato ocorrido sete vezes ao longo da partida, é apenas um dos exemplos de uma materialidade discursiva composta por uma carga afetiva que engendra determinados significados. Ela expõe um sofrimento, apresenta-se como um ícone da derrota. Tal momento capturado pelas lentes torna-se um dos elementos que concentra a tristeza, assim como imagens dos jogadores ao chão e dos torcedores chorando. A fotografia marca o enquadramento e o recorte da cena capturada.

Enquanto que no teatro o espectador é um observador, no esporte ele é um ator; este é um dos fatores que leva o indivíduo a amar o esporte, revelando e manifestando a partir dele paixões/emoções variadas. Além de uma vinculação afetiva, a ação dos espectadores do esporte constitui uma forma de comunicação (Barthes, 2008). Os torcedores e seus gestos são representados em vitórias ou nas derrotas, em momentos de tristeza ou alegria, de exaltação ou decepção. A torcida presente nas arenas esportivas transforma-se em um “agente de geração de imagens, principalmente de vinculação” (Campos, 2014, p. 209) entre aqueles que acompanham a prática *in loco* e aqueles que acompanham pelos meios de comunicação.

Diante disso, constata-se que a imagem de choro aparece com grande frequência nas capas. O choro é uma reação fisiológica – um sofrimento do corpo – uma manifestação corporal (Greimas & Fontanille, 1993). Seu efeito é potencializado quando desmancha a pintura de cores da bandeira nacional presente nos rostos dos torcedores. Procura-se plasmar um efeito de comoção nacional pela representatividade e valor simbólico que possui um rosto pintado. Trata-se de uma operação em que se procura representar a emoção do

todo, inclusive do enunciador, pela particularidade de um rosto em que o sonho do hexa se desmancha junto com a pintura.

A apresentação de personagens em grande plano atua como elemento figurativo que amplia a dramaticidade do conteúdo abordado. Em capas que adotaram tal estratégia ocorre a tentativa de representação de valores abstratos a partir de uma figura humana em destaque. Figuras hiperbólicas, marcas temporais e dados estatísticos e históricos são utilizadas para recobrir a magnitude e o caráter histórico de um placar. Marcas espaciais, como a denominação do estádio, criam um sentimento de pesar para o local da partida. Já a metonímia do todo pela parte é utilizada para representar um suposto sentimento nacional a partir da representação de um único personagem.

As análises constatam que a cobertura em 2014 se encontra pautada pela presença de um percurso disfórico. O desejo de conjunção com a vitória não é alcançado e o querer-ser bem como o crer-ser transformam-se em não-poder-ser. A descontinuidade da esperança de ida para a final revela uma imprensa frustrada, que mostra uma face raivosa. Em situações isoladas, trabalha-se a nostalgia, a sátira e a redenção.

Nota-se que ocorre a promoção de posicionamentos editoriais como a mudança de julgamento em torno do favoritismo da Seleção brasileira e em relação a algumas personalidades, exploração da tristeza de torcedores e jogadores, simulacro de incorporação de sofrimento, veneração do desempenho da Seleção alemã e sua superioridade, reverberação da ideia de complexo de vira-latas, efeito de impessoalidade e abandono. Os julgamentos e as qualificações denunciam a proximidade, a atividade e o estado passional dos enunciadores.

Estabelecem-se supostos vínculos de emotividade e pertencimento e evoca-se certa retórica patêmica para moldar as relações entre os interlocutores em questão. Recorre-se ao ufanismo, ao orgulho nacional e ao patriotismo. Tal posicionamento é abandonado com a ocorrência do 7 a 1. Assume-se uma nova máscara, de posicionamento contrário a um futebol tido como atrasado e ultrapassado.

Em comparação à cobertura das eliminações em 2010 e 2018, inicia-se com aquilo que se denomina figura do adiamento. Trata-se de uma referência ao desejo de conquista do sexto título mundial e sua constante postergação a partir de sucessivos insucessos após a conquista do quinto, em 2002. Encontra-se expressões como “Chega logo, 2014”, “Fica para 2014” e “Faltam 1471 dias para o Hexa” em capas de 2010 e, “Fica para 2022”, “O sonho adiado!”, “O Hexa não vem”, “Hexa adiado”, “Continua batendo na trave o nosso sonho

Figura 2 – Exemplos de capas analisadas Copa 2010 (jornais O Tempo, Diário de Pernambuco e Diário do Pará).



Fonte: Conforme Quadro 1.

pelo hexa”, “Hexa? Só se Catar em 2022”, “Um Hexa engasgado” e “Hexadesolação” em 2018.

As expressões, ao mesmo tempo que datam o adiamento, passam a confeccionar o Sonho do Hexa em ansiedade, em trauma, em pesadelo. Verifica-se a existência de uma tessitura que é acionada, se repete e é retroalimentada ao longo das três edições. O mantra do favoritismo criado em cada início de competição favorece a manifestação da dicotomia ilusão/desilusão nas capas.

Constata-se a presença de uma economia da lembrança e do esquecimento. A cobertura de 2010 sugere esquecer imediatamente a eliminação, reformular o futebol e pensar em 2014. Em 2014, pauta-se pela tentativa de apagamento do *Maracanazo*<sup>1</sup>, ocorrida às avessas, não através de um grande feito, mas de uma derrota que o supera. Já em 2018, joga-se com a dicotomia ilusão/desilusão.

Outra figura com presença constante nas capas de 2010 e 2018 é a do choro, assim como em 2014. Além do choro, as imagens plasmam reações de desolação, desespero, tristeza ou vergonha, em que torcedores e jogadores aparecem com o rosto encoberto seja pelas mãos ou elementos como camisas, chapéus ou bandeiras. Quanto aos jogadores, aparecem ao solo, agachados, ajoelhados ou deitados, em estado de lamentação, ou, ainda, em pé, porém, cabisbaixos.

Utilizar plano de fundo na cor preta em toda capa ou em partes dela, em referência ao luto, foi estratégia

adotada por algumas instâncias jornalística em 2014. Verifica-se que o mesmo não ocorre com as capas de 2010 nem com as capas de 2018. Considera-se que tal resultado remete a uma relativização do impacto passional da derrota nestas edições, enquanto que naquela aparece como forma de enfatizá-lo.

No âmbito das qualificações, enquanto em 2014 predominam termos como vexame, vergonha, fiasco e humilhação, em 2010 as manchetes guiam-se por dor, decepção e teimosia e, em 2018, adeus, lamento, queda, sofrimento, falhas, desolação e honradez. Tanto em 2010 quanto em 2018 são termos menos ásperos e ofensivos.

Destaca-se, também, o tratamento discursivo dado aos comandantes da equipe: Dunga em 2010, Luiz Felipe Scolari (Felipão) em 2014 e Tite em 2018. Em 2010 e 2014 elege-se o técnico como vilão e um dos responsáveis diretos pela eliminação da equipe. Sobre Dunga, expressa-se o desejo de sua demissão. Sobre Felipão, imagens do treinador nas adjacências de qualificações verbais como humilhação, vexame, vergonha e fiasco, denunciam o posicionamento dos enunciantes sobre o técnico. Já sobre Tite, a carga valorativa apresenta mais positividade, desliza-se entre a frustração, a dor, o orgulho e um desejo de continuidade e reconfiguração do trabalho.

O aspecto da frustração pela derrota, mais evidente em 2014, assume determinadas performances e sobre ele cria-se o efeito de ser coletiva. Faz-se prevalecer dois

Figura 3 – Exemplos de capas analisadas Copa 2018 (jornais A Tarde, Correio Braziliense e Lance).



Fonte: Conforme Quadro 1.

rituais estratégicos de emocionalidade (Whal-Jorgensen, 2013): descrições das emoções do outro, seja grupo ou indivíduo e a confrontação entre normalidade e inesperado. Desenvolve-se um *continuum* de frustração, iniciado em 2006, que se seguiu por 2010, 2014 e 2018. Porém, essa frustração é também do fazer jornalístico. Julga-se que um fazer-sentir sobrepõe-se a um fazer-saber. Os afetos, as paixões e as emoções entrelaçam-se ao processo de construção do texto (Gadret, 2018) e fundamentam os efeitos de sentido visados (Mozdzinski, 2018).

Identifica-se um pulsar de esquecimento e de lembrança quanto aos acontecimentos. Ademais, mascaram-se deficiências através da dramatização e da euforia e disforia seletivas. O discurso de raiva, aversão e contrariedade direciona-se às personalidades ligados ao jogo jogado – dentro das quatro linhas –, não àquelas que atuam em seus bastidores. O emocionalismo e a dramatização em torno do 7 a 1, por exemplo, prejudicam (intencionalmente ou não) o acesso a uma análise mais aprofundada das estruturas que o resultado mostrou estarem amplamente danificadas.

Os resultados mostram uma necessidade urgente do jornalismo na busca por respostas e culpados para os acontecimentos. Como consequência, peca-se na criatividade e não se consegue produzir um espaço de defesa e de escape legítimo para sua atuação. A construção a partir do instantâneo leva à mudança instantânea de posicionamento, que é apresentada de maneira natural. O processo interpretativo pautado apenas pelo resultado de uma partida representa uma instabilidade proposital. As fórmulas para a vitória ou julgadas adequadas para alcançá-la são negligenciadas com a ocorrência do resultado negativo.

O discurso das capas, claramente, apresenta uma orientação persuasiva calcada em apelos ao sensível.

A exploração de dicotomias como apoiar e desapoiar, aproximar e afastar, e as mudanças repentinas de posicionamento, ao mesmo tempo que interferem no modo de pensar e sentir do leitor, confundem-no. Porém, sabe-se que a exploração de paixões de alegria e paixões de tristeza são elementos formadores e mantenedores do encanto da audiência com o futebol. Afinal, está-se a falar de um produto que é muito caro aos meios de comunicação, especialmente no âmbito mercadológico.

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

Temas e figuras são determinações sócio-históricas e ideológicas que possuem a função de revestir transformações de estado, relações entre sujeitos e objetos de valor e relações de conjunção e disjunção. Aqui, o investimento temático-figurativo está associado a marcas de ordem passional que atuam na publicização de posicionamentos editoriais que, manifestos numa capa de jornal, divulgam as intencionalidades de determinada instância jornalística e ajudam a trilhar possíveis caminhos de interpretação acerca de um acontecimento. A investigação das capas apontou certa pluralidade de posicionamentos e marcas discursivas, os quais revelam o modo de pensar das instâncias jornalísticas frente a determinados acontecimentos e frente ao desafio de cobrir o principal evento esportivo mundial.

Os efeitos de sentido da capa são dados através da interação entre materialidades verbais e iconovisuais, contextos e sujeitos. Como metáfora, a capa se situa entre uma representação dos fatos e o leitor. Tem-se uma construção elaborada intencionalmente que envolve o leitor (Motta, 2003), o qual pode recusar, negar seu sentido ou acusar certa inexistência de sen-



tido, menos recusar seu envolvimento com a metáfora, que prima pelos aspectos afetivos. A exploração de tais aspectos torna-se uma via reveladora do modo como o jornalismo aborda os acontecimentos futebolísticos. O estudo mostra que o investimento temático-figurativo procura dar vida e concretude à carga subjetiva que comporta as intencionalidades de um discurso, tornando-a analisável e mensurável.

Constata-se um subaproveitamento e um enfraquecimento do potencial da capa e do potencial da sua linguagem, especialmente pela semelhança na escolha das imagens, na redação das manchetes, nas qualificações utilizadas entre diversos jornais. As capas analisadas investem temática e figurativamente de modo distinto entre uma Copa do Mundo e outra (apesar de algumas características se repetirem), porém, investem de modo muito semelhante quando se referem ao mesmo acontecimento. Esboça-se um limite da capa como diferenciador ideológico e mercadológico dos veículos, geralmente imposto pela própria instância jornalística.

Considerando-se as paixões como marcas de uma suposta subjetividade, inclusive nos discursos, julga-se que elas fazem falar mais facilmente os posicionamentos editoriais assumidos pelas instâncias jornalísticas. Quanto mais os discursos se pautam pela presença de marcas discursivas passionais mais propensos estão a revelar suas intencionalidades. Um dos pontos que permitiu a identificação dos posicionamentos assumidos pelas instâncias jornalísticas é justamente o fato de elas se aproveitarem do cenário passional que permeia a competição e agregarem a seus discursos marcas que, supostamente, representam o que se sente antes e após um acontecimento. Ao fazer falar as decisões das instâncias jornalísticas, as capas atuam como materialidades que registram o modo de atuação destas na cobertura de um acontecimento e transformam-se em imagens formadas acerca de uma Copa do Mundo.

Em meio a este contexto, depara-se com aquilo que Sodré (2006) chama de emocionalismo midiático: uma espécie de fazer sentir, na tentativa de fazer prevalecer, no caso do jornal impresso, determinados posicionamentos editoriais. Além de moldar os discursos midiáticos, o fazer sentir reverbera nos discursos sociais como um todo, influenciando a formação da opinião pública. Uma construção de imagens convertidas no próprio real, às quais, segundo o autor, as

audiências engajam-se pelo viés da afetividade. Nesse processo, os discursos ajudam a manter a relação entre mercado e consumidor. Trabalhar aspectos passionais/afetivos constitui importante ferramenta para fazer o público desejar e consumir um produto, uma marca ou um serviço. Porém, como o próprio Sodré argumenta, é mais do que tempo de reconhecer que as relações de comunicação se emancipam a partir dos afetos, da corporeidade, da conexão entre corpo e espírito.

A partir dos preceitos da semiótica discursiva e da semiótica das paixões, é possível dizer que a prática jornalística e o discurso jornalístico não são construídos ou formulados sem que haja um conjunto de intenções que guiam seu fazer, seja influenciar, seja distorcer, seja fazer prevalecer um ponto de vista ou apresentá-lo, seja desenvolver estratégias para evidenciar ou dispor nas entrelinhas seus posicionamentos. Pretensamente imparcial ou não, o texto jornalístico intenciona uma sanção positiva por parte do seu destinatário. Os posicionamentos editoriais derivam então de uma passionalidade, um vínculo emocional-afetivo atrelado a uma intencionalidade. Ao mesmo tempo, pela via das marcas discursivas de aspecto passional denunciam-se tais posicionamentos.

As análises e a articulação esboçada no presente texto pretenderam mostrar como a subjetividade e a intencionalidade estão em cena no trabalho jornalístico. As paixões, os afetos, as emoções e, consequentemente, o próprio fazer enunciativo encontram-se materializados e referencializados nas configurações verbais e icono-visuais também de veículos de comunicação tidos como informativos. Porém, sempre há espaço para tensionamentos que podem ser instaurados com uma análise mais apurada a partir de conceitos da própria semiótica. As noções de tensividade, energia, intensidade, extensão e quantidade trabalhadas por Jacques Fontanille e Claude Zilberberg, os conceitos de experimentar, de experiência sensível, de contágio e semiótica da união de Eric Landowski ou, ainda, a articulação entre semiótica das paixões e psicanálise proposta por Waldir Beividas (Fontanille, 2019) podem ajudar a explicar e compreender o jornalismo na intrínseca conexão com o sensível.

---

Submetido em 1 de agosto de 2020

Aceito em 25 de maio de 2021

## NOTES

<sup>1</sup> Derrota da Seleção brasileira para a Seleção uruguaia na Copa do Mundo de 1950.

## REFERÊNCIAS

- Aguiar, Tarcísia. (2012). “O contínuo genérico presente na capa de jornal”, *Investigações*, 25(2), p. 133-155.
- Barros, Diana. (2004). “Publicidade e Figurativização”, *Alfa*, 48(2), p. 11-31.
- Barthes, Roland. (2008) *Del deporte y los hombres*. Barcelona: Paidós.
- Bento, Jorge. (2013). “Futebol: sonhos, paixões e cultura”, *Revista USP*, 99, p. 11-30.
- Buonanno, Milly. (2015). “Al fronte, ma non sulla front page: Giornaliste in prima pagina”, *Problemi dell’informazione*, 40(3), p. 483-502.
- Caillois, Roger. (1990). *Os jogos e os homens: a máscara e a vertigem*. Lisboa: Cotovia.
- Campos, Anderson. (2014) *A economia das imagens do esporte: Produção, reprodução e valoração de bens imagéticos nos ambientes midiáticos dos megaeventos esportivos*. [Tese de Doutorado, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo].
- Carvalho, Flaviane. (2012). *Semiótica social e imprensa: o layout da primeira página de jornais portugueses sob o enfoque analítico da gramática visual*. [Tese de Doutorado, Universidade de Lisboa].
- Casagrande, Magnos. (2019). *Futebol, jogo e paixão: A Copa do Mundo de 2014 em capas de jornais*. [Tese de Doutorado, Universidade Federal de Santa Maria].
- Castro, Maria. (2012). “A fala autorreferencial na televisão brasileira: estratégias e formatos”, *Comunicación*, 1(10), p. 78-93.
- Charaudeau, Patrick. (2006). *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto.
- Costa, Leda. (2010). “Um teatro de sensações. Imprensa esportiva, melodrama e folhetim”, *Ciberlegenda*, 22, p. 92-110.
- Fiorin, José. (2007). “Paixões, afetos, emoções e sentimentos”, *Cadernos de Semiótica Aplicada*, 5(2), p. 1-15.
- Fontanille, Jacques. (2019). “As vias (e as vozes) do afeto”, *Galáxia*, 2, p. 137-162.
- Fortes, Rafael. (2015). O mundial de 2014 no imaginário popular brasileiro. In: MARQUES, J. C. (Org.). *A copa das copas? Reflexões sobre o mundial de futebol de 2014 no Brasil* (pp. 39-56). São Paulo: Ludens.
- Gadret, Débora. (2018). A emoção e a organização do enquadramento no jornalismo. In: Pichigueli, I; Carlos Silva, M. C.; Martinez, M.; Santos, T. C.; Heidemann, V. (Orgs.). *Afetos em narrativas* (v.1, pp. 290-315) Aluminio, SP: Jogo de Palavras.
- Gebauer, Gunter & Wulf, Christoph. (2004). *Mimese na cultura: agir social, rituais e jogos, produções estéticas*. São Paulo: Annablume.
- Greimas, Algirdas & Fontanille, Jacques. (1993). *Semiótica das Paixões*. São Paulo: Ática.
- Greimas, Algirdas & Courtés, Joseph. (2012). *Dicionário de Semiótica*. São Paulo: Contexto.
- Hartmann, Camila. Fanfa, Maurício & Silveira, Ada. (2020). “Reconfiguração editorial: ainda há capas em jornalismo de plataforma?”, *Sur le journalisme*, 9(1), p. 104-117.
- Huizinga, Johan. (2020). *Homo-Ludens*. São Paulo: Perspectiva.
- Lovisoló, Hugo. (2011). “Jornalismo e esporte: linguagem e emoções”, *Corpus et Scientia*. 7(2), p. 91-99.
- Medina, Cremilda. (2008). *Ciência e jornalismo: da herança positivista ao diálogo dos afetos*. São Paulo: Summus.
- Motta, Luiz. (2003). “O jogo entre intencionalidades e reconhecimentos: pragmática jornalística e construção dos sentidos”, *Comunicação e Espaço Público*, 6(2), p. 7-38.
- Możdzenski, Leonardo. (2018). O pathos como estratégia de discursivização e narrativização das afetividades. In: Pichigueli, I; Carlos Silva, M. C.; Martinez, M.; Santos, T. C.; Heidemann, V. (Orgs.). *Afetos em narrativas* (v.1, pp. 118-142) Aluminio, SP: Jogo de Palavras.
- Peruzzolo, Adair (2015). *Elementos de Semiótica da Comunicação* (3.ed.). Jundiaí, SP: Paco Editorial.
- Ryan, William & Conover, Theodore. (2004). *Graphic Communication Today* (4. ed.). New York: Thomson Delmar Learning.
- Sodré, Muniz (2006). *As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política*. Rio de Janeiro: Vozes.
- Valdetarro, Sandra. (2003). “La ‘puerta de entrada’ a Página 12: propuesta para un análisis del contrato de tapa”, *La trama de la Comunicación*, 8, p. 15-20.
- Volli, Ugo. (2010). “Por uma definição semiótica do esporte”, *Dobras*, 4(9), p. 116-119
- Wahl-Jorgensen, Karin. (2012). “Subjectivity and story-telling in journalism”, *Journalism Studies*, 14(3), p. 305-320.



**Investimento de aspectos passionais no discurso da imprensa esportiva: promoção de intencionalidades e posicionamentos editoriais**

**Le recours au passionnel dans le discours de la presse sportive : mise en lumière des intentionnalités et du positionnement éditorial**

**Passion in the discourse of sports press: promoting intentionality and editorial positioning**

**Pt.** O estudo parte do princípio de que é pela via de aspectos passionais que a discursivização da eliminação da Seleção brasileira na Copa do Mundo de Futebol de 2014 configura o *modus operandi* das instâncias jornalísticas. Sustenta-se que o futebol é enunciado e anunciado pelo jornalismo esportivo com forte presença do argumento da paixão, pois esta é intrínseca ao fazer discursivo jornalístico. Diante disso, propõe-se responder que marcas discursivas passionais e que posicionamentos editoriais são manifestados na cobertura jornalística da eliminação da Seleção brasileira na Copa do Mundo de Futebol de 2014 e que relações é possível traçar com as eliminações ocorridas na edição anterior (2010) e na edição posterior (2018). Objetiva-se mapear o investimento temático-figurativo constituinte das capas de jornais impressos e propor explicações sobre a relação que se estabelece entre capas, aspectos passionais, intencionalidades e posicionamentos editoriais. Como objeto empírico, seleciona-se capas de jornais impressos brasileiros. Considera-se que a capa de jornal avança sobre características canônicas do jornalismo tradicional e se apresenta como um elemento estratégico, identitário e promocional. Analisa-se um total de 45 exemplares. Para as análises, recorre-se ao aporte metodológico da semiótica discursiva greimasiana, utilizando-se de preceitos relativos às paixões e ao percurso gerativo de sentido. Explorando o nível discursivo, analisa-se o investimento temático-figurativo constituinte das capas. Enquanto a tematização se refere a ideias, valores, pensamentos e argumentos num plano abstrato, a figurativização estabelece a conexão entre estes e o mundo natural. Os resultados apontam para a capa como um dispositivo que atua na promoção de intencionalidades das instâncias jornalísticas. A mobilização de cenários passionais torna-se um caminho encontrado para legitimação de posicionamentos editoriais. Constantemente, exploram-se paixões dicotômicas, como aquelas de alegria e de tristeza, de proximidade e de afastamento. Constata-se a reiteração de um senso de urgência na busca pela interpretação e compreensão dos acontecimentos, que conduz a mudança repentina de posicionamento a ser apresentada de maneira natural. Por fim, os resultados indicam a necessidade de reconhecimento do potencial do sensível e dos afetos para emancipação das relações de comunicação.

**Palavras-chave:** Discurso. Futebol. Paixão. Jornalismo. Promocionalidade.

**Fr.** Cette étude part du postulat que c'est à travers des aspects passionnels que la mise en discours médiatique de l'élimination de l'équipe nationale brésilienne à la Coupe du monde 2014 s'est opérée. Nous allons démontrer que le football est énoncé et annoncé par le journalisme sportif avec une forte présence du registre passionnel, qui est lui-même intrinsèque à cette mise en récit journalistique. Compte tenu de cela, nous proposons de montrer quelles marques discursives passionnelles et quelles positions éditoriales se manifestent dans la couverture médiatique de l'élimination de l'équipe nationale brésilienne à la Coupe du monde 2014 et quelles relations peuvent être établies avec les éliminations qui ont eu lieu lors de l'édition précédente (2010) et de l'édition suivante (2018). Cette recherche vise à cartographier l'investissement thématique-figuratif constituant les couvertures des journaux imprimés et à proposer des explications sur la relation qui s'établit entre les unes, les aspects passionnels, les intentionnalités et les positions éditoriales. Notre corpus est constitué des unes de journaux imprimés brésiliens. On considère que la Une en tant qu'objet d'étude contient les caractéristiques canoniques du journalisme traditionnel et se présente également comme un élément stratégique, identitaire et pro-

motionnel. Au total, 45 exemplaires ont été analysés, en ayant recours à l'apport méthodologique de la sémiotique discursive greimassienne. Nous avons utilisé des préceptes relatifs au registre passionnel et au parcours génératif du sens. Au niveau discursif, l'investissement thématique-figuratif des couvertures est analysé. Alors que la thématisation fait référence à des idées, des valeurs, des pensées et des arguments à un niveau abstrait, la figurativisation établit le lien entre ceux-ci et le monde naturel. Les résultats indiquent que la Une est un dispositif qui agit dans la promotion des intentionnalités des instances journalistiques. La mobilisation de scénarios passionnels devient alors un moyen pour légitimer les positions éditoriales, à travers le recours à des passions dichotomiques, comme celles de la joie et de la tristesse, de la proximité et de l'éloignement. Cela se traduit également par la répétition d'un sentiment d'urgence dans la recherche de l'interprétation et de la compréhension des événements, ce qui conduit à présenter de façon naturelle le changement soudain de position. Enfin, les résultats indiquent la nécessité de reconnaître le potentiel du sensible et de l'affectif pour l'émancipation des relations de communication.

**Mots clés :** Discours ; football ; passion ; journalisme ; promotion

**En.** This study is based on the proposition that the media discourse on the disqualification of the Brazilian national team during the 2014 World Cup is rooted in the register of passion.

We demonstrate that football is stated and announced by sports journalism with a strong presence of the register of passion, which is in itself a defining quality of the journalistic storytelling. Based on this observation, the many shapes taken on by passion, from discursive marks to editorial positions, are examined in the media coverage of the disqualification of the Brazilian soccer team during the 2014 World Cup, and compared with the previous and following World Cup editions (2010 and 2018). This research aims at mapping the thematic-figurative investment present in cover pages of printed newspapers. It suggests that there is a relationship between cover pages, passion, intentionality and editorial positions. The corpus is composed of cover pages of Brazilian printed newspapers. As an object of study, cover pages are considered to represent the canonical characteristics of traditional journalism while also playing a role in commercial strategy, branding and promotion of the newspaper. A total of 45 cover pages were analyzed, based on the discursive semiotics methodology developed by Greimas. Our analysis is supported by precepts related to the register of passion and the generative trajectory of meaning in discourses. At the discursive level, the thematic and figurative investment of the cover pages are analyzed. While thematization refers to ideas, values, thoughts and arguments at an abstract level, figurativization links these to the *natural world*. Results demonstrate that covers page constitute devices acting as an amplifier of the intentions of journalistic institutions. Resorting to passionate scenarios then becomes a means to legitimize editorial positions. Opposing passions, such as joy and sadness, proximity and distance, are constantly explored. A sense of urgency is recurrent and underlies the interpretation of events, allowing to present the sudden changes in the editorial position as natural. Finally, results suggest the need to take into account the potentiality offered by the register of emotions and sensitivity to emancipate communication relations.

**Keywords:** discourse; soccer; passion; journalism; marketing.

# Journaliste de sport et diversité : une subordination des normes sportives ?

FABIEN WILLE

Professeur  
Université de Lille  
GERiiCO  
France  
fabien.wille@univ-lille.fr



Face aux grands défis sociétaux, la question de l'intégration de la *diversité* dans les médias est le résultat d'un processus de construction aux facettes multiples (Frachon & Sassoon, 2008) à des choix idéologique et stratégiques émanant de l'État à travers les politiques publiques, d'ONG, d'instances supranationales (UNESCO, Conseil de l'Europe)<sup>1</sup>, d'organismes de régulation (CSA)<sup>2</sup> ou d'entreprises médiatiques (label 'diversité').

En décembre 2010, la chaîne de télévision privée française TF1 annonçait qu'elle serait désormais labellisée « Diversité » après avoir reçu l'agrément de l'organisme certificateur Afnor, ce qui déclenchait au sein du secteur des médias une course au label, obtenu en 2013 par le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), organisme régulateur des contenus médiatiques de radio et de télévision, puis en 2014 par France Télévisions. Ainsi le paysage audiovisuel français imposait une responsabilité supplémentaire à ses entreprises et à leurs employés. Cette notion de diversité, malgré ses contours flous, entraîne des conséquences bien réelles pour les acteurs du domaine médiatique et qui viennent s'ajouter à d'autres contraintes déjà installées, écrites ou non (Borel, 2015). Dans son travail de recension de l'ouvrage d'Ellen Berrey, Laure Bereni (2016), rappelle que la « Diversité » constitue bien souvent une posture stratégique « *qui* interpelle les intérêts servis, les points de vue représentés, et les

Pour citer cet article, to quote this article,  
para citar este artigo :

Fabien Wille « Journaliste de sport et diversité : une subordination des normes sportives ? », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne, online], Vol 10, n°2 - 2021, 15 décembre - december 15 - 15 de dezembro.

URL : <https://doi.org/10.25200/SLJ.v10.n2.2021.440>

stratégies d'action validées » (Berrey, 2005 : 5), ce qui questionne alors sa mise en œuvre ainsi que la portée de son application.

A propos du sport, s'ajoute la difficulté à circonscrire l'objet. En effet, sous le vocable « sport » ce sont des formes diverses de rapport au monde, au corps, au temps et aux autres qui se manifestent. L'imposition d'une définition légitime est une construction sociale, déterminée par sa temporalité, les contextes sociaux et les enjeux qui la portent. En effet, qu'il y a-t-il de commun entre la vélocipédie présentée comme un bienfait social à la fin du XI-Xème siècle, les finalités éducatives de l'Olympisme destinées, à son origine, aux jeunes hommes fortunés ou encore aujourd'hui les vertus intégratrices du sport ou ses effets sur la santé, telle qu'elle peut être définie par l'OMS<sup>3</sup> ? En réalité, les discours sociaux à propos du sport tendent à le présenter comme un vecteur de diffusion d'une responsabilité sociale (Smith & Westerbeek, 2007). Il existerait un sport « *pur* » possédant en soi des vertus éducatives et humanistes, un sport qui serait indépendant de la société ou qui, en tout cas, doit être protégé de toute déviance ou utilisation à des fins qui ne le concernent pas. Mais ces présupposés relèvent du mythe (Arnaud, 2000) et les travaux de Michaël Attali (2004) abondent dans ce sens et dépassent les apparences trompeuses pour mettre à jour les contradictions sur la capacité du sport à intégrer et à porter des valeurs, tout en précisant la fonction de ces assertions tenaces. Il devient impératif de dépasser ces présupposés et ainsi *in fine* déconstruire les lieux communs à propos de ces valeurs « mythiques » qui répondraient *ipso facto* aux problèmes sociétaux actuels tels que la santé publique, le bien être mais également la sécurité des populations ou l'intégration des minorités. Or, les différents acteurs impliqués dans ce processus avec en premier lieu les sportifs, véhiculent ce discours formaté et circonstanciel. A l'identique, les acteurs politiques, les dirigeants sportifs ou les chefs d'entreprise instrumentalisent les valeurs supposées du sport à des fins de promotion, de valorisation, de légitimation des politiques publiques, de management ou encore de marketing.

Ce discours idéalisé se retrouve également dans la presse sportive qui publicisent ce « prêt-à-penser », les journalistes adoptant bien souvent la posture de défenseur et de gardien des valeurs démocratiques et des vertus du sport (Wille, 2013), dont ils tirent une part de leur légitimité (Souanef, 2013). Dans ce contexte, Dargelos et Marchetti (2000) précisent que le « journalisme spécialisé est révélateur de la faible autonomie du champ journalistique à l'égard des univers sociaux dont ils parlent. C'est particulièrement saisissant dans le cas du sport spectacle tant l'économie de ces deux espaces sont interdépendantes ».

Ainsi le sport, tout comme sa traduction dans les médias, est souvent considéré comme un lieu important de construction de cohésion, d'intégration sociale et d'expression de la diversité (Ragi, 2003) ; (Organisation des Nations Unies, 2005) ; (Gasparini & Commet, 2010) tout en étant un secteur majeur d'investissement de l'industrie médiatique (Jeanrenaud & Késenne, 2006). Or la couverture médiatique du sport est loin de refléter la diversité sociale et culturelle et de garantir une équitable représentation de toutes et tous. Le sport révèle ainsi des contradictions. Il est présenté comme le lieu symbolique de concrétisation des idéaux démocratiques d'une juste compétition entre égaux, comme une réponse à la question du vivre ensemble. Il est également un terrain où émergent les problèmes qui contrarient ce modèle, que ce soient la question du racisme dans les stades, de l'homophobie, des discriminations liées au sexe, au genre ou au handicap. Dans ce contexte, les vocations sociales allouées au sport méritent d'être déconstruites. Notre propos s'inscrit dans un questionnement plus global en lien avec le projet RSJ-MéDiS<sup>4</sup> que nous avons mené entre 2015 et 2018 où l'étude de la responsabilité sociale (RS) des journalistes dans l'expression de la diversité est à envisager comme un travail participant à la réaffirmation du rôle des journalistes dans les démocraties modernes (Muhlmann, 2004).

Le sport, et plus particulièrement le spectacle sportif, occupe une place centrale dans la société médiatisée. Toutefois, la question de la RS, des journalistes et des médias, considérés comme un des 'lieux de la parole publique' (Rabatel & Koren, 2008) n'est pas véritablement posée à propos du sport. Il s'agit alors de changer de paradigme en interrogeant une autre forme de responsabilité, celle des journalistes de sport eux-mêmes, comme des acteurs co-construisant la parole publique.

Sur le plan théorique et méthodologique, notre analyse convoque les travaux de Denis McQuail (1997 & 2003) à propos de « the accountability of media ». Celles-ci démontrent la nécessité de changer d'échelle d'analyse et de passer de celle 'des médias' à celle 'des journalistes' pour étudier la RS du journalisme dans les sociétés modernes (Christians et al., 2009). L'*accountability* est ainsi appréhendé par l'articulation entre causalité et imputabilité et questionne les contextes d'énonciation dans leurs interactions avec les effets discursifs. Notre analyse prend alors également appui sur l'identification des procédés discursifs proposés par Schaeffer (1989), qui se structurent, selon cet auteur, d'une part par un acte communicationnel qui s'élabore sur la base des processus d'énonciation et d'autre part par l'acte réalisé.

Dès lors, les productions informationnelles sont ainsi appréhendées comme des denrées objectivées

(Quére, 2000) et « normalisées » dans le sens où le sport est traité en fonction de significations sociales existantes. Si Quére parle de normes « couramment acceptées », on ne peut occulter le fait que ces normes sont co-construites et légitimées par le journaliste lui-même. Si l'on revient à la question précise de la diversité, quelles sont alors ces normes explicites et/ou implicites ? Qui les porte ? Dans quelles circonstances ? La question de la diversité constitue-t-elle une norme ? Comment est-elle perçue par les journalistes ? Dans quelle mesure cela interfère-t-il dans les pratiques et les discours produits ?

En l'occurrence, les données de terrain utilisées émanent de celles recueillies dans le cadre du Projet RSJ-MéDiS et sont issues d'une démarche holistique et immersive, basée sur différentes rencontres, journées d'étude, de colloques, d'entretiens et d'échanges parfois informels et permettent de mieux appréhender le contexte d'énonciation :

- Participation au colloque organisé par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (siège du CSA) « Audiovisuel : comment mieux représenter la diversité de la société française ? », le 6 octobre 2015. Prise d'informations lors du discours d'ouverture du Président du CSA de l'époque, lors des interventions de différents patrons de chaînes, des journalistes, de télévision et de radio. Une partie de ces informations étant disponible sur le site du CSA<sup>5</sup>.
- Entretien avec deux membres du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel en charge de la diversité (un dans les locaux du CSA 20 mai 2016 et un entretien téléphonique 13 juin 2016).
- 4 jours d'immersion du 12 au 15 mai 2016 au sein de la rédaction des sports de France Télévisions et la rencontre des cadres (entretiens avec le directeur et le directeur délégué aux sports du groupe 13 mai 2016). Participation aux conférences de rédaction pour « Stade 2 » (le magazine du dimanche) et « Tout le Sport » (TLS. magazine quotidien diffusé sur France3), ainsi qu'aux directs, dans les studios depuis les coulisses et la régie. Rencontres et échanges informelles avec dix journalistes de la rédaction du service des sports du groupe, les réalisateurs des deux magazines (TLS et Stade2), les monteurs, le présentateur de TLS.
- France Télévisions constituant majoritairement notre terrain d'étude, nous avons pu y réaliser différents entretiens auprès des responsables successifs de la diversité dans les programmes et des médiateurs de la chaîne

qui nous ont accompagné dans le projet (Echanges réguliers entre avril 2015 et janvier 2018).

- Table-ronde d'une journée sur la diversité, (16 juin 2016) ce qui a permis de réaliser des débats et échanges directs avec différents acteurs du Conseil de l'Europe de l'Agence de certification des normes, des acteurs du sport et les membres du projet RSJ-MéDiS.

Notre analyse porte également sur les commentaires produits en direct lors de la diffusion des compétitions d'athlétisme à l'occasion des Jeux Olympiques de Rio (2016) ou des Championnats du Monde de Londres (2017). Ces deux événements alimentaient la grille des programmes sur l'ensemble de la journée sur les différentes chaînes du groupe France-Télévisions (France 2-3-4). Ces images ont été consultées à l'INA-thèque<sup>6</sup>, l'ensemble des directs ont été retranscrits manuellement<sup>7</sup>.

---

#### CONTEXTE D'ÉNONCIATION ET DÉCLINAISON STRATÉGIQUE DES NORMES

---

L'analyse des procédés discursifs doit ainsi s'appréhender au regard des normes et des contraintes qui pèsent sur les acteurs en charge de la mise en récit du sport. Dans ce contexte en quoi « la diversité » constitue-t-elle une norme ? Comment est-elle susceptible ou non d'impacter l'acte communicationnel ? Quelle est alors son poids au regard des normes sportives communément admises ?

#### La diversité comme norme ?

Aux origines, la thématique de la diversité va s'imposer, selon Doytcheva<sup>8</sup>, dans un contexte de demandes et de revendications potentiellement concurrentes de différents groupes minoritaires et sera mobilisée comme finalité des politiques d'*affirmative action* aux États-Unis. Des revendications d'ordre culturel viendront s'y agréger de sorte que, loin de se réduire à un son volet ethnique, la diversité va intégrer les thématiques du genre, de l'âge, du handicap, de l'orientation sexuelle (etc.), à l'articulation des problématiques d'égalité raciale et du pluralisme culturel. En France, initialement circonscrit à une dimension ethno-raciale, le terme va rapidement englober des problématiques multiples sous le vocable flou de « diversité sociale » (Versini, 2004). La plasticité de la notion de diversité va faciliter son adoption par les acteurs sociaux qui pourront ainsi définir sur la base de leurs propres critères, de leurs priorités. La création de la HALDE<sup>9</sup> va parachever cette approche globale d'unification des politiques publiques contre les discriminations. Dans le champ des médias, les problématiques de la diversité vont



se spécifier en tant qu'elles renvoient à une conception éducative et citoyenne des médias dans l'espace public ; ce qui produira un déplacement des enjeux vers les programmes et les contenus qu'ils diffusent. Sur ce sujet, les publications institutionnelles sont nombreuses : *Evaluation de la diversité des contenus dans les journaux et à la télévision* (CoE - Ward, 2006), *Les médias de la diversité en Europe* (CoE - Blion, 2007), *Méthodologie pour le suivi de la concentration des médias et de la diversité des contenus des médias* (CoE - 2009), *Investir dans la diversité culturelle et le dialogue interculturel* (UNESCO - Bokova, 2009) et *Les médias de la diversité culturelle dans les pays latins d'Europe* (UNESCO - Lenoble-Bart, & Mathien, 2011).

### Régulation et autorité médiatique

Notre première réflexion concerne ainsi la déclinaison stratégique des normes susceptibles de peser ou non sur les pratiques. Les résultats laissent apparaître une hétérogénéité d'approches et révèle ainsi des enjeux stratégiques multiples qu'ils soient politiques, économiques ou symboliques. Dans ce contexte, quelle vision de la diversité propose le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel qui est l'organe de régulation des médias en France ?

Le discours du Président du CSA, prononcé lors du colloque du 6 octobre 2015, laisse apparaître trois principes :

- Une vision éminemment politique, humaniste, philosophique avec l'usage de références explicites aux valeurs républicaines, une forme de militantisme comme une rhétorique de la légitimation de l'action, qui ne donne pas pour autant les clés de son application.
- Une forme d'incantation du rôle des médias, prenant pour exemple la « communion sportive », comme « un espace de résonance qui nous fait prendre conscience de la communauté de notre destin ». Le sport est convoqué dans un prêt-à-penser non questionné.
- Des interrogations d'ordre méthodologique sur l'usage de données quantitatives et leur caractère réducteur. La notion des critères est, en réalité, un premier point de discorde et il fait débat en interne au CSA sur l'usage de cette forme de mise en représentation quantitative. Les statistiques ethniques étant interdites en France, pour objectiver la diversité ethnoculturelle, le CSA convoque un critère qui renvoie à la perception supposée de la réception. Le critère défini étant désormais les personnes perçues comme blanches ou non blanches, ce qui constitue un obstacle méthodologique à la quantification.

Le constat est sévère. Les émissions de la télévision française ne sont pas très représentatives de la diversité de la société française : Les femmes sont sous-représentées (36 % contre 52 %), de même que les personnes de moins de 20 ans (9 % contre 25 %), les adultes de plus de 60 ans (4 % contre 19 %) et les personnes handicapées (8 %). La représentation des personnes « perçues comme non blanches » est de 16%. (Baromètre CSA de la diversité - 2016)

Ainsi au sein du CSA, il existe une stratégie basée sur cette volonté d'influer d'abord sur les contenus médiatiques. Or, dans les faits, les personnes rencontrées évoquent surtout les aspects liés aux ressources humaines. Leurs points de vue s'accompagnent d'un impensé selon lequel si on met dans les rédactions ou à l'antenne des gens issus de la diversité, si on met des femmes, des gens de couleur, cela va automatiquement jouer sur le contenu des programmes. Si cela permet de répondre aux exigences quantitatives, il s'agit en réalité d'un allant de soi, rarement questionné. Dans les faits, cet automatisme fragilise également les personnes issues de la diversité lorsqu'elles sont recrutées, provoquant un sentiment d'illégitimité au sein d'une rédaction. Leur présence n'est pas perçue comme le résultat de compétences professionnelles mais il s'agit de satisfaire à cette exigence de visibilité ou de quota.

Un autre point qui mérite d'être questionné, c'est la nature de la contrainte. Entre incitation et aiguillon, avec un baromètre, qui ne donne pas entière satisfaction. Les résultats mitigés conduisent à vouloir augmenter la contrainte pour peser davantage sur les pratiques. C'est une façon également d'asseoir et de renforcer une autorité, celle qui lui est donnée comme organisme régulateur. En effet, il existe une défiance permanente alimentée également par une profession qui revendique à juste titre sa liberté et les attentes du public (Wille & Cernaianu, 2017) : « le public n'est pas prêt... pourquoi imposer des sujets qui n'intéressent pas le public... » Même si le discours consiste à dire « cela va mieux, que certaines chaînes s'engagent » on sent que le CSA tente de peser davantage. Le principe adopté est d'émettre le souhait que les chaînes s'engagent mais en fixant elles-mêmes dans un premier temps le cadre de leur engagement. La contrainte est donc limitée, puisque la déclinaison stratégique de ces normes se réalise ainsi de manière consensuelle et non formalisée.

---

### LE SPORT EN EXEMPLE

---

La place du sport à l'antenne est le résultat d'un consensus entre le discours du CSA et celui des chaînes. Le sport n'est pas perçu comme un problème, mais plutôt comme une solution pour promouvoir de la diversité. On retrouve ainsi la rhétorique classique

des vertus bienfaitantes du sport, malgré les quelques critiques émanant des téléspectateurs qui dénoncent certains propos apparaissant comme sexistes. Mais ces dérapages verbaux sont souvent mis sur le compte de consultants et non sur celui des journalistes, les dégageant ainsi de leur responsabilité. Le discours critique semble minoritaire par rapport à celui mettant en avant le sport comme un élément qui permet à la diversité d'exister à la télévision. Il incarne ainsi le vivre ensemble et permet, par son côté fédérateur d'élargir son spectre d'audience. D'ailleurs, le CSA évite de réaliser le baromètre lors d'épreuves sportives majeures diffusées.

Finalement, les préoccupations propres au sport se portent surtout sur le sport féminin et l'handisport, toujours dans un aspect quantitatif : il faut promouvoir mais avant tout, montrer plus pour « lutter contre une vision trop lisse de la société française »<sup>10</sup>. Mais les actions volontaristes, ressemblent plus à des publicisations d'un agir avec des retombées limitées. Le mercredi 14 décembre 2015, à l'occasion de la 4<sup>e</sup> saison du sport au féminin, Laurence Rossignol, Ministre à l'époque des Familles, de l'Enfance et des Droits des femmes, a remis, les Trophées du sport au féminin, aux côtés de l'association Femix'Sports et des partenaires de l'opération (le Ministère de la Ville, de la Jeunesse et des Sports, le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), et le Comité national olympique et sportif français (CNOSF) et ceci dans l'indifférence générale.

### Une mission de service public

« Bien différents, bien ensemble. Parce que la différence est une richesse, un fabuleux moteur d'innovation et de créativité, France Télévisions a mis en œuvre une politique de diversité volontariste. » C'est par cette accroche que France télévisions, positionne son action sur différents supports de communications. Le groupe français des chaînes publiques représente un cadre d'analyse particulièrement opportun car l'expression de « la diversité de la société française » est depuis 2006 une mission de service public au sein de l'audiovisuel français, faisant ainsi partie des priorités de son plan stratégique dont l'objectif est de garantir une égalité de traitement pour tous. Il existe une obligation légale et ainsi de répondre aux injonctions du CSA qui lui-même doit rendre compte des actions entreprises devant le parlement et l'État français, premier financeur des chaînes du groupe. Même si les chaînes du service public ne sont pas tenues d'obtenir ce label diversité, il est néanmoins un marqueur symbolique fort qui permet d'objectiver les politiques en matière de diversité et ainsi de prévenir les discriminations. Celles-ci se déclinent en 4 axes : l'égalité homme/femmes, les origines ethnoculturelles, les origines sociales et le handicap. Il est à noter que lors du précédent plan stratégique (2014-2016), les origines

ethnoculturelles se confondaient avec les origines sociales, ce qui avait un effet stigmatisant. Néanmoins ces actions recouvrent des domaines relatifs aux ressources humaines (recrutement, politique salariales, mise en place de relations avec des associations militantes) et sur la visibilité de ces populations diverses : animateurs, panel d'experts renouvelé, fiction et film d'animation, documentaires... Comme nous le précise en entretien la nouvelle Directrice déléguée à la diversité dans les programmes du Groupe<sup>11</sup>, « la notion de service public ne doit pas constituer une voiture balai, le service public doit rassembler les publics et représenter la diversité, le téléspectateur n'est pas un consommateur mais un citoyen ». Dans ce contexte le sport est un allant de soi qui révèle des contradictions : « Il est clair que le programme sportif est un produit de positionnement et l'athlétisme est un programme famille qui touche des jeunes adultes que l'on n'a pas d'habitude d'avoir ». De plus c'est une « manifestation qui permet d'être déclinée sur l'ensemble des chaînes du groupe ». L'objectif annoncé est que la télévision publique reflète au mieux la société française, à l'antenne comme au sein de l'entreprise, le sport participant alors à cette mise en visibilité de la diversité autant qu'il en constitue le moyen de diversifier et de massifier ses audiences.

### Un service des sports hors normes

Après une longue période de résistance, le service des sports a dû se résoudre à intégrer la stratégie mise en place par le groupe pour l'obtention du label diversité. Qualifié de forteresse au sein même du groupe<sup>12</sup> et pointé du doigt pour ces manquements<sup>13</sup>, il doit désormais faire un « reporting » à destination du CSA et de l'AFNOR qui a suivi ce service pendant une semaine lors de la précédente évaluation. Jusqu'en 2016, les postures de la direction des sports de la chaîne ne contribuaient pas à engager les journalistes dans une réflexion commune sur ces questions diversité. Avec leur propre perception de l'objet (sport) dont ils ont la charge, les journalistes interrogés renvoient à d'autres acteurs, notamment les consultants, la responsabilité de diversité qui pèse désormais sur eux au nom du respect de celles qu'ils identifient comme constitutive au journalisme (liberté et présupposés concernant les attentes du public) adoptant ainsi la figure de l'irresponsabilité telle qu'elle peut être définie par Génard (1999). Le discours du directeur des sports en poste jusqu'en 2016, interpellait sur sa propre responsabilité qui se construit autour d'un double impensé : son histoire personnelle et son manque de vision stratégique face aux défis contemporains que doit relever la chaîne du service public qu'il dirige. Lui-même provenant d'une famille issue de l'immigration, il projette son propre vécu pour penser les choses. Sa famille « a du se débrouiller toute seule », lorsqu'elle est arrivée

en France, vantant ainsi le mérite et l'intégration par le travail. Il n'est donc pas en mesure d'opérationnaliser cette responsabilité sociale qui consisterait à répondre de situations de vulnérabilité (Boutinet, 2017). Par ailleurs, la notion de chaîne du service public ne fait pas sens, tout comme cette capacité à répondre aux attentes institutionnelles.

Il est à rappeler également que le CSA, a été saisi par des téléspectateurs et une association antiracisme pour des commentaires inappropriés diffusés par France Télévisions lors des Jeux olympiques de Rio (2016). A titre individuel, il a été reproché au directeur des sports de tenir des propos «xénophobes» et «colonialistes» dans ses commentaires en direct au moment de la cérémonie d'ouverture.<sup>14</sup>

Par contre le directeur adjoint, en charge des contrats et des droits de diffusion assume pleine la dimension économique de sa fonction. Dans ce contexte, la diversité est alors perçue sous un double vocable. D'un côté, la diversité de l'offre sportive est considérée comme un élément de positionnement de la chaîne : «Nous, comme on a une mission de service public qui nous amène à faire pas mal de diversité de disciplines, on est plus en concurrence avec des chaînes payantes qui ont besoin de ces compétitions pour leurs abonnés». De l'autre, la diversité, ciblée au handisport s'insère dans une vision stratégique de la chaîne à l'image de Channel 4 en Grande Bretagne qui en diffusant les jeux paralympiques cherche à constituer des parts de marché.

Structurellement, rien ne pèse, de manière concrète sur les journalistes de France TV sur cette question de la diversité. Néanmoins, certains journalistes parlent d'implicites, *les choses ne sont pas dites*, et on peut aboutir à des stratégies individuelles. En effet, proposer un sujet qui se teinte de diversité (sujet sur le sport dans les banlieues, pratiques sportives féminines, sport et religions...) a plus de chance d'être accepté lors d'une conférence de rédaction. Mais on peut noter qu'il n'y a pas de réflexion collective sur la façon d'aborder les choses, le risque encouru est que les sujets proposés deviennent le lieu de renforcement des stéréotypes. Il y a néanmoins une prise en compte de ces questions. D'où proviennent-elles ? Notre hypothèse est que la prise en compte de ces questions tient à la circulation d'une parole au sein de l'espace public et médiatique au travers des déclarations politiques, des annonces stratégiques de la chaîne (support de communication, obtention Label diversité), une incorporation du rôle des médias et des professionnels par les différentes mises en garde mais qui sont individualisées et ciblées sur les consultants. Ces résistances s'accompagnent d'un allant de soi sur le rôle social du sport, car il est considéré, par les journalistes eux-mêmes, comme le lieu privilégié

de la mise en visibilité de cette diversité et la nature des discours produits est très peu questionnée.

---

### RACONTER LE SPORT, AU CONFLUENT DES NORMES PROFESSIONNELLES, SPORTIVES ET SOCIALES.

---

Dans l'acte communicationnel, les assertions à propos de la responsabilité sociale du sport semblent s'imposer comme un espace normatif structurant le processus d'énonciation. Par contre, ce consensus masque une réalité plus controversée qui se traduit dans l'acte réalisé.

#### Le sport : hiérarchiser et différencier

Si différentes études (Mattelart, 2007 ; Frachon & Sassoon, 2008), font un constat critique concernant l'information généraliste qui semble constituer un lieu de renforcement des discriminations, le sport permet quant à lui une mise en visibilité des diversités, bien qu'inégalement représentées selon les sports et leur médiatisation. Cependant, nous ne pouvons que constater que la diversité ne constitue pas une catégorie qui fait sens au sein de la corporation des journalistes de sport. Il existe ainsi, une contradiction apparente entre une forme d'impuissance à changer le cours des choses, lorsque les attentes présumées du public, le maintien des bonnes relations avec les sources ou les contraintes de l'audience dictent la 'recherche de vérité' et le fait d'*être* le cours des choses, du moins en matière sportive (Wille, 2015). Mais cette posture peut être contredite par les impensés des discours journalistiques qui conduisent à stigmatiser les différences au travers de l'expression de lieux communs, ou à les naturaliser dès lors que, centrés sur le corps, ils permettent « d'objectiver » ces différences. La diversité relève alors d'un impensé, susceptible de générer un renforcement involontaire des discriminations par naturalisation des différences. En effet, le sport est par nature compétitif et hiérarchisant. « L'espace des sports et sans aucun doute un des univers les plus "clasants" qui soit. Il repose sur la mise en concurrence des individus et sur la recherche effrénée d'une performance hors du commun » (Marchetti, 2015). Les discours produits par les journalistes tendent en effet à mesurer, comparer ce qui semble contribuer au renforcement des discriminations (Goldberg, 1998). En choisissant de placer la question « médias et sport » au centre de notre questionnement, il ne s'agit donc pas de circonscrire l'analyse au traitement médiatique de la diversité (analyse de contenu), ni d'engager la profession dans une posture militante qui consisterait à promouvoir cette question de la diversité, mais bien d'interroger et de comprendre en quoi et comment l'exercice concret de la profession de journaliste est

susceptible de contribuer à l'objectif d'expression de la diversité ethnique, de genre et d'orientation sexuelle dans les productions informationnelles.

Quelle « sémantique de l'action »<sup>15</sup> permet aux journalistes de sport de participer à la construction des représentations sociales de la diversité ? La Responsabilité sociale des journalistes, pensée de façon globale à la fois à l'échelle de l'éthique personnelle et professionnelle (Wille & Hervouet, 2002), doit ainsi être analysée au regard de la prise en compte des logiques politiques, des contraintes juridiques, de l'influence du public ou encore des groupes de pression à la fois économiques (actionnaires, sponsor et partenaires financiers) ou encore sociales (lobbys associatif, communautaire) sur la pratique et les productions informationnelles. Ceci attestant de la possible hétérogénéité des approches dans ce « sous champs »<sup>16</sup> journalistique. Au-delà des chartes et des codes éthiques qui ont pour objectif de « réguler la conduite des journalistes dans la recherche, la transmission, la diffusion, le commentaire de l'information lorsqu'ils rendent compte d'évènements »<sup>17</sup>, l'étude menée considère l'information comme partie intégrante de l'activité sociale, de légitimation, d'imposition, de stratégies d'acteurs sociaux et de lutte symbolique, ce qui amène à l'étudier comme un fait social et non seulement comme un fait de langage (Veron, 1997 ; Esquenazi, 2002).

---

#### LES DISCOURS SUR LE SPORT : CO-CONSTRUIRE UNE VISION DU MONDE

---

Partant du postulat que la fonction essentielle des médias, et le rôle du journaliste, consiste moins à informer à propos d'évènements que de « *donner du sens* » au monde qui nous entoure, les travaux de Bernard Delforce (1996) attribuent au journaliste une RS individuelle dans la construction du « sens » de l'information comme dans celle de la vision du monde (Tétu, 1999). Les productions des journalistes ne peuvent donc que venir bousculer où, au contraire, conforter des discours sociaux qui leur préexistent. « *Donner du sens* » implique donc une RS de la part du journaliste dans la mesure où sa pratique professionnelle lui impose de prendre en compte les effets sociaux de l'acte médiatique (imputabilité). Cette fonction fait du journaliste un acteur social à part entière, et non un simple témoin-médiateur hors du jeu social. Le sport apparaît, souvent, comme un miroir de nos sociétés, il est le lieu de tous les débordements affectifs, il exacerbe les passions, il stigmatise les différences et, en tant que *fait social*, il place les journalistes face à la responsabilité de lui donner du sens (Delforce, 1996). Remplir pleinement ce rôle social, c'est adopter une posture citoyenne

qui impose des façons spécifiques de regarder les choses, de les penser et d'en parler.

L'exemple de la co-construction par les médias d'avant-guerre du mythe de l'athlète noir (Deville-Danthu, 1992)<sup>18</sup> suite aux victoires des athlètes américains de couleur lors de Jeux de Berlin de 1936, est révélateur de ce processus. Plus récemment, lors des championnats du monde d'athlétisme de 2009, Caster Semenya, athlète sud-africaine, a déclenché débats et controverses à propos de sa féminité suite à sa victoire sur l'épreuve du 800m. (Montañola, 2013). Nous avons pu également assister lors de la coupe du Monde de Football féminine, organisée en France en 2019 à un glissement sémantique progressif de l'ensemble de la presse (Ollivier & Wille, 2020). Si la question de départ était celle de l'égalité homme - femme (comparaison du jeu, temps d'antenne, égalité salariale), elle évolue vers la question du genre (réaffirmation permanente de la féminité), de l'orientation sexuelle (publicisation de coming-out de joueuses), pour s'achever avec Megan Rapinoe sur la lutte contre les discriminations et son engagement politique contre le Président américain, Donald Trump. En France, les métaphores employées pour qualifier la performance sportive d'un(e) athlète issu de la diversité ethnique ou d'origine française font par exemple (ré)-apparaître la stigmatisation coloniale du temps de l'Empire français et le rapport dominant/dominé. Celui-ci s'observe par exemple dans la presse écrite à travers la métaphore 'technologique' pour le dominant, le colonisateur et la métaphore 'animale' pour le dominé, le colonisé (Richard, 2012). Les discours produits par les journalistes à l'occasion des Jeux Olympiques de Londres qualifient par exemple Christophe Lemaître de 'Bolidé' (Ouest France, 7/08/2012) et, 20 ans après son premier titre olympique sur 400m, Marie-José Pérec de 'Gazelle' (L'Express, 27/07/2012). Il n'est pas rare que Teddy Riner (judoka antillais) soit représenté, rugissant de façon animalière, pour affirmer une virilité ou signifier une détermination au combat. Il participerait ainsi, et ceci de manière involontaire, à cette assignation.

Différentes analyses ont également démontré l'influence des journalistes dans la catégorisation physique, intellectuelle, sociale des sportifs de couleurs par les téléspectateurs ou le public des salles de sport (Menesson & Sorignet, 2007 ; Charlot & Clément, 2007 ; McCarthy & Jones, 1997 ; 2004). Les discours co-construisent les représentations sociales des identités de genre et reproduisent des discours coloniaux et de catégorisation ethnique (Richard, 2012). C'est la conclusion de plusieurs études menées sur les médias d'Amérique du Nord (Billings & Eastman, 2003), des Pays-Bas (Van Sterkenburg & Knoppers, 2004 ; Van Sterkenburg et al. 2010 ; 2012), en Ecosse (Kelly, 2011) ou encore en Slovénie (Ličen, 2011). Les métaphores ou dénominations employées soulignent les routines



langagières et professionnelles des journalistes. Ainsi l'analyse des conditions concrètes de production des informations sportives, en particulier dans la configuration du direct continu qui lors des événements sportifs de grande envergure engage parfois les journalistes pour de longues heures d'antenne, est incontournable : c'est souvent là, dans le commentaire à chaud que sont mobilisés des cadres d'analyse stéréotypés.

### **Le direct : une résistance aux changements**

L'une des spécificités de la configuration particulière de la production et de la diffusion de l'information sportive est d'être régie par le modèle du direct télévisuel. L'analyse des discours produits lors des compétitions d'athlétisme lors Jeux Olympiques de Rio (2016) ou des Championnats du Monde de Londres (2017), montre que la résistance au changement est, en effet durable, laissant apparaître les principes suivants (Wille et al, 2018) :

- Notre étude confirme, jusqu'à cette période (2017), la surreprésentation des hommes journalistes et consultants sportifs à l'écran. C'est un parti pris sexiste dans le traitement des informations sportives qui conduit également à la persistance de différents types de stéréotypes.
- Sur les ondes, la surreprésentation masculine parmi les journalistes et les commentateurs persiste qui conduit à la faible présence féminine à l'antenne et implique un déséquilibre marqué dans l'attribution de la parole. Malgré une présence équilibrée d'hommes et de femmes dans les compétitions internationales, le traitement de l'information sportive par les médias applique toujours un traitement éditorial sexospécifique (Wille et al, 2019) à l'information sportive.
- L'étude montre également que seulement 49 des 152 reportages télévisés en ligne sur la plateforme YouTube consacrée à l'athlétisme aux Jeux olympiques de Rio ont été consacrés aux athlètes féminines (30%), proportionnellement moins que la participation des femmes aux Jeux (45%).
- Lors des Championnats du monde de Londres 2017, les athlètes féminines étaient en minorité (moins de 25 %).
- Ces résultats corroborent des recherches antérieures celle de l'enquête réalisée par International Sports Press Survey (2011), qui montrait déjà l'hyper-masculinisation de l'information sportive dans la presse écrite

internationale (85% des articles de sport concernent des hommes), celle menée pour le CSA belge (2012) ou encore l'étude utilisant le Cambridge English Corpus (CEC) et le Sports Corpus, qui ont montré que les hommes sont mentionnés presque trois fois plus souvent que les femmes (Cambridge University Press, Grieves et al, 2016).

- La persistance de stéréotypes dans le traitement de l'information sportive. La dimension agonistique, intrinsèque à la compétition sportive, nourrit potentiellement les discours différenciateurs et les caractérisations essentialistes de l'adversaire. Le stéréotype fonctionne comme un raccourci. Les stéréotypes sont utiles aux journalistes lorsqu'ils commentent en direct, mais ils peuvent contribuer à renforcer la discrimination et à attribuer les rôles selon le sexe et l'origine (sociale, nationale, etc.). La comparaison, ou l'effet d'opposition, peut aussi être une marque stylistique journalistique.

### **Le sport, comme point d'ancrage (néo) normatif**

Que se passe-t-il si les catégories sont floues ou en situation de violation des normes ? Quand les différences se révèlent ? Le flou des catégories habituelles d'intelligibilité place le journaliste dans une situation où les conventions de la pensée sont brisées, où le discours stéréotypé ne peut plus fonctionner parce qu'il n'y a pas de catégorisation a priori possible.

Cette perturbation amènera les journalistes à élaborer une grille d'interprétation adaptée à la nature de l'événement qu'ils commentent. Les journalistes s'efforceront de replacer ou d'ancrer leur discours dans le cadre normatif du sport et de ses valeurs (Wille et al, 2018). C'est particulièrement le cas lorsqu'il existe une différence entre l'origine perçue et l'identité sportive d'un athlète.

La définition de l'identité des concurrents devient problématique lorsque les athlètes adoptent une nationalité (par naturalisation) différente de celle de leur pays de naissance.

Les journalistes doivent gérer cette dualité et, pour tenter de qualifier chaque concurrent, ils ont recours à des formules ou des expressions qui tentent d'en rendre compte, telles que : «néo-turc», «Saydi Ndure, norvégien de Gambie».

L'écart entre l'origine perçue et l'identité sportive induit une difficulté dans la mesure où il rend impossible l'attribution automatique de caractéristiques distinctives et le processus de naturalisation de la perfor-



mance (“Fort comme un Turc“ “l’école allemande du lancer “...).

La question de l’identité des concurrents est soulevée comme problématique au regard des principes et valeurs du sport moderne (fair-play, tricherie, etc.) et non au regard des critères ethno-raciaux. L’une des conséquences est la disqualification symbolique des athlètes, lorsqu’ils ont été récemment naturalisés, ou en l’absence de liens historiques, généralement liés à la colonisation, entre le pays d’origine et le pays hôte. Les pays sans passé colonial ont moins de légitimité à accueillir des athlètes naturalisés : ex le Bahreïn qui naturalise des coureurs de demi-fond nés au Kenya.

Une autre source de déstabilisation est l’existence d’un conflit de normes auquel les journalistes doivent faire face, par exemple lorsqu’ils décrivent le corps et les performances des athlètes (Wille et al, 2018).

- Le corps performant contre le corps esthétique. La retransmission télévisée de la compétition sportive est une exposition des corps des athlètes en action. Il n’est pas toujours facile de commenter le corps d’un athlète en performance. Les journalistes doivent ancrer leur description dans un système de représentation partagée et définir une norme de référence.

Le corps des athlètes est examiné à la lumière de la norme esthétique dominante et du besoin d’efficacité. Un double système normatif, parfois contradictoire, est une source de difficultés pour les journalistes dont les commentaires oscillent entre ces deux normes culturelles.

L’appariement des disciplines sportives et des morphologies est le résultat d’une approche de classification a priori, qui est un outil de lecture et d’explication des performances. Le corps de l’athlète est d’abord évalué selon un ensemble de critères propres à chaque sport afin d’évaluer l’efficacité, la performance, la pureté et la technicité du geste.

Ensuite, le corps de l’athlète fait également l’objet d’une évaluation esthétique dont les critères sont ceux du marché des corps tels que les images (publicité, médias) contribuent à le définir. Les critères esthétiques dominants ne correspondent pas toujours aux exigences techniques des corps dans certaines disciplines (lancer du marteau, lancer du poids contre le saut en hauteur).

L’évocation des normes esthétiques corporelles dominantes touche en premier lieu les sportives. Lorsqu’elle est évoquée pour les sportifs, la disqualification esthétique de l’homme est compensée par d’autres vertus (comme la force). Lorsque le corps de l’athlète ne correspond pas à l’esthétique dominante

ou lorsqu’il y a une perturbation de l’identité de genre, ou en présence d’un corps non standard, alors les journalistes réassignent le caractère féminin et réaffirment l’appartenance à la catégorie féminine par l’évocation de la maternité, du mariage ou du respect des normes émises par les institutions sportives (exemple de Caster Semenya).

---

## CONCLUSION.

---

« The Hutchins Commission », en posant les bases de l’éthique journalistique (*A Free and Responsible Press*, 1947), inspire la publication en 1956 de l’ouvrage de Siebert, Schramm et Peterson, considérée jusqu’à aujourd’hui comme le point de départ de la conceptualisation théorique de la RS des médias : *Four theories of the press*. Les années 1990, sur fond de crise économique, d’aggravation des inégalités, de concentration industrielle et de financiarisation accrue des entreprises de presse, en altèrent la vision (Watine T, 2003). En France, les travaux de Ruellan (1993) ré-interrogent la profession de journaliste et ceux de Bohec (2000) ; Ramonet (2001) et Champagne (2000) font explicitement référence aux positions théoriques de Bourdieu (1996) selon lesquelles la RS des médias reste incompatible avec la doctrine libérale de la presse. Ils dénoncent ainsi l’usage d’une rhétorique d’entreprise citoyenne à des fins de promotion commerciale et de relations publiques. Dans ce contexte, la « Diversité » apparaît avant tout comme posture stratégique, et constitue alors davantage un mot-clé « caméléon » plus qu’une injonction cohérente et consensuelle.

A propos de la RS, notre étude montre toute la difficulté à impliquer des acteurs des médias, au nom d’une prééminence de problématiques RH, en raison d’obligations, d’exigences, d’impositions, de devoirs ou de contraintes non formalisés. Concernant le sport, les postures renvoient à la rhétorique classique des valeurs et il est perçu positivement comme un lieu de mise en visibilité de la diversité qui questionne assez peu les discours médiatiques. Historiquement, la médiatisation du sport est structurellement intégrée dans la conception et la production des compétitions sportives : une des conséquences de l’existence du complexe sport-médias (Law et al, 2002) est la mise en place de logiques d’exclusivité ou d’accès limité au spectacle sportif (Papa, 2013 ; Hutchins, 2009). L’interdépendance de la production du spectacle sportif et sa diffusion par les médias font peser sur les journalistes des contraintes spécifiques auxquelles viennent s’ajouter celles résultant des modalités de délivrance de l’information sportive c’est-à-dire le poids du direct. Le journalisme se trouve donc « coincé » entre des lois non dites, des injonctions implicites, une conception de la diversité mal définie, des outils (baromètre, ‘label’) peu opérationnels dont les finalités managériales

brouillent la notion même de responsabilité. La référence explicite à la liberté d'expression ou aux attentes du public ne favorisent pas non plus la prise en compte de cette question sociétale.

Bien que le sport soit finalement le plus propice à l'expression de la diversité, notre étude souligne qu'il semble difficile, voire incompatible, de concilier les objectifs politiques et institutionnels de promotion de la diversité et de l'inclusion sociale avec les contraintes, les défis et les routines.

Outre la surreprésentation des journalistes et commentateurs masculins à l'antenne et la place prépondérante accordée aux compétitions masculines dans les informations sportives, il existe un traitement éditorial sexiste et genré marqué par la persistance des stéréotypes.

La diversité et l'inclusion sont rarement à l'ordre du jour des journalistes en termes de valeurs morales ou professionnelles personnelles.

Dans le cas du terrain exploré, celui des journalistes de France Télévisions et au regard des événements analysés, celui des compétitions internationales d'athlétisme, ce sont les normes et les valeurs communément associées au sport qui servent de cadre à l'interprétation des événements et des performances sportives. Tantôt inclusif, tantôt ségrégatif et exclusif (dopage, changement d'identité nationale, ...), il oscille en fonction des fluctuations des normes sportives.

Au-delà du discours des parcours individuels exemplaires - et de l'évocation des origines sociales et ethniques des champions - l'analyse des commentaires des journalistes montre les limites actuelles de l'instrumentalisation du sport de haut niveau au service des stratégies d'ingénierie sociale. L'existence de dissonances entre le système des valeurs portées par le sport et la réalité des pratiques compétitives dont les journalistes de sport doivent rendre compte, d'une part, entre les conditions d'exercice du métier de journaliste de sport au regard des règles et des représentations professionnelles telles que par exemple les

chartes les définissent, d'autre part, laisse finalement chaque journaliste face à lui-même et à son éthique. Le documentaire de Marie Portolano «*Je ne suis pas une salope, je suis journaliste*»<sup>19</sup>, révèle ainsi un double manquement et une opportunité. Le manquement structurel à l'égard des conditions d'exercice d'une partie de la profession, celle des femmes journalistes, confrontées au sexisme dans le sport et également un manquement éthique, pensée comme une morale en action, de la part de certains journalistes homme de sport. L'opportunité est celle de la responsabilité ainsi «*affirmer la responsabilité d'un sujet à propos d'un avenir identifié, c'est-à-dire circonscrit et dénommé, revient à construire ce sujet*» (Zilberger, 2007).

---

Proposé le 12 octobre 2020

Accepté le 11 juin 2021

#### Participants au projet RSJ-MéDiS

Françoise Papa et Jean-Marc Franconny :  
UMR PACTE (UMR 5194 CNRS/UPMF-IEP/  
UJF - Université de Grenoble-Alpes),

Sandy Montañola, Béatrice Damian Gaillard :  
Arènes (UMR 6051 - Université de Rennes 1),

Arnaud Richard :  
Praxiling : (UMR 5267 CNRS - Université  
Montpellier),

Amandine Kervella - Fabien Wille :  
Geriico (ULR 4073) Université Lille,

François Borel - Alessandro Porrovecchio :  
URéPSSS (EA 7369) Université Lille.

## NOTES

---

<sup>1.</sup> [http://www.coe.int/t/dg4/cultureheritage/culture/Mediane/default\\_en.asp](http://www.coe.int/t/dg4/cultureheritage/culture/Mediane/default_en.asp)

<sup>2.</sup> <http://www.csa.fr/Juridical-area/Decisions-du-CSA/Le-Conseil-cree-l-Observatoire-de-la-diversite-audiovisuelle>.

<sup>3.</sup> Organisation Mondiale de la Santé définissant les contours de la santé dans sa constitution : <https://www.who.int/fr/about/who-we-are/constitution>

<sup>4.</sup> Responsabilité Sociale des Journalistes : Medias, Diversité, Sport. N° de décision : ANR-15-CE26-0006

<sup>5.</sup> <https://www.csa.fr/Informer/Toutes-les-actualites/Actualites/Colloque-Audiovisuel-comment-mieux-representer-la-diversite-de-notre-societe>

<sup>6.</sup> Institut National de l'Audiovisuel, Délégation du nord, 8 allée de la Filature 59000, Lille.

<sup>7.</sup> Utilisation du logiciel PCM, les images ont été versées au dépôt légal mais sans la possibilité d'utiliser Hyperbase qui permet la recherche multicritères, le tri, l'impression et l'export de données documentaires. Ce corpus n'ayant pas été traité par les documentalistes au moment de l'étude.

<sup>8.</sup> Doytcheva M., « Usages français de la notion de diversité. Permanence et actualité d'un débat ». in *Sociologie*, N°4, vol 1 | 2010.

<sup>9.</sup> Halde, Haute Autorité de lutte contre les discriminations et pour l'égalité, est une autorité administrative indépendante française ayant existé de 2004 à 2011.

<sup>10.</sup> Entretien téléphonique avec un membre du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel en charge de la diversité (13 juin 2016).

<sup>11.</sup> Entretien du 9 janvier 2018 dans les locaux de France Télévisions.

<sup>12.</sup> Entretien auprès de la médiatrice du groupe France Télévision 17 Avril 2015

<sup>13.</sup> Propos tenu par le Directeur délégué pour la diversité en poste au moment de l'étude.

<sup>14.</sup> Le directeur ayant évoqué en direct lors de la cérémonie d'ouverture, « le trafic d'esclaves jugé «nécessaire» pour l'essor du Brésil ».

<sup>15.</sup> Au sens d'ensemble de concepts dans lequel les journalistes articulent l'ordre du faire (l'agir étant articulé à un ensemble de représentations).

<sup>16.</sup> Le terme « sous-champs » renvoie aux travaux de MARCHETTI (2002).

<sup>17.</sup> Déclaration de principe de la Fédération internationale des journalistes adoptée au congrès mondial de 1954/

<sup>18.</sup> Deville-Danthu B., « Le Mythe de l'athlète noir. L'AOF pépinières d'athlètes Révélation, illusions et désillusions », in *Jeux et sport dans l'histoire*, tome 1, association et politique, mai 1992, 256-270.

<sup>19.</sup> Canal+ qui a produit et diffusé le documentaire le présente de la manière suivante sur sa plateforme : « Le monde du journalisme sportif est marqué par une surreprésentation des hommes et une méfiance, souvent teintée de mépris condescendant, pour les femmes qui veulent s'y affirmer. Marie Portolano est allée à la rencontre d'autres femmes journalistes pour recueillir leurs témoignages sur les remarques vulgaires et sexistes qu'elles peuvent recevoir sur les réseaux sociaux et tenter de faire évoluer les mentalités ».

## BIBLIOGRAPHIE

- Arnaud, P. (2000). « Le sport au XX<sup>e</sup> siècle : crise d'identité ou logique perverse ? » in J. Vanwelkenhuyzen (ED.), *Les tumultes d'un siècle*, (pp. 251-266), Bruxelles. Complexe.
- Attali, M. et al. (2004). *Le sport et ses valeurs*, Paris : La dispute, 210 pages
- Bereni, L. (2016). « La diversité en discours et en pratiques. À propos de : Ellen Berrey ». <https://laviedesidees.fr/La-diversite-en-discours-et-en-pratiques.html>.
- Berrey, E. (2015). *The Enigma of Diversity: The Language of Race and the Limits of Racial Justice*. University of Chicago Press, May.
- Billings A.C. & Eastman S.T. (2003). «Framing identities: gender, ethnic, and national parity in network announcing of the 2002 Winter Olympics». *Journal of Communication*, 53(4), 369–386.
- Blion, R. (2007). *Mediactiv. Répertoire des médias des diversités*. Paris, L'Harmattan, Institut Panos.
- Blion, R. (2009). *Méthodologie pour le suivi de la concentration des médias et de la diversité des contenus des médias*. Conseil de l'Europe.
- Christians C.G. et al.(2009). *Normative Theories of the Media: Journalism in Democratic Societies*, University of Illinois Press.
- Borel-Hänni, F. (2015). « Information through a Lens: Media and Journalists Social Responsibility towards French Football Referees ». *European Journal for Sport and Society*, 12 (4), 397-419.
- Bourdieu, P. (1996). *Sur la télévision*, Paris, Liber-Raisons d'Agir.
- Bourdieu, P. (1996). Journalisme et éthique. *Les Cahiers du journalisme*, (6). 70-77.
- Boutinet, J-P. (2017). « Les pratiques sportives face à leurs responsabilités ». In F. Wille (Dir.), *La responsabilité des acteurs du sport et de l'éducation. Expertises et controverses*, 8-12. Presses Universitaires du Septentrion, Villeneuve d'Ascq.
- Bruce, T. (2004). « Marking the boundaries of the 'normal' in televised sports: the play-by-play of race ». *Media Culture Society*, 26(6), 861-879.
- Charlot, V., & Clément J. P. (2007). « Blancs et clacks: stéréotypes sportifs et stéréotypes raciaux. L'exemple du basket-ball professionnel à Pau (France) », in *Sciences de la société*, 72(10). 111-131.
- Champagne, P. (2000). « Le journalisme à l'économie », in *Actes de la recherche en sciences sociales*, 131 & 132, Paris, Seuil, 3-7.
- Delforce, B. (1996). « La responsabilité sociale des journalistes : donner du sens », in *Les cahiers du journalisme*, 2, *Le journaliste, acteur de société*, Ecole Supérieure de Journalisme de Lille, décembre, 16-33.
- Dargelos, B., & Marchetti, D. (2000). « Les «professionnels» de l'information sportive entre exigences professionnelles et contraintes économiques ». *Regards Sociologiques*, 20, 67-87.
- Deville-Danthu, B. (1992). « Le Mythe de l'athlète noir. L'AOF pépinières d'athlètes Révélation, illusions et désillusions », in *Jeux et sport dans l'histoire*, tome 1(5), association et politique, 256-270.
- Doytcheva, M. (2010). « Usages français de la notion de diversité. Permanence et actualité d'un débat ». in *Sociologie*, 4(1).
- Esquenazi, J. P.(2002). *L'écriture de l'actualité. Pour une sociologie du discours médiatique*, Grenoble : PUG, coll. La communication en plus, p. 6-8.
- Frachon, C., & Sassoon V. (2008). *Média et Diversité. De la visibilité aux contenus. État des lieux en France au Royaume-Uni, en Allemagne et aux États-Unis*, INSTITUT PANOS, Paris, KARTHALA Edition.
- Gasparini, W., & Cometti, A. (2010). « Le Sport à L'épreuve de la diversité culturelle: integration et dialogue interculturel en Europe: Analyse et exemples de pratique », Council of Europe.
- Génard, J. L. (1999). *La grammaire de la responsabilité*, Humanités, Cerf, Paris.
- Goldberg, D. T. (1998). « Call and response: Sports, talk radio, and the death of democracy », in *Journal of Sport & Social Issues*, 22(2), 212-223.
- Grieves, S. (2016). « Aesthetics over athletics when it comes to women in sport ». <https://www.cambridgenetwork.co.uk/news/aesthetics-over-athletics-women-in-sport>
- Hutchins, B., & Rowe, D. (2009). « From Broadcast scarcity to digital plenitude. The changing dynamics of the media sport content economy », in *Television & New Media*, 10, 354-370.
- Jeanrenaud, C., & Késenne, S. (2006). « Sport and the Media: an Overview », in *The Economics of Sport and the Media*, Cheltenham pp 1-25.
- Kelly, J., (2011). « Sectarianism and Scottish football: Critical reflections on dominant discourse and press commentary », *International Review for the Sociology of Sport*, 46 (4), 418-435.
- Law, A., Harvey, J., & Kemp, S. (2002). « The Global Sport Mass Media Oligopoly: The Three usual Suspects and More ». *International Review for the Sociology of Sport*, 37, 279-302.
- Le Bohec J., *Les mythes professionnels des journalistes*, Paris, L'Harmattan, 2000
- Lenoble-Bart, A., & Mathien, M. (2011). *Les médias de la diversité culturelle dans les pays latins d'Europe*, Bruxelles, Ed. Bruylant.
- Ličen, S. (2011). « Embaracing or dispising diversity? Sports broadcasts on public television, the case of Slovenia », *Play the Game 2011: Bringing change to the heart of sport*, German Sport University, Cologne, 3-6 Oct.
- Marchetti, D., Raséra, F., Schotté, M. & Souanef K. (dir) (2015). « Classements sportifs », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 209, Seuil, ISBN : 9782021219463.
- Mattelart, T. (2007). « Les révoltes urbaines au prime time: analyse des journaux télévisés de TF1 et France 2 », in Rigoni, I. (ed) *Qui a peur de la télévision en couleurs ? La diversité culturelle dans les medias*. Montreuil: Aux lieux d'être, 195-208.
- McCarthy, D. & Jones, R.L. (1997). « Speed, Aggression, Strength, and Tactical Naivete: The Portrayal of the Black Soccer Player on Television », in *Journal of Sport and Social Issues*, 21( 4), 348–362.

- McQuail, D. (1997). « Accountability of Media to Society Principles and Means », *European Journal of Communication*, Vol 12, n°4, Dec. 1997.
- McQuail, D. (2003). *Media accountability and freedom of publication*, Oxford University Press.
- Montañola, S. & Olivesi, A. (2012). « Quels locuteurs pour quelles définitions de l'identité sexuée dans les médias ? Le cas de Caster Semenya », in *Rapporter et être rapporté(e) : une affaire de genre(s) ?*, V<sup>e</sup> colloque Ci-dit, Université de Stockholm 14-16 juin.
- Muhlmann, G. (2004). *Journalism for democracy* (trad Birrel J) , Paris, Payot et Rivages, pp 269.
- Ollivier, A. & Wille, F. (2020). « La coupe du Monde de Football Féminine 2019 : entre ruptures et désillusions ». Colloque international/ International, Web conférence *La Féminisation du Football : enjeux politiques, sociologiques et culturels /Football feminization: political, sociological and cultural issues*, 9-10 octobre.
- Papa, F. (2013). « When social media uses collide with communication economy of the Olympics: the Vancouver and London cases ». IAMCR 2013 Conference. 25-29 June, Dublin City University. Dublin, Ireland.
- Quéré, L. (2000). « Au juste, qu'est-ce que l'information ? », *Réseaux* 18, Communiquer à l'ère des réseaux, Numéro 100 pp. 331-357
- Rabatel, A. & Koren, R. (2008). « La responsabilité collective dans la presse », *Question de communication* , CreM, Université Paul Verlaine-Metz, 13, pp 7-24
- Ragi, T. (2003). *Sport et intégration sociale*. Coll Agora, l'Harmattan, 160 pages.
- Ramonet, I. (2001). *La Tyrannie de la communication*, Folio Actuel, n° 92.
- Rapport de l'ONU (2005). *Le Sport au Service du Développement et de la Paix: Vers la Réalisation des Objectifs du Millénaire pour le Développement*, Nations Unies.
- Smith, C. T., Aaron. *et al* (2007). « Sport as a Vehicle for Deploying Corporate Social Responsibility », *Journal of corporate citizenship*, 25. Pp 43-54.
- Richard, A. (2012). « Rire de l'autre. Analyse et enjeux des représentations d'un sportif marocain à la télévision française », *Langues et médias en Méditerranée : Usages et réception*, Éditions L'Harmattan, Paris, France, pp.146-153.
- Richard, A. (2012). « Discours et Représentations de sportifs africains aux Jeux Olympiques d'Albertville », *Sport & Communication*, in S. Laval & D. Guignard (dir.) Editions PUM (Presses Universitaires du Mirail), Toulouse, France, 215- 232.
- Ruellan, D. (2003). *Le professionnalisme du flou. Identité et savoir-faire des journalistes français*, Grenoble, PUG.
- Schaeffer, J. M.(1989). *Qu'est ce qu'un genre littéraire*, Seuil, Avril.
- Schuck, P. (2006). *Diversity in America : Keeping Government at a Safe Distance*. Princeton : Belknap Press, p. 12, cité par Ellen Berrey, p. 26.
- Siebert, S *et al.*(1956). *Four theories of the press: the authoritarian, libertarian, social responsibility, and Soviet communist concepts of what the press should be and do*, University of Illinois Press.
- Souanef, K. (2013). « Journalisme sportif ou journalisme de sport ? Pour une compréhension historique de l'identité », *Les cahiers du journalisme n° 25*, (dir) Delforce, B. et Watine, T. *Journalisme de sport : mutations et spécificités*, , Ecole Supérieure de Journalisme de Lille, Université Laval Québec.
- Tétu, J. F. (1999). Introduction , in Jamet, C. & Jannet, A. M. (1999). *La mise en scène de l'information*, Paris/Montréal : L'Harmattan, coll. Champs visuels, 1-13.
- Van Sterkenburg, J. & Knoppers, A. (2004). « Dominant Discourses about Race/Ethnicity and Gender in Sport Practice and Performance », *International Review for the Sociology of Sport*, 39( 3), Sept, 301-321.
- Van Sterkenburg, J. *et al.* (2010). « Race, ethnicity, and content analysis of the sports media: a critical reflection », *Media, Culture & Society*, 32(5), Sept, 819-839.
- Van Sterkenburg, J., Knoppers, A., & De Leeuw, A. (2012). « Constructing Racial/Ethnic Difference in and Through Dutch Televised Soccer Commentary », *Journal of Sport and Social Issues*, 36(4), Nov, 422-442.
- Véron, E. (1997). *Construire l'événement. Les Médias et L'accident de Three Mile Island*, Paris, Ed. De Minuit.
- Ward, D. (2006). « Evaluation de la diversité des contenus dans les journaux et à la télévision, dans le contexte d'une tendance croissante à la concentration des marchés des médias », Rapport final, Centre for Media Policy and Development, Conseil de l'Europe.
- Watine, T. (2013). « Le modèle du 'journalisme public' ». *Hermès*, n°35, 231-239.
- Wille, F., & Mastrogianakis, D. (2013). « Media Against Racism In Sport », Final Report, The Council Of Europe, Novembre.
- Wille, F., & Hervouet, L. (dir.) (2002). « Journalisme Sportif : le Défi éthique ». *Les Cahiers du Journalisme*, 11, ESJ-Lille, Université Laval (Québec), Décembre, 245 pages.
- Wille, F. & Cernaianu, S. (2017). « Social Responsibility of Sports Journalists in Expressions of Diversity: The Example of The London Olympic Games as Covered in La Voix du Nord ». In *Sport and Discrimination*, Series Routledge Research in Sport, Culture and Society, Abingdon, UK : Routledge pp 215-229.
- Wille, F., Papa, F. & Montañola, S. (2018). « Question the social responsibility of sports journalists: is diversity taken into account and how in the mediatization of major sport events? » *Reimagining Sustainability: Communication and Media Research in a Changing World*. IAMCR 20 - 24 June, Eugene, Oregon, USA.
- Wille, F., Papa, F. & Montañola, S. (2019). « Social responsibility of sports journalists and media coverage of diversity: illusion and disenchantment? » *Sociology of Sport and Alternative Futures*. World Congress of sociology of sport. ISSA 24-27 april, Dunedin. New-Zeland, 2019.
- Zilberberg, C. (2007). « De la responsabilité », *Nouveaux Actes Sémiotiques*, N° 110.





**Journaliste de sport et diversité : une subordination des normes sportives ?**

**Sports journalists and diversity: a subordination of sports standards?**

**Jornalista esportivo e diversidade: uma subordinação aos padrões esportivos?**

**Fr** Le sport occupe une place non négligeable dans la société médiatisée. Dès lors, les productions informationnelles, à propos du sport, doivent être appréhendées comme des denrées objectivées (Quére, 2000) et « normalisées » dans le sens où le sport est traité en fonction de significations sociales existantes, co-construites et légitimées par le journaliste lui-même. La diversité constitue-t-elle alors une norme ? Comment est-elle construite ? Comment est-elle perçue par les journalistes ? Dans quelle mesure cela interfère-t-il dans les pratiques et les discours produits ? Sur le plan théorique et méthodologique, l'analyse convoque les travaux de Denis McQuail (1997 & 2003) à propos de « the accountability of media ». L'analyse prend alors appui sur l'identification des procédés discursifs proposés par Schaeffer (1989), qui se structurent, d'une part par un acte communicationnel qui s'élabore sur la base des processus d'énonciation et d'autre part par l'acte réalisé. En l'occurrence, les données de terrain utilisées émanent du Projet RSJ-MéDiS, elles proviennent de différentes rencontres, journées d'étude, colloques, entretiens et échanges parfois informels. Si ces données permettent de mieux appréhender le contexte d'énonciation, l'analyse de l'acte réalisé, s'effectue quant à lui, au moyen des commentaires produits à l'occasion des directs consultés sur l'INAthèque. Les événements choisis sont les compétitions d'athlétisme à l'occasion des Jeux Olympiques de Rio (2016) et les Championnats du Monde de Londres (2017) diffusés sur les différentes chaînes du groupe France-Télévisions (France 2-3-4). Dans le cas du terrain exploré, celui des journalistes de France Télévisions et au regard des événements analysés, celui des compétitions internationales d'athlétisme, ce sont les normes et les valeurs communément associées au sport qui servent de cadre à l'interprétation des événements et des performances sportives. Tantôt inclusif, tantôt ségrégatif et exclusif, le discours oscille en fonction des fluctuations des normes sportives.

**Mots-clés :** Sport – Diversité- Responsabilité (Accountability of media)

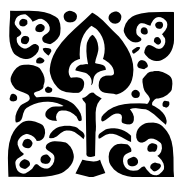
**En** Sports take a significant place in our media societies. Informational productions on sports should therefore be apprehended as objectified commodities (Quére, 2000) and «normalized». This implies that sports should be apprehended based on existing social meanings which are co-constructed and given legitimacy by the journalist himself. Can diversity be considered as a norm? What does it consist of? How is it perceived by journalists? To what extent does it interfere with practices and discourses produced? The analysis developed refers theoretically and methodologically to the work of Denis McQuail (1997 & 2003) on «the accountability of media». It builds on the identification of discursive processes suggested by Schaeffer (1989), which are structured on the one hand by a communicative act that is elaborated on the basis of the processes of enunciation, and on the other hand by the act performed. In this case, the field data analyzed was produced by the RSJ-MéDiS Project: it was gathered during multiple competitions, workshops, symposiums, interviews and occasional informal exchanges. This data allows to better comprehend the enunciation context; however, analysis of the performed acts was conducted thanks to the commentary produced during the live broadcasts of selected sporting events. Those were consulted on the French National Archive Institute online consultation service, the *INAthèque*. The sporting events considered were the athletics competitions of the 2016 Rio Olympic Games as well as the 2017 London World Athletics Championships, which were broadcasted on multiple channels of the French public broadcasting company *France Télévisions* (France 2-3-4). In the present field of research – the discourse of *France Télévisions* sports journalists, and with regard to the events analyzed – international athletics competitions, norms

and values commonly associated with sports appear to serve as a framework for the interpretation of sporting events and performances. At times inclusive, at times discriminatory, the discourse evolves based on the fluctuations of norms in sports.

**Key words:** Sports - Diversity - Accountability of the media

**Pt.** O esporte ocupa um lugar significativo na sociedade midiaticizada. Consequentemente, as produções informacionais sobre o esporte devem ser entendidas como mercadorias objetivadas (Quére, 2000) e “normalizadas” no sentido de que o esporte é tratado de acordo com os significados sociais existentes, co-construídos e legitimados pelo próprio jornalista. A diversidade é então uma norma? Como ela é construída? Como é percebida pelos jornalistas? Em que medida isso interfere nas práticas e discursos produzidos? No plano teórico-metodológico, a análise recorre ao trabalho de Denis McQuail (1997 e 2003) sobre “a responsabilização dos meios de comunicação”. A análise baseia-se, então, na identificação dos processos discursivos propostos por Schaeffer (1989), os quais se estruturam, por um lado, por um ato comunicativo que se desenvolve a partir dos processos de enunciação e, por outro, pelo ato realizado. Neste caso, os dados de campo utilizados provêm do Projeto RSJ-MéDiS, advindos de vários encontros, jornadas de estudo, seminários, entrevistas e por vezes trocas informais. Enquanto esses dados proporcionam uma melhor compreensão do contexto do enunciado, a análise do ato praticado é realizada por meio de comentários produzidos durante as visitas diretas ao INA-thèque. Os eventos escolhidos são as competições de atletismo dos Jogos Olímpicos do Rio (2016) e do Mundial de Londres (2017) transmitidos nos diversos canais do grupo France-Televisions (France 2-3-4). No caso do campo explorado, o dos jornalistas da France Télévisions e no que se refere aos eventos analisados, o das competições internacionais de atletismo, são os padrões e valores comumente associados ao esporte que servem de quadro para a interpretação dos eventos e desempenho esportivo. Às vezes inclusivo, às vezes segregativo e exclusivo, o discurso oscila de acordo com as flutuações dos padrões esportivos.

**Palavras-Chave:** esporte; diversidade; responsabilidade (prestação de contas da mídia)



# Le Véloce-Sport et l'invention de la culture cycliste

MARTIN HURCOMBE

Professor  
University of Bristol  
United Kingdom  
M.J.Hurcombe@bristol.ac.uk



Publié pour la première fois à Bordeaux en mars 1885, l'hebdomadaire *Le Véloce-Sport* se transforma dans l'espace de quelques années en un organe national avant de disparaître en novembre 1897 alors que le cyclisme était en plein essor. Envisagé dans ses origines comme la voix du Véloce Club Bordelais (VCB) (Dauncey, 2012 : 22), il se convertit très rapidement en centre de recrutement pour l'Union Vélocipédique Française (UVF), une première tentative nationale de rassembler les clubs cyclistes français dans le but de protéger leurs intérêts et de centraliser le sport en France (Poyer, 2004 : 299-300). *Le Véloce-Sport* avait donc une double mission : au niveau régional, celle de promouvoir les valeurs du VCB et de servir les intérêts de ses membres ; au niveau national, celle d'attirer d'autres clubs vélocipédiques dans l'orbite de l'UVF. C'est pour cette raison que les historiens du cyclisme français l'ont parfois exploité comme source et comme matière premières sans pour autant s'intéresser à sa pratique journalistique, à la diversité de son contenu, ni à sa contribution générale à ce que l'on pourrait nommer la culture cycliste de la fin-de-siècle (Holt, 2014). Une lecture plus attentive du *Véloce-Sport* offre le spectacle d'une culture sportive en voie de développement et illustre donc le rôle fondamental du journalisme sportif, ainsi que celui de ses lecteurs, dans la construction de cette culture. Ainsi arriverons-nous à une meilleure connaissance de la part du journalisme sportif de la fin du XIX<sup>e</sup> siècle

Pour citer cet article, to quote this article,  
para citar este artigo :

Martin Hurcombe « *Le Véloce-Sport* et l'invention de la culture cycliste », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne, online], Vol 10, n°2 - 2021, 15 décembre - december 15 - 15 de dezembro.  
URL : <https://doi.org/10.25200/SLJ.v10.n2.2021.442>

dans l'évolution des pratiques et cultures sportives à cette époque.

Notre étude se limitera à l'examen de la rubrique « À travers route » et aux articles publiés sous celle-ci entre 1885 et 1889, moment pendant lequel le sport commence petit à petit à se démocratiser (Gaboriau, 1991). Sous cette rubrique, on publie les comptes-rendus des périples entrepris d'abord par les membres du VCB et, dès l'automne de 1885, par des membres d'autres clubs vélocipédiques ainsi que par des « indépendants ». Les auteurs de ces récits sont initialement les journalistes du *Véloc-Sport* et quelques membres du VCB ainsi que des membres d'autres clubs du sud-ouest. Pourtant, à la fin de la décennie la rubrique publie les récits d'auteurs du sud-est, de l'est, de la région parisienne, etc. ; elle est donc le reflet de l'importance croissante de la revue bordelaise et de son influence sur le cyclisme au niveau national. Publiée en moyenne une fois toutes les deux ou trois semaines, la rubrique occupe entre une et trois pages sur les seize pages qui composent chaque numéro en moyenne<sup>1</sup>. À la différence de la plupart d'autres rubriques, « À travers route » encourage le lecteur-cycliste de devenir cycliste-écrivain ; elle permet donc de mieux comprendre la contribution de celui-ci à la conceptualisation et à la représentation de la vélocipédie ainsi qu'à une culture cycliste nationale en voie de développement dont on trouve le reflet dans ses récits.

On ne peut pas connaître cette culture sportive naissante sans considérer le lien qui existe entre celle-ci et son élaboration textuelle dans la presse sportive. Nous soutenons avec Raymond Boyle (2006), Jeffrey Hill (2006) et Philippe Tétart (2015), qu'il ne suffit pas de considérer la presse sportive comme une source ; il faut la traiter en « objet d'histoire » (Tétart, 2015 : 10) et s'interroger sur ses qualités et pratiques textuelles (tout ce qui se rapporte au discours, à la voix narrative, au style etc.) pour mieux comprendre la manière dont le sport est consommé et pratiqué par ses lecteurs en tant que phénomène culturel et réalité sociale. Notre approche s'inspire également des travaux de Dominique Kalifa, Philippe Régnier, Marie-Ève Thérenty et Alain Vaillant (2011) sur le rôle « civilisant » du journal dans le XIX<sup>e</sup> siècle. Pour ces derniers, il faut tenter de comprendre l'usage fait de la presse par divers groupes sociaux tout en saisissant la manière dont elle « contribue en même temps à façonner, à modeler et à instituer ces différents groupes sociaux [...] » (2011 : 13). Dès lors, le rôle primordial de la presse dans la construction de l'identité et de la culture nationales de l'époque devient évident. De même, étudier une des plus importantes revues cyclistes, et surtout la rubrique à laquelle ses lecteurs ont le plus contribué, nous permet de saisir une culture sportive en voie de développement à la fin du siècle<sup>2</sup>. Cet article tente alors

d'apprécier la contribution de la revue cycliste la plus importante de l'époque à ce processus.

Dans un premier temps, nous présenterons au lecteur un résumé de l'histoire et du contenu du *Véloc-Sport* pour souligner son importance sur la scène nationale, la mission qu'il s'est donnée et les thèmes qui l'ont préoccupé. Nous examinerons ensuite la rubrique « À travers route » entre 1885 et 1889. D'abord, nous analyserons la conceptualisation du temps et de l'espace dans la pratique cycliste (ou vélocipédique pour utiliser le terme de l'époque). Fallait-il, en racontant ses exploits, insister sur la distance et le temps parcourus en « mangeur de route » ? Ou devrait-on décrire ce que l'on avait vu, servant ainsi de guide aux futurs touristes ? Ici on trouve deux styles qui co-existent dans les récits des contributeurs : un style télégraphique qui insiste sur la vitesse et la distance parcourue et un style plus lyrique qui met en valeur l'intérêt des paysages et villes traversés. Ces deux styles sont le reflet d'une division au sein du sport entre ceux qui accordent une priorité aux courses et ceux qui prônent le cyclo-tourisme, division qui finira par un schisme au sein de l'UVF en 1890 et qui mènera à la création d'une organisation rivale : le Touring Club de France.

Dans un deuxième temps, nous nous pencherons sur la mise en valeur dans ses récits de la sociabilité masculine qui se construit autour des activités des sociétés vélocipédiques d'où émergera l'image du véloceman tel qu'il est conçu par les pratiquants du sport dans les années 1880. Terme utilisé jusque-là pour désigner tout adepte de ce qu'on appelle pour l'instant la vélocipédie, le véloceman prend de l'envergure dans les pages du *Véloc-Sport*. C'est autour de cette vision quelque peu idéalisée du véloceman que la vélocipédie est conçue comme une véritable pratique sportive et culturelle à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle. Nous verrons ainsi comment le fait d'écrire sur le cyclisme sert à fonder une culture cycliste à travers une conceptualisation dominante du temps et de l'espace et son personnage principal.

---

#### LA MONTÉE DU VÉLOC-SPORT

---

Le premier numéro du *Véloc-Sport* paraît le 5 mars 1885. Vendu à 25 centimes (12 francs pour un abonnement annuel), il est le reflet de l'essor de la revue spécialisée de la fin du XIX<sup>e</sup> siècle et de la diversification des sujets et des lieux de publication sous la Troisième République (Geslot et Hage, 2002 : 35-36). Tétart constate par exemple que, entre 1890 et 1910, 561 périodiques sportifs voient le jour en France, dont 369 en province (2015 : 11). Le périodique bordelais profite également d'un appétit grandissant pour les hebdomadaires (Loué, 2002 : 62) surtout lorsque la



pratique de la vélocipédie se démocratise encore plus rapidement dans les années 1890. Dès 1887 il se vend à Lyon, Marseille, Paris, Bruxelles et Turin, ainsi que dans toutes les agences de journaux suisses. En 1890 on peut l'acheter un peu partout en France et chez quatre librairies à Londres. Cette même année la rédaction est partagée entre Bordeaux et Paris où, à partir de 1893, *Le Véloce-Sport* est co-locataire d'une salle télégraphique avec le quotidien *Le Vélo*. Ce dernier est lancé par Pierre Giffard et Paul Rousseau, un des membres du comité de rédaction du *Véloce-Sport*<sup>3</sup>. L'essor du cyclisme de la première moitié des années 1890 permet une réduction continue du prix du *Véloce-Sport* qui descend à 10 centimes le numéro en 1892 à un moment où il est vendu sur tout le territoire français ainsi qu'aux Pays Bas et en Espagne. Le succès immédiat du *Véloce-Sport* est également évident dans sa capacité d'absorber son plus grand rival en octobre 1886 : *Le Véloceman* de Montpellier. Ayant fusionné avec *La Bicyclette* en 1896, il publia son dernier numéro en novembre 1897.

L'importance nationale du *Véloce-Sport* dans l'élaboration de la culture cycliste, ce qui justifie d'ailleurs notre choix parmi les diverses revues cyclistes de l'époque, réside également dans son rapport avec l'UVF. Dans son premier numéro, son rédacteur-en-chef, Fernand de Laclous (nom de plume de Fernand Ladevèze), prête serment d'allégeance à l'UVF tout en déclarant une ligne éditoriale indépendante qui permet au *Véloce-Sport* de critiquer « les vices » de l'organisation nationale et « les erreurs dans lesquelles peuvent tomber ceux qui sont à sa tête ». Comme le constate Hugh Dauncey, l'UVF eut du mal à imposer ses tendances centralisatrices sur les organisations et clubs provinciaux (2012 : 46). Le fait que *Le Véloce-Sport* en devient l'organe officiel en 1888 est le reflet d'une victoire au moins partielle d'une conceptualisation du sport articulée dans les pages du périodique bordelais.

Pourtant, l'élaboration d'une culture cycliste n'est pas l'œuvre d'une élite journalistique basée initialement à Bordeaux qui finit par s'imposer sur la nation. Les premiers contributeurs au *Véloce-Sport* sont surtout membres du VCB, mais les ambitions nationales du périodique et son ouverture d'esprit vers un lectorat plus élargi sont évidents dans son programme du premier numéro où Laclous conclut par une invitation : « Nos colonnes sont ouvertes à tous les vélocipédistes, à tous ceux qui ont à cœur de contribuer au progrès du sport qui nous est cher » (*Le Véloce-Sport*, le 5 mars 1885 : 1). *Le Véloce-Sport* est une entreprise collective où la distinction entre journaliste et lecteur reste floue, une frontière que ce dernier est invité à traverser, surtout sous la rubrique « À travers route » dont l'existence même dépend du cycliste-écrivain.

Il faut constater que *Le Véloce-Sport* est lancé sur le marché de la presse cycliste à un moment où le sport est caractérisé par une diversité de modèles. Ce n'est qu'au début des années 1890 que la célèbre *safety bike* commencera à s'imposer comme le choix préféré des cyclistes européens et américains. Entre 1885 et 1890, deux autres modèles font concurrence à la bicyclette telle qu'on la connaît de nos jours : le tricycle et le grand-bi. Les trois modèles co-existent à partir de 1885 suite au lancement de la première « Rover safety bike » en Grande Bretagne (Herlihy, 2004 : 227-40). Pendant le moment qui nous intéresse, le cyclisme français est partagé entre différentes conceptions du sport que l'on nomme pour l'instant la vélocipédie ainsi que par différentes conceptions de son objet<sup>4</sup>.

Plusieurs questions sous-tendent la structure et le contenu du *Véloce-Sport* dans les années 1880. D'abord, à quoi pourrait servir cette nouvelle « machine » ? Comment l'utiliser ? Quelles en sont limites ? Jusqu'à où peut-on aller et à quelle vitesse ? Et qui a le droit de s'en servir ? Une partie de l'hebdomadaire est consacrée aux affaires de l'UVF, surtout à partir de 1888, et les débats qui divisent les cyclistes, par exemple, en partisans des courses ou du cyclo-tourisme. *Le Véloce-Sport* consacre une bonne partie de chaque numéro à la campagne de promouvoir la valeur du cyclisme pour l'armée française. Selon celle-ci, le cyclisme pouvait non seulement contribuer à la réhabilitation physique des Français suivant la défaite humiliante lors de la guerre franco-prussienne, mais le vélocipède pouvait devenir un outil de l'armée moderne, permettant à l'infanterie de se déplacer plus rapidement, par exemple (*Le Véloce-Sport*, 1<sup>er</sup> octobre 1885 : 458)<sup>5</sup>. La rubrique « L'Hygiène du vélocipédiste » offre les conseils du Dr. Tissié qui fait l'éloge des bienfaits du sport pour la santé tout en avertissant le lecteur contre la fatigue et le « surménagement »<sup>6</sup>. Les courses cyclistes (« Echos de la piste ») et les activités des clubs vélocipédiques qui comprennent surtout des sorties officielles et non-officielles (en petits groupes ou en masse) et, plus rarement, des tentatives de « *recordmen* » sont aussi en évidence dans tous les numéros. Sur le plan pratique, un article par numéro est consacré aux nouveaux produits et développements industriels et chaque numéro contient une liste de « Maisons recommandées » où manger ou se loger au cours d'une longue excursion. Les publicités (pour vélos, accessoires, costumes, boissons fortifiantes) occupent, en règle générale, une place très importante dans l'hebdomadaire bordelais (d'habitude 25%). Mais c'est la rubrique « À travers route » qui nous intéresse surtout car c'est sous elle que les lecteurs du *Véloce-Sport* prennent la parole et sous elle qu'une certaine manière de raconter le voyage à vélo commence à s'imposer ainsi qu'une certaine image du *véloceman* esquissée un peu partout sous d'autres rubriques.

---

## MANGER OU SAVOURER LA ROUTE ?

---

Les premiers articles à paraître sous cette rubrique sont signés par Sun, membre du VCB, qui raconte son voyage à tricycle en réponse à un appel de Nestor dans un périodique rival, *Le Sport Vélocipédique*. Ceci encourage les « recordmen » à raconter leurs déplacements afin de renseigner le lecteur sur l'état des chemins et la meilleure route à emprunter tout en l'épatant de la distance et du temps parcourus (*Le Véloce-Sport*, le 16 juillet 1885 : 281). L'écrivain-cycliste envisagé par Nestor et incarné d'abord par Sun est un auteur de guide, mais également un peu journaliste rapportant lui-même pour ses lecteurs ses propres réussites vélocipédiques. Très vite, d'autres membres du VCB prennent la plume pour raconter leurs aventures. À partir de mai 1886, on trouve de plus en plus de récits d'excursions entreprises par d'autres sociétés vélocipédiques (notamment, celles de Grenoble, Narbonne et Angers). En 1887, la gamme géographique des contributeurs et des destinations, qui s'étend désormais sur la majorité du territoire national, est le reflet du succès grandissant du périodique bordelais.

Si l'invitation de Nestor contenait l'ébauche d'un contenu, toujours est-il qu'il fallait trouver un style et un langage aptes à capturer l'expérience. La mise en valeur de certains thèmes, la façon dont le temps et l'espace sont évoqués, bref, la façon de raconter le cyclisme restent pour l'instant le choix du cycliste-écrivain. Raconter ses aventures, c'était aussi imposer sa propre vision de la vélocipédie, répondre aux questions qui sous-tendaient les représentations du sport naissant sous d'autres rubriques du *Véloce-Sport*, et accepter ou résister à certains courants ou croyances qui y circulaient.

Dès les premiers comptes-rendus des membres du VCB, pourtant, on constate l'usage d'un style qu'on peut qualifier de télégraphique qui sera adopté par bien d'autres contributeurs au cours des années 1880. « Voyages de deux membres du V.C. bordelais », écrit par le « recordman » et père fondateur du VCB Jiel (pseudonyme de Joseph Marie François Laval), commence sur un ton lyrique (« lorsque le temps me procure ses faveurs [...] ») qu'il abandonne très vite. Dès lors, le récit se réduit à un itinéraire qui détaille le temps et les villes parcourus ainsi que les repas et l'alcool consommés sur 325 kilomètres : « Après un quart d'heure d'arrêt nous repartons, et atteignons Saint-Médard (59 kil.) à 5h45. Trois minutes d'arrêt, le temps d'absorber un Picon [...] » (*Le Véloce-Sport*, le 30 avril 1885 : 105). Le récit de Jiel sert de démonstration des capacités d'endurance et de vitesse des deux cyclistes et offre la preuve au lecteur que les deux vélocipédistes sont « encore dignes d'être de la section des mangeurs de route [...] » (106), mais refuse toute description détaillée

du paysage. D'ailleurs, on trouve le même langage dénudé dans « De Beregrac à Saint-Yrieix » de E. Laururie du *Sport Vélocipédique* de Bergerac. Si l'objectif du périple est de visiter plusieurs châteaux, chaque visite ne constitue qu'un « Arrêt de quelques minutes [...] ». Pour encore réduire la longueur du récit, l'auteur abandonne les pronoms personnels : « Arrivons à Jumilhac-le Grand (14 kil.) par une pente douce de 5 kilomètres. Admiré le château » (*Le Véloce-Sport*, 28 avril 1887 : 254).

Si Sir Ericon, l'auteur de « De Bordeaux à Toulouse et retour », adopte le style télégraphique qui est devenu la norme stylistique des récits des tentatives de record sur distance, indiquant les villes par lesquelles les deux vélocipédistes sont passées, détaillant carrefours, collines etc., il décrit en détail la condition des routes pour offrir au lecteur un texte hybride au croisement du récit sportif, de la carte topographique et du guide touristique : « Route médiocre jusqu'à Saint-Bazeille, très bonne jusqu'à Marmande où nous arrivons à huit heures quarante et où nous faisons notre premier déjeuner à l'hôtel de la Providence. (Très recommandé aux touristes qui ne veulent pas rentrer en ville.) Il est situé au croisement de la route nationale no 133 (83k 800) » (*Le Véloce-Sport*, le 12 juillet 1888 : 430). L'auteur répond donc indirectement aux tentatives de l'UVF de réunir deux tendances au sein du cyclisme français (Dauncey, 2012 : 47) : d'une part, les « recordmen » et vélocemen voués aux records et aux courses ; de l'autre part, les cyclo-touristes pour qui le plus important était « la ballade [sic] à sa guise, l'indépendance, toutes choses qui s'accroissent fort peu des règlements de temps et de distance » (*Revue mensuelle du Touring Club de France*, février 1891 : 39). Sous la rubrique « À travers route » ces deux tendances peuvent cohabiter dans le même texte ; ainsi un certain « E.L. » (peut-être le même E. Laururie cité ci-dessus) adopte-il le style télégraphique dans son compte-rendu d'une excursion qu'il interrompt brièvement pour décrire la perspective d'une colline, par exemple, tout comme lui et ses compagnons s'arrêtent pour visiter l'église abbatiale de Cadouin dans le but d'y voir le suaire qui est censé avoir enveloppé le Christ (*Le Véloce-Sport*, 30 avril 1885 : 106).

Les lecteurs du *Véloce-Sport*, tout comme les membres du VCB (Dauncey, 2012 : 26), sont partagés dans les années 1880 entre « recordmen » et touristes. Les récits de « À travers route » oscillent donc entre un lyrisme qui s'associe aux valeurs de ces derniers et un style télégraphique censé être le reflet de la vitesse de ces premiers. Pourtant, le lyrisme de ces récits est souvent miné par un ton ironisant adopté volontiers par ces auteurs comme s'ils se moquaient des prétentions littéraires qui caractérisent un certain journalisme de qualité. Ainsi se protègent-ils contre toute critique ; comme l'affirme Myriam Boucharenc,

journalisme et littérature s'entrecroisent sous la Troisième République sans que ce premier se débarrasse d'un fort sens d'infériorité vis-à-vis de cette dernière qui, elle, n'hésite pas à le remettre à sa place (2004 : 19-26). Sun adopte ainsi une tactique d'auto-défense dans son récit « La Fontaine Rollet » quand il évoque une journée ensoleillée sur un ton ironique : « J'avance toujours, et maintenant Phébus inonde de lumière la campagne riante ». Pourtant, il s'oublie quelques instants plus tard. La chaleur l'empêche de rouler vite et il se perd par la suite dans la contemplation des couleurs et des sons qui l'entourent : « le bruissement des feuilles se mêle au murmure de l'onde ; on entend dans le lointain la voix des laboureurs [...], le tintement des cloches du troupeau voisin allant au pâturage ; tout cela forme une musique mélodieuse, avec des sons variant à l'infini ». Enveloppé par la nature, il se perd dans le moment. Il ne mange plus la route comme son coéquipier Jiel ; il le savoure et consacre son récit à « faire connaître aux vélocipédistes cet éden bordelais » (*Le Véloce-Sport*, le 20 août 1885 : 357), le vouant ainsi au tourisme.

Par ailleurs le regard de Sun et d'autres contributeurs à la rubrique « À travers route » est attiré souvent sur les sites historiques qui deviennent pour certains l'objectif principal du périple. Dans la plupart des cas, pourtant, les descriptions de celles-ci sont tout-à-fait banales et dépourvues de tout intérêt littéraire ou historique. Dans « Véloce-Club grenoblois dans les Alpes », par exemple, Novice n'évoque le paysage qui l'entoure (« cette splendide est si pittoresque route des gorges de la Bourne, qui se développe dans un paysage grandiose par son horreur, la sauvagerie de ses sites et le nombre de ses gouffres ») que de façon sommaire (*Le Véloce-Sport*, le 13 mai 1886 : 224). En effet, le mot pittoresque sert de poncif descriptif dans bien de récits, un peu comme le fera quelques décennies plus tard l'icône « point de vue » sur les cartes routières, pour signaler au lecteur qu'il y a bien quelque chose à contempler. Mais, vers la fin de la décennie, la description fait place à une simple liste de sites d'un intérêt éventuel. L'auteur de « De Decize (Nièvre) à Cannes (670 kilo) », un certain C. Nicard, négociant en bois de la Haute-Savoie, refuse carrément le rôle de guide touristique pour insister plutôt sur son passage à travers le paysage, son combat avec le Mistral et son triomphe sur celui-ci :

« [J]e vous dirai que je pourrai bien me servir du Guide Joanne et vous faire le récit de telle ou telle pierre, de telle ou telle église du XII<sup>e</sup> ou du XIII<sup>e</sup> siècle, etc., etc., mais je n'ai pas le temps, et puis je préfère [...] négliger toutes les citations archéologiques qui intéresseraient fort peu vos lecteurs, lesquels, j'en suis sûr, préféreront savoir comment j'ai pu, en bon bourgeois, en vrai bicycliste, atteindre le but de mon voyage. Là-dessus, je poursuis, laissant à d'autres,

plus érudits que moi, le soin de vous faire ces longues descriptions pleines de science, mais arides et sèches comme les dunes d'un désert. » (*Le Véloce-Sport*, le 19 janvier 1888 : 1280)

L'intérêt des lieux traversés se réduit uniquement alors à son rapport à la vitesse et à la difficulté du périple. En ceci, Nicard anticipe les conseils du comité de rédaction aux contributeurs qui déclare le 5 avril 1888 que les récits de sorties doivent faire preuve d'« un développement proportionné à l'importance de l'excursion qu'ils auront à raconter ». Et de conclure : « Il est bon d'être concis et d'éviter les détails qui, forcément communs à toutes les promenades, en deviennent banales » même si le comité de rédaction ne ferme pas définitivement la porte à « des narrations vraiment intéressantes, amusantes et instructives [...] » (141). Ces consignes éditoriales constituent une tentative d'imposer un style aux récits et en même temps une manière de concevoir les villes et les paysages traversés à bicyclette, un style qui favorise la brièveté et la vitesse. Pourtant, si les excursions racontées dans les pages du *Véloce-Sport* nous apprennent qu'il faut plutôt manger que savourer la route, elles servent un deuxième objectif tout aussi important à la construction d'une culture cycliste : promouvoir à travers le récit une sociabilité sportive exclusivement masculine et surtout bourgeoise résumé dans le personnage du véloceman.

---

**« NE PAS PERDRE UNE MINUTE »**

---

La sortie des sociétés ou clubs vélocipédiques avait plusieurs buts. D'abord, il s'agissait d'entraînement en dehors des courses organisées sur « pistes ». (Dans la majorité des cas, et avant la construction en masse des vélodromes à partir des années 1890, celles-ci consistaient en des tours des places principales, par exemple la Place des Quincones à Bordeaux, pour les courses organisées par le VCB)<sup>7</sup>. C'était également un moyen de s'entraîner pour les tentatives de record entreprises entre deux villes (parfois en aller-retour et presque toujours sur plusieurs centaines de kilomètres). Pourtant les récits de ces sorties mettent en valeur surtout leur fonction de sociabilité masculine et bourgeoise. Comme l'explique Varda Burstyn, le sport à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle en Europe et dans le monde anglophone est un domaine réservé presque exclusivement aux hommes ; il sert donc à créer et à conforter les liens de sociabilité et la domination masculines (1999 : 51-53). Les récits de sorties de clubs racontés dans *Le Véloce-Sport* sont le reflet de cette exclusivité masculine<sup>8</sup>, mais, ce qui est plus important, ils contribuent à la construction de l'identité cycliste en créant le personnage du véloceman. Celui-ci prend sa réalité dans l'acte de raconter ses journées passées en selle et ses rapports avec d'autres hommes de la même classe sociale<sup>9</sup>.

Les sorties non-officielles des membres de sociétés vélocipédiques, par exemple, semblent être surtout motivées par le désir de passer du temps en bonne compagnie. Le récit sans titre de Félix Roger du 1<sup>er</sup> octobre 1885 en offre un bon exemple. Le but de sa sortie avec son ami Georges, avec qui il partage un logement, est de « tuer le temps ». Le véloceman idéal dans ces récits est un bon bourgeois qui dispose du temps, et donc qui le possède en quelque sorte. Il réveille Georges ainsi : « Good morning dear ! [...] Il s'agit, mon cher, de ne pas perdre une minute. 'Time is money,' comme disent nos voisins d'outre-Manche ». L'usage de l'anglais (qu'on remarque aussi dans les pseudonymes de bien des contributeurs au *Véloc-Sport*) signale un désir d'imiter un certain esprit et style associés à l'aristocratie anglaise, même s'ils sont utilisés de façon ironique. Roger est donc typique d'une bourgeoisie française « incapable de créer par elle-même une mode » à qui il faut « des modèles » parmi lesquels on trouve des « sportmen anglais [...] » (Gaboriau, 1991 : 21).

Le récit de Roger abandonne très vite toute tentative de décrire les « pittoresques beautés » de la route qui mène à Thiers (Puy-de-Dôme) car elle est trop dangereuse et l'auteur n'a que « l'œil ouvert aux cailloux » (*Le Véloc-Sport*, 1<sup>er</sup> octobre 1885 : 456). Il détaille plutôt l'alcool consommé (Picon, cognac, liqueurs et bocks), ses effets sur les deux vélocipédistes et leur capacité diminuante de maîtriser leurs vélocipèdes. Le but de Roger est d'avertir le lecteur tout en l'amusant, mais il insiste surtout sur la convivialité et le plaisir de faire du vélo en bonne compagnie masculine.

La convivialité est également le thème dominant chez les récits de sorties officielles des clubs. Celles-ci prennent parfois la forme d'une rencontre sociable avec un club voisin où toute rivalité sportive est suspendue. Ainsi un numéro de janvier 1888 contient-il le récit d'une promenade réunissant le C.V. de Sayon et le club de Tonnay ainsi qu'un deuxième qui raconte la rencontre entre le VCB et le V.C. Libournais ; « cette charmante fête de famille » comprend un déjeuner copieux précédé d'apéritifs (« byrrh, picon, madère, etc. ») (*Le Véloc-Sport*, le 19 janvier 1888 : 1278). L'excursion de la SVM entreprise en août 1887 (en toute probabilité la Société Vélocipédique Métropolitaine), raconté par C.M., est structurée autour d'une série de rencontres et de banquets avec d'autres sociétés vélocipédiques « où nous sommes reçus de la façon la plus cordiale » (« Excursion de la SVM », *Le Véloc-Sport*, 1<sup>er</sup> septembre 1887 : 784). En préparant leur excursion, la SVM avaient prévenu toutes les sociétés vélocipédiques des villes traversées, mais il faut constater qu'au moins trois sociétés n'ont pas répondu à leur appel. Toujours est-il que, selon Novice du Véloc-Club Grenoblois, la « caravane [de deux sociétés réunies] au bruit des chants joyeux et des gaudrioles contées »

sert « [et] le bien de la vélocipédie et la recherche de la bonne vieille gaieté française » (*Le Véloc-Sport*, 13 mai 1886 : 224).

Qu'il s'agisse de rencontres entre clubs ou entre individus du même club, l'important est de se montrer *gentleman* (et le mot anglais est employé régulièrement dans les pages du *Véloc-Sport*). Se conduire en *gentleman* c'est rester respectueux à tout moment envers tout autre véloceman pourvu que ce dernier soit de la classe méritante<sup>10</sup>. Les vélocipédistes de la petite bourgeoisie constituent un « voisinage compromettant [...] » qu'il faut éviter sur les routes selon Sun (*Le Véloc-Sport*, le 3 septembre 1885 : 387), alors que reconnaître un membre ami du même club offre l'occasion de se montrer véritable gentleman. Sun et ses compagnons essaient de fausser compagnie à un cycliste de la petite bourgeoisie, par exemple, qui essaie de rouler avec eux. Lorsqu'il n'abandonne pas la poursuite, ces *gentlemen* du VCB semblent décider de recourir à la violence et l'attend sur un pont espérant qu'il passera par-là peut-être dans l'espoir de lui régler son compte (*Le Véloc-Sport*, le 3 septembre 1885 : 388). Par voie de contraste, lorsque Sun avait rencontré Lickson, son compagnon de route pour la journée qui s'étendait devant eux, sur ce même « *magnifique pont de Bordeaux* [...] » deux mois plus tôt, les deux vélocipédistes s'étaient lancés dans un échange théâtral qui est l'expression même de l'amabilité cycliste et de la conduite d'inspiration aristocratique qui la sous-tend. Raconter cette rencontre est aussi une façon de montrer au lecteur le rôle qu'il faut assumer pour paraître véritable véloceman :

Tiens ! Sun !

C'est vous, Lickson. Mes compliments, mon cher ; l'exactitude est une des vertus du véloceman. (*Le Véloc-Sport*, le 16 juillet 1885 : 281)

Reconnaître un véloceman, plutôt qu'un parvenu à vélocipède d'occasion, est facile grâce au costume porté par les membres des sociétés vélocipédiques et les cyclistes plus aisés. Adosser son « costume de véloceman [...] » devient pour Joseph Vigne une façon d'assumer le personnage du cycliste moderne qui se réveille pour déjeuner rapidement à quatre heures du matin avant de se mettre en selle (*Le Véloc-Sport*, le 22 octobre 1885 : 500). Mais le costume devient uniforme quand il s'agit de couleurs de club et d'une sortie officielle. Son port est obligatoire car il fait partie intégrante du caractère quasi-militaire de ces activités. La sortie officielle du VCB raconté dans le numéro du 19 janvier 1888 met ainsi en lumière son organisation qui imite celle d'une armée en manœuvres. Le président Rousset mène le train tandis que « J. Laval (tri-Phénix), capitaine de route, [ferme] la marche pour ramasser les blessés et exciter les retardataires [...] » et



« M. Lefaux (tri-Rudge) [part] en éclaireur [...] » (*Le Véloce-Sport* : 1278). Le rôle du capitaine est de relever « les esprits chancelants [...] » (*Le Véloce-Sport*, le 8 mars 1888 : 79) et de rappeler à ceux qui parlent de rentrer en prenant le train « que cela était indigne des vélocipédistes, et qu'il fallait faire contre mauvaise fortune bon cœur [...] et qu'on n'entendra parler du chemin de fer que pour entrer en lutte avec lui [...] » (*Le Véloce-Sport*, le 8 mars 1888 : 78). Écrire la sortie officielle sert à renforcer les valeurs clefs associées au véloceman ainsi qu'à son club ; à savoir, le flegme, la volonté, l'endurance et l'esprit de corps qui émane de l'identité d'équipe.

Le rapprochement effectué ici entre les sorties officielles des clubs et les manœuvres d'une armée en marche rappelle au lecteur les possibilités militaires du vélocipède dont il est question ailleurs dans *Le Véloce-Sport*. Comme le passage des troupes en manœuvres, « La file des vélocipédistes produit sensation sur la masse des promeneurs, qui [...] envahit la rue Nationale [à Tours] » (*Le Véloce-Sport*, le 5 avril 1888 : 142). La traversée de la campagne et des villes est ressentie comme une espèce de conquête de l'espace et du temps par les auteurs de ces récits. Si les membres du Véloce-Club du Gard sont poussés à voir « cette ancienne ville de Baux [dont] il reste encore de si curieux vestiges [...] », c'est pour en prendre des photographies qui finiront par « orner la salle du V.C.G. » (*Le Véloce-Sport*, le 10 mai 1888 : 246). D'autres préfèrent le dessin pour enregistrer leur visite ou même pour laisser leur empreinte en inscrivant les initiales ou l'écusson de leur club sur un rocher (*Le Véloce-Sport*, 27 août 1885 : 372). L'imaginaire conquérant de certains contributeurs se traduit même par un ton, un langage et une vision quasi coloniaux lorsqu'ils racontent la découverte du territoire national. Le récit d'une excursion de la S.V. Métropolitaine en Oise (par un certain Cow-Boy) traite les habitants de Beauvais en indigènes aux « cervelles rétives » (*Le Véloce-Sport*, le 26 juillet 1888 : 473) puisqu'ils ne savent pas distinguer entre tricycles, bicyclettes et grand-bis. Par ailleurs, E.L. traite les habitants de Chavagnac (qui est « un trou ») en « sauvages » (*Le Véloce-Sport*, le 30 avril 1885 : 107). Le récit de la sortie officielle est le reflet donc non seulement de la découverte du territoire national et de l'apprentissage des régions encouragés par la Troisième République pour fonder l'unité nationale, mais aussi de sa politique coloniale expansionniste et un certain enthousiasme pour ceci promu dans une propagande en faveur du colonialisme. Ces deux mouvements sont bien sûr réunis dans le personnage de Jules Ferry, Ministre de l'Éducation Nationale et ensuite Ministres des Affaires Étrangères, entre 1879 et 1885. Il ne faut pas oublier non plus qu'en 1888, l'année où paraissent un nombre des récits étudiés ci-dessus, le boulangisme est en plein essor et est accompagné d'un vif culte de la vie militaire. Pour Jacques

Augendre, il ne s'agit de rien de moins qu'une époque « où le cyclisme devient une discipline aristocratique et une discipline... militaire » (1998 : 215). Même si les adeptes de la vélocipédie sont surtout des membres de la bourgeoisie dans les années 1880 (Gaboriau, 1991 : 19), on peut parler d'une militarisation plus générale des esprits et surtout de la masculinité française à cette époque qui envahit le sport mais qui en est nourri en même temps (Burstyn, 1999). Le pseudo-militarisme de la sortie officielle telle qu'elle est racontée sous la rubrique « À travers route » met en valeur la conquête de l'espace et du temps plutôt que l'intérêt historique du terroir traversé. Ce genre de récit évite surtout la description des lieux et des paysages qui deviendra par la suite un des objets de la littérature cyclo-touristique des années 1890<sup>11</sup>. Et, comme pour confirmer ce fait, le comité de rédaction intervient encore une fois en juillet 1888 pour signaler que « Notre journal n'est pas une feuille littéraire, les courses et excursions doivent être présentées sous une forme très courte ; quand un lecteur voit un article long, il en remet la lecture à une autre fois et on sait ce que cela veut dire » (*Le Véloce-Sport*, le 26 juillet 1888 : 477).

---

## CONCLUSION

---

Écrire la sortie d'un club vélocipédique devient un moyen d'affirmer et de concrétiser son existence aux yeux du lectorat national (voire, international) du *Véloce-Sport*. C'est aussi une façon de signaler son adhésion à l'UVF, à ses mœurs et à ses valeurs. Pour Bramwells, capitaine du Vélo-Sport Parisien, « capturer » la première excursion de son club dans les pages de l'hebdomadaire de l'UVF, est un moyen d'insister sur « la franche gaîté, la cordialité et le bon accord qui [règnent] parmi nous. C'est un bon augure pour l'avenir » (*Le Véloce-Sport*, le 10 mai 1888 : 245). Écrire le cyclisme est ainsi une façon d'afficher son appartenance à une culture cycliste émergente en France. C'est aussi contribuer à sa construction et à son élaboration.

Pourtant, et comme nous l'avons déjà constaté, la façon de raconter l'excursion à vélocipède devient un choix entre l'expression de deux expériences que certains à la fin des années 1880 veulent diamétralement opposées. Même si le comité de rédaction affirme que « Notre sport est assez grand pour tous ! » en mars 1888, elle insiste dans le même article sur le fait que la fonction originelle (et donc fondamentale) de l'UVF est l'organisation du sport compétitif (*Le Véloce-Sport*, le 1<sup>er</sup> mars 1888 : 47). Ce même éditorial fait allusion au schisme grandissant au sein de l'UVF entre ceux qui suivent la ligne du *Véloce-Sport* et ceux qui considèrent le tourisme comme l'avenir du cyclisme à un moment où les courses et les records attirent de moins en moins l'attention du grand public. Ce schisme mène directe-



ment à la création du Touring Club de France en 1890 qui, dans ses premières années, s'intéressent surtout au cyclisme et à la marche à pied avant de virer vers l'automobilisme.

Par voie de contraste, *Le Véloce-Sport* se lance dans la promotion et l'organisation de la première grande course sur route en mai 1891 : Bordeaux-Paris, course qui sera dominée par des coureurs anglais. Pour remonter le moral des Français, et pour confirmer la domination de la *safety bike* ainsi que son utilité générale, Pierre Giffard du *Petit Journal* lance la première Paris-Brest-Paris en septembre du même an. La participation étant réservée aux citoyens français, elle finit par une lutte entre Charles Terront (de l'équipe Michelin) et Jiel-Laval (ancien contributeur à la rubrique « À travers route » et membre de l'équipe Dunlop). La victoire de Terront sur l'ancien président du VCB marque encore une évolution dans la course sur route. A partir de ce moment, et surtout avec l'avènement de l'automobile, la bourgeoisie se désintéresse du cyclisme, cédant la place aux champions d'origines plus humbles, comme Terront (Dauncey 2012 : 25). Deuxième évolution : l'avènement d'une presse sportive nationale qui voit dans les courses cyclistes et autres événements sportifs un moyen d'augmenter ses ventes. Giffard, par exemple, quittera *Le Petit Journal* pour fonder *Le Vélo* en 1892. Celui-ci entrera en conflit avec *L'Auto-Vélo* d'Henri Desgrange, père fondateur du Tour de France en 1903, pour lequel la course cycliste annuelle devient le garant d'un revenu sûr.

Les rédacteurs du *Véloce-Sport* n'auront pas le loisir de discuter cette grande rivalité ; leur hebdomadaire disparaît en 1897 « cédant à son tour à la loi du progrès [qui dicte que] la place des informations sportives n'est plus dans les publications hebdomadaires » (*Le Véloce-Sport*, le 11 novembre 1897 : 9). Mais il s'agit tout autant de la fin d'une certaine image du cyclisme en tant que sport promu par *Le Véloce-Sport*. Celle-ci voulait associer le sport à un amateurisme absolu et à une aisance bourgeoise dont le véloceman et la société vélocipédique étaient devenus les symboles. La montée du véloceman des années 1880 est de courte durée ; le cyclisme se démocratise de plus en plus rapidement à partir des années 1890 et les vélocemen cèderont leur place au début du 20<sup>e</sup> siècle aux « ouvriers de la pédale » de Desgrange. Toujours est-il que, au cours de ses douze années d'existence, *Le Véloce-Sport* établit les bases de la culture cycliste en France, bases sur lesquelles les Giffard et Desgrange surent construire le sport qui allait dominer la vie sportive de la France dans la première moitié du XX<sup>e</sup> siècle. L'analyse du *Véloce-Sport* montre comment la presse sportive représente un élément constituant de l'émergence d'une culture sportive en France à la fin du XIX<sup>e</sup> et au début du XX<sup>e</sup> siècle. C'est en scrutant cette presse d'un œil plus attentif et en s'interrogeant sur ses qualités et pratiques textuelles qu'on se rend compte pleinement de cette contribution.

---

Proposé le 9 octobre 2020  
Accepté le 9 juillet 2021

## NOTES

---

<sup>1.</sup> La rubrique paraît pour la première fois en juillet 1885. En 1885, elle paraît 13 fois ; en 1886, 16 fois ; en 1887, 22 fois ; en 1888, 28 fois ; en 1889, 22 fois. En 1887, 46% des récits sont sous-titrés « Sortie officielle » d'un club quelconque (36% en 1888).

<sup>2.</sup> Il faut insister que, dans les années 1880, le journalisme sportif est surtout une affaire d'amateurs et que, dans le monde du cyclisme, tout journaliste est un sportif et tout sportif est invité à tenter sa main en tant que journaliste.

<sup>3.</sup> Rousseau devient responsable de la rubrique sportive du *Temps* en 1904 avant de travailler pour *L'Excelsior* en 1910 (Tétart, 2015 : 13).

<sup>4.</sup> Voir « Vélo, bicyclette : histoire des mots » (Vallet, 1998) pour une histoire de l'évolution des termes associés au cyclisme.

<sup>5.</sup> Pour un résumé des débats sur le cyclisme militaire, voir Christopher Thompson (2006 : 27-30).

<sup>6.</sup> Sur le concept de « surménagement » à la fin du siècle, voir Robert Nye (1984 : 324) et Varda Burstyn sur son rapport au sport (1999 : 78-80 ; 99-100).

<sup>7.</sup> Pour une histoire du vélodrome en France dans le contexte du sport-spectacle, voir Robert W. Lewis (2016).

<sup>8.</sup> Nous avons trouvé une seule exception : C.M. raconte dans « Excursion de la S.V.M. » une rencontre avec « la famille Leclerc, d'Evreux [...] » qui comprend deux filles à tandem, Jeanne (« une excellente vélocewoman ») et Cécile (*Le Véloce-Sport*, le 1<sup>er</sup> septembre 1887 : 783).

<sup>9.</sup> On trouve quand même la présence de cyclistes qui ne ressortent pas de la grande bourgeoisie dans les pages du *Véloce-Sport*, mais ils restent des personnages en marge du récit. La présence de Georges Juzan, mécanicien, constructeur et inventeur qui tenait un atelier à Bordeaux, et qui a donc joué un rôle primordial dans le développement du sport dans le sud-ouest, ainsi que celle d'un de ses ouvriers, sont à peine évoquées dans un récit de Sun dont l'auteur et Lickson restent les personnages principaux et les seuls qui ont droit à la parole (*Le Véloce-Sport*, le 16 juillet 1885 : 281-82).

<sup>10.</sup> Comme le constate Dauncey, le développement des sports à Bordeaux est lié à la présence d'une population britannique et exprime une volonté d'émuler son développement outre-manche (2012 : 21).

<sup>11.</sup> C'est surtout la *Revue mensuelle du Touring Club de France* qui en publiera dès 1891 les meilleurs exemples, mais un bon nombre de livres qui racontent le long périple de leurs auteurs à travers la France et l'Europe sont également publiés au cours des années 1890 ; pour ne citer que deux exemples : *Dieppe, Middelburg, Bruxelles. Huit jours à bicyclette* d'Oswald Hefty (Paris : Librairie Sportive, 1894) et *La France en bicyclette. Étapes d'un touriste, de Paris à Grenoble et à Marseille* de Jean Bertot (Paris : Librairies-Imprimeries réunies, 1894). Les deux sont également membres du TCF.

## BIBLIOGRAPHIE

---

- Augendre, J. (1998). « La loi des fédérations », *Les cahiers de médiologie*, 5, pp. 213-19.
- Boucharenc, M. (2004). *L'Écrivain-reporter au cœur des années trente*. Lille, Presses Universitaires du Septentrion.
- Boyle, R. (2006). *Sports Journalism : Context and Issues*. London, Thousand Oaks et New Delhi, Sage Publications.
- Burstyn, V. (1999). *The Rites of Men : Manhood, Politics and the Culture of Sport*. Toronto, Toronto University Press.
- Dauncey, H. (2012). *French Cycling : A Social and Cultural History*. Liverpool, Liverpool University Press.
- Gaboriau, P. (1991). « Les trois âges du vélo en France », *Vingtième Siècle, revue d'histoire*, 29, pp. 17-34.
- Geslot, J-C et Hage, J. (2002). « Recenser les revues » in Pluet-Despatin, J. Leymaire, M. et Mollier, J-Y, *La Belle Époque des revues*. Condé-sur-Noireau, Éditions de l'IMEC, pp. 29-42.
- Herlihy, D. (2004). *Bicycle : The History*. New Haven et Londres, Yale University Press.
- Hill, J. (2006). « Anecdotal evidence : sport, the newspaper press, and history », in Phillips, M.G., *Deconstructing Sport History : A Postmodern Analysis*. Albant, State University of New York Press, pp. 117-29.
- Holt, R. (2014). « Historians and the history of sport », *Sport in History*, vol. 34, n° 1, pp. 1-33.
- Kalifa D., Régnier, P., Thérenty, M.-È., et Vaillant, A. (2011). « Introduction », in Régnier, P., Thérenty, M.-È., et Vaillant, A., *La Civilisation du journal : histoire culturelle et littéraire de la presse française au XIXe siècle*, Paris : Nouveau Monde Éditions, pp. 7-21.
- Lewis, R.W. (2016). *The Stadium Century : Sport, Spectatorship and Mass Society in Modern France*. Manchester, Manchester University Press.
- Loué, T. (2002). « Un modèle matricial : les revues de culture générale » in Pluet-Despatin, J. Leymaire, M. et Mollier, J-Y, *La Belle Époque des revues*. Condé-sur-Noireau, Éditions de l'IMEC, pp. 57-68.
- Nye, R. (1984). *Crime, Madness and Politics in Modern France*. Princeton University Press.
- Poyer, A. (2004). « La structuration fédérale du cyclisme associatif du Nord et du Pas-de-Calais entre 1881 et 1914 : priorité à la région ou à la nation ? », *Revue du Nord*, n° 355, pp. 297-310.
- Smethurst, P. (2015). *The Bicycle : Towards A Global History*. Basingstoke, Palgrave Macmillan.
- Tétart, P. (2015). « Introduction : Des articulets aux pages sportives : état des lieux et des intentions » in Tétart, P., *La presse régionale et le sport : naissance de l'information sportive*. Rennes, Presses Universitaire de Rennes, pp. 9-28. Consulté en ligne à <https://books.openedition.org/pur/91741> le 5 mai 2021
- Thompson, C. (2006). *The Tour de France : A Cultural History*. Berkeley, Los Angeles et Londres, University of California Press.
- Vallet, O. (1998). « Vélo, bicyclette : histoire des mots », *Les cahiers de médiologie*, 5, pp. 15-18.



---

## RÉSUMÉ | ABSTRACT | RESUMO

---

*Le Véloce-Sport et l'invention de la culture cycliste*

*The Véloce-Sport and the invention of cycling culture*

*O Veloce-Sport e a invenção da cultura do ciclismo*

**Fr.** Publié entre 1885 et 1897, *Le Véloce-Sport* de Bordeaux faisait figure de chef de proue parmi les revues vélocipédiques françaises de la fin du XIX<sup>e</sup> siècle. En tant que la voix de l'Union Vélocipédique Française (UVF), cet hebdomadaire en devint par la suite son organe national officiel. Alors que certaines analyses de l'histoire du sport en France se sont penchées sur ce rapport avec l'UVF pour mieux comprendre l'évolution de cette dernière, on a plutôt négligé l'analyse des pratiques journalistiques chez *Le Véloce-Sport*. Une lecture plus attentive de ce dernier offre le spectacle d'une culture sportive en voie de développement et illustre donc le rôle fondamental du journalisme sportif, ainsi que celui de ses lecteurs, dans la construction de cette culture. Notre analyse se portera sur la rubrique « À travers route » et sur les articles publiés sous celle-ci entre 1885 et 1889. À la différence de la plupart d'autres rubriques, « À travers route » encourage le lecteur-cycliste de devenir cycliste-écrivain en lui invitant de raconter ses périples à vélo ; elle permet donc de mieux comprendre la contribution du cycliste-écrivain à la conceptualisation et à la représentation de la vélocipédie ainsi qu'à une culture cycliste nationale en voie de développement. Notre analyse se portera sur deux aspects de ce phénomène qu'on trouve dans les récits des écrivains-cyclistes : la représentation du temps et de l'espace traversés à vélo et l'élaboration du personnage qui les traverse (le *véloceman*). Écrire le cyclisme devient ainsi une façon d'afficher son appartenance à cette culture cycliste émergente en France de l'époque tout en contribuant à sa construction et à son élaboration.

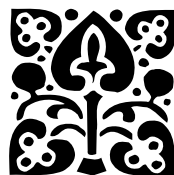
**Mots-clés :** cyclisme ; presse sportive ; XIX<sup>e</sup> siècle ; culture sportive ; France

**En.** Published between 1885 and 1897, the Bordeaux-based *Le Véloce-Sport* was a leading figure amongst French cycling reviews of the late nineteenth century. As the voice of the Union Vélocipédique Française (UVF), this weekly subsequently became its official national publication. While some sport historians have highlighted its relationship with the UVF in order to better understand the latter's development, scholars have largely failed to analyse the journalistic practices of *Le Véloce-Sport* itself. A closer reading of the latter offers the spectacle of a developing sports culture and therefore illustrates the fundamental role of sports journalism, as well as the part played by its readers, in the construction of this culture. This study will focus on one section from the review (« À travers route » [Along the road]) and the articles published in it between 1885 and 1889. Unlike most other sections of *Le Véloce-Sport*, « À travers route » encourages the cyclist-reader to become a cyclist-writer by inviting the latter to recount his cycling adventures. It thus allows us to better understand the contribution of a broad range of cycling-writers to the conceptualisation and representation of cycling and to a developing national cycling culture. Our analysis will focus on two aspects of this phenomenon through the examination of the submissions by the readers of *Le Véloce-Sport*: the representation of time and space traversed whilst cycling and the elaboration of the character who traverses these (the *véloceman*). Writing about cycling thus becomes a means of signalling one's adherence to the emerging cycling culture of the time whilst helping to build and elaborate it.

**Keywords:** cycling; sports press; 19th century; sports culture; France

**Pt.** Publicada entre 1885 e 1897, *Le Véloce-Sport* de Bordeaux impôs-se como a principal revista velocipédica francesa do final do século XIX. Enquanto voz da União Velocipédica Francesa (UVF), o hebdomadário viria a se tornar, mais tarde, seu órgão nacional oficial. Enquanto alguns estudos da história do esporte na França se concentraram nessa relação com a UVF para apreender sua evolução, a análise das próprias práticas jornalísticas na *Le Véloce-Sport* tem sido negligenciada. Uma leitura mais atenta dessa revista revela o espetáculo de uma cultura esportiva em desenvolvimento, ilustrando o papel fundamental do jornalismo esportivo, e de seus leitores, na construção dessa cultura. Analisamos aqui a coluna “*À travers route*” e os artigos nela publicados entre 1885 e 1889. Ao contrário da maioria das outras colunas, “*À travers route*” incentiva o leitor-ciclista a se tornar um ciclista-escritor, convidando-o a contar suas aventuras de bicicleta, proporcionando uma melhor compreensão da contribuição do ciclista-escritor para a conceituação e representação da velocipédica e para uma cultura ciclística francesa em desenvolvimento. Nossa análise foca mais especificamente em dois aspectos desse fenômeno nas narrativas dos escritores-escritores: a representação do tempo e do espaço percorridos de bicicleta; e a elaboração do personagem que os atravessa (o *véloceman* ou “homem-velocidade”). Escrever sobre ciclismo torna-se assim uma forma de assumir e de manifestar seu pertencimento à cultura do ciclismo emergente na França da época, ao mesmo tempo em que contribui para sua construção e seu desenvolvimento.

**Palavras-chave:** ciclismo; imprensa esportiva; século XIX; cultura esportiva; França





# « De nos envoyés spéciaux »

## Poétique d'une auctorialité plurielle dans le domaine du sport

PAUL ARON

Directeur de recherches au FNRS  
Université libre de Bruxelles  
Centre Philixte  
Belgique  
paron@ulb.ac.be



La presse a toujours essayé de décrire les activités sportives de la manière la plus réactive possible, en essayant d'ajuster au plus près le compte rendu au déroulé de l'événement. Ne pouvant bénéficier du « *direct* », la presse écrite compense son retard en mixant les ressources technologiques qui permettent d'accélérer la communication des résultats (télégraphe, télex, internet) avec un contenu informatif spécifique, visuel et textuel, qui densifie la compétition et justifie la raison d'être du journal. Dans ce but, la stratégie adoptée par les médias de presse, hier comme aujourd'hui, consiste à envoyer du personnel sur le terrain, de manière à côtoyer les sportifs et leur environnement spécifique. Ce personnel porte un nom : il s'agit des envoyés spéciaux.

L'envoyé spécial n'est jamais étudié en tant que catégorie spécifique par les études sur le journalisme. Je précise : en tant que rôle fonctionnel, il a fait l'objet de nombreuses études. On le connaît par sa spécialité (le reportage sportif, politique ou de guerre<sup>1</sup>), par son statut dans le journal (grand reporter ou pigiste), et son genre d'écriture a été bien décrit (grand reportage, chronique, reportage et fiction<sup>2</sup>). On a aussi été attentif au contrat d'objectivité de son écriture, et aux formes narratives du récit à la première personne. Mais l'expression même qui le désigne semble transparente, voire insignifiante. Elle est en quelque sorte passée sous les radars des analystes de la presse ou des médias.

Pour citer cet article, to quote this article,  
para citar este artigo :

Paul Aron, « " De nos envoyés spéciaux ". Poétique d'une auctorialité plurielle dans le domaine du sport », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo*

[En ligne, online], Vol 10, n°2 - 2021, 15 décembre - december 15 - 15 de dezembro.

URL : <https://doi.org/10.25200/SLJ.v10.n2.2021.436>

L'objectif de cet article est d'en approcher la réalité matérielle en utilisant des outils numériques et poétiques (au sens où Marie-Ève Thérenty parle d'une « poétique du support »<sup>3</sup>). Les premiers permettent de préciser l'émergence de l'appellation « envoyé spécial/envoyés spéciaux » dans le monde de la presse. Cette recherche purement quantitative constate que l'expression apparaît à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle et elle permet de mesurer sa fréquence. Elle distingue son emploi au singulier et au pluriel. Elle donne à voir également les domaines auxquels elle est généralement associée. L'analyse quantitative mobilise à cette fin le corpus de la presse française disponible en ligne à la date de rédaction de cet article dans les moteurs de recherche de Gallica et de Retronews.

Dans l'entre-deux-guerres, l'expression est devenue commune, même si les journaux en font des usages variés. On concentrera l'attention sur le cas de la presse sportive, qui est au cœur des travaux de la présente livraison de *Sur le journalisme*. Au-delà des informations transmises, on essaiera de cerner la manière dont ces informations sont présentées par le journal qui relaye les articles de ses envoyés spéciaux. On prendra alors appui sur un corpus restreint de la presse numérisée sur Gallica portant sur le Tour de France. Ces pages donnent à voir non seulement les textes des envoyés spéciaux, mais également le support sur lequel ils se déploient, la stratégie des titres, le jeu entre la page spécialisée et la première page, et, surtout, le dialogue qui s'y installe d'emblée entre les deux registres de leurs interventions, photographique et rédactionnel. Comme on le verra, ces différents aspects que la numérisation donne à appréhender comme un tout complètent utilement les analyses de discours ou de fonction qui sont le plus souvent mobilisées par l'analyse du journalisme sportif.

L'envoyé spécial est une qualification utilisée par les journaux. Elle ne recouvre aucune réalité statutaire. Elle n'apparaît pas dans le Barème du traitement minimum des journalistes professionnels qui distingue les grands reporters, les informateurs ou petits reporters et les reporters photographes. Elle ne figure pas non plus dans la nomenclature du service des sports, qui mentionne seulement la catégorie des « rédacteurs ordinaires » (Souanef, 2019 : 199-200).

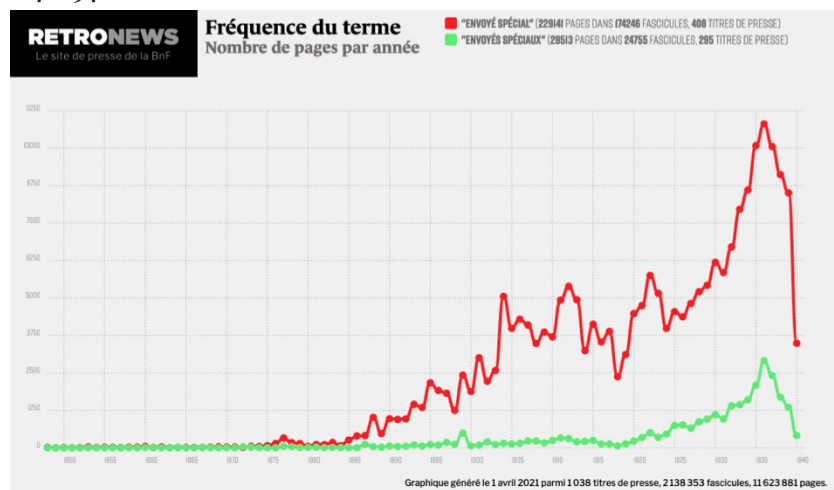
Dans la pratique, qu'est-ce qui sépare l'envoyé spécial du reporter ou du journaliste en général ?

A priori rien, ou presque. L'expression souligne seulement que le journaliste décrit un événement particulier, limité en temps et lieu, et qu'il y assiste aux frais de l'organe de presse qui l'envoie. Elle n'a pas d'implication sur le plan de l'écriture. Un peu passe-partout dans ses usages réels, elle recouvre ce que l'on connaît bien à présent des différents régimes du journalisme en déplacement. On notera cependant qu'elle correspond à des situations assez hétérogènes, plus hétérogènes que le reportage en tant que tel, quoique se confondant souvent avec lui<sup>4</sup>.

Le syntagme « envoyé spécial » se décline sur plusieurs niveaux. Il désigne d'abord des catégories diverses d'intervention rédactionnelle. L'envoyé peut être un collaborateur régulier du journal ou une personnalité extérieure, dont la présence est requise par la nature même de l'événement à commenter. L'envoyé peut également n'être pas le rédacteur de l'article, mais le photographe ou l'informateur du journal. L'expression ne présuppose aucun domaine d'application ; elle désigne aussi bien le prestigieux correspondant de guerre qu'était Jules Sauerwein, que l'inconnu signalant le vainqueur des courses de chevaux ou le nom des derniers évêques canonisés à Rome. Les signatures des articles reflètent cette diversité, qui vont du nom mis en relief au début de l'article, souligné d'un « par » emphatique, jusqu'aux initiales discrètes ou à l'anonymat complet. Ainsi, du point de vue du lecteur comme de celui de l'éditeur du journal, le syntagme « envoyé spécial » neutralise sans doute l'opposition entre le grand reporter et le préposé aux chiens écrasés. Il rabat la singularité énonciative sur l'organe d'information, puisque ce n'est plus le reporter qui décide de se rendre en un lieu névralgique ou inattendu, mais le journal qui, d'initiative propre, l'y expédie.

Mis au pluriel, le syntagme est plus rare, parce que l'envoi d'une équipe sur le terrain demande évidem-

III. 1. « Envoyé spécial » et « Envoyés spéciaux » dans la presse française, 1848-1940.



ment des moyens supplémentaires. Il est donc pertinent de proposer deux lignes différentes, au singulier et au pluriel, pour observer la montée en puissance de l'expression. C'est ce que donne à voir le premier tableau, qui rend compte de la fréquence du terme dans l'ensemble des titres numérisés et océrisés par Retronews. Nous prenons comme date initiale 1848, qui est celle de la première expansion de la grande presse écrite (*Le Journal des chemins de fer*, de Moïse Millaud). Nous nous arrêtons en 1940, parce que, pour des raisons de droits, les données disponibles en ligne sont nettement moins représentatives à partir de la seconde moitié du siècle.

Ce diagramme indique l'impressionnante progression de la fréquence d'usage de l'expression, surtout après la Première Guerre mondiale. Elle fait son apparition vers 1885 et commence alors une ascension qui ne s'arrête qu'au début du second conflit mondial. L'écart entre le singulier et le pluriel est également notable. Il y a 250 occurrences de « envoyés spéciaux » en 1921 et on ne passe au-dessus des 1500 que quatorze ans plus tard, avec une pointe en 1936-1937, qui est liée à la guerre civile espagnole. Au singulier, la formule est déjà bien présente au tournant du siècle, et elle connaît une progression presque continue, avec un pic correspondant au même événement. L'écart entre les deux lignes du diagramme est également significatif, il atteint un rapport de 1 à 4 au sommet des deux courbes. Le schéma ne permet pas de lier ces chiffres avec le tirage des journaux, mais il est évident que la croissance des occurrences suit la montée en puissance des grands quotidiens d'information et que le nombre de lecteurs croît beaucoup plus vite que la fréquence des termes.

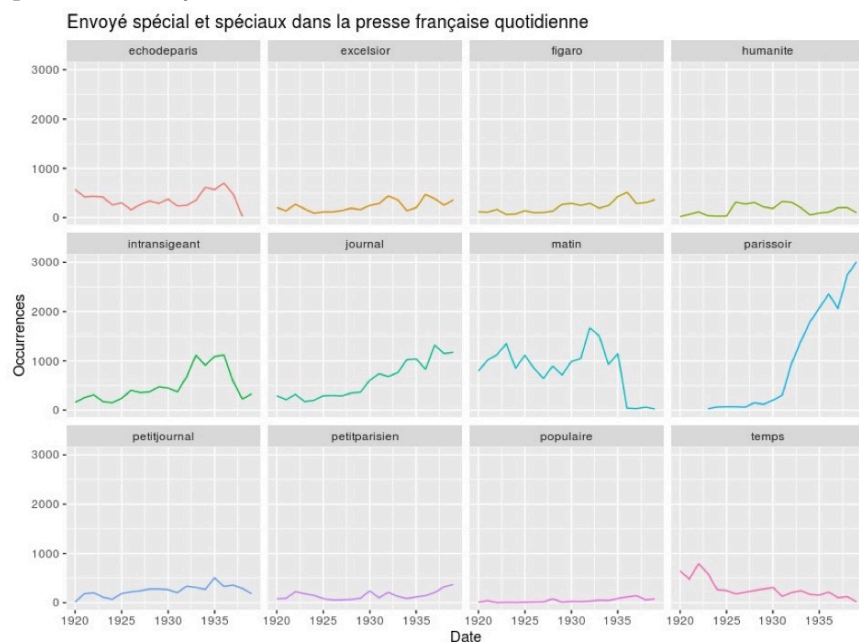
La brève croissance du nombre d'envoyés spéciaux vers 1898 nous invite à observer de plus près le contenu des journaux. L'événement majeur couvert par ces envoyés est assez surprenant : il s'agit des procès liés à l'Affaire Dreyfus ; à eux seuls ils occupent près de la moitié du corpus. Viennent ensuite, loin derrière, les grandes manœuvres militaires (exemples : *La Petite République*, 6/9/1891; *La Lanterne*, 11/9/1887; 11/9/1895 ou *Le Journal*, 17/8/1895); les élections (*La Cocarde*, 13/5/1888); un voyage présidentiel (*La Presse*, 6/6/1895), la grève des mineurs (*La Petite République*, 19 et 20/10/1893),

des canonisations à Rome (*Le Gaulois*, 16/1/1888), et enfin le sport déjà, notamment les courses à Deauville (*L'Écho de Paris*, 11/8/1896; 18/8/1896; 20/8/1896).

Au xx<sup>e</sup> siècle, les envoyés spéciaux apparaissent dans toutes sortes de rubriques, mais avec une fréquence très dépendante de la puissance du journal et de sa politique éditoriale. Pour mesurer cette diversité, on peut utiliser ici l'outil mis au point par Pierre-Carl Langlais dans le cadre du projet Numapresse. Il s'agit d'un modèle entraîné avec Tidysupervise sur les archives numérisées de 22 exemplaires de journaux publiés entre 1924 et 1938 issus de quatre quotidiens : *Le Matin* (19 janvier 1925, 12 juin 1930, 1er mars 1932, 12 février 1934, 16 février 1934 et 9 septembre 1936), *Le Petit Parisien* (11 août 1924, 19 septembre 1927, 2 décembre 1930, 4 mars 1932, 30 mars 1934 et 17 juin 1937), *L'Intransigeant* (19 mai 1925, 7 mai 1930, 2 mars 1932, 6 mai 1934, 19 septembre 1935 et 13 février 1938) et le *Petit Journal* (26 septembre 1927, 3 mars 1931, 28 juin 1933 et 16 octobre 1936). Ce modèle permet d'identifier des rubriques dans lesquelles se repèrent aisément nos termes clés (Langlais). Appliqué au corpus des grands journaux de la période océrisés sur Gallica, il donne un schéma de fréquence de l'apparition de l'envoyé spécial dans les grands titres de la presse quotidienne entre les deux guerres. De manière volontaire, on a neutralisé ici la distinction entre le singulier et le pluriel, et on s'est arrêté avant l'expansion de la guerre civile.

Rares sont les journaux qui n'envoient pas d'envoyés spéciaux. Les schémas suggèrent une légère croissance dans les grands journaux populaires, à l'inverse du *Temps*, plus intellectuel. Ils ne dessinent toutefois pas de tendance générale, ce qui tendrait à faire croire que chaque jour-

### III. 2. Fréquence des termes « envoyé spécial » et « envoyés spéciaux » dans la presse quotidienne française de 1920 à 1935.



Ill. 3. *Ce Soir*, 2 juillet 1937.



nal développe sa propre vision et son propre usage des envoyés spéciaux. Ce constat est important en ce qu'il confirme que l'expression relève non pas d'un genre journalistique (comme le reportage) mais d'un choix éditorial propre à la stratégie et aux moyens techniques de chaque titre. En ce sens, l'augmentation croissante du nombre d'occurrences du syntagme que nous avons constatée dans le premier tableau est en partie un leurre. Elle cache en effet une forte disparité de situations, et reflète en réalité les pratiques systématiques de certains titres plutôt qu'une tendance générale.

Il est en effet possible de lire dans deux journaux exactement le même genre d'informations, avec un recours à des journalistes cités nommément, dont l'un les présente comme des envoyés spéciaux, tandis que le second fait l'économie de cette expression. Cela apparaît nettement en comparant les pages du 2 juillet 1937 de *Ce Soir*, quotidien d'obédience communiste qui investit de grands moyens dans la couverture de l'événement sportif le plus populaire qu'est le Tour de France, et de *Paris-Soir*, qui a l'habitude de couvrir depuis toujours cette épreuve. Le quotidien de Jean Prouvost, comme l'a suggéré le tableau précédent, fait de ses envoyés spéciaux une véritable identité éditoriale, ce qui n'est pas le cas de *Ce Soir*. Le titre entre parenthèses, mais central : « Par téléphone, de nos envoyés spéciaux », suggère ainsi que toutes les signatures présentes sur la page relèvent de cette qualification.

Les envoyés spéciaux sont-ils liés à un certain type d'événement ? Ici encore, l'enquête numérique suggère une réponse nuancée. En fonction des marqueurs sémantiques retenus, on peut distinguer des pages thématiques différentes dans le corpus de nos quotidiens. La mention

Ill 4. *Paris-Soir*, 2 juillet 1937.



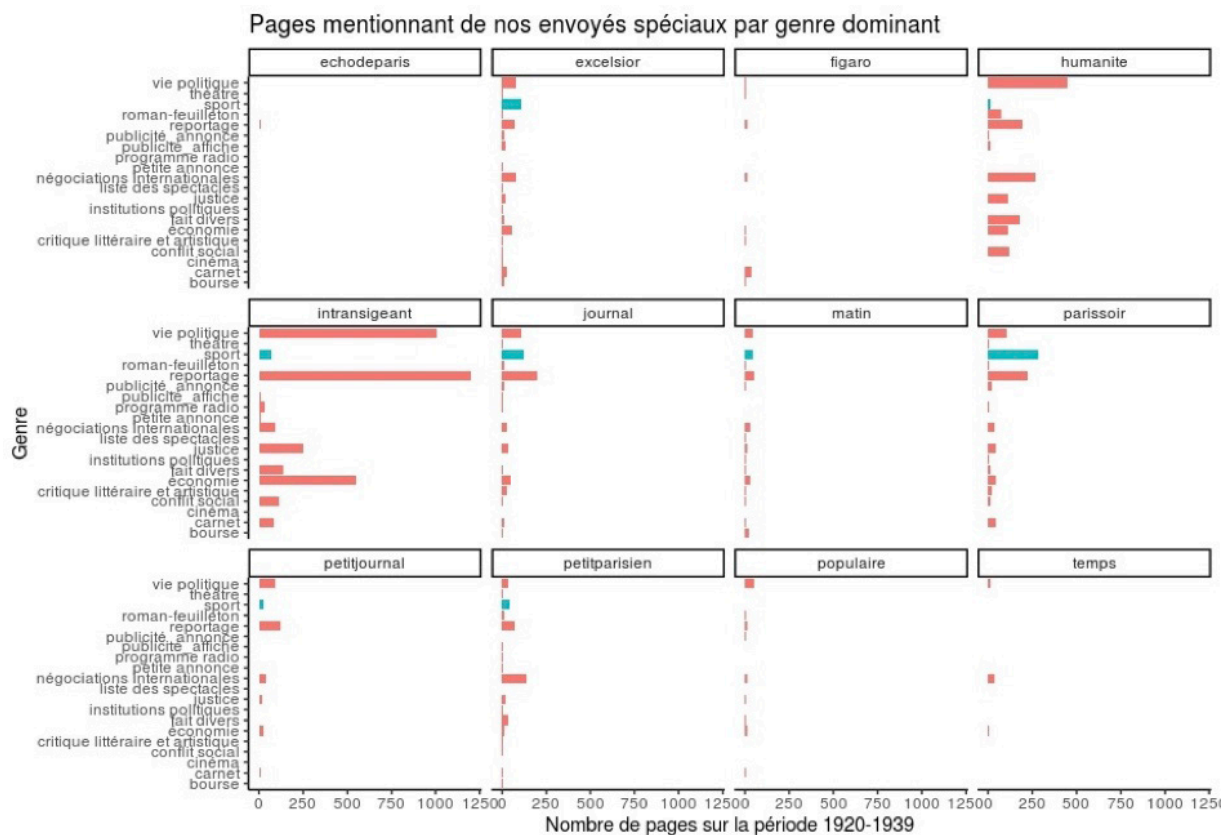
« envoyés spéciaux » y apparaît régulièrement, dans les contextes liés au Reportage, à la Vie internationale, à la Vie politique et au Sport. Le diagramme masque toutefois le rôle stratégique de la première page, qui annonce souvent les textes des envoyés spéciaux paraissant dans les pages suivantes, et les associe d'office aux informations politiques nationales et internationales qui sont le propre de la Une. Ce constat renforce la part que les envoyés spéciaux prennent aux événements sportifs, annoncés à l'entame du journal et développés ensuite (ill. 5).

Une autre manière d'interroger le rôle des envoyés spéciaux est d'envisager la saisonnalité de leurs interventions. Nous avons ainsi réparti les occurrences de l'expression par date, jour après jour, pendant l'année 1934 de *Paris-Soir*<sup>5</sup>. L'illustration 6 confirme que les interventions des envoyés spéciaux se font par « pics », selon les circonstances, à l'exception significative du mois de juillet, qui est celui du Tour de France, où elles deviennent régulières. Les autres pics sont liés à des événements exceptionnels, comme l'état insurrectionnel de Madrid et de Barcelone en octobre, ou à un mixte de sport et d'autres événements, comme en mars où Paris-Nice rencontre l'enquête sur l'assassinat du conseiller Prince, un des protagonistes de l'affaire Stavisky.

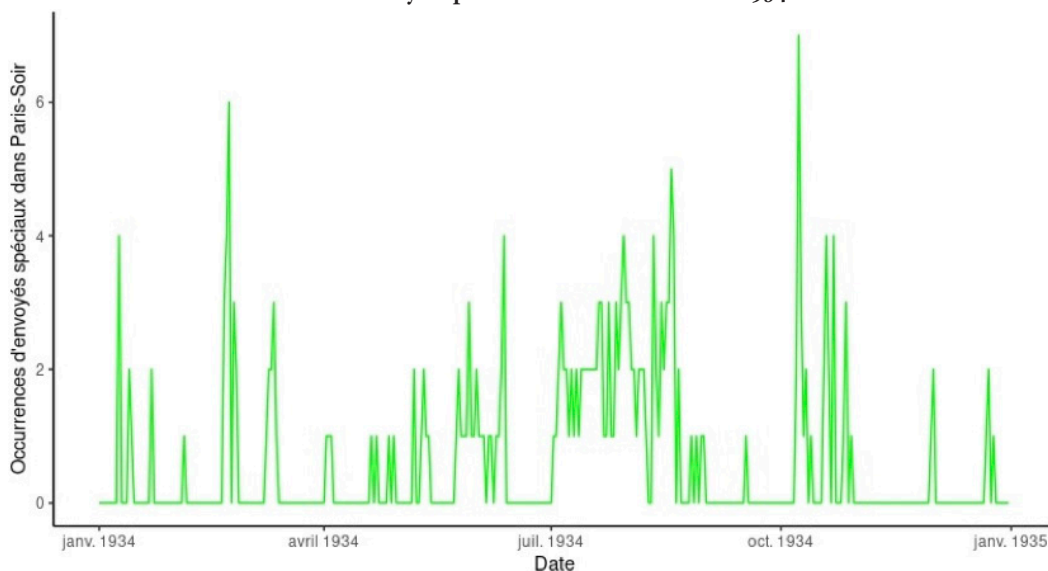
La relative régularité des pics est un facteur de la production de l'intérêt médiatique, et un marqueur de la stratégie éditoriale de ce grand quotidien populaire. Elle suggère d'approfondir l'enquête en se focalisant à présent sur le tour de France qui, à lui seul, modifie la structure du schéma de fréquence puisque la période où il se déroule est la seule où les envoyés spéciaux demeurent présents chaque jour.



III. 5 : Les mentions « Envoyé spécial » et « envoyés spéciaux » réparties par rubriques



III. 6. Nombre d'occurrences de « envoyés spéciaux » dans *Paris-Soir* en 1934.



**SUR LA ROUTE DU TOUR**

Dans cette seconde partie, je voudrais étudier de plus près la publication des articles des envoyés spéciaux sportifs dans l'économie des journaux qui en font grand usage, de manière à interroger ce que l'on peut appeler leur dispositif<sup>6</sup>. Il s'agit d'envisa-

ger l'apport des envoyés spéciaux tel que le lecteur le découvre en ouvrant son journal, sur la matérialité de la page et selon l'ordre des rubriques au fil du journal. La reproduction numérique nous offre cette perspective d'ensemble, sans nous rappeler toutefois la dimension exacte d'un folio qu'il est difficile de manipuler autrement qu'en le pliant, ce qui provoque



sans doute des effets de lecture que nous mesurons mal sur nos écrans. Reste que nous prenons aisément conscience de l'essentiel : le fait que la communication de l'envoyé spécial n'est qu'une partie d'un ensemble, qui relève de plusieurs niveaux de fabrication, depuis la transmission de la matière jusqu'à la mise en page finale, ainsi que de la stratégie différents groupes de presse.

Comme l'a montré le tableau 5, deux journaux en particulier mobilisent un grand nombre d'envoyés spéciaux dans le domaine sportif : *Paris Soir* et *L'Intransigeant* (le cas particulier de *L'Humanité*, qui multiplie les reportages sur le terrain social doit être mis à part). Ces deux journaux ont en commun de compter parmi les plus gros tirages de la presse quotidienne : plus d'un million d'exemplaires en plusieurs éditions pour le journal de Pierre Lazareff, près d'un demi-million pour *L'Intran*, qui dispose également d'un hebdomadaire sportif parallèle, *Match L'Intran*, fondé en 1926. Le nombre d'occurrences de l'expression « envoyé spécial » y croît particulièrement vers 1934-35, et la couverture du Tour est remarquable par les moyens mobilisés : textes, photographies, interviews et portraits se succèdent pendant toute sa durée.

Voyons cela concrètement dans la livraison de *Paris Soir* du 5 juillet 1934, 4<sup>e</sup> édition publiée en fin de journée. La Une annonce l'étape du jour par un grand titre sur deux colonnes qui surmonte deux photographies, avec cette légende : « Photos de nos envoyés spéciaux transmises ce matin de Lille à *Paris-soir* par notre voiture laboratoire et de téléphotographie ». La formule révèle l'aspect technique de la transmission de l'information, mais sans attribuer les photos à leur auteur. Cette imprécision suggère que le dévoilement technique est avant tout un argument publicitaire pour le journal lui-même capable de mobiliser toute une équipe de journalistes, de photographes et de techniciens. *Paris-Soir* est coutumier du fait, même en dehors du domaine sportif, il envoie ainsi trois envoyés spéciaux différents en Allemagne pour suivre la destitution du chancelier Von Papen.

La page 1 présente le coureur en fin de carrière André Leducq comme « notre collaborateur ». Les envoyés spéciaux, dont le nombre n'est pas précisé, sont également chargés de la couverture photographique de l'événement, une partie des clichés paraissant en page 12 illustrée. Sur celle-ci les clichés forment encore un microrécit consacré à la soif, qui relie les photos entre elles.

En page 6, sous le titre, « Paris-soir sprint », le lecteur découvre une grande page, composée de manière assez géométrique autour de la formule centrale : « De nos envoyés spéciaux, par téléphone ». Cette précision semble ranger tous les textes signés

sous le même régime, y compris par exemple la contribution d'André Leducq. Toutefois, en lisant les textes, il apparaît en fait que coexistent plusieurs modèles : ( 1 ) l'article de l'envoyé spécial, signé, et annoncé par une formule d'exceptionnalité, la même que celle de l'article politique publié en tribune libre en première page « par Paul Reynaud ». Il y a cinq articles présentés de la sorte, mais seulement quatre contributions réellement écrites par des journalistes : par Gaston Bénac, qui signe aussi la description de

III. 7 et 8 *Paris-soir*, 5 juillet 1937, pages 1 et 6.



l'étape, par A. Baker d'Isy et R. de Latour. Géo Villetan écrit un billet d'ambiance sur le départ de l'étape, à Tournai. L'article d'André Leducq est suivi de la mention *Copyright by André Leducq et Paris-soir, 1934*, qui semble indiquer que le texte pourrait avoir été acheté aussi par d'autres organes de presse. S'ajoute encore un article plus court : « Souvenirs et traditions » par Costante Girardengo ( 1893-1978 ), ancien grand champion italien en fin de carrière, qui donne le point de vue national italien sur la course. Plusieurs rédacteurs sont de grands professionnels : Gaston Bénac ( 1881-1968 ), chef du service des sports, Albert Baker d'Isy ( 1906-1968 ), créateur du Grand prix des Nations, et journaliste sportif confirmé; R. de Latour et Géo Villetan, sont rédacteurs à *Paris-Soir*. Leducq évoque Bénac et Villetan dans ses mémoires, en rappelant qu'ils effectuaient en même temps un tour de France gastronomique ( Leducq, 1978 : 222 ).

Même si le journal paraît en plusieurs éditions dans le courant de la journée, il ne lui est pas facile de serrer au plus près l'actualité sportive. Le titre de la première page renvoie à un direct déjà dépassé au moment où le lecteur le lira : « dès les premiers kilomètres, plusieurs concurrents tentaient déjà de s'échapper ». Les photos présentent le départ de l'étape du jour, mais à l'heure de la mise sous presse, on ne connaît pas encore le nom du vainqueur. Le lendemain, la une n'en fait pas mention. Il faut attendre la p. 6 de la livraison du 6 juillet pour découvrir le nom du vainqueur d'étape, Antonin Magne. La couverture de presse de l'étape se situe donc dans un décalage par rapport aux faits qui donne toute son importance à la stratégie d'écriture et de présentation du journal.

Cette situation a pour effet de rendre illisible le déroulement chronologique de la journée. En fonction du lieu où ils se trouvent et du moment où ils téléphonent leur papier, les envoyés spéciaux produisent chacun pour sa part une impression de direct, mais, en réalité, leurs articles sont des *ephemera* successifs, sans nulle possibilité pour le lecteur d'en suivre la progression horaire.

Gaston Bénac et A. Baker d'Isy se sont manifestement placés de part et d'autre du peloton, dont le départ n'est pas groupé en raison de la foule qui enserme les coureurs. Le premier est en tête et décrit le départ des vedettes. Il s'agit à la fois d'un papier d'ambiance, incorporant une phrase en style de direct ( « Il prend cent mètres, mais Speicher revient » ), suivie par une sorte de zoom arrière généralisant, révélant le lieu où se trouve le reporter : « Et l'on assiste, de l'avant, à ce spectacle curieux de coureurs filant à 40 à l'heure, séparés les uns les autres par quelques mètres d'intervalle, prenant les courbes des trottoirs cyclables

comme les virages d'une piste. » Le second journaliste décrit la manière dont les coureurs se faufilent dans la foule, puis, comme s'il était sur sa moto, il invite le lecteur : « Allons voir en tête ce qui se passe. » Les lignes qui suivent sont consacrées au groupe des Allemands et à quelques incidents de course. On notera que l'information concernant le port du maillot arc-en-ciel par Georges Speicher, qui ne peut arborer son maillot jaune, se retrouve dans les deux articles. Sur la droite de la page, Leducq semble prendre le relais puisqu'il suit les trente derniers kilomètres de la course. Dans la voiture du journal, l'ancien coureur livre ses impressions. Son regard est celui d'un professionnel découvrant l'angle de vue du commentateur.

Car c'est curieux comme l'on voit beaucoup mieux ce qui se passe lorsqu'on est en voiture ! Les fautes des adversaires, les occasions que l'on peut avoir, tout semble clair comme l'eau du Loing. À vélo, il n'en est pas de même et je comprends que Magne et Speicher aient laissé passer hier de belles occasions puisque j'aurais sans doute fait comme eux si j'avais été à leur place.

Seul l'imparfait suggère discrètement que l'étape décrite est passée ( « Il restait encore une trentaine de kilomètres » ). Puis, progressivement, le lecteur ne peut plus douter que Leducq évoque la journée précédente, ainsi que sa soirée à la table des champions où Desgranges l'a invité. Le discours direct se révèle être du différé.

Assez curieusement, le moment d'énonciation de l'ensemble de ces articles demeure flou, seule la première chronique de Bénac porte une date : « Lille, 4 juillet ». Les autres marqueurs temporels suggèrent soit que l'on est le 5 juillet, et que le lecteur lit une sorte de direct de l'énonciation, et non pas de l'énoncé, évoquant les événements de la veille dans leur succession. Mais ces articles jouxtent les chroniques du jour, comme « Derrière le peloton sans maillot jaune » où Baker d'Isy passe du présent du départ ( les rescapés qui « s'appêtent à Lille pour prendre le départ » ), au présent de la mise en mouvement ( « On quitte à midi » ), à celui des incidents de course ( « Les Belges effectuent un rapide retour » ). La dictée suit ainsi les pages du carnet de notes du reporter, et les deux ou trois heures qu'il vient de vivre auprès des coureurs, avant de les quitter pour aller téléphoner.

La présence de plusieurs envoyés spéciaux produit ici une poésie bien particulière de journalisme. Du point de vue des reporters, il s'agit d'envoyer au plus vite un texte rédigé à la hâte, qui évoque les événements liés à l'étape précédente et à celle en cours, jusqu'au moment de la transmission. La référence temporelle n'est pas calendaire, c'est le moment où le lecteur découvre l'article qui détermine les marqueurs

temporels de type « hier » ou « aujourd'hui ». Par contre, l'usage des temps grammaticaux est dépendant du registre d'écriture adopté, en particulier de l'emploi du style direct ou style d'évocation. Pour le lecteur, la mise en page dynamique, avec une grande variété de titres et d'intervenants, provoque à la fois une envie de lire, et un sentiment d'éclatement de l'information, à la mesure d'un événement complexe qu'il convient d'approcher sous des focales diverses.

Les envoyés spéciaux du Tour de France signent des informations fragmentaires, rédigées à la première personne du singulier, transmises de manière aléatoire, qui formeront un kaléidoscope plus ou moins cohérent lorsque leurs contributions seront ajustées aux impératifs esthétiques de la page. Ce schéma éditorial est très différent de celui du grand reportage dans la presse de l'époque. Le grand reporter développe en effet une écriture liée à la mise en scène d'un « je » témoin, garant de l'authenticité de son propos, et maître de son récit (et même parfois des conditions de sa publication)<sup>7</sup>. Par ailleurs, en raison de la signature des articles et de la typographie, la couverture du Tour se distingue également des informations quotidiennes que le secrétaire de rédaction empile selon un protocole bien rodé sur la base des dépêches d'agence ou des informations qu'il reçoit tout au long de la journée.

La stratégie adoptée par *L'Intransigeant* aux mêmes dates (ill. 8) obéit à une autre logique malgré la ressemblance des moyens mis en œuvre. Ici encore, articles et photos organisent la Une, mais une partie seulement de la p. 8 est consacrée au sport, avec un long article de Jean Antoine (1900-1958) suivi de quatre petits articles (par Gautier-Chaumet, Roger Coulbois, René Biebbe et « Le Bouc du Tour »). Cette page est suivie d'une seconde, la 9, qui comporte un bandeau spécifique, et divers articles de détail sur le Tour, lesquels n'occupent cependant pas toute la page. Sur la page 8, les textes sont datés du 4 juillet et de Lille, ce qui assure une plus grande clarté à la chronologie. Le texte de Jean Antoine, sous-titré « notes pour écrire l'histoire », est un récit classique, très bien fait, qui suit la journée avec un grand luxe de détails. La rédaction est au passé, mais aussi au présent, avec de nombreux effets d'oralité traduits par une syntaxe brisée destinée à maintenir la communication avec le lecteur comme sous la forme d'une conversation (« Il observa donc, songez-y, Le Grevès, la discipline, qui est la force des armées et se sacrifia »<sup>8</sup>). Le texte est certainement semblable ou très proche du radioreportage sur Radio-Cité dont Antoine était le directeur.

Gautier-Chaumet (1895-1983), journaliste, homme de radio, puis homme politique, publie des notes nettement plus « écrites », des « à la manière de », des billets d'humeur, ici des « pensées » brèves, qui sont des aphorismes appliqués à la course du jour (« Seconde

Ill. 9. *L'Intransigeant*, 5 juillet 1934, 3<sup>e</sup> édition.



pensée : Un coureur n'est jamais aussi brillant qu'il le croit, ni aussi moche que certains le désirent. ») À la page suivante, les articles signés en corps plus réduit alternent microreportages sportifs (« En bavardant avec nos as, au saut du lit ») et chroniques d'ambiance, comme celle que consacre à un petit vendeur de faux cols celui qui signe La Lanterne rouge (« Un camelot débrouillard »).

Six rédacteurs se partagent le travail, qui sont cités dans l'encadré de la p. 9. La distribution des rôles est plus claire que dans *Paris-Soir*, parce qu'un grand chroniqueur est mis en vedette (il s'agit de l'excellent Jean Antoine, le fils du metteur en scène naturaliste, radioreporter, toujours peu connu, malgré les efforts de Numapresse). La page de photos, pas exclusivement consacrée à l'événement comme c'était aussi le cas de *Paris-Soir*, bénéficie d'une mise en page particulièrement dynamique et originale. Elle partage avec les textes le souci de rendre compte non seulement de la compétition, mais d'un événement médiatisé sous tous ses aspects, même les plus triviaux.

La relation au direct de *L'Intransigeant* semble plus sereine que celle de *Paris-Soir*, mais cela s'explique en partie par une meilleure couverture médiatique. *Le journal* est en effet en relation avec plusieurs postes de radio tout au long de la décennie (Paris-PTT, Poste



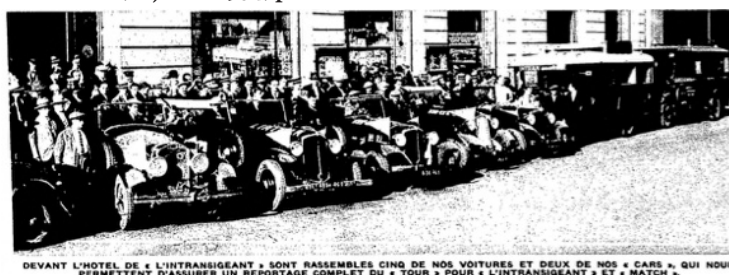
Ill. 10. La page 5, « Images du Tour », *L'Intransigeant*, 5 juillet 1937.



parisien, Radio Toulouse, Radio-Luxembourg, Radio Cité... ), pour lesquels il produit à partir de 1931 des reportages prêts à diffuser<sup>9</sup>. Une publicité pour ces reportages radio se trouve en page 9. Elle assure le lien entre les deux médias, avec l'intervention d'autres personnalités, comme le vétéran de la littérature sportive, Tristan Bernard (1866-1947), à qui *Le Journal* continue de faire appel. Si le lecteur de *L'Intran* est aussi un auditeur, une part des informations factuelles peut être omise dans le support écrit, au profit précisément des notations de fond ou d'ambiance.

Par ailleurs, *L'Intransigeant* bénéficie aussi du relais du bihebdomadaire *Match* pendant la période du Tour. Celui-ci publie des articles, et surtout un reportage photographique complet et chronologique, commenté, du Tour. En page 12, *Match* consacre ainsi une pleine page à l'étape du jour, sous le titre « Le Grevès gagne au sprint la deuxième étape... (textes et photos de nos envoyés spéciaux) ». Or si les deux premières photos et le texte correspondent à ce qui est annoncé, la troisième photographie délivre un message plus ambigu. Elle montre les voitures des envoyés spéciaux, avec une légende qui pourrait tout autant être signée par le rédacteur en chef de l'hebdomadaire.

Ill. 12. *Match*, 6 juillet 1934, p. 12.



DEVANT L'HOTEL DE « L'INTRANSIGEANT » SONT RASSEMBLES CINQ DE NOS « CARS », QUI NOUS PERMETTENT D'ASSURER UN REPORTAGE COMPLET DU « TOUR » POUR « L'INTRANSIGEANT » ET « MATCH ».

Conformément à une pratique bien établie dans la grande presse, le reportage bénéficie ici d'une mise en scène spectaculaire, où il se montre comme le sujet même dont il traite. Dans certains cas, les journalistes photographiés par d'autres journalistes sont seulement les témoins d'un manque d'information véritable<sup>10</sup> ; en l'occurrence, il s'agit plutôt de matérialiser dans un même souci de véridicité photographique les images des coureurs et l'image de ceux qui les accompagnent médiatiquement.

Ill. 11. *L'Intransigeant*, 5 juillet 1934, p. 9.

**Notre radio-reportage**

Voici l'horaire des prochaines émissions effectuées par les services de radioreportage de *L'Intransigeant*, du *Journal* et de *Match*.

**Aujourd'hui**

De 13 h. 30 à 12 h. 45 : passage de la course à Bachy (Nord).  
 A 17 h. 15 environ : arrivée à Charleville de la seconde étape.  
 De 19 h. 40 à 20 heures : commentaires sur la seconde étape, et le « Minute » quotidienne du Tour par Tristan Bernard.

**Demain**

De 7 h. 15 à 7 h. 30 : présentation de la troisième étape : Charleville-Metz.  
 De 12 h. 15 à 12 h. 30 : départ de la troisième étape à Charleville.  
 A 16 h. 30 environ : arrivée à Metz de la troisième étape.  
 De 19 h. 40 à 20 heures : commentaires sur la troisième étape et le « Minute » quotidienne du Tour par Tristan Bernard.

Ces émissions sont effectuées par Paris P.T.T. et l'ensemble des stations régionales du réseau d'Etat et par Radio-Luxembourg. L'émission de commentaires du soir est relayée par la station de Bruxelles-Française.

Radioreporters : MM. Jean Antoine Gauthier-Chaumet, Leulliot et Tristan Bernard, envoyé spécial du *Journal*.

Insistons-y une fois encore : les envoyés spéciaux n'incarnent qu'une des modalités possibles de la couverture médiatique du Tour. *Ce Soir* se passe de la mention, mais pas du contenu rédactionnel. C'est le cas également de *L'Auto* qui donne à lire une autre manière de rendre compte de l'événement (Caritey, 2001). Le statut particulier du journal est qu'il est l'organisateur du Tour. Presque toute la part rédactionnelle du quotidien lui est consacrée. À ce degré de saturation, la mention des envoyés spéciaux serait contreproductive, parce qu'au fond, c'est tout le journal qui joue ce rôle. Ici, dans la livraison du 5 juillet, le Tour est mis en valeur dès la Une qui lui est dédiée, avec une mise en page très réfléchie. Le titre principal, centré,

occupe l'espace de 5 colonnes, et le classement apparaît au milieu de la page, en quatrième colonne sur sept. Ce bel équilibre est renforcé par deux signatures : le directeur Henri Desgrange et un coureur ( René Le Grevès ), double intervention en « je » qui éclaire l'une l'extérieur du peloton, l'autre l'intérieur, par la subjectivité du coureur relatant l'étape du jour. Le journal publie aussi des photographies, qui sont attribuées à leurs auteurs, et il est le seul à envoyer aussi un dessinateur caricaturiste ( p. 2 ). Gautier Chaumet y publie un pastiche de Heredia ( « Les sonnés du tour », p. 2 ), dans un esprit qui annonce celui d'Antoine Blondin, tout en indiquant, par cette collaboration, qu'il n'est pas attaché à un seul journal.

Ill. 13 *L'Auto*, 5 juillet 1934, p. 1.



En conclusion, cette brève enquête permet sans doute d'identifier une modalité encore peu étudiée du journalisme écrit. Dans la foulée des travaux de Jacques Marchand (2004), on a en effet reconnu à sa pleine valeur l'importance institutionnelle du journaliste sportif, ainsi que ses qualités d'écriture (par exemple : Augendre, 2015). Mais on néglige souvent le fait que la présence rédactionnelle des reporters sportifs se manifeste sous la posture de l'envoyé spécial. Elle est dès lors dominée par un régime éditorial particulier, qui atteint avec le Tour de France son point maximal de visibilité : il s'agit du kaléidoscope, figuré dans l'espace même du journal, par la typographie,

l'éclatement entre plusieurs pages plus ou moins clairement consacrées au sport ou à l'événement particulier du Tour, et redoublé par le lien opéré par le journal entre divers médias ( articles, photos, radios ). Dans ce dispositif particulier, seul le metteur en page semble organiser l'abondance des informations qui coexistent dans leurs coordonnées chronologiques et spatiales différentes. Au-delà des informations factuelles ( qui a gagné l'étape ? ), le journal imprimé fabrique un événement pluriel : il décrit ce qui se passe avant, autour, pendant et après la course. C'est ce contexte de publication qui permet de comprendre certains traits spécifiques du travail des envoyés spéciaux.

Pour le décrire, le concept d'auctorialité se révèle utile<sup>11</sup>. Il souligne en effet ce qu'un auteur doit au rôle qu'il investit et qui régule son intervention.

Les « envoyés spéciaux » apparaissent très tôt dans le vocabulaire de la presse dès lors qu'il s'agit de couvrir un événement complexe ou de grande ampleur. Grâce aux envoyés spéciaux, le journal se situe au cœur de la fabrique de l'événement. Il est au centre de l'enquête, et substitue à l'éclatement centripète de l'inattendu le contrôle centrifuge de sa maîtrise des faits et de leurs relais. Toutefois deux régimes d'utilisation des envoyés spéciaux coexistent au début, qui se réduiront entre les deux guerres. Ils diffèrent selon que le nom des dits envoyés est mentionné ou pas. Au pluriel ou au singulier, nommé ou non, l'envoyé spécial est bien au cœur de l'information de terrain, complémentaire ou exclue de celle que génèrent les agences de presse et qui peut être traitée en salle de rédaction. On pourrait penser que l'effet de notoriété des signatures rejaillit sur le journal qui les publie, et donc que le journal partage avec ses journalistes le bénéfice du vedettariat de manière à satisfaire les deux parties : toutefois dans l'entre-deux-guerres, la pratique des envoyés spéciaux nommés augmente sans doute, mais elle ne s'impose pas partout.

Les coups de sonde que nous venons d'opérer permettent d'affiner notre compréhension de l'envoyé spécial. Il apparaît d'emblée qu'il s'agit d'une catégorie proprement journalistique, qui n'a pas d'utilité à l'extérieur de la publication périodique. Alors que nombre d'acteurs de la presse ou de rubriques existent à côté ou en dehors de celle-ci — on peut publier des reportages, des chroniques, des feuilletons sous forme d'ouvrages — l'envoyé spécial est par nature lié à un événement qui justifie et absorbe sa raison d'être. Il redevient journaliste, écrivain ou simple témoin dès que cette actualité est achevée ou dès que son rôle immédiat s'achève.

En conséquence, ce que l'on peut appeler l'auctorialité de l'envoyé spécial outrepassé nécessairement le contenu de l'information transmise. Qu'il soit pho-



tographe, consultant sportif ou reporter spécialisé, le matériel qu'il apporte au journal est lié aux conditions matérielles de la transmission, à sa chronologie décalée, puis à celles de l'impression, et en particulier à la mise en page. Le support est ici essentiel puisque les moyens mis en œuvre modalisent le dispositif même de l'activité de l'envoyé spécial.

Dans le cadre des grands événements sportifs populaires qu'organisent les entreprises de presse depuis le début du xx<sup>e</sup> siècle, les envoyés spéciaux ont une fonction paradoxale. Ils sont à la fois non nécessaires (puisque leur part dans l'information n'est pas toujours nommée) et stratégiques (lorsque le journal qui les envoie exhibe leur intervention). C'est à eux qu'est confiée la dynamique médiatrice qui transforme les épreuves en événements complexes. Un tour de France

ne se réduit pas à la liste des vainqueurs d'étapes ou à celle des porteurs de maillots. Il compose un récit tactique et psychologique, il fait intervenir la mémoire du sport cycliste, et le présent des équipes, il s'intéresse aux coureurs, mais aussi aux entraîneurs, aux seconds rôles, aux médecins, voire aux compagnes des coureurs<sup>12</sup>. La diversité de ces points de vue fabrique le pluriel de l'événement, et un pluriel spécifique à chacun des journaux qui le transmettent. Un certain nombre de grands quotidiens populaires ont pleinement exploité ces données en nommant « envoyés spéciaux » les commentateurs spécialisés de cette diversité.

---

Proposé le 9 août 2020

Accepté le 9 août 2021

## NOTES

<sup>1</sup> Voir e.a.: Têtu (1982) ; Boucharenc (2001) ; Martin (2005) ; Dauncey, H. (2007) ; Fralon (2018) ; Sumpter Randall (2018) ; Mattiato (2021).

<sup>2</sup> Par exemple : *Roman et reportage* (2015) ; Conover (2018) ; Boyton Robert S. (2021).

<sup>3</sup> Thérenty (2009).

<sup>4</sup> Marc Martin ignore cette catégorie. Pour lui, c'est le statut du grand reporter qui compte, qu'il soit ou non désigné comme envoyé spécial. J'espère montrer qu'on ne peut cependant l'ignorer tout à fait (Martin, 2005). Par ailleurs, si l'expression est généralement au masculin, elle se féminise pour encadrer les reportages de Séverine (*Le Figaro*) ou ceux de Jeanne Brémontier (*Le Matin*, 1<sup>er</sup> avril 1901)

<sup>5</sup> La recherche est ici contrainte par les choix de la BNF : Gallica occrise une édition du journal par jour, sans tenir compte des événements qui suscitent plusieurs éditions journalières.

<sup>6</sup> Au sens où Guy Lochard définit le terme (Lochard, 2015 : 45-46). Une autre manière de réfléchir aux choix concrets des rédactions est de les envisager sous l'angle de la routine (Ruellan, 2006).

<sup>7</sup> Voir Boucharenc (2004) ; Tassel (2008) ; Aron (2011).

<sup>8</sup> La syntaxe est typique des expérimentations stylistiques de l'époque visant à transposer l'oralité vers l'écrit. Voir Meizoz (2001).

<sup>9</sup> Les mémoires de Marcel Bleustein-Blanchet montrent bien les liens entre presse écrite et presse radiophonique (*Les ondes de la liberté*: chapitre III). Voir aussi le volet radioreportages de Numapresse (Journée d'étude organisée par Pierre-Marie Héron « Le radioreportage dans les années 1930 », 7 juin 2019).

<sup>10</sup> On en a donné un très bel exemple dans Pinker (2017 : 27).

<sup>11</sup> Sur le concept d'auctorialité, voir Neeman, 2012.

<sup>12</sup> Cela est vrai également de la biographie des intervenants. Voir par exemple le très beau livre de Cleder, 2019.

## BIBLIOGRAPHIE

---

- Aron P. (2011), « Postures journalistiques des années 1930, ou du bon usage de la « bobine » en littérature », *COntEXTES* [En ligne], n°8 | janvier 2011, mis en ligne le 17 janvier 2011, consulté le 21 janvier 2011.
- Augendre J., Cormier J., de Lassus S., avec la participation de J. Cormier (ed.) (2015), *Antoine Blondin : la légende du Tour*, Monaco : Éditions du Rocher.
- Blusteïn-Blanchet M. ( 1984 ), *Les ondes de la liberté : Sur mon antenne, 1934-1984*, Paris : J.C. Lattès.
- Boucharenc M. (2004), *L'écrivain-reporter au cœur des années trente*, Villeneuve-d'Asq : Presses universitaires du Septentrion.
- Boucharenc M. (2005), « Pierre Giffard, Le Sieur de Vapartout, un premier manifeste de la littérature de reportage », dans : *Presse et plumes. Journalisme et littérature au XIXe siècle*, sous la dir. d'A. Vaillant et M.-E. Thérenty, Paris : Nouveau Monde éditions, p. 511-521.
- Boyton R. S. (2021), *Le Temps du reportage*, Paris : Seuil (ed. or. américaine 2005).
- Caritey B. (2001), « La fabrique de l'information sportive : L'Auto (1900-1944) », dans : *Littérature et reportage*. Colloque international de Limoges (26-28 avril 2000), actes réunis par M. Boucharenc et J. Deluche, Limoges : Presses universitaires de Limoges.
- Cléder J. ( 2019 ), *Eddy Merckx, analyse d'une légende*, Paris : Mareuil éditions.
- Conover, T. ( 2018 ), « Immersion and the Subjective: Intentional Experience as Research », *Literary Journalism Studies*, 10 ( 2 ), 162-173
- Dauncey, H. ( 2007 ), « Entre presse et spectacle sportif, l'itinéraire pionnier de Pierre Giffard ( 1853-1922 ) », *Le Temps des médias*, 2 ( 2 ), 35-46.
- Fralon J.-A. ( 2018 ), *Le journalisme avant internet : au temps fou des grands reporters*, Paris : La Tengo.
- Labeau E. (2004), « Le(s) temps du compte rendu sportif », *French Language studies*, 129-148.
- Langlais P.-C. ( 2021 ), « Genre journalistique “ 1920-1940 ” », *Generothèque*, consulté le 30 mars 2021, <http://www.numapresse.org/generothèque/items/show/1>.
- Leducq A. ( 1978 ), *Une fleur au guidon*, Paris : Presses de la Cité.
- Lochard G. ( 2015 ) : *Journalisme sportif, méthodes d'analyse des productions médiatiques*, ss la dir. de G. Derèze, J.-F. Diana, O. Standaert, Louvain-La-Neuve : De Boeck supérieur.
- Marchand J. ( 2004 ), *Journalistes du sport : militants, institutions, réalisations, rapports avec le mouvement sportif*, Biarritz : Atlantica.
- Martin M. ( 2005 ) : *Les grands reporters*, Paris : Audibert.
- Mattiato E., Peloille M., Dard O. (ed.) (2021), « Correspondants de guerre 1918-1939 - Maroc, Éthiopie, Espagne », *Colloque international Correspondants de guerre : aire latine 1918-1939*, Chambéry : Presses universitaires Savoie Mont-Blanc.
- Meizoz J. ( 2001 ), *L'Âge du roman parlant ( 1919-1939 ). Écrivains, critiques, linguistes et pédagogues en débat*, Genève : Droz.
- Neeman, E. ( 2012 ), « Culture numérique et auctorialité : réflexions sur un bouleversement », *A contrario*, 1 ( 1 ), 3-36.
- Pinker R. ( 2017 ), *Faire Sensation. De l'enlèvement du bébé Lindbergh au barnum médiatique*, Marseille : Éd. Agone, coll. Contre-feux.
- Roman et reportage XXe-XXIe siècles. Rencontre croisées* ( 2015 ), actes du séminaire 2010-2012 de l'équipe REAGIR ( CSLF-U. Université Paris Nanterre ), avec un entretien inédit de Jean Rolin, Limoges : Presses universitaires de Limoges.
- Ruellan D. ( 2006 ), « La routine de l'angle », *Questions de communication*, 2006, 369-390.
- Souanef K. ( 2019 ), *Le journalisme sportif : sociologie d'une spécialité dominée*, Rennes : Presses universitaires de Rennes, coll. « Res publica ».
- Sumpter R. S. (2018), *Before journalism schools: how gilded age reporters learned the rules*, Columbia: University of Missouri Press.
- Tassel A. ( 2008 ), « Poétique du reportage dans *Témoin parmi les hommes* ( 1956-1969 ) de Joseph Kessel », *RHLF*, décembre, 913-929.
- Têtu J.-F. ( 1982 ), *Le discours du journal. Contribution à l'étude des formes de la presse quotidienne*, Thèse de Doctorat d'état sous la direction de M. le Professeur R. Bellet, Lyon.
- Thérenty, M.-E. (2009), « Pour une poétique historique du support », *Romantisme*, 1 ( 1 ), 109-115.
- Voilley P. (1998), « Une mode et une mission : écrire le sport dans l'entre-deux-guerres », *Modern & Contemporary*, 6:3, 327-337.

---

## RÉSUMÉ | RESUMO | ABSTRACT

---

« De nos envoyés spéciaux ». Poétique d'une auctorialité plurielle dans le domaine du sport

“De nossos enviados especiais”. Poética de uma auctorialidade plural no campo do esporte

«From our special correspondents”. Poetics of a multifaceted auctoriality in the field of sports.

**Fr.** L'envoyé spécial n'est jamais étudié en tant que catégorie spécifique par les études sur le journalisme. Il est tantôt considéré pour sa spécialité (par exemple politique internationale), son statut dans le journal (grand reporter ou pigiste), tantôt pour son genre d'écriture (grand reportage, chronique). L'appellation semble ainsi transparente, voire insignifiante. Mon article tente d'en cerner l'usage dans le cadre de la presse sportive. Dans un premier temps, il fait la distinction entre l'expression au singulier et au pluriel et il montre la fréquence de son usage grâce à une analyse numérique. Dans un second temps, il étudie la variété de ses emplois à propos d'un événement particulier : le reportage du Tour de France. L'analyse met en évidence des interventions que l'on peut qualifier de kaléidoscopiques, figurées dans l'espace même du journal par la typographie et l'éclatement entre plusieurs pages plus ou moins clairement consacrées au sport ou à l'événement particulier du Tour. Ce phénomène est par ailleurs multiplié par les liens que le journal quotidien entretient avec d'autres médias (photos, radios, magazines). En conclusion, il apparaît que l'envoyé spécial est une catégorie proprement journalistique, qui n'a pas d'utilité à l'extérieur de la publication périodique. Alors que nombre d'acteurs de la presse ou de rubriques existent à côté ou en dehors de celle-ci — on peut publier des reportages, des chroniques, des feuilletons sous forme d'ouvrages — l'envoyé spécial est par nature lié à un événement qui justifie et absorbe sa raison d'être. Il redevient journaliste, écrivain ou simple témoin dès que cette actualité est achevée ou dès que son rôle immédiat s'achève.

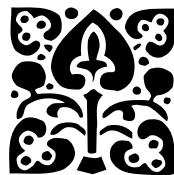
**Mots-clés :** envoyé spécial ; événement ; Tour de France ; auctorialité ; journalisme sportif

**Pt.** O enviado especial nunca é analisado enquanto categoria específica pelos estudos de jornalismo. O termo, ora considerado por sua especialidade (por exemplo, na política internacional), ora por seu status no jornal (grande repórter ou *freelancer*), ora por seu gênero de escrita (grande reportagem, crônica), se torna transparente ou até insignificante. O presente artigo busca apreender seu uso no contexto da imprensa esportiva. Num primeiro momento, busca-se distinguir as formas singular e plural do termo e levantar sua frequência de uso por meio da análise de corpus. Depois, investiga-se a variação de seus usos em relação a um evento particular: a cobertura do *Tour de France*. A análise identifica ocorrências que podem ser descritas como caleidoscópicas, editadas no próprio espaço do jornal pela tipografia e pela divisão em múltiplas páginas, mais ou menos claramente dedicadas ao esporte ou ao evento particular do *Tour*. Esse fenômeno é também multiplicado pelos vínculos que o jornal diário estabelece com outros meios de comunicação (fotos, rádio, revistas). Em conclusão, ressalta-se que o enviado especial é uma categoria propriamente jornalística, desprovida de utilidade para além da publicação periódica. Enquanto muitos atores ou seções da imprensa coexistem ao lado ou fora dela - relatórios, crônicas e séries podem ser publicados em forma de livros -, o enviado especial vincula-se por natureza a um evento que justifica e absorve sua razão de ser. Ele volta a ser jornalista, escritor ou simples testemunha ao final do evento ou assim que seu papel imediato foi concluído.

**Palavras-chave:** enviado especial; evento; *Tour de France*; auctorialidade; jornalismo esportivo

**En** • The figure of the special correspondent has never been considered by journalism studies as a specific category. Instead, special correspondents are generally categorized by field of expertise (foreign affairs for instance), the position held in the newsroom (senior reporter or freelancer), or the type of articles written (reportage, column, interviews, etc.). This categorization might seem unnoticeable, even anecdotal. This article attempts to identify its use in the context of the sports press. First, we make a distinction between the singular and the plural forms of this expression. We also highlight the frequency of their use through numerical analysis. Second, the diversity of its uses is studied in the context of a particular event: the Tour de France. The analysis highlights how contributions by correspondents constitute a kaleidoscope that takes shape through the typography and the presence of the topic in multiple pages in a newspaper, might the content be centered on the cycling performances or on the Tour as a social event. This phenomenon is amplified through links connecting daily newspapers and other media (photos, radio, magazines). Finally, the figure of the correspondent appears to be a category strictly limited to journalism and has no relevance outside the sphere of periodical publishing. While a number of press actors and sections also exists outside the world of journalism - reportages, column or news stories can also be published as books - the correspondent is by nature anchored to an event that justifies and absorbs his or her *raison d'être*. He or she becomes again a journalist, a writer or a simple witness, as soon as the event is over or as soon as the role of correspondent comes to an end.

**Keywords :** correspondent ; event ; Tour de France ; auctoriality ; sports journalism.





# Le boxeur Georges Carpentier dans la presse franco-britannique de la Belle Époque

STÉPHANE HADJERAS

Docteur en histoire contemporaine  
Université de Bourgogne-Franche-Comté  
Centre Lucien Febvre (EA2273) Besançon  
France  
stephanehadjeras@gmail.com



lors qu'au tournant du XIX<sup>e</sup> siècle, la boxe anglaise demeurait en France une pratique délictuelle et obscure, elle fut promue, à la veille de la Grande Guerre, au rang de sport des plus à la mode. Incarnant un idéal de régénérescence physique, cette mise en scène du corps s'érigea alors en spectacle phare des soirées parisiennes. La fréquence des manifestations, le nombre de spectateurs lors des grands combats, l'intérêt porté par une grande partie de la presse et, pour finir, l'hétérogénéité sociale d'un public, composé notamment par les principales élites artistiques de la Belle Époque, constituaient les témoignages les plus significatifs de ce « *triomphe du poing* ».

Ce que l'on peut appeler « la Belle Époque de la boxe anglaise en France » fut également marquée par une corrélation entre les succès de cette pratique et l'avènement de la première vedette sportive tricolore : le boxeur Georges Carpentier. Né en 1894 à Liévin, dans le bassin minier du Pas-de-Calais, ce champion embrassa la profession de pugiliste à l'âge de 14 ans. Entre 1908 et 1914, au rythme de nombreuses et improbables victoires, sa popularité ne cessa de croître. Elle atteignit son apogée dans les deux années précédant la Guerre, particulièrement lors d'éloquents triomphes face à la fine fleur pugilistique britannique. A l'occasion de matchs mobilisant les ressorts du nationalisme anti-anglais, le champion endossait, tant dans la presse

Pour citer cet article, to quote this article,  
para citar este artigo :

Stéphane Hadjeras, « Le boxeur Georges Carpentier dans la presse franco-britannique de la Belle Époque. », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne, online], Vol 10, n°2 - 2021, 15 décembre - december 15 - 15 de dezembro.  
URL : <https://doi.org/10.25200/SLJ.v10.n2.2021.441>

sportive tricolore que dans sa consœur britannique, le costume du « vengeur de Waterloo ».

Si sous la plume de certains journalistes parisiens, « le poing de Georges Carpentier »<sup>1</sup> témoignait de la régénérescence française, *a contrario*, sous celle de leurs confrères londoniens, il révélait la « décadence physique nationale ».<sup>2</sup> Néanmoins, à partir de 1913, dans un paradoxe surprenant, *the french idol* jouit d'une estime croissante en Angleterre. Accueilli par des milliers de Britanniques, lorsqu'il boxe sur leur terre, la presse britannique fait alors l'éloge de cet athlète à « la gueule d'ange » qui illustre, par sa maîtrise parfaite de la *sweet science*, l'excellence pugilistique, à savoir le triomphe de la technique sur la force brute. Aussi, comment expliquer un tel revirement et une soudaine exaltation des reporters londoniens pour le représentant de l'ennemi héréditaire ? La convocation de la Grande Histoire par les journaux franco-britannique de la Belle Époque relève-t-elle uniquement de procédés narratifs et stylistiques ou atteste-t-elle aussi des prémices du sport comme élément des relations internationales ? A l'aube du culte des vedettes, dans ce que les historiens Pierre Renouvin et Jean-Baptiste Duroselle nomment les « forces profondes »<sup>3</sup>, les succès de Carpentier à Londres, semblablement aux nombreuses démarches entamées entre la France et l'Angleterre depuis 1904, n'ont-ils pas contribué à tisser et renforcer les liens entre ces deux nations et de surcroît à transformer leur simple entente Cordiale en alliance militaire durable ?

Issu en partie de ma thèse de doctorat en histoire soutenue à Besançon le 7 février 2020<sup>4</sup>, cet article s'appuie sur un corpus de sources imprimées diverses et variées. Outre la littérature scientifique et d'époque, ces sources sont constituées d'une partie de la presse française et anglo-saxonne d'avant-guerre et des cinq ouvrages à caractère autobiographique écrits par Georges Carpentier durant sa vie.

---

**LA RIVALITÉ PUGILISTIQUE FRANCO-ANGLAISE**  
**COMME ILLUSTRATION DE**  
**« LA MÉSENTENTE CORDIALE »**

---

Alors que la toute jeune fédération française de boxe, créée en 1903, œuvrait pour l'enracinement de la pratique pugilistique en France, le débarquement, à partir de 1907, de boxeur anglais dans la capitale contribua à dynamiser son entreprise.

Ces rencontres, contre les représentants de la patrie du Noble Art, s'inscrivaient pleinement dans le nouveau jeu d'alliance politique qui se dessinait dans l'Europe d'avant-guerre. Le 8 avril 1904, Paris avait, en effet, signé avec Londres, l'Entente Cordiale. Tou-

tefois, pour mieux comprendre la rivalité pugilistique franco-anglaise à la Belle Époque, il convient d'abord de relativiser ce traité. Celui-ci n'était nullement, au départ du moins, une alliance mais juste une sorte de *gentlemen's agreement*. Son but principal était d'éviter la formation d'une grande coalition « continentale anti-anglaise – Allemagne, Russie et France, dont rêvaient Guillaume II et ses conseillers ».<sup>5</sup> Aussi, son évolution en alliance sembla avoir été « déterminée essentiellement par les erreurs des dirigeants allemands ».<sup>6</sup> *In fine*, ce fut la guerre qui, transformant cette entente, selon l'expression de Pierre Gaxotte, « en mariage de la terre et de l'eau »<sup>7</sup>, la concrétisa réellement.

Le roman de Louis Hémon, *Battling Malone pugiliste*, constitue un excellent témoignage sur la rivalité pugilistique franco-anglaise à la Belle Époque et, notamment, sur la perception outre-Manche de l'ascension des Français dans le sport de prédilection des Britanniques. Pour Hémon, l'avènement de la boxe en France et l'arrivée des boxeurs tricolores dans les prémices de l'internationalisme pugilistique ne furent pas pris au sérieux par les Britanniques.

« Par Jupiter qu'ils étaient donc comiques ! Ils s'étaient, un beau jour, lassés de se donner des coups de pieds dans la figure et avaient résolu d'apprendre à se servir de leurs poings comme des hommes, de boxer, en un mot. L'Angleterre tout entière en avait ri. Un français boxant ! C'était un paradoxe du dernier ridicule ; une plaisanterie en action ; un défi lancé à la raison et au bon sens ! [...] »<sup>8</sup>

Il est vrai que jusqu'en 1907, les victoires contre les boxeurs anglais relevaient du véritable exploit. Comme le précisait Léon Sée, directeur de l'hebdomadaire *La Boxe et Les Boxeurs* :

« Un boxeur anglais était à cette époque, pour nous quelque chose de formidable, contre lequel il ne fallait pas même essayer de lutter. »<sup>9</sup>

Lorsque en 1907, Marcel Moreau battit Fred Robins et Harry Duncan, il fut le premier Tricolore « à chasser l'Anglais hors de France ».<sup>10</sup> Cependant pour les journalistes britanniques, qui considéraient souvent l'excellence pugilistique comme un privilège essentiellement anglo-saxons, voire uniquement anglais, le danger apparaissait alors minime. Ces victoires avaient été obtenues à Paris devant des boxeurs considérés comme des combattants de seconde zone. De plus, les titres européens, réputés citadelles imprenables, restaient toujours entre leurs mains. Quand le 23 octobre 1911, au King's Hall de Londres, le jeune Georges Carpentier remporta, devant un public « admiratif »<sup>11</sup>, le titre de champion d'Europe des poids welters face à Young Joseph, les faiseurs de boxe britanniques prirent

alors véritablement conscience du péril français. En vue de rétablir leur suprématie et de laver ce cuisant affront, ils décidèrent de lui opposer la fine fleur pugilistique de Grande-Bretagne.

En France, au lendemain de cet « indiscutable triomphe »<sup>12</sup>, dans un élan de chauvinisme, Henri Desgrange, patron de *L'Auto*, intitula son éditorial « Bouin-Carpentier ». Il réunit alors le nom du coureur, qui venait de battre le record de l'heure de course,<sup>13</sup> et celui du boxeur qui venait de triompher à Londres. L'union sacrée de ces deux champions avait pour but de mieux souligner la nouvelle suprématie de la « race française »<sup>14</sup>, et *a fortiori* latine, dans le domaine du sport, alors si fortement prisé par les Anglo-Saxons.

Le quotidien sportif salua aussi ce succès comme un moment important de l'histoire du sport tricolore. En associant le nom de Young Joseph à celui de Wellington, artisan du succès britannique à Waterloo, le directeur de *L'Auto*, faisant alors fi de l'Entente cordiale, n'hésita pas à revenir sur de vieux antagonismes militaires.

« Et tandis que Bouin est déjà reposé, voici que Carpentier – un autre nom bien français – va opposer sa souplesse de jeune chat à la calme méthode de l'Anglais, fils des soldats de Wellington ».<sup>15</sup>

Si cet événement demeurait important pour la presse sportive française, à en croire Tristan Bernard, présent à Londres le jour du combat, la performance du jeune Liévinos n'avait pas inquiété outre mesure la presse sportive anglaise mais plutôt soulevé son « enthousiasme »<sup>16</sup>. Selon le dramaturge, l'esprit sportif britannique, séduit par le style de boxe et le comportement de Carpentier sur le ring, ne pouvait refuser « d'acclamer un beau vainqueur ».<sup>17</sup> Il est vrai que le matin du combat, le quotidien *The Sporting Life* avait reconnu que, « si Young Joseph était champion d'Angleterre il n'avait jamais affronté de boxeur aussi habile que Carpentier ».<sup>18</sup> Néanmoins, si les journaux anglais ne tarissaient pas d'éloge pour le jeune Tricolore, cette victoire s'inscrivait dans un contexte particulier. Celui où les progrès sportifs des « grenouillards » commençaient à sérieusement agacer, voire inquiéter certains Britanniques. Si le *fair-play* anglais se devait de saluer la belle victoire du Français, l'orgueilleuse *Britannia* avait la responsabilité non seulement de laver l'affront d'une défaite cuisante devant un *frenchy*, mais également de récupérer la suprématie européenne dans un sport considéré souverain outre-Manche. Quatre mois plus tard, le 29 février 1912 à Monaco, les *matchmakers* anglais opposèrent à Carpentier leur champion des poids moyens : Jim Sullivan

Ce combat exacerba l'inimitié pugilistique franco-anglaise. En France, au sein de certains organes de presse, son annonce avait pris l'allure d'une nouvelle guerre contre Albion. Ainsi, à la une du *Figaro*, dans un encart consacré à « La Vie Hors Paris », Frantz Reichel vanta la confirmation de « la prodigieuse renaissance musculaire des races latines »<sup>19</sup> grâce au « poing de Georges Carpentier ».<sup>20</sup> Si l'enjeu de ce « palpitant » duel restait « la suprématie athlétique »<sup>21</sup>, il convenait d'obtenir aussi une revanche face aux mépris des Britanniques vis à vis des initiatives latines dans le sport.

La veille, soit le 28 février, à la une de l'hebdomadaire français *Sporting* nous pouvons lire le titre « La France contre l'Angleterre ». En désignant les athlètes par leur appartenance nationale, ce journal exacerbait le sentiment patriotique. Georges Carpentier et Jim Sullivan n'étaient plus de simples pugilistes. Bien loin du rapprochement prôné par l'Entente Cordiale, ils devenaient des athlètes soldats représentant non seulement leurs pays respectifs, mais également leur longue rivalité belliciste. C'était comme si, par effet de zoom, le champ de bataille était remplacé par le ring et les nations personnifiées dans leurs boxeurs.

De l'autre côté de la Manche, il en était de même. *The Sporting Life*, affirmait que si Carpentier était le favori des Bookmakers, la plupart des Britanniques avaient confiance en Sullivan. Aussi bon était-il, le Tricolore allait au-devant de « son Waterloo »<sup>22</sup> ! D'ailleurs comment pouvait-il en être autrement ? Sullivan n'était-il pas le champion de Grande-Bretagne des poids moyens,<sup>23</sup> et de surcroît le digne successeur de Tom Jones,<sup>24</sup> Jem Belcher,<sup>25</sup> ou autres Bob Fitzsimmons<sup>26</sup> ?

Déjà, en 1869, Victor Hugo, dans *L'Homme qui rit*, avait expliqué comment la boxe pouvait se draper des oripeaux du nationalisme. Au sein d'un chapitre intitulé « Ecosse, Irlande et Angleterre », il racontait un combat opposant « un Irlandais de Tipperary nommé du nom de sa montagne natale Phelem-ghemadone, et un Ecosse appelé Helmsgail ».<sup>27</sup> Selon Hugo, plus qu'un simple match, l'événement mettait alors « deux orgueils nationaux en présence. Irlande et Ecosse allaient se cogner ; Erin allait donner des coups de poing à Gajothel »<sup>28</sup>.

En France, il semblerait que ce fut dans le combat à Monaco que pour la première fois sentiment national et boxe se mêlèrent. Outre la poussée de fièvre patriotique constatée dans la presse, il est par exemple intéressant de noter que, lors de ce match, l'hymne national français fut entonné par deux fois. Une première fois l'orchestre attaqua « la Marseillaise tandis que Carpentier [faisait] son apparition sur le ring. »<sup>29</sup> Une seconde fois, elle fit résonner le chant, immédiatement après sa victoire, alors

qu'il était « porté en triomphe au beau milieu du ring ». <sup>30</sup> Cette double orchestration de *La Marseillaise*, « chant révolutionnaire, exaltant, à travers la liberté, les valeurs d'un monde nouveau » <sup>31</sup>, mais surtout « chant de guerre exprimant avec une âpreté que l'on a parfois jugé « sanguinaire » le patriotisme d'une nation en lutte » <sup>32</sup>, souligne combien ce combat pouvait être empreint de sentiment national.

Le lendemain du match, *L'Auto* fit l'éloge de celui qu'on appelait désormais, non plus le jeune prodige lensois, mais « le jeune prodige français » <sup>33</sup>. Ce dernier avait alors gravi un « nouvel échelon vers la gloire ». <sup>34</sup> Outre-Manche, seul le poids lourd Bombardier Wells semblait maintenant capable de stopper l'avancée française et de surcroît de redorer le blason pugilistique de *Britannia*. *The Sporting Life*, après avoir titré « Dramatic Scenes at Monte Carlo », <sup>35</sup> écrivit que le cinématographe allait permettre aux Français de fêter la revanche de Waterloo sur les boulevards parisiens. <sup>36</sup> De son côté l'hebdomadaire *Boxing*, jurant que ce combat n'était ni plus ni moins que le reflet de « la décadence physique nationale » <sup>37</sup>, en appela à la vengeance de Wells.

Le premier affrontement entre Georges Carpentier et Bombardier Wells, le 1er juin 1913 à Gand, marqua l'apogée de la rivalité pugilistique entre l'Angleterre et la France.

La veille de l'affrontement, *L'Auto* fit paraître en une, deux portraits des boxeurs suivis de ces questions : France ? ou Angleterre ? En désignant les athlètes par leur appartenance nationale, de la même façon que pour le match à Monaco, le quotidien de Desgrange inscrivait ce combat dans la longue querelle historique opposant la France à l'Angleterre. Le lendemain, poursuivant l'affiliation à la Grande Histoire, à l'annonce de la surprenante victoire du Français, <sup>38</sup> le journal, n'hésita pas à comparer les « exploits » de Georges Carpentier à ceux du général Bonaparte. Ainsi, dans une longue métaphore filée, il se félicita du succès du « petit Français au cœur d'airain » <sup>39</sup> devant le boxeur que « la fière Albion voulait opposer à Jack Johnson. » <sup>40</sup> Son « courage jusqu'à l'héroïsme » <sup>41</sup> restait digne de celui d'un « grand général, qui, d'un seul coup, par une tactique de génie, renverse le sort des armes et transforme en triomphe inouï ce qui prenait les allures d'une déroute, d'une catastrophe historique ». <sup>42</sup>

Alors que les rédacteurs de *L'Auto* trempaient leur plume dans l'encre patriotique, *Le Figaro*, insistait sur l'allégresse d'un public français qui, dans un élan patriotique et afin de manifester sa joie, se prenait par la main et entonnait la Marseillaise en vibrant « d'acclamations frénétiques ». <sup>43</sup>

**Illustration 1** : « France ? ou Angleterre ? » , *L'Auto*, 31 mai 1913.



Au reste, la presse française n'était pas la seule à convoquer la Grande Histoire pour faire le récit de ce combat. Outre-Manche, certains journaux établissaient de similaires analogies. Ainsi, la revue sportive *Boxing*, ironisa sur le lieu du revers, à savoir « à seulement quelques miles de l'endroit où Wellington avait écrasé l'orgueilleux aigle français ». <sup>44</sup> A ses dires, un nombre important d'Anglais présent à Gand n'auraient alors pu s'empêcher d'établir le rapprochement entre la journée du 1<sup>er</sup> juin 1913 et celle du 15 juin 1815. Plus qu'un simple résultat sportif, « l'extraordinaire victoire française », <sup>45</sup> qui signifiait beaucoup pour « l'honneur de la France » <sup>46</sup>, aurait alors partiellement effacé « le souvenir de Waterloo ». <sup>47</sup>

Le deuxième revers de Wells, le 8 décembre 1913, dans l'enceinte même du National Sporting club de Londres et devant un parterre de Lords fervents défenseurs de l'école pugilistique britannique, sonna le réel glas de l'hégémonie anglaise sur la boxe européenne. Alors que la défaite de Gand les avaient littéralement abasourdis, les *sportsmen* espéraient que le match retour, qui allait se dérouler sur leur sol, serait une revanche probante pour leurs couleurs. *The Sporting Life*, dans une subjectivité évidente, affichait un véritable optimisme. Wells, décrit comme plus rapide, plus joli et meilleur boxeur que Carpentier, avait manifestement tiré les leçons de Gand. Il allait imposer sa boxe et réussir à maintenir à distance le Français. <sup>48</sup> D'après *L'Auto*, les bookmakers le donnaient « comme favori



dans une proportion de 25 à 20 ».49 En France, devant tant de certitudes affichées outre-Manche, le doute avait fini par s'installer. D'aucuns se demandaient si, lors du précédent match, Carpentier n'avait pas « triomphé sur un coup heureux ».50

Si, le lendemain, la plupart des journaux français saluèrent le succès expéditif de Carpentier, en Angleterre, sa facile consécration interrogea amplement la presse sportive. Tandis que l'hebdomadaire *Boxing* demanda si cet « étonnant combat » relevait du rêve ou de la réalité<sup>51</sup>, *The Sporting Life* critiqua férocelement le comportement de Wells. Selon le quotidien, le Bombardier avait perdu parce qu'il avait fait preuve de « féminité ».52 Incapable de dominer ses émotions, il avait été « paralysé »<sup>53</sup> et « terrifié »<sup>54</sup> avant même le début du match. Le journal, rappelant d'ailleurs que les Américains se moquaient de sa taille de guêpe et de sa mâchoire de verre, se demandait comment l'Angleterre avait pu l'élever au rang de champion poids lourd. « Battu par lui-même », avant même le premier coup de gong, le géant s'était révélé « sans force »<sup>55</sup> et complètement amorphe dès la pose des bandages. Incapable de prendre des initiatives pendant le match, il s'était laissé outrageusement dominer par le Tricolore. Toujours selon *The Sporting Life* le comportement de Carpentier était d'ailleurs à l'opposé. « Calme »<sup>56</sup>, « sûr de lui »<sup>57</sup>, il n'avait fait preuve « d'aucune anxiété »<sup>58</sup> et ne s'était nullement laissé submerger par ses émotions.

Par-delà l'analyse sportive, l'attitude des boxeurs contredisait totalement les clichés raciaux circulant en Grande-Bretagne. George Mosse a rappelé combien outre-Manche, « le stéréotype du jeune Anglais bien fait (grand et robuste) » s'était imposé dans le temps et que « l'opposé, à savoir les créatures efféminées, était vilipendé comme l'apanage des ennemis héréditaires de l'Angleterre : les papistes, les Espagnols et les Français ».59

Aussi, lors de ce combat, le Français, présenté traditionnellement comme lâche et délicat, s'était révélé brave et viril. En revanche, l'Anglais, apparaissant toujours courageux et doté d'un sang-froid à toute épreuve, avait revêtu le costume du fragile poltron.

---

#### LA BOXE DANS LE JEU DES RELATIONS INTERNATIONALES

---

Ces duels participèrent largement à la construction de la figure de Carpentier champion national. En effet,

si le Tricolore s'érigea pleinement héros de la nation c'est avant tout parce qu'il terrassa de manière répétée et indiscutable les meilleurs pugilistes de Grande-Bretagne. Dépassant le simple cadre du champ sportif, il était alors présenté, par une partie de la presse, comme celui qui redonnait de la grandeur à la France. Il prouvait « aux arrogants » Britanniques que les « flaccides » Tricolores étaient capable de produire des athlètes de valeurs, de les concurrencer et même de les battre dans leur sport de prédilection. Ensuite, cette rivalité franco-anglaise semblait poursuivre, dans une sorte de métaphore guerrière, la longue animosité entre deux nations, certes désormais amies, mais ô combien encore rivales, illustrant *de facto* les premiers liens entre le sport et les relations internationales. L'utilisation, par la majorité de ces journaux, d'un champ lexical issu du vocabulaire militaire attestait d'ailleurs qu'en transposant la querelle franco-bri-

**Illustration 2 :** « Carpentier joint l'armée française ».

Dessin de l'Américain Bob Edgreen paru dans *l'Evening World*.



Source : *La Boxe et Les Boxeurs*, 11 février 1914.

tannique dans le domaine sportif, « la métaphore de la guerre [restait] vive ».60

Dès lors, ne pouvons-nous pas infirmer le jugement de Dominique Lejeune prétendant que « l'utilisation du sport dans les relations internationales » apparut seulement aux « lendemains de la Première Guerre Mondiale »<sup>61</sup> ? S'appuyant sur les travaux de Pierre Arnaud, l'historien avait étayé son propos à l'aide de trois arguments. Il avait souligné que la défaite de Jean Bouin au Jeux Olympique de Stockholm n'avait mobilisé ni xénophobie, ni chauvinisme en France. En deuxième lieu, il avait remarqué que l'acceptation de Berlin comme ville d'accueil des sixième Jeux Olympiques n'avait pas heurté l'opinion publique française. En dernier lieu, il avait rappelé que les athlètes allemands étaient loin d'être ostracisés du premier embryon de l'internationalisme sportif.



Cependant, si les prémices du sport comme élément des relations internationales ne semblaient pas transparaître dans l'opposition athlétique franco-allemande, ils étaient, comme nous l'avons vu, clairement identifiables dans la rivalité pugilistique franco-anglaise. Il est pourtant vrai, comme s'en étonna du reste Marcel Spivak, qu'avant la Grande Guerre, le peu de rencontres sportives opposant les Allemands aux Français ne fut pas marqué par une quelconque hostilité<sup>62</sup>. Concernant les rencontres pugilistiques franco-allemandes, si nous devons d'abord reconnaître qu'elles furent très rares, principalement parce que la boxe n'était pas encore autorisée en outre-Rhin,<sup>63</sup> leurs descriptions, tant dans *L'Auto* que dans *La Boxe et Les Boxeurs*, ne contenaient aucune mention chauvine et/ou hostile. En cela, le match entre l'étoile montante de la boxe germanique, Otto Flint, et le Français, Adrien Hogan, le 9 janvier 1914 à L'Élysée Montmartre, semble particulièrement révélateur. Alors que Flint était présenté comme un « indiscutable champion de l'empire germanique »<sup>64</sup>, un « rude teuton »<sup>65</sup>, et un « cogneur formidable »<sup>66</sup>, l'événement était juste gratifié du titre de « véritable match Franco-Allemand »<sup>67</sup> par *L'Auto* et de celui de « grand combat »<sup>68</sup> par *La Boxe et Les Boxeurs*.

Ce faisant, comment expliquer que la plupart des rencontres pugilistiques avec nos « amis improbables »<sup>69</sup> témoignaient d'intentions chauvines alors qu'il n'en était rien avec nos voisins d'outre-Rhin ? D'abord, il ne faut pas oublier que la France d'avant-guerre semblait peut-être plus marquée, par le revers de Fachoda et l'animosité envers le « Rosbeef » que par la débâcle de Sedan et la haine du « Boche ». Puis, il faut toujours garder à l'esprit que si les contemporains ne pouvaient prévoir la suite de l'Histoire, ils en connaissaient au moins le début, à savoir l'antagonisme pluriséculaire entre la France et l'Angleterre. Comme le soulignait Léon Bloy en 1912 :

« L'Angleterre est l'ennemie naturelle de la France ; elle est une ennemie avide, ambitieuse, injuste et de mauvaise foi. L'objet invariable et chéri de sa politique est, sinon la destruction de la France, du moins son abaissement, son humiliation et sa ruine ».<sup>70</sup>

Ainsi, pour une partie de l'opinion publique, et ce malgré l'Entente Cordiale, qualifiée d'ailleurs quelquefois « d'entente improbable »<sup>71</sup> ou de « mésentente cordiale »<sup>72</sup>, comme le remarqua le général de Gaulle, « le grand ennemi héréditaire ce n'était pas l'Allemagne, c'était l'Angleterre ».<sup>73</sup> Par voie de conséquence, même s'il est indéniable qu'« au fur et à mesure que la tension [grandissait] entre la France et l'Allemagne, l'anglophobie [tendait] de plus en plus à disparaître »<sup>74</sup>, en attendant c'était la « perfide Albion » qui continuait à susciter l'effroi et l'admiration de nombreux contemporains.

Pour paraphraser Clausewitz qui affirmait que « la guerre c'est la politique continuée par d'autres moyens », nous pouvons alors prétendre que la rivalité pugilistique franco-anglaise, durant la Belle Époque, c'était aussi la guerre précédée à d'autres moyens. Au lendemain de la Seconde Guerre mondiale, George Orwell précisa combien le sport, « source inépuisable d'animosité »<sup>75</sup>, demeurait, au niveau international, « ouvertement un simulacre de guerre ».<sup>76</sup> Selon l'écrivain, au sein de cette immense mascarade, « le pire de tous les sports [était] la boxe ».<sup>77</sup> L'affrontement sincère de deux hommes sur un ring permettait quelquefois de faire l'économie d'une armée, tout en continuant à se battre de manière métaphorique et symbolique. En d'autres termes ce sport apparaissait alors comme « une guerre sans coup de feu ».<sup>78</sup>

#### CARPENTIER HÉROS DE L'ENTENTE CORDIALE

Dans le numéro de *La Boxe et Les Boxeurs*, en date du 11 juin 1913, Léon Sée écrivait : « Georges Carpentier est aussi populaire sinon plus en Angleterre qu'en France et ce n'est pas peu dire. » Loin d'être sans fondement cette affirmation peut se vérifier par l'énorme engouement suscité pour sa personne lors de son combat contre l'Américain Gunboat Smith, le 16 juillet 1914, à L'Olympia Hall. Ainsi, deux jours avant l'événement, soit le mardi 14 juillet, il fut accueilli à Charing Cross par un rassemblement d'au « moins dix mille personnes ».<sup>79</sup> La ferveur était si intense, qu'une partie de la foule prit l'initiative de dételer les deux chevaux du landau pour transporter le champion à son hôtel.

« Sous l'œil du cocher impassible [...] cinquante énergumènes [saisirent] les brancards, [poussèrent] aux roues et la voiture [s'avança] avec lenteur au milieu de la foule avec son attelage humain ».<sup>80</sup>

Selon Léon Sée, le spectacle était « inouï ; jamais un souverain [n'avait] vu pareil accueil, semblable triomphe. Sur l'impériale des autobus arrêtés, les femmes et les hommes [étaient] debout, agitant mouchoirs et chapeaux ».<sup>81</sup> S'il semble naturel de penser que la description proposée par un journal français use généreusement de l'hyperbole, celle effectuée le lendemain par les quotidiens britanniques, *The Sporting Life* et *The Times*, utilisent pourtant le même registre. Après avoir titré « The Great Welcome »<sup>82</sup> et comparé sa réception à celle d'un roi, le premier mentionna également qu'une foule de femmes et d'hommes se tenait sur le toit des autobus pour ne rien manquer de l'arrivée du Tricolore. Cela étant, « le trafic de la plus grande ville du monde et, de surcroît, le trafic du centre-ville de cette ville, avait été retardé pour lui faire place ».<sup>83</sup>

Quant au second, il écrivit :

« Si quelqu'un avait douté de la popularité de la boxe en Angleterre, ses doutes auraient été rapidement dissipés s'il s'était rendu quelque part dans le voisinage de Charing Cross hier après-midi [...] Un étranger aurait pu penser qu'un personnage royal, particulièrement populaire et distingué, était en visite à Londres. Dans les annales du sport britannique, il semble peu probable qu'une telle scène d'enthousiasme ait déjà existé. Non seulement la cour de Charing Cross et l'entrée de la gare était sur le point d'éclater, mais sur une distance assez considérable le long du rivage, dans l'une ou l'autre direction, il y avait une masse énorme

de charbon, qui devait lui porter bonheur ». <sup>88</sup> Corroborant cette idée, le quotidien britannique *The Sporting Life* écrivit que, dans sa chambre d'hôtel, le Français avait trouvé, suspendu au-dessus de son lit, un fer à cheval en argent, attaché avec un ruban bleu. De plus, il avait reçu des centaines de lettres, provenant principalement d'admiratrices qui lui demandaient des autographes. <sup>89</sup>

Aussi, comment expliquer une si grande ferveur populaire pour le représentant de l'ennemi héréditaire qui avait terrassé les meilleurs champions britanniques ? A vrai dire, entre octobre 1911, date de ses débuts pugilistiques à Londres, et juillet 1914, date de son dernier combat dans la capitale anglaise, les sentiments des Britanniques à l'égard du Français avaient profondément évolué. Si, lors de ses premiers « exploits » face à leurs champions, Carpentier avait suscité de l'indifférence ou tout au plus un certain « enthousiasme » ce n'est qu'après ses triomphes sur Wells et notamment le second, qu'il devint vraiment populaire outre-Manche. Comme le souligna *Le Temps* :

« La première victoire de Carpentier sur Wells avait été accueillie avec quelques méfiances ; mais à la seconde le public anglais a reconnu pleinement la valeur du jeune champion et depuis lors il est devenu aussi populaire ici qu'en France ». <sup>90</sup>

Toutefois, dans une confusion de sentiment, si cette popularité se traduisait par de l'enthousiasme, elle s'accompagnait également d'une certaine appréhension. Ainsi, la veille de son affrontement contre

Smith, l'envoyé spécial du *Sporting Life*, qui observait le Français à son hôtel, tira la conclusion suivante : un « gentleman cultivé et calme dont tout le moi est concentré sur le combat » demeure forcément « un homme à craindre ». <sup>91</sup>

A y regarder de près, ce « culte », mêlant effroi et admiration, n'était pas sans rappeler celui voué à Napoléon. Nous avons déjà souligné les nombreuses comparaisons, opérées aussi bien dans la presse française que dans les journaux britanniques, entre le boxeur et le conquérant. Si ces rapprochements furent tentés principalement quand Carpentier, « vengeur de Waterloo », terrassait les meilleurs champions britanniques, ils se poursuivirent, dans la presse d'outre-Manche, même quand le Français, devenu alors populaire, n'apparaissait plus comme le grand rival de leurs pugilistes. A titre d'exemple, la veille du match contre Smith, *The Sporting Life* écrivit :

**Illustration 3 :** La foule acclame l'arrivée de Georges Carpentier à Londres.



L'arrivée de Carpentier à Londres. La foule a défilé les chevaux du landau. On aperçoit Carpentier derrière le drapeau.

Source : *La Boxe et Les Boxeurs*, 22 juillet 1914.

d'hommes qui agitaient des drapeaux Tricolores et applaudissaient à se rompre la voix ». <sup>84</sup>

Outre cette bienvenue « royale », la popularité de Carpentier en Grande Bretagne se mesure également par la multitude de témoignages de soutien et/ou d'admiration qu'il reçut de nombreux Britanniques. A titre d'exemple, le lendemain du combat, *Le Figaro* fit part à ses lecteurs de trois faits particulièrement probants. Pour commencer, le quotidien signala qu'à son hôtel le champion avait reçu « des centaines et des centaines de lettres et de télégrammes » <sup>85</sup> provenant « de tous les coins de l'île amie, toutes et tous lui souhaitant la victoire ». <sup>86</sup> Puis, il mentionna qu'un Lord, dont il avait oublié le nom, l'avait élevé au rang de « champion de l'Entente Cordiale ». <sup>87</sup> Enfin, il relata que des mineurs du Pays de Galles lui avaient adressé leurs vœux accompagnés d'un fétiche : « un anneau en or, dans lequel était encastré un morceau

« Carpentier vient de cette race qui a pour le grand petit Corse les meilleures troupes du monde, des hommes tirés au moment de l'action par une extase de fureur. Il est à craindre ».<sup>92</sup>

Il est vrai que, pareillement au boxeur, le conquérant, après avoir terrorisé une partie des Britanniques, était devenu une source de fascination et de fantasme outre-Manche. Comme le souligne l'historien britannique Allan Forest :

« Avec le temps, la haine intense exprimée par les Anglais envers leur adversaire le plus acharné [diminua], pour céder la place à la curiosité et à la volonté d'en savoir plus sur cet homme si plein de contradictions, ayant tout à la fois réussi à terminer la Révolution, à donner à la France une stabilité inaccoutumée, et à conquérir la plus grande partie de l'Europe ».<sup>93</sup>

Hormis la comparaison avec Napoléon, la popularité de Carpentier en Angleterre n'était pas sans évoquer celle dont bénéficia le tragédien français François Joseph Talma dans le Londres de la fin du XVIIIe siècle. Alors que cet acteur, par ailleurs très proche du général Bonaparte, était célébré à Paris, il connaissait aussi un véritable succès outre-Manche. Selon Antoine Lilti, cette adulation devint si grande qu'après la chute de l'Empereur, lors d'une tournée à succès dans la capitale anglaise, la presse britannique s'efforça de le nationaliser en affirmant à tort qu'il était né à Londres et en louant sa parfaite prononciation de la langue de Shakespeare.

« L'ambiguïté [était] dès lors totale. Talma dont la carrière [avait] été si fortement associée au moment révolutionnaire français, au point d'incarner une sorte d'alter égo théâtral de Bonaparte, se [trouvait] en quelque sorte dépossédé de sa nationalité ».<sup>94</sup>

Un peu de la même manière, à partir de 1913, Georges Carpentier, après avoir représenté l'ennemi héréditaire et « le vengeur de Waterloo » devenait, sous la plume de quelques journalistes, le plus british des Français. Dans une volonté de nationalisation évidente, tandis que l'hebdomadaire *Boxing* comparait sa vaillance à celle du roi plantagenêt Richard Cœur de Lion,<sup>95</sup> d'aucuns considéraient, qu'au regard de sa manière de boxer et de se comporter dans la vie, du sang anglais devait couler dans les veines du champion.

Si, comme le remarqua Tristan Bernard, l'adresse et l'intelligence de combat de Carpentier étaient admirées outre-Manche<sup>96</sup>, son *self-control* sur le ring participait également de cette adulation. Nous avons d'ailleurs souligné combien au lendemain de la deuxième

défaite de Wells, *The Sporting Life*, opposa la nervosité et le manque d'assurance flagrant du Britannique au calme et au sang-froid apparent du Français. De surcroît, dans un pays où la bravoure au combat était tant vantée, Carpentier était perçu comme un *fighter* faisant toujours preuve de ténacité. Avant son match contre l'Américain Gunboat Smith, un reporter du *Sporting Life* écrivit :

« Je n'ai jamais rencontré un homme aussi méprisant et indifférent à la douleur. Pour lui, la défaite est quelque chose de bas et d'ignoble, et pour éviter la défaite, il se battra jusqu'à l'once perdue et jusqu'à la dernière minute ».<sup>97</sup>

Outre son aisance dans les difficiles jeux du ring, les Britanniques semblaient également apprécier sa manière d'être dans la vie civile. Celle-ci paraissait d'autant plus estimée qu'elle s'apparentait à l'attitude du parfait *gentleman*. Afin de mieux comprendre ce pan d'admiration, il convient d'abord de définir ce qu'implique outre-Manche une telle manière d'être. La chercheuse Elsa Cavalié rappelle qu'en Angleterre, « historiquement, le gentleman est celui qui a le droit de porter des « armoiries » (soit le plus bas degré de la noblesse). Cependant vers le milieu du XIXe siècle, le sens évolue pour désigner une norme de comportement dont les fondements veulent rester proches de la chevalerie ».<sup>98</sup> L'historien britannique Mark Girouard mentionne, par exemple, que « tous les gentlemen savaient qu'ils devaient être courageux, ne montrer aucun signe de panique ou de lâcheté, être courtois et protecteur envers les femmes et les enfants, être loyaux envers leur camarade et affronter la mort sans faillir ».<sup>99</sup> A l'image de certains intellectuels anglais<sup>100</sup> qui voyaient dans le sport une manière de renforcer cet idéal chevaleresque, en appliquant notamment aux codes de conduites du gentleman certaines valeurs sportives, Georges Carpentier considérait la boxe comme une pratique qui anoblissait. Ainsi, il aimait dire que « le véritable fighter » était « un homme bien élevé, un « gentleman » dans tout ce que cette expression anglaise [comportait] de noble et de haut, et dont son pays [pouvait] se montrer fier à juste titre ».<sup>101</sup>

Loin d'être de vaines paroles, plusieurs exemples attestent qu'il fit souvent preuve d'une telle attitude et que celle-ci lui valut alors une large approbation outre-Manche. Ainsi, avant son match contre Young Joseph, le 23 octobre 1911, lorsqu'il monta sur le ring et vit son adversaire « assis dans son coin du ring, enveloppé dans un peignoir blanc, d'un pas vif [il alla] lui serrer les mains ».<sup>102</sup> Si, comme il le précise, ce geste lui semblait « tout naturel »<sup>103</sup>, il entraîna pourtant « un tonnerre d'applaudissements » dans l'assistance. Cette dernière, qui était habituée à « voir les boxeurs échanger une poignée de mains seulement lorsque l'arbitre

les appelait au milieu du ring pour les recommandations d'usage »<sup>104</sup>, sembla, en effet, charmée par cette distinction.

Tandis que certains combats de boxe de la Belle Époque étaient empreints de nationalisme, il paraît remarquable que la popularité de Carpentier outre-Manche conduisit certains supporteurs anglais, à le préférer à leurs cousins anglo-saxons, les pugilistes américains. Ainsi, lors de son match contre l'Américain Gunboat Smith, le 16 juillet 1914 à Londres, Carpentier raconte que des supporteurs britanniques manifestaient un tel enthousiasme à son égard qu'il avait « l'impression d'être le champion autant des Anglais que des Français, le champion de la Vieille Europe ».<sup>105</sup>

Ce constat aurait pu paraître insignifiant s'il n'allait pas à l'encontre d'une doctrine alors en vogue en Angleterre : celle de l'anglo-saxonisme. Alors qu'à la fin du XIXe siècle la Grande-Bretagne s'était engagée avec les États-Unis « dans ce que Bradford Perkins [avait] décrit comme le grand rapprochement », <sup>106</sup> cette doctrine insistait sur la communauté raciale et culturelle entre les Anglo-Saxons tout en « prônant leur supériorité par rapport aux autres peuples de la planète ».<sup>107</sup> Aussi, le journaliste Anglais, William T. Stead, proposait en 1902, dans son essai « L'américanisation du monde ou la tendance du XXe siècle »<sup>108</sup>, de substituer le « patriotisme de race » au « patriotisme insulaire ».

Dans un tel contexte, comment expliquer le soutien inconditionnel de certains Anglais pour le Latin Carpentier alors que ce dernier affrontait des Anglo-Saxons ?

Bien qu'à la Belle Époque, la boxe reflétât en partie la « guerre sans les coups de canons », il est clair que cette pratique restait avant tout un sport dans lequel les considérations patriotiques ou chauvines, n'étaient pas toujours de mise. Il est par exemple indéniable que le physique de jeune premier de Carpentier et son élégance sur et hors du ring suffisaient quelquefois à faire de cet athlète le favori de certains Anglais.

De plus, si les thèses anglo-saxonistes connaissaient un certain succès outre-Manche, elles étaient loin de faire l'unanimité. Malgré le grand rapprochement, le ressentiment historique entre l'ancienne puissance coloniale impérialiste et le jeune Nouveau Monde émancipé restait encore vif. Comme l'expliquait André Tardieu, dans ses notes sur les États-Unis, publiées en 1908, « le fond des sentiments [n'avait] pas varié et la bonne entente [était] de raison plus que d'inclination ».<sup>109</sup>

En outre, depuis 1898 et la guerre ayant opposée les États-Unis à l'Espagne, dans les chancelleries britanniques, beaucoup commençaient « à s'inquiéter

de la montée en puissance américaine ». <sup>110</sup> Certains francophiles semblaient alors sensibles aux thèses d'intellectuels français, qui affirmaient que cette ambition « impériale » devait être perçue « comme une menace collective à laquelle [devait] réagir l'ensemble des puissances du Vieux Monde ».<sup>111</sup>

Pour finir, la nouvelle entente cordiale entre la France et l'Angleterre participait à l'évidence du succès de Carpentier outre-Manche. Bien qu'il fallût attendre la Grande Guerre pour voir cette entente se transformer en véritable alliance, il convient de garder à l'esprit qu'entre 1904 et 1914, toute une série de démarches, allant de la signature du traité à une multitude de manifestations culturelles et politiques, tissèrent et renforcèrent les liens entre ces deux nations. Parmi les événements les plus notoires, nous pouvons relever l'exposition franco-britannique de 1908 à Londres, le déplacement outre-Manche, en mai 1908, du président de la République Française, Armand Fallières, et celui, à Paris, en avril 1914, du Roi d'Angleterre, Georges V. Toute proportion gardée, à partir de 1913, les périodes de Carpentier dans la capitale britannique, notamment les réceptions triomphales dont le champion bénéficia, peuvent également attester de ce rapprochement. Il semble, par exemple, intéressant de noter les similitudes dans l'utilisation des symboles nationaux lors des accueils du Président et du Roi et dans ceux du boxeur. Comme le remarque Robert Frank les déplacements à Londres et Paris, d'Armand Fallières et de George V, furent « transformés en outils diplomatiques et pédagogiques [...]. On [pavoisa] les rues, on [mêla] les drapeaux, on [entrelaça] les Armoiries du Royaume et les emblèmes de la République [...] Toute une propagande [fut] lancée et une littérature encouragée pour populariser l'expression « Entente cordiale ».<sup>112</sup> De même, nous pouvons constater que la bienvenue de Carpentier à Londres, le 14 juillet 1914, se fit au son de la Marseillaise et que le valet de pied qui l'accompagnait à l'hôtel tenait dans sa main « un énorme drapeau français ».<sup>113</sup> En outre, au mois de juin 1913, lors du déjeuner au Savoy Hotel, orchestré par *The Sporting Life* dans l'optique de préparer la revanche de Wells, les organisateurs ne lésinèrent pas dans l'utilisation de multiples symboles nationaux. Comme l'écrivit Léon Sée :

« Le déjeuner était somptueux ; la table ornée de fleurs et de drapeaux aux couleurs anglaises et françaises alternées, était ravissante [...] Au champagne, les toasts commencèrent : après avoir bu à la santé du « King George » et du président de la République... Descamps eut alors à son tour une inspiration charmante. Prenant parmi les ornements qui décoraient la table un petit drapeau anglais et un petit drapeau français, il plaça le premier à la boutonnière de Georges Carpentier et le second à celle de Bombardier Wells ».<sup>114</sup>



Si, à l'évidence, ces différentes mises en scène voulaient faire oublier aux deux peuples leur longue inimitié historique, on peut s'interroger sur leur influence dans le choix que fit l'opinion publique anglaise en faveur d'une alliance au côté de la France au moment du déclenchement de la Grande Guerre. Alors qu'à quelques jours du conflit, « le cabinet britannique était toujours incapable de parvenir à une décision ferme quant à la politique à adopter si une guerre éclatait sur le continent », <sup>115</sup> comme le souligne l'historienne Margaret McMillan, il n'en était pas de même pour l'opinion publique britannique. Bien que divisée, cette dernière semblât « pencher dans le sens d'une intervention. *The Times*, par exemple, affirmait à présent que le pays avait une obligation morale envers la France et la Russie et qu'il ne pouvait rester inactif alors que l'équilibre du pouvoir sur le continent changeait en faveur de l'Allemagne ». <sup>116</sup> En 1918, dans son roman *Les Silences du Colonel Bramble*, l'académicien André Maurois, corroborant cette thèse, n'écrivait-il pas que si les soldats anglais présents sur le front français s'enthousiasmaient devant la beauté des paysages et les vertus de certaines femmes, « beaucoup d'entre eux avaient été acquis pour la première fois à l'idée de l'Entente par la victoire de Carpentier à Londres » <sup>117</sup> ?

---

## CONCLUSION

---

Si, à première vue, les réunions pugilistiques entre des combattants tricolores et des représentants de la patrie du noble art, relevaient d'une nouvelle cordialité, à y regarder de près, la boxe était le prétexte à la poursuite de la longue animosité historique opposant la France à l'Angleterre. Dans une métaphore évidente, au sein de nombreux journaux, les rings étaient alors décrits comme des nouveaux champs de bataille

sur lesquels de vieux ennemis réglèrent leurs différends séculaires. A cet égard, les multiples combats opposant Georges Carpentier aux meilleurs champions britanniques furent particulièrement significatifs. Au gré de ses victoires, le Tricolore revêtit, tant dans la presse sportive française que dans celle d'outre-Manche, l'uniforme du « vengeur de Waterloo ». En outre, si, dans les journaux français, ces affrontements mobilisèrent les ressorts d'un nationalisme se voulant plus offensif, ils furent également les reflets de la prégnance des forts clichés à caractère national partagés des deux côtés de la Manche. Pourtant, à partir de 1913, le boxeur jouit d'une popularité croissante en Angleterre. Dans un paradoxe surprenant, la presse britannique le présentait non seulement comme l'archétype parfait du gentleman, figure de l'idéal masculin britannique, mais aussi comme le héros de l'Entente Cordiale. Aussi, si sa personne diffusait une certaine image de la France, contredisant alors des stéréotypes sur les *froggies* profondément ancrés, il apparait également que sa notoriété contribua à transformer l'entente cordiale en alliance militaire durable.

Dans l'Angleterre d'après-guerre, le prestige du champion français s'amplifia. En livrant face aux nouveaux ténors des rings britanniques plusieurs combats victorieux, Georges Carpentier sera même fêté et célébré par une grande partie de l'aristocratie londonienne. <sup>118</sup> Le fait est d'autant plus singulier que depuis aucun Tricolore n'a atteint dans ce pays un tel degré de notoriété, à l'exception peut-être du footballeur Éric Cantonna

---

Proposé le 26 octobre 2020

Accepté le 30 mars 2021



## NOTES

- <sup>1</sup> *Le Figaro*, 29 février 1912.
- <sup>2</sup> *Boxing*, 2 mars 1912.
- <sup>3</sup> Pierre Renouvin et Jean-Baptiste Duroselle, *Introduction à l'histoire des relations internationales*, Pocket, Paris, 1988, p. 1-2
- <sup>4</sup> Stéphane Hadjeras, *Georges Carpentier ou la Belle Époque de la boxe anglaise en France, (1900-1914)*, sous la direction de Paul Dietschy, professeur des universités, Université de Franche-Comté, Thèse présentée et soutenue à Besançon le 7 février 2020, composition du jury, Thomas Bauer, maître de conférences, HDR, Université de Limoges ; Anne Carol, professeure des universités, Université d'Aix-Marseille ; Dominique Kalifa, professeur des universités, Université Paris I Panthéon Sorbonne (rapporteur) ; Luc Robène, professeur des universités, Université de Bordeaux (rapporteur) ; Georges Vigarello, directeur de recherche à l'EHESS
- <sup>5</sup> François Crouzet, « L'Entente cordiale : réalités et mythes d'un siècle de relations franco-britanniques », *Études anglaises*, vol. tome 57, no. 3, 2004, pp. 310-320.
- <sup>6</sup> *Ibid.*
- <sup>7</sup> Pierre Gaxotte cité dans Maurice Vaisse, *L'Entente Cordiale de Fachoda à la Grande Guerre*, Complexe, Paris, 2004, p. 9.
- <sup>8</sup> Louis Hémon, *Battling Malone, pugiliste*, Boréal, réédition, 1994, p. 10-11
- <sup>9</sup> « Un tournant de l'histoire », *La Boxe et Les Boxeurs*, 19 avril 1911.
- <sup>10</sup> *L'Auto*, 8 janvier 1913.
- <sup>11</sup> « Clever Frenchman », *The Sporting Life*, 24 octobre 1911.
- <sup>12</sup> *L'Auto*, 24 octobre 1911.
- <sup>13</sup> Jean Bouin avait alors battu le 22 octobre le record de l'heure de course couvrant la distance à 18 km 588 mètres.
- <sup>14</sup> *L'Auto*, 24 octobre 1911.
- <sup>15</sup> *Ibid.*
- <sup>16</sup> Tristan Bernard « Préface », dans Georges Carpentier, *Comment je suis devenu Champion d'Europe*, Paris, Lafitte & Cie, 1911, p. 8
- <sup>17</sup> *Ibid.* p. 9.
- <sup>18</sup> *The Sporting Life*, 23 octobre 1911.
- <sup>19</sup> *Le Figaro*, 29 février 1912.
- <sup>20</sup> *Ibid.*
- <sup>21</sup> *Ibid.*
- <sup>22</sup> *The Sporting Life*, 29 février 1912.
- <sup>23</sup> *Ibid.*
- <sup>24</sup> Tom Jones (1766-1811) fut un boxeur célèbre en Angleterre à la fin du XVIIIème siècle
- <sup>25</sup> Jem Belcher (1781-1811) fut champion d'Angleterre des poids moyens en 1799.
- <sup>26</sup> Bob Fitzsimmons (1863-1917) fut un boxeur britannique considéré comme un des premiers « scientifiques » de ce sport. Il a réussi l'exploit de conquérir trois titres de champion du monde dans trois catégories de poids différentes : moyens, mi-lourds et lourds.
- <sup>27</sup> Victor Hugo, *L'homme qui rit*, Pocket, 2012, p. 313.
- <sup>28</sup> *Ibid.*
- <sup>29</sup> *L'Auto*, 1er mars 1912.
- <sup>30</sup> *Ibid.*
- <sup>31</sup> Michel Vovelle, « La Marseillaise », dans *Les Lieux de Mémoires*, dir. Pierre Nora, Gallimard, 1984, p. 85.
- <sup>32</sup> *Ibid.*
- <sup>33</sup> *L'Auto*, 1er mars 1912.
- <sup>34</sup> *Ibid.*
- <sup>35</sup> *The Sporting Life*, 1er mars 1912.
- <sup>36</sup> *Ibid.*
- <sup>37</sup> *Boxing*, 2 mars 1912.
- <sup>38</sup> Carpentier rendait plus de 19 livres au champion britannique. Voir « Wells 191bs heavier than Carpentier », *The Sporting Life*, 2 juin 1913.
- <sup>39</sup> *L'Auto*, 2 juin 1913.
- <sup>40</sup> *Ibid.*
- <sup>41</sup> *Ibid.*
- <sup>42</sup> *Ibid.*
- <sup>43</sup> *Le Figaro*, 2 juin 1913.
- <sup>44</sup> *Boxing*, 7 juin 1913.
- <sup>45</sup> *Ibid.*
- <sup>46</sup> *Ibid.*
- <sup>47</sup> *Ibid.*
- <sup>48</sup> *The Sporting Life*, 8 décembre 1913.
- <sup>49</sup> *L'Auto*, 8 décembre 1913.
- <sup>50</sup> *Ibid.*
- <sup>51</sup> *Boxing*, 13 décembre 1913.
- <sup>52</sup> *The Sporting Life*, 9 décembre 1913.
- <sup>53</sup> *Ibid.*
- <sup>54</sup> *Ibid.*
- <sup>55</sup> *Ibid.*
- <sup>56</sup> *Ibid.*
- <sup>57</sup> *Ibid.*
- <sup>58</sup> *Ibid.*
- <sup>59</sup> George Mosse, *L'image de l'homme, l'invention de la virilité moderne*, Paris, Éditions Abbeville, 1997, p. 55.
- <sup>60</sup> Fabrice Serodes, *Anglophobie et politique. De Fachoda à Mers el-Kébir*, Paris, L'Harmattan, 2010, p. 9
- <sup>61</sup> Dominique Lejeune, *Histoire du sport XIXe-XXe siècles*, Paris, Armand Colin, 2000, p. 101.
- <sup>62</sup> Marcel Spivak, *Education Physique, Sport et Nationalisme en France du Second Empire au Front Populaire : Un aspect original de la défense nationale*, Thèse pour le Doctorat d'Etat es Lettres et Sciences Humaine, Paris, université Paris I, 1983, tome 2, p. 728.
- <sup>63</sup> Avant la Grande Guerre, la boxe « n'était tolérée en Allemagne que dans les clubs privés et encore ». Pour plus d'informations voir *L'Auto*, 9 janvier 1914.
- <sup>64</sup> *L'Auto*, 8 janvier 1914.
- <sup>65</sup> *L'Auto*, 9 janvier 1914.
- <sup>66</sup> *L'Auto*, 8 janvier 1914.
- <sup>67</sup> *Ibid.*
- <sup>68</sup> *La Boxe et Les Boxeurs*, 14 janvier 1914.
- <sup>69</sup> Margaret MacMillan, *Vers la Grande Guerre. Comment l'Europe a renoncé à la paix*, Paris, Autrement, 2014, p. 190.
- <sup>70</sup> Jean Guiffan, *Histoire de l'anglophobie en France, de Jeanne D'Arc à la vache folle*, Terre de Brume, 2004, p. 160.
- <sup>71</sup> François Crouzet, « L'Entente cordiale : Réalités et mythes d'un siècle de relations franco-britanniques » *op.cit.*
- <sup>72</sup> Jean Guiffan, *Histoire de l'anglophobie en France, de Jeanne D'Arc à la vache folle, op.cit.*, p. 153.
- <sup>73</sup> Déclaration faite le 27 juin 1962. Voir Alain Peyrefitte, *De Gaulle*, Tome 1, édition Arthème Fayard / Le Nouvel Observateur, 2012, chapitre 10, « Les Français et les Allemands doivent devenir des frères. »
- <sup>74</sup> Jean Guiffan, *Histoire de l'anglophobie en France, de Jeanne D'Arc à la vache folle, op.cit.*, p. 159.
- <sup>75</sup> George Orwell « L'esprit sportif », *La Tribune*, 14 décembre 1945.
- <sup>76</sup> *Ibid.*
- <sup>77</sup> *Ibid.*

78. *Ibid.*
79. *La Boxe et Les Boxeurs*, 22 juillet 1914.
80. *Ibid.*
81. *Ibid.*
82. *The Sporting Life*, 15 juillet 1914.
83. *Ibid.*
84. « Arrival of Carpentier in London », *The Times*, 15 juillet 1914.
85. *Le Figaro*, 17 juillet 1914.
86. *Ibid.*
87. *Ibid.*
88. *Ibid.*
89. *The Sporting Life*, 17 juillet 1914.
90. *Le Temps*, 18 juillet 1914.
91. *The Sporting Life*, 16 juillet 1914.
92. *Ibid.*
93. Alan Forrest, « L'Angleterre face à la France napoléonienne », dans Jean-Paul Bertaud, Alan Forrest, Annie Jourdan, *Napoléon, le monde et les Anglais. Guerre des mots et des images*, Autrement, 2004, p. 193.
94. Antoine Lilti, *Figures publiques. L'invention de la célébrité 1750-1850*, Paris, Fayard, 2014, p. 63.
95. « Georges the Lion-hearted », *Boxing*, 2 juin 1913.
96. Tristan Bernard « Préface », dans Georges Carpentier, *Comment je suis devenu Champion d'Europe*, *op.cit.*, p. 8.
97. *The Sporting Life*, 16 juillet 1914.
98. Elsa Cavalié, *Réécrire l'Angleterre. L'anglicité dans la littérature britannique contemporaine*, Presses universitaires de la Méditerranée, 2015, p. 154.
99. Mark Girouard, *The Return to Camelot : Chivalry and the English Gentleman*, New Haven, Yale U.P., 1981, p. 7.
100. L'écrivain Charles Kingsley écrit : « Games conduce not merely to physical but to moral health ». Pour plus d'informations voir Charles Kingsley, *Health and Education*, Londres, Plain Label Books, 1874, p. 35.
101. Georges Carpentier, *Ma Méthode ou la Boxe Scientifique*, Paris, Oudin, 1914. p. 24.
102. Georges Carpentier, *Mon Match avec la vie*, Paris, Flammarion, 1954, p. 60.
103. *Ibid.*
104. *Ibid.*
105. *Ibid.* p. 119.
106. Philippe Chassaing, *La Grande-Bretagne et le Monde de 1815 à nos jours*, Armand Colin, 2009, p. 127.
107. *Ibid.*
108. Pour plus d'informations, voir Emilio Gentile, *Apocalypse de la modernité. La Grande Guerre et l'homme nouveau*, Paris, Aubier, 2011, p. 112-113.
109. André Tardieu. *Notes sur les États-Unis : la société, la politique, la diplomatie*, Paris, Calmann-Lévy, 1908, p. 364.
110. Philippe Roger, *L'ennemi américain, généalogie de l'antiaméricanisme français*, Paris, Éditions du Seuil, 2002, p. 366.
111. *Ibid.* p. 365.
112. , Robert Frank, « Postface », dans Maurice Vaïsse, *L'Entente Cordiale de Fachoda à la Grande Guerre*, *op. cit.*, p. 123-124.
113. *La Boxe et Les Boxeurs*, 22 juillet 1914.
114. *La Boxe et Les Boxeurs*, 18 juin 1913.
115. Ainsi, « le 31 juillet le Cabinet se réunit à nouveau et décida qu'il ne pouvait faire à Cambon aucune promesse ». Pour plus d'informations voir Margaret MacMillan, *op. cit.*, pp. 716-717.
116. *Ibid.*
117. André Maurois, *Les Silences du colonel Bramble*, Œuvres complètes, Tome 1, Paris, Arthème Fayard, 1950, p. 57
118. Stéphane Hadjeras, *Georges Carpentier. L'incroyable destin d'un boxeur devenu star*, Paris, nouveau monde éditions, 2021, p. 261.

## SOURCES ET BIBLIOGRAPHIE

---

### Sources imprimées

Presse française

*L'Auto*

*La Boxe et Les Boxeurs*

*Le Figaro*

*Le Temps*

Presse anglaise

*Boxing*

*The Sporting Life*

*The Times*

### BIBLIOGRAPHIE

---

- Boddy, K. (2008). *Boxing a cultural history*. Londres. Reaktion Books.
- Carpentier, G. (1911). *Comment je suis devenu Champion d'Europe*. Paris, Lafitte & Cie.
- Carpentier, G. (1914). *Ma Méthode ou la Boxe Scientifique*. Paris. Oudin.
- Carpentier, G. (1954). *Mon Match avec la vie*. Paris. Flammarion.
- Cavalié, E. (2015). *Réécrire l'Angleterre. L'anglicité dans la littérature britannique contemporaine*. Presses universitaires de la Méditerranée.
- Chassaigne, P. (2009). *La Grande-Bretagne et le Monde de 1815 à nos jours*. Paris. Armand Colin.
- Crouzet, F. (2004). « L'Entente cordiale : réalités et mythes d'un siècle de relations franco-britanniques », *Études anglaises*, vol. tome 57, no. 3, pp. 310-320.
- Forrest, A. (2004). « L'Angleterre face à la France napoléonienne », dans Bertaud, J.P. Forrest, A. Jourdan, A. *Napoléon, le monde et les Anglais. Guerre des mots et des images*, Paris. Autrement.
- Gentile, E. (2011). *Apocalypse de la modernité. La Grande Guerre et l'homme nouveau*. Paris. Aubier.
- Girouard, M. (1981). *The Return to Camelot : Chilvary and the English Gentleman*, New Haven. Yale U.P.
- Guiffan, J. (2004). *Histoire de l'anglophobie en France, de Jeanne D'Arc à la vache folle*. Terre de Brume.
- Hadjeras, S. (2021). *Georges Carpentier. L'incroyable destin d'un boxeur devenu star*, Paris. nouveau monde éditions.
- Hémon, L. (1994). *Battling Malone, pugiliste*. Boréal.
- Hugo, V. (2012). *L'homme qui rit*. Pocket.
- Kingsley, C. (1874). *Health and Education*. Londres. Plain Label Books.
- Lejeune, D. (2000). *Histoire du sport XIXe XXe siècles*. Paris. Armand Colin.
- Lilti, A. (2014). *Figures publiques. L'invention de la célébrité 1750-1850*. Paris. Fayard.
- MacMillan, M. (2014). *Vers la Grande Guerre. Comment l'Europe a renoncé à la paix*. Paris. Autrement.
- Maurois, A. (1950). *Les Silences du colonel Bramble*. Œuvres complètes. Tome 1. Paris. Arthème Fayard.
- Mosse, G. (1997). *L'image de l'homme, l'invention de la virilité moderne*. Paris. Éditions Abbeville.
- Peyrefitte, A. (2012). « Les Français et les Allemands doivent devenir des frères. »
- De Gaulle*. Tome 1. Édition Arthème Fayard / Le Nouvel Observateur.
- Renouvin, P. et Duroselle, J-B. (1988). *Introduction à l'histoire des relations internationales*. Paris. Pocket.
- Roger, P. (2002). *L'ennemi américain, généalogie de l'antiaméricanisme français*, Paris. Éditions du Seuil.
- Runstedtler, T. (2012). *Jack Johnson, Rebel Sojourner. Boxing in the Shadow of the Global Color Line*. Oakland. University of California Press.
- Serodes, F. (2010). *Anglophobie et politique. De Fachoda à Mers el-Kébir*. Paris. L'Harmattan.
- Spivak, M. (1983), *Education Physique, Sport et Nationalisme en France du Second Empire au Front Populaire : Un aspect original de la défense nationale*. Thèse pour le Doctorat d'État es Lettres et Sciences Humaine. Paris. université Paris I. tome 2.
- Tardieu, A. (1908). *Notes sur les États-Unis : la société, la politique, la diplomatie*, Paris. Calmann-Lévy.
- Vovelle, M. (1984). « La Marseillaise ». *Les Lieux de Mémoires*. Dir. Pierre Nora. Paris. Gallimard.





---

## RÉSUMÉ | RESUMO | ABSTRACT

---

**Le boxeur Georges Carpentier dans la presse franco-britannique de la Belle Époque. De la figure du vengeur de Waterloo à celle du héros de l'Entente Cordiale.**

**O boxeador Georges Carpentier na imprensa franco-britânica da Belle Époque. Da figura do vingador de Waterloo à do herói da Entente Cordiale.**

**The boxer Georges Carpentier in the Franco-British press of the Belle Époque: from Waterloo avenger to hero of the Entente Cordiale.**

**Fr.** À la veille de la Grande Guerre la boxe anglaise a pris, dans les sociétés anglo-saxonnes (États-Unis, Grande-Bretagne et Australie) et depuis peu en France, une dimension sociale et culturelle d'importance. Dans l'Hexagone alors qu'elle était au tournant du XIX<sup>ème</sup> siècle une mise en scène illégale et inconnue du grand public, elle a connu en 10 ans une fulgurante ascension. Aussi, En 1914, elle est devenue sport roi non seulement à Paris mais également en province. Ce que l'on peut appeler « la Belle Époque de la boxe anglaise en France » est marqué par une corrélation entre les succès de cette pratique et l'avènement de la première superstar du sport tricolore : le boxeur Georges Carpentier. Né en 1894 à Liévin, dans les bassins miniers du Pas-de-Calais, le « gosse » embrasse la carrière de pugiliste à l'âge de 14 ans. Entre 1908 et 1914, au rythme de nombreuses et surprenantes victoires, sa popularité ne cesse de croître. Elle atteint son apogée dans les deux années précédant la guerre, particulièrement lors de probants triomphes face à la fine fleur pugilistique britannique. À l'occasion de matchs mobilisant les ressorts du nationalisme anti-anglais, ces affrontements poursuivent la longue inimitié historique entre la France et la « perfide Albion », tout en nourrissant et amplifiant la célébrité du jeune prodige. À l'aube du culte des vedettes et dans une métaphore évidente de la guerre, la presse franco-britannique n'hésite pas à l'élever au rang de « vengeur de Waterloo ». Puis, contre toute attente, à quelques mois de l'embrasement de la vieille Europe, augurant du nouveau jeu d'alliance militaire qui se dessine dans les salons de la diplomatie franco-anglaise, il devient dans ces mêmes journaux le « champion de l'Entente Cordiale ».

**Mots clés :** Boxe – Entente Cordiale - Rivalité franco-anglaise- Georges Carpentier- Sport

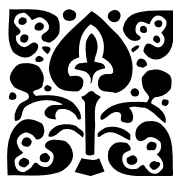
**Pt.** Às vésperas da Grande Guerra, o boxe inglês assume uma dimensão sociocultural central nas sociedades anglo-saxônicas (Estados Unidos, Grã-Bretanha e Austrália). Isso ocorre também na França, onde, até a virada do século XIX, não passava de uma encenação ilegal desconhecida do público em geral. 10 anos depois, experimenta uma ascensão meteórica, tornando-se, em 1914, o rei dos esportes em Paris, mas também nas demais cidades francesas. O período da *Belle Époque* do boxe inglês na França é marcado por uma convergência entre o sucesso do boxe e o advento da primeira superestrela do esporte francês: o boxeador Georges Carpentier. Nascido em 1894 em Liévin, nas bacias mineiras do Pas-de-Calais, o “moleque”, como era chamado, abraçou a carreira de pugilista aos 14 anos de idade. Entre 1908 e 1914, tendo já acumulado diversas vitórias surpreendentes, sua popularidade não para de crescer, atingindo seu auge nos dois anos que precederam a guerra, com vitórias arrasadoras contra a nata do pugilismo britânico. Essas partidas, cenário de incitação ao nacionalismo antiinglês, passaram simultaneamente a consolidar a longa inimizade histórica entre a França e o “pérfido Albion” e a fama do jovem prodígio. Nos primórdios do culto às estrelas do esporte, a imprensa franco-britânica, lançando mão de uma óbvia metáfora bélica, eleva Carpentier ao ranking de “vingador de Waterloo”. Poucos meses antes do estremecimento da velha Europa, contrariando todas as expectativas e prefigurando o novo jogo de alianças militares que se perfilava nos salões da diplomacia

franco-britânica, Georges Carpentier torna-se, nas colunas desses mesmos jornais, o “campeão da *Entente Cordiale*”.

**Palavras-chave:** Boxe - *Entente Cordiale* - Rivalidade franco-britânica - Georges Carpentier - Esporte

**En.** In the years preceding the Great War, English boxing occupied an important social and cultural role in Anglo-Saxon societies (United States, Great Britain and Australia) and came to gradually occupy a similar position in France. At the turn of the 19th century, it was still an illegal and obscure show to French audiences. However, in the course of the following decade, it was propelled to higher grounds: by 1914, it had become the king of sports, both in Paris and in the provinces. The “Belle Époque of English boxing in France» is characterized by the correlation between the success of the sport and the rise of the first French boxing superstar, Georges Carpentier. Born in 1894 in Liévin, in the coal mining basins of the Pas-de-Calais, the “kid” embraces the career of pugilist at the age of 14. Between 1908 and 1914, his popularity was on a constant rise thanks to numerous and surprising victories. His popularity climaxes in the two years preceding the war, largely thanks to multiple victories against the British pugilistic elite. Mobilizing nationalism fueled by anti-English sentiments, these boxing matches are presented as a natural extension of the long historical enmity between France and the «perfidious Albion», contributing to grow and amplify the young prodigy’s fame. At the dawn of celebrity worship, and in an obvious metaphor of the war, the Franco-British press did not hesitate to adorn him as the «Waterloo avenger». Then, against all odds, a few months before the dislocation of old Europe, the same newspapers transformed him into the «champion” of the *Entente Cordiale*, implicitly pulling in behind the new military alliances taking shape in the halls of Franco-British diplomacy.

**Keywords:** Boxing - Entente Cordiale - French-English rivalry - Georges Carpentier - Sport



# Portraits de boxeurs noirs dans des magazines africains illustrés (1953-1975)

CLAIRE DUCOURNAU<sup>1</sup>

Maîtresse de conférences  
Université Paul-Valéry – Montpellier 3,  
Institut universitaire de France  
RIRRA21  
France  
ducournau.claire@gmail.com



et article propose une analyse transversale de portraits de boxeurs noirs publiés dans des magazines africains de langue française entre 1953 et 1975. En suivant les représentations discursives et visuelles données de ce type de sportif dans deux périodiques illustrés, *Bingo* (1953-1991) et *La Vie africaine* (1959-1965), comparées à celles qu'en a proposées au même moment *Paris Match*, il cherche à montrer, dans une perspective foucauldienne, comment ces dernières sont traversées par des dynamiques de pouvoir plus générales articulant des rapports sociaux de sexe, de race et de classe dans un contexte d'effritement de l'empire colonial français. Comme l'a montré Jérôme Beauchez en dressant une synthèse de travaux philosophiques et sociologiques ayant porté sur la condition du boxeur, le combat pugilistique a servi de longue date, depuis les conceptualisations de Jean-Paul Sartre jusqu'à des recherches empiriques récentes, à penser les formes de domination matérielle et symbolique s'exerçant jusque dans les corps (Beauchez, 2017). Si les rapports entre les classes sociales ont été bien pris en compte dans cette perspective – dès le rôle central (et exclusif) qu'occupe la lutte des classes dans la représentation sartrienne de la scène pugilistique (Sartre, 1985 : 396-405) – leur articulation aux formes de racisme et de sexisme reste (en dépit des propositions pionnières de Colette Guillaumin) plus récente dans la recherche sur les corpus de langue française, et redevable des progrès d'une histoire postcoloniale du sport attentive

Pour citer cet article, to quote this article,  
para citar este artigo :

Claire Ducournau, « Portraits de boxeurs noirs dans des magazines africains illustrés (1953-1975) », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne, online], Vol 10, n°2 - 2021, 15 décembre - december 15 - 15 de dezembro.

URL : <https://doi.org/10.25200/SLJ.v10.n.2.2021.439>

aux représentations littéraires et médiatiques qui ont accompagné les compétitions (Gaucher, 2009). En suivant les analyses de Michel Foucault, les discours tenus sur les boxeurs et (sur) leurs corps seront envisagés ici comme pris dans des dispositifs de savoir et de pouvoir qui les traversent et les débordent à différents niveaux – l’expression relationnelle du pouvoir allant toujours de pair, chez ce dernier, avec la possibilité interne de résistance (Foucault, 2000 et 2003).

Le corpus de presse ainsi analysé, destiné à un public situé en Afrique subsaharienne francophone et dans la diaspora noire, a été largement négligé par la recherche jusqu’à une période récente, et reste encore très peu étudié. Il faut attendre le tournant des années 1950 et 1960, moment politisé où les colonies françaises de cette zone accèdent à l’indépendance, pour que s’affirme ce « nouveau type de presse » transnationale, au sein de laquelle seul *Jeune Afrique*, créé en 1960, persiste à ce jour (Tudesq, 1995 : 92-94). L’un des modèles de ces périodiques est la presse magazine illustrée française ayant pris son essor après la Seconde Guerre mondiale (Blandin, 2018 : 17-18), à l’instar de *Paris Match*, sur lequel portent déjà un certain nombre de travaux sociologiques et historiques (Chenu, 2008 ; Attali, 2011), et qui sert ici de contrepoint comparatif. À ce titre, ces périodiques apparaissent tout autant comme un corpus spécifique où se déploie l’écriture du journalisme sportif au centre de ce numéro de revue que comme une archive historique, utile, comme dans d’autres recherches (Ville, 2016b), pour documenter la condition sociale de ces sportifs, encore assez méconnue comparativement à d’autres contextes historiques ou nationaux (Beauchez, 2017).

D’un point de vue méthodologique, le travail s’appuie sur une comparaison entre trois magazines, permettant de faire jaillir des ressemblances et des divergences discursives dans un champ journalistique où chaque périodique se positionne comme une institution dotée de ses caractéristiques propres (économiques et politiques notamment). Il comprend aussi en ce sens un volet documentaire et ethnographique : des entretiens ont été réalisés avec certains rédacteurs en chef et des sources secondaires ont été mobilisées, comme des biographies de journalistes. Chaque numéro paru de *Bingo* et *La Vie africaine* a été consulté, en prêtant attention à l’évolution des caractéristiques générales de ces deux magazines des années 1950 aux années 1980 (organisation des rubriques, en particulier de la rubrique sportive, tonalité des publicités, composition des équipes rédactionnelles, format et ligne éditoriale, succession des couvertures, etc.). Dans un second temps, après avoir décidé de concentrer l’étude sur la boxe, tous les articles consacrés à ce sport parus dans ces deux magazines de 1953 à 1975 ont été précisément lus et étudiés, qu’ils relèvent, ou pas, de la rubrique sportive<sup>2</sup>. Mobiliser ces différentes

échelles d’analyse nous a permis de questionner la spécificité des représentations des (corps) des boxeurs d’un magazine à l’autre d’une part et à travers le temps d’autre part, en particulier du point de vue des rapports de pouvoir qui s’y expriment.

Parmi les articles sportifs présents dans ces magazines, la boxe est l’une des disciplines les plus présentes, à côté du football, de l’athlétisme et, dans une bien moindre mesure, du cyclisme. Très internationalisé, ce sport est dominé à l’échelle mondiale par les boxeurs noirs américains depuis les années 1930, dès leurs premières victoires autorisées sur les Blancs, une vingtaine d’années plus tôt, sans qu’aucun boxeur venant d’Afrique ou des Antilles, malgré les réussites avérées de certains d’entre eux en France, n’ait accédé à un vedettariat aussi intense et durable que celui qu’ont connu Georges Carpentier, Marcel Cerdan ou Mohamed Ali au xx<sup>e</sup> siècle (Jobert, 2006 ; Benamou, 2011 ; Ville, 2016a ; Oates, 2012).

En examinant les modalités de représentation de boxeurs noirs, américains et/ou africains, dans ce segment de la presse, ainsi que la plasticité relative de ces textes et de ces images d’un magazine à l’autre, le présent article défend l’hypothèse d’une spécificité et d’une intensité du portrait de boxeur, particulièrement clivant et polarisé autour de 1960, avec ses passages obligés (ou *topoi*) et ses référentiels propres. Pour ce faire, il envisage d’abord les enjeux sociopolitiques des images et des discours sportifs dans un espace de publication périodique diversifié et concurrentiel, avant de proposer une typologie des articles sur la boxe, dans lesquels, en dépit de leur variété et de leur mélange, on retrouve des traits réguliers propres au portrait, révélateurs des rapports sociaux de classe, de race et de sexe qui traversent alors plus largement ces représentations.

---

## LA BOXE COMME ALLÉGORIE D’UN PROCESSUS DE DÉCOLONISATION

---

### Trois magazines illustrés portés par des principes et des publics distincts

Afin de situer les enjeux politiques, économiques et médiatiques des représentations analysées ici, nous positionnerons d’abord les trois magazines considérés dans un champ journalistique transnational, pour montrer en quoi les luttes pugilistiques qu’ils mettent en scène se jouent aussi au-delà du ring, dans un contexte de décolonisation. Le corpus étudié comprend les articles sur le sport, et en particulier sur la boxe, publiés dans *Bingo* et *La Vie africaine* pour la période où ils paraissent concomitamment, soit de 1959 à 1965, l’enquête ayant été complétée sur les périodes

antérieure et ultérieure en ce qui concerne *Bingo*, et par des coups de sonde comparatifs sur *Paris Match* de 1949 à 1959.

Créé en 1953 par l'écrivain et homme politique sénégalais Ousmane Socé Diop, *Bingo* appartient surtout au Français Michel de Breteuil, fils de Charles de Breteuil, déjà détenteur de plusieurs titres de presse en Afrique occidentale française (AOF) et en Afrique équatoriale française (AEF), comme le quotidien *Paris-Dakar*, créé en 1936. Ses tirages sont estimés entre 30 000 et 35 000 exemplaires (dont 5 000 vendus par abonnement) au début des années 1960, ce qui représente la plus vaste diffusion d'un périodique en AOF, en particulier au Sénégal, en Côte d'Ivoire et au Cameroun, pour une présence bien moindre en France (Bouzerand, 1967 : 29). Selon les déclarations de l'éditeur, sans doute un peu surévaluées, ces tirages augmentent jusqu'à plus de 100 000 en 1970<sup>3</sup>. D'abord sous-titré *L'Illustré africain*, *Bingo* voit son intitulé se modifier au profit de *Revue mensuelle de l'activité noire* en 1957, puis *Mensuel du monde noir* en 1961, à mesure que le volume du périodique, à l'orientation de plus en plus commerciale, croît et qu'il accueille de plus en plus de publicités et de textes, de moins en moins de dessins et de photographies.

Créé six ans plus tard par A. Baye Fall, *La Vie africaine*, sous-titré *Le Magazine d'information et de culture du monde noir*, se présente comme le fruit du travail d'une équipe de journalistes indépendants et majoritairement originaires de pays africains, soucieux de « poser eux-mêmes leurs propres problèmes », en maintenant une liaison « permanente » « avec la masse africaine<sup>4</sup> ». S'il connaît des tirages moindres que *Bingo*, de l'ordre de 10 000 exemplaires<sup>5</sup>, il déploie aussi, davantage que ce dernier, un discours politique oppositionnel, lié à la gauche, mendésiste notamment, et dénonce volontiers le racisme de la presse à grand tirage dominante en France, de *L'Équipe* à *France-Soir* (Guillaumin, 1972).

Le corpus comprend aussi, par contrepoint, des articles sur la boxe parus dans *Paris Match*, hebdomadaire illustré fondé en 1949 par Jean Prouvost, dont les ventes, sans commune mesure avec celles des précédents, atteignent 2 millions d'exemplaires chaque semaine au cours des années 1950. Ce magazine fait alors du sport « un modèle d'allégorie sociopolitique » selon Michaël Attali, puisque la représentation des sportifs et des compétitions internationales restitue l'attachement des journalistes à l'ordre colonial en un moment où ils suivent de près les guerres d'indépendance en Indochine et en Algérie. Alors que l'empire français se défait, la figure de l'immigré se voit progressivement exclue d'un territoire national dont les contours géographiques sont remodelés par la disparition de ces territoires annexés (2011 : 161-163).

Mettant à mal ce discours monologique, le secteur de la presse magazine africaine, inspiré de modèles anglophones comme *Drum*, créé en 1951 en Afrique du Sud, s'épanouit dans la lignée de la Négritude, mouvement littéraire et politique dont se revendiquent volontiers *Bingo* et *La Vie africaine*. Il s'agit de vanter l'unité africaine à travers un discours nationaliste de plus en plus affirmé visant une libération vis-à-vis des colonisateurs, même s'il reste ambivalent dans *Bingo*, moins engagé politiquement. Les rédacteurs en chef de ces périodiques dont les contenus sont très littéraires sont en bonne part des écrivains qui admirent Léopold Sédar Senghor. Paulin Joachim, auteur et journaliste gravitant autour de *Présence africaine*, déjà contributeur à *France-Soir*, prend le relais d'O.S. Diop comme rédacteur en chef de *Bingo* au début des années 1960 ; le romancier béninois Olympe Bhêly-Quenum succède quant à lui en décembre 1962 à Georges Chaffard (juin 1961-nov. 1962) à la tête de *La Vie africaine*. Lorsque ce magazine disparaît, à la suite de difficultés avec le ministère de la Coopération qui l'avait subventionné, Bhêly-Quenum crée *L'Afrique actuelle* (1965-1969), dont la ligne éditoriale se modifie légèrement – moins illustré, ce périodique ne comporte plus, ainsi, d'articles sur le sport, lesquels s'étaient déjà raréfiés pendant la dernière année de parution de *La Vie africaine*.

### La boxe comme symbole : Jeux de l'Amitié et ambivalence des figures afro-américaines

Le sport en général, et la boxe en particulier, occupent une position intéressante dans ce moment de transition géopolitique, puisqu'ils sont extrêmement présents au tournant des années 1950 et 1960 dans *Bingo* et *La Vie africaine*, notamment autour des Jeux de l'Amitié, organisés par la France entre 1960 et 1963 à Tananarive, Abidjan et Dakar, qui font l'objet de couvertures et de suppléments. (Néo)colonial, le label de ces rencontres sportives épouse une rhétorique de l'apaisement et du lien maintenu entre la métropole et des colonies en train de disparaître en tant que telles en Afrique – avant qu'elles laissent place, en 1965 à Brazzaville, aux Jeux africains, manifestation que le baron Pierre de Coubertin, fondateur des Jeux olympiques et impérialiste convaincu, avait déjà tenté, sans succès, d'organiser en Algérie en 1925 (Defrance, 1995 : 19-21 ; Dine, 2020 : 411). Ces Jeux, dits en 1960 « de la Communauté » – soit la Communauté française, avatar de l'Empire puis de l'Union française, qui a précédé le démantèlement de l'institution coloniale –, mettent face à face d'un côté les sportifs français et de l'autre les sportifs issus des nouvelles nations d'Afrique francophone, auxquelles s'ajoutent ensuite d'autres pays du continent.

Si les résultats des Français sont meilleurs que ceux des Africains, les articles, rendant compte de cette



supériorité, cherchent aussi à l'expliquer et à délivrer des perspectives d'avenir. Leur diagnostic dénonce, à travers une réfutation pondérée mais ferme de l'argument racial, le manque d'équipement et d'encadrement sur le sol africain, ce qui devient un enjeu glosé par cette presse pour la construction des nouvelles nations. Mais dans certaines disciplines, les Africains rattrapent rapidement leur retard : c'est le cas de la boxe, et dans une moindre mesure du football, qui sont aussi, comme le relèvent les journalistes, les sports les plus populaires. La boxe attire ainsi un public nombreux, « dans une atmosphère de passion, de tension et de hargne », comme le commente Rafaly, envoyé spécial à Tananarive lors de la première édition, à propos d'une soirée qui finit dans la contestation :

« Cette soirée a fini par revêtir un caractère racial et a manqué de dégénérer en bagarre générale. Il faut avouer que le manque d'autorité de l'arbitrage, son hésitation et son impartialité contestable ont été à la base de tous les incidents. Il est vrai que le public du noble art comprend souvent des spectateurs qui n'entendent rien, et qui acclament tous les coups qui font du bruit alors que ceux-ci ne sont souvent que le résultat de gants qui s'entrechoquent et non pas des points marqués, mais là le public n'avait pas tort de s'emporter. Une décision a été particulièrement mal accueillie : la disqualification pour "trois coups de tête" de Diop Blondin (Mali) contre Cailleau (France), à la finale des Super mi-moyens. Espérons que pour les prochains Jeux des arbitres plus confirmés seront désignés pour contrôler les combats de boxe, sport extrêmement indisposant quand il engendre l'animosité<sup>6</sup>. »

Le terme « animosité » qui achève cette citation finalise le retournement de situation par rapport à l'« amitié » programmée par ces jeux : et cette hargne ne se déploie pas tant, de manière contre-intuitive, entre les deux adversaires, qu'entre le public et les arbitres. Donnant raison au premier contre les seconds dans un registre de langue particulièrement soutenu, Rafaly laisse ici élégamment entendre, à travers modalisateurs, marques de concession, périphrases et litotes, la partialité raciste de l'arbitrage en faveur de la France, permettant aux anciens colonisateurs d'emporter la plus grande partie des matchs (4 sur 6), quand une victoire malienne aurait abouti à une égalité du score entre la métropole et ses anciennes possessions.

La boxe devient en quelque sorte, moyennant un tel discours de dénonciation, le symbole de la récupération d'une grandeur nationale, un emblème de combats politiques qui se déroulent aussi en dehors du ring. L'enjeu est important en ce début des années 1960, décennie que Jacques Defrance décrit comme

marquée par une poussée d'autonomisation du champ sportif, donnant plus d'importance aux jugements athlétiques qu'aux impératifs politiques ou moraux (1995). Les boxeurs ivoiriens dominent du reste la deuxième édition de ces Jeux, qui ne voit plus que trois matchs sur dix remportés par un Français, un par un Dahoméen et tous les autres par des Ivoiriens<sup>7</sup>. L'allégorie fonctionne là d'une manière inversée par rapport à la rhétorique de *Paris Match* : les journalistes soutiennent cette fois les sportifs africains et tout ce qui peut leur permettre de retrouver une grandeur confiscuée, y compris en termes de formation et d'intégration en France, ou de nécessité qu'ils reviennent une fois formés dans leur pays d'origine pour y transmettre leur technique.

L'affaire Abdoulaye Seye illustre cette situation : cet athlète reconnu en France décide, après avoir obtenu une médaille de bronze aux Jeux olympiques de 1960 et s'être engagé auprès du Club de Saint-Maur, en région parisienne, de répondre à « l'appel de Dakar » et de retourner exercer dans son pays devenu indépendant. Le comportement de celui qui était, selon Attali, le « premier Noir francophone » à faire « l'objet d'une attention conséquente » dans *Paris Match*, après avoir obtenu le record de France du 100 m en 1959, exploit qui y est mis au crédit de ses entraîneurs blancs (2011 : 173), se voit alors dénoncé par *L'Équipe*, qui titre « Seye tourne le dos à la France ». L'article donne à entendre le seul point de vue des dirigeants du club, dévoilant l'intimité du sportif sans que les journalistes ne se soient au préalable entretenu avec lui sur les conditions de son départ<sup>8</sup>. Fondée sur une interview avec le sprinteur sénégalais, l'article de *La Vie africaine* dénonce la construction factice de cette « désertion » par les médias français. Après « l'intransigence » qui avait prévalu dans les années 1950 à l'égard des sportifs africains, la « sollicitude » et l'« indulgence » dont témoignent les milieux sportifs et journalistiques français à l'égard de cet « enfant terrible », sont dues à des efforts inédits, à partir des luttes anticoloniales, pour intégrer ces athlètes dans les équipes professionnelles (Deville-Danthu, 1997 : 400-404). Mais cette stratégie ne donne que des résultats mitigés dans un contexte où la lutte se joue aussi hors du terrain sportif : constituée en 1958, en pleine guerre d'Algérie, l'équipe de football du Front de libération nationale représente ainsi un symbole politique fort du refus d'une telle intégration (Lanfranchi, 1994).

Au-delà de telles mobilités entre l'Europe et l'Afrique, l'horizon géographique de ces périodiques illustrés, diasporique, s'inscrit dans un Atlantique noir faisant circuler des références et des imaginaires sur au moins trois continents, impliquant aussi l'Amérique. Le statut de la boxe américaine et de champions comme Joe Louis, Sugar Ray Robinson puis Joe Frazier et Mohamed Ali, très présents dans les colonnes

de ces magazines, y reste cependant ambivalent. Si *Paris Match* les évoque en les altérant et en les animalisant, en privilégiant leurs défaites et décadences pour maintenir le sportif blanc comme la norme (Atalli, 2011 : 165-166), les deux périodiques africains cultivent une rhétorique d'attraction et de répulsion d'un autre genre. Ces sportifs noirs constituent d'un côté des modèles admirés et des vecteurs d'émulation, comme en témoigne la parole recueillie de Joe Louis dans *Bingo*, plaçant ses espoirs dans les boxeurs africains et les encourageant<sup>9</sup>. Mais les règles de la boxe sont aussi, aux États-Unis, plus brutales et moins soucieuses de la santé des sportifs. Si dans *Bingo*, Floyd Patterson, « l'un des plus grands boxeurs de tous les temps », apparaît comme une figure de réussite matérielle – selon une enquête du « grand confrère *Ebony* », « revue officielle des Noirs d'Amérique » –, le même numéro recueille, sous forme de débat à la suite de la mort du Cubain Benny Kid Paret après un combat avec Emile Griffith, les points de vue de seize boxeurs africains ou noirs et autres personnalités du monde pugilistique qui vont jusqu'à envisager l'interdiction de la boxe professionnelle. Plusieurs de ces témoins considèrent alors qu'aux États-Unis, les boxeurs sont des sauvages, notamment du fait de la spectacularisation excessive de la boxe, comme de sa dépendance vis-à-vis des intérêts financiers, au détriment de la santé des sportifs<sup>10</sup>.

Dans ces deux types d'articles, à quelques pages d'écart, on voit combien le boxeur, successivement *self-made man*, victime sacrifiée ou professionnel en exercice dont on recueille la parole experte, apparaît comme une figure aussi récurrente que contrastée, ce qui peut imposer une attention à la diversité générique des textes qui l'évoquent dans ces périodiques.

---

## D'UNE TYPOLOGIE DES ARTICLES SUR LA BOXE À LA PRÉVALENCE DU PORTRAIT

---

### Essai de typologie des articles sur la boxe : le portrait comme un « métagenre »

Si l'on tente de dresser en ce sens une typologie des articles où apparaît la boxe dans ces magazines, plusieurs catégories endogènes apparaissent : le reportage, impliquant un déplacement du journaliste pour suivre une compétition, un athlète, un club ; l'enquête-débat, moyennant le plus souvent des questions posées à des professionnel·les et/ou des lecteur·rices ; l'interview, souvent reconstituée sous une forme narrative rapportant les propos de manière indirecte ; le compte rendu de match ; la confession, retranscrivant le point de vue de vedettes de la boxe. Or la distinction entre ces catégories n'est généralement pas nette, puisqu'elles se mélangent et se superposent, sans toujours s'exclure les unes les autres, y compris dans les

labellisations et caractérisations assumées au sein des périodiques. Si, en ce sens, le terme « portrait » reste peu affiché dans les magazines mêmes, c'est un genre qui ressort comme le plus susceptible de s'appliquer à chacune de ces autres catégories. À côté du compte rendu de compétition, c'est aussi l'un des deux genres journalistiques (et narratifs) majeurs ayant permis de consacrer officiellement l'écriture du journalisme sportif à travers sa surreprésentation au Prix du meilleur article sportif, remis depuis 1958 par l'Union syndicale des journalistes sportifs de France (Souanef, 2013 : 25-27).

Dans *Paris Match*, où il n'y a pas de rubrique pérenne consacrée aux sports, les articles présentant des boxeurs africains et/ou noirs sont le plus souvent de l'ordre du récit de match spectacularisé, sur le mode du drame. Après sa défaite face au Nigérian Hogan Bassey, dépeint comme « Noir minuscule au crâne en pain de sucre », du fait d'une interruption du combat par l'arbitre, le « célèbre visage d'ange » de l'Algérien Chérif Hamia « n'est plus qu'une plaie. Son œil droit disparaît sous un hématome violacé, sa lèvre est coupée ». Doublé de photographies éloquentes, le récit repose sur la mobilisation de biographèmes qui exotisent Hamia, quasi systématiquement caractérisé comme « musulman », ayant épousé sur décision parentale sa cousine Yamina, « femme voilée » (y compris le jour de son mariage). Le rôle décisif de son manager français, Philippe Filippi, est souligné avec insistance, là comme ailleurs<sup>11</sup>. Les corps souffrants des boxeurs apparaissent comme une métaphore des rapports de force culturels et politiques, et la défaite d'Hamia contribue à l'altérer, en suggérant aussi la domination de l'Algérie par la France au moment de la guerre d'indépendance.

Si les boxeurs américains offrent des figures de succès, comme Sugar Ray Robinson, c'est de manière ambivalente dans un pays où la « question noire » est présentée, conformément au point de vue blanc majoritaire (Guillaumin, 1972), comme « la seule grande ombre pesant sur l'avenir de l'Amérique »<sup>12</sup>. Loin du statut de parrain modèle qu'il avait dans *Bingo*, on y insiste sur la défiguration, les ennuis juridiques et les embarras d'argent de Joe Louis, retournant sur le ring après l'annonce officielle de son retrait<sup>13</sup>. Les boxeurs africains n'y sont que rarement évoqués, ou alors de manière dévalorisante : Assane Diouf fait une apparition « complètement groggy », défait par un Charron excité par les propos racistes de son entraîneur<sup>14</sup>. C'est dans le cadre d'une comparaison entre les exercices français et américain de la boxe, au détriment de cette dernière, qu'est discrètement évoquée la mémoire de Louis Mbarick Phall, surnommé *Battling Siki*, champion du monde originaire du Sénégal ayant défait Carpentier en 1922 avant de se voir diffamé et écarté par la presse et les milieux sportifs français et de mourir,

à New York, dans des conditions mystérieuses. La mémoire de cet exploit est totalement absente des deux magazines africains, comme elle l'a été dans l'histoire sportive dominante (Jobert, 2006 : 117-129 ; Dine, 2020). L'article de *Paris Match*, mettant sa mort au crédit des « gangs de la boxe » états-uniens, reprend implicitement le récit longtemps le plus répandu, diffusé notamment par le populaire Carpentier, et fait passer cet athlète, dont le talent sportif était avéré, pour un alcoolique déséquilibré : « Il buvait quotidiennement cinq litres de chablis et changea seize fois de managers en douze jours. Siki fut champion six mois.<sup>15</sup> » Après les années 1950, « période charnière dans la production d'une mémoire coloniale caractérisée par le renforcement des stéréotypes », Attali observe du reste que les sportifs colonisés disparaissent des colonnes de *Paris Match* : « la nageuse Christine Caron se substitue à Abdoulaye Seye » (2011 :175).

D'autres registres prévalent dans les deux magazines africains, où les propos sur la boxe se glissent également dans des lieux beaucoup moins attendus que la rubrique sport : la nécrologie, volontiers hagiographique, telle celle d'Assane Diouf, mort à 51 ans à Dakar et décrit comme « l'un des derniers aristocrates de la boxe<sup>16</sup> » (illustration 1), la rubrique « Parlons un peu d'eux », qui restitue des trajectoires de réussite sociale comme celle de Victor Poué, ouvrier électricien et champion de boxe d'AOF ou celle d'Amadou Gueye, ancien champion de boxe devenu photographe des luttes africaines (illustration 2)<sup>17</sup>, le fait divers, tel la chute d'un toit du boxeur N'Faly Camara, alors qu'il était « en pleine gloire<sup>18</sup> », le courrier des lecteurs, la couverture des magazines ou la publicité qu'ils contiennent.

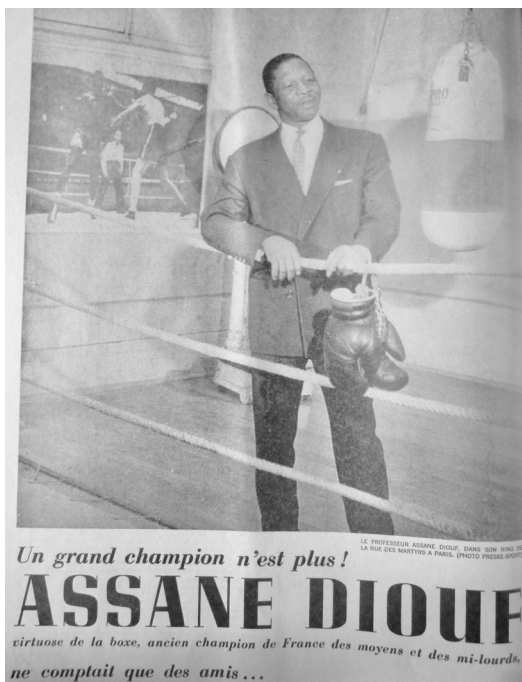


Illustration 1 : Guy Benamou, « Un grand champion n'est plus ! », *Bingo*, n° 128, sept. 1963, p. 50.

Illustration 2 : « Parlons un peu d'eux », *Bingo*, n° 74, mars 1959, p. 42-43.



Cette dissémination textuelle et visuelle ménage des circulations d'une rubrique et d'un numéro à l'autre, au-delà de la section sportive, dans des interstices parfois peu prévisibles qui se répondent. Elle contribue à rapprocher ces figures de boxeurs du lecteur ou de la lectrice du magazine, à travers le retour récurrent d'éléments biographiques à leur sujet. Du fait du relatif envahissement de ces biographèmes, ce *storytelling* traversant un grand nombre de types d'articles et de lieux du journal, le portrait de boxeur peut dès lors apparaître comme un « métagenre », situé entre et au-delà des genres journalistiques usuels.

Le terme de « genre » est ici utilisé dans le sens qu'il a pris dans une nouvelle vague de recherches sur la presse qui s'est développée depuis une vingtaine d'années. Considérant les journaux comme une unité littéraire, sémiotique et éditoriale, ces travaux cherchent à décrire, historiciser et comparer les différentes sections et rubriques du journal à partir de traits stylistiques partagés, de définitions socialement admises, et de catégorisations internes propres aux périodiques dans lesquels ils prennent place. Ces recherches, prenant le plus souvent la forme de projets collectifs, à l'instar de Numapresse, se sont notamment appuyées sur de vastes corpus numérisés et sur



des outils de programmation informatique (comme la classification automatique) entraînés à reconnaître et à distinguer de plus en plus finement les genres les uns vis-à-vis des autres, qu'ils soient thématiques (la rubrique sport ou cinéma), stylistiques (le fait divers ou le reportage), ou publicitaires, un texte étant toujours susceptible de s'inscrire dans plusieurs genres. Ces approches n'excluent pas, comme l'a récemment montré Pierre-Carl Langlais, une perspective critique sur les catégorisations ainsi produites, jamais universelles, toujours relatives au contraire à des contextes historiques précis qu'il s'agit de délimiter en les accompagnant d'interprétations qualitatives, les standards d'écriture journalistique évoluant constamment (Pinker, 2020 : 204-214 ; Langlais, 2021).

Si nous n'avons pas utilisé, dans le travail présenté ici, d'outil numérique de reconnaissance de genre, au profit d'analyses plus qualitatives, il apparaît bien, en comparant les articles sur la boxe présents d'un numéro à l'autre dans les trois magazines, que la présence du portrait de boxeur au-delà des rubriques sportives proprement dites est une particularité des magazines africains à la fin des années 1950 et au début des années 1960, ce qui les distingue nettement de *Paris Match*. L'exemple de publicités pour Nescafé peut illustrer ce clivage. Deux d'entre elles, similaires, paraissent dans *La Vie africaine* et dans *Bingo* à quelques mois d'écart (illustrations 3 et 4) : elles présentent un boxeur nommé et identifié, Fimin N'Dia ou Kouamé Yao, souriant, placé dans une même attitude de repos aussi conquérante que conviviale, laissant voir son corps et invitant presque le lecteur à pénétrer sur le ring, en une forme de rapprochement complice. La généralisation à « tous les boxeurs », *via* la comparaison traversant la photographie, fait de ces derniers des personnages dont on peut partager les pratiques de consommation, du moins en matière de boisson chaude. Les publicités pour Nescafé qui paraissent peu avant dans *Paris Match* mettent au contraire en avant

une femme blonde et un homme d'âge mûr, portant des vêtements de ville qui recouvrent bien davantage leurs corps, allongés sur un mobilier bourgeois, dans une pose inspirant la détente et l'opulence, avec une légende qui suggère en même temps la moralité et le *sex-appeal* de ces protagonistes dont les propos se conforment aux rapports sociaux de sexe. La première se voue à la sphère domestique, le second à la sphère professionnelle, sans que le contenu de leurs activités ne soit précisé (illustrations 5 et 6). Si le public visé n'est pas le même, le choix de boxeurs dont le nom est potentiellement connu, puisqu'il apparaît aussi dans des articles et en couverture, dit l'importance de cette figure à cette période, tout en illustrant deux procédés journalistiques, la peopolisation et le placement de produits, courants depuis le XIX<sup>e</sup> siècle (Pinker, 2020 : 112-134) du fait de l'hétéronomie de la presse, notamment vis-à-vis des intérêts économiques.

### Intensification et diversification de la présence des boxeurs africains entre 1959 et 1961

La présence des boxeurs s'intensifie et se diversifie en ce sens dans *Bingo* et *La Vie africaine* entre 1959 et 1961 : un quart des couvertures de *Bingo* est consacrée au sport sur ces trois années (contre seulement une dans *La Vie africaine*)<sup>19</sup>, et il s'agit de boxeurs sur plus de la moitié d'entre elles, soit cinq sur neuf (illustrations 7 à 11). Parmi celles-ci, une seule représente un boxeur noir américain : il s'agit de Davey Moore, à l'occasion de sa venue à Paris. Le portrait de ce boxeur, mort précocement à la suite d'un combat de deux ans plus tard, est peu avantageux : ressemblant à un homme d'Église, il aspire à une existence bourgeoise<sup>20</sup>. Les autres couvertures mettent quant à elles à l'honneur quatre boxeurs africains accompagnés de membres de leur entourage professionnel ou familial, dévêtus et esthétisés dans des gestes et des postures de lutte virile qui valorisent la couleur de leur peau et leurs muscles, contemplant le trophée du champion-

**Illustration 3** : *La Vie africaine*, n° 36, mai 1963, p. 54, et *Bingo*, n° 123, avril 1963, p. 73. / **Illustration 4** : *La Vie africaine*, n° 51, oct. 1964, p. 58. / **Illustration 5** : *Paris Match*, 21 mars 1959, p. 58. / **Illustration 6** : *Paris Match*, 11 avril 1959, p. 78.



Illustration 7 : *Bingo*, n° 76, mai 1959 / Illustration 8 : *Bingo*, n° 80, sept. 1959 / Illustration 9 : *Bingo*, n° 83, déc. 1959 / Illustration 10 : *Bingo*, n° 98, mars 1961



nat de France, ou habillés à l'européenne. C'est le cas de Kouamé Yao, fils de « paysans baoulé » qui dirige un garage dans le quartier abidjanais de Treichville où il habite avec sa femme et ses deux enfants. Malgré son titre de champion des mi-lourds de Côte d'Ivoire, il ne comprend pas pourquoi les journalistes venus le trouver là s'intéressent à lui<sup>21</sup>.



Illustration 11 : *Bingo*, n° 104, sept. 1961

On a accès, de numéro en numéro, à une galerie de portraits mis en situation et en relation : Michel Diouf est parrainé par Assane Diouf, ancien champion devenu entraîneur (illustration 9), à qui il présente un numéro plus ancien de *Bingo* – la représentation

visuelle de la lecture de ces magazines est courante dans leurs pages. Quelques mois avant la déferlante des indépendances politiques, la couverture du magazine n° 80 s'interroge sur la possibilité qu'un Africain devienne un jour champion du monde de boxe. Dans un article présenté conjointement comme une enquête et un reportage, Benamou insiste sur la centralité maintenue de Paris et de ses entraîneurs pour que cette possibilité se réalise<sup>22</sup>. Bernadette Deville-Danthu montre en ce sens que les années 1958-1965 voient se redéfinir les relations sportives entre la France et les pays d'Afrique. Le sport apparaissant comme un « instrument diplomatique » pour plusieurs nations qui tentent d'envoyer des équipes ou des entraîneurs dans les pays indépendants, la France engage alors « une politique de coopération sportive d'envergure qui ne négligea aucun État de l'ex-AOF », « avec des arrière-pensées sportives, mais aussi mercantiles et stratégiques » (1997 : 458-459).

Ce contexte peut contribuer à rendre compte de l'intensité exceptionnelle de la présence des boxeurs en couverture au cours de cette période, alors qu'aucune sportive n'est consacrée à un boxeur avant 1959. De 1962 à 1975, c'est l'Américain Mohamed Ali, promu à quatre reprises, qui domine les rares couvertures exhibant un boxeur<sup>23</sup>. En d'autres termes, les boxeurs africains disparaissent des colonnes du magazine pour laisser place à leurs homologues états-uniens qui, en 1970, sont devenus les « maîtres du ring » : « Si les boxeurs de couleurs sont de plus en plus rares en France, ils continuent à montrer leur valeur sur les rings américains<sup>24</sup>. »

#### Conditions sociales d'existence des boxeurs représentés : des portraits en six séquences

Pour contribuer à éclairer les modalités d'écriture des portraits de boxeurs et les conditions sociales d'existence qu'ils permettent de documenter, nous avons distingué six séquences récurrentes structurant



les textes et les images qui s'y rapportent dans cette presse africaine. Ces lieux rhétoriques ou *topoi* représentent autant d'étapes chronologiques successives renvoyant à des biographies spécifiques, à travers des séquences clés dans une telle carrière sportive.

Le premier topos renvoie à la petite enfance, à travers la naissance, dont le lieu et la date sont souvent précisés, ainsi que les modalités de socialisation dans le milieu familial : place dans la fratrie, destins des différents frères et sœurs, choix éducatifs parfois détaillés, traduisant généralement un positionnement plutôt favorable, ce qui contribue à documenter un pan méconnu d'histoire sociale. Établissant une prosopographie à partir de périodiques spécialisés parus entre 1905 et 1914 (en l'absence d'autres archives), Sylvain Ville a montré que les boxeurs français se recrutent alors « dans les fractions les plus aisées du prolétariat urbain » bien davantage « que dans ses catégories les plus précaires », loin de la représentation misérable que véhicule le sens commun (2016b : 14), ou de leurs appartenances sociales plus défavorables aux États-Unis (Beauchez, 2017). De même, l'origine sociale de ces boxeurs issus de colonies françaises n'est généralement pas populaire, ce qui est d'autant plus remarquable que l'accès à la scolarisation y est bien moins généralisé que dans l'Hexagone au début du xx<sup>e</sup> siècle. Ces sportifs ont quasiment tous pu fréquenter l'école ; ils suivent la plupart du temps des études supérieures ; ils lisent et vont au cinéma, ce qui reste très distinctif socialement en AOF et en AEF. Le Camerounais Épiphané Akono est ainsi le fils de l'ex-président de l'Assemblée du Cameroun. Orphelin de mère depuis l'âge de 3 ans, il compte dans sa nombreuse fratrie des réussites sociales : l'un de ses frères est bachelier à un âge précoce, un autre dessinateur en bâtiment<sup>25</sup>.

Le deuxième topos est la découverte du sport et, souvent plus tard, de la boxe. Ce n'est qu'après avoir pratiqué le foot avec les autres enfants de son quartier et migré en Côte d'Ivoire, où il travaille comme aide-mécanicien dans un garage automobile d'Abidjan, qu'Akono fait connaissance avec l'art pugilistique.

Le troisième lieu rhétorique récurrent dans ces portraits représente les apprentissages et les progrès, et parfois l'accès au statut de professionnel, le plus souvent à travers une rencontre avec un entraîneur décisif et/ou une migration en France afin de bénéficier d'une meilleure formation. Cette mobilité impose alors des appartenances multiples, parfois problématiques, en particulier après les indépendances, ce que peut aussi signaler l'usage, pour désigner ces boxeurs, de noms ou de surnoms variés. Le journaliste de *Bingo* s'interroge ainsi en 1963 sur la nationalité d'Edmond Britto, qui fait selon lui partie des « hommes à suivre » : « Sénégal ? Côte d'Ivoire ? France ?<sup>26</sup> » Akono part en France en 1953 pour suivre des cours dans un centre d'appren-

tissage de mécanique automobile à Lyon. Une fois diplômé, il est engagé aux Usines Chausson, en région parisienne, où un enseignant de gymnastique lui fait connaître le manager Ernest Grante. Après avoir disputé trente-cinq combats en amateur, dont une seule défaite, au championnat de Paris, il passe professionnel, et vainc à l'étranger des Italiens, des Anglais et des Belges.

La quatrième séquence que l'on trouve dans ces trajectoires est une description de la pratique sportive et du quotidien qui l'accompagne, comprenant généralement une autre activité sociale considérée par la plupart des boxeurs comme principale, études supérieures ou second métier, en raison de la faiblesse des revenus que suscite ce sport, d'autant qu'il nécessite aussi des frais relativement élevés, comme la cotisation permettant de s'entraîner dans une salle<sup>27</sup>. Les gratifications que cette pratique occasionne sont plus symboliques, culturelles et mondaines que financières : une propulsion dans des milieux sociaux relativement prestigieux, de l'aide ou des opportunités professionnelles, des voyages... toutes conséquences éventuellement vectrices d'ascension sociale, sous réserve d'un succès minimal pour ceux que les journalistes voudraient généralement tous champions. Ces perspectives avantageuses sont maintenues à l'horizon de nombreux portraits, sans qu'elles n'aient rien d'évident. Le boxeur sénégalais Constant Alcantara, surnommé « Al », a ainsi été fasciné, lors de ses déplacements, par l'île de Porto Rico ; il a été invité à la table du roi de Suède et voudrait entraîner les jeunes Sénégalais. La vie personnelle est aussi présente dans ces portraits, donnant place aux qualités morales à côté des caractéristiques physiques de ces athlètes, ainsi qu'à leurs loisirs, y compris culturels, à leur compagnie et/ou leurs enfants. « Affable et sympathique », Akono a aussi « une musculature bien équilibrée », et son emploi du temps reste, comme dans bien d'autres cas, relativement ascétique pour laisser de la place à l'entraînement corporel malgré de multiples occupations :

« Toujours très tôt couché, Akono est un boxeur extrêmement sérieux. Il travaille actuellement à la Maison Burroughs, fabrique des machines à écrire et à calculer, en qualité d'agent technique. Ses principales distractions sont les disques, la télévision et les romans. Sa patience à l'entraînement et la confiance qu'il donne à M. Grante, son manager, qui, pour lui, est un second père, lui vaudront certainement une grande carrière<sup>28</sup>. »

Le portrait, lui-même romancé et exotisé, de Constant Alcantara en « globe-trotter » doublé d'un « champion romantique », insiste sur le raffinement de ses goûts, très légitimes, pour les écrivains des xvii<sup>e</sup> et xix<sup>e</sup> siècles français, mais aussi sur le soin qu'il apporte à l'éducation de ses enfants :

« Cette tranquillité d'esprit et de caractère propre aux grands champions est doublée chez Alcantara d'un certain romantisme qui lui permet d'apprécier les grandes œuvres de Chateaubriand, Vigny, Musset. Entre deux combats, il va applaudir les comédies et tragédies classiques à la Maison de Molière, et voir Jean Gabin, sa vedette préférée (sic). Parfois, il amène ses enfants Anny et Philippe voir les marionnettes du Luxembourg (Constant a épousé, en 1951, Gisèle, charmante Haïtienne, venue de sa lointaine île merveilleuse)<sup>29</sup>. »

Le cinquième topos repose sur une poétique du chiffre spécifiquement déclinée au cas de la boxe à travers la taille, les mensurations, le poids, qui permettent de définir des catégories, du poids plume jusqu'au poids lourd, catégorie la plus prestigieuse particulièrement investie, au début du xx<sup>e</sup> siècle en France, par les boxeurs noirs, alors américains (Ville, 2016b : 17), mais aussi les classements, le déroulement du match divisé en rounds, le nombre de victoires et de défaites. Outre certains débats autour d'arbitrages contestés, cela permet de glisser des pronostics, qui se voient parfois fièrement confirmés par les journalistes : « *Bingo* l'avait prédit ! » titre Benamou fin 1959<sup>30</sup>.

Le sixième et dernier topos, déjà évoqué, met en scène les espoirs et/ou les perspectives d'avenir qui s'étendent bien au-delà du ring, puisqu'elles sont aussi géographiques et professionnelles : dans le monde de la boxe, par exemple en tant qu'entraîneur, mais aussi en dehors de ce dernier comme gérant de bar, orthopédiste, chimiste ou ajusteur. L'un des enjeux majeurs de ces futurs envisagés, c'est le retour en Afrique, nourri par une nostalgie et un désir de retourner servir son pays, particulièrement après les indépendances. Certains allers-retours sont possibles

**Illustration 12** : Souleymane Diallo dans *Bingo* en 1967, p. 23.



Ce Dakarais, restaurateur nantais raisonnable et intelligent, convoite la couronne européenne des super-welters.

entre ces différents mondes, comme dans le cas de Souleymane Diallo, qui décide d'arrêter la boxe à la surprise générale en 1966, à 29 ans. Ayant quitté Saint-Nazaire à la suite d'une brouille avec son entraîneur et ouvert un restaurant à Nantes, il ne peut plus s'exercer convenablement, devant rester avec sa femme et son fils Philippe<sup>31</sup>. Mais dès 1964, ayant les deux métiers d'ajusteur et de chimiste, il précisait déjà qu'il n'aimait pas la boxe et ne désirait pas que son fils en fasse<sup>32</sup>. Cet élément revient dans différents portraits, comme si les victoires avérées de certains boxeurs ne pouvaient conduire qu'au malheur.

Le portrait de Diallo s'accompagne, loin des images chocs de *Paris Match* donnant à voir le heurt et la souffrance de corps noirs altérés, de photographies alternant des plans rapprochés et des vues plus éloignées, dans une approche réaliste mettant en valeur un environnement urbain. Le journaliste insiste sur l'équilibre d'un mode de vie ne délaissant pas l'esprit, et le représente à bicyclette, probablement devant son café-restaurant en train de se faire ravitailler (illustration 12). La boxe n'apparaît plus que comme une étape dans la trajectoire de long terme de ce *self-made man* que ne motive pas l'appât de gains, mais plutôt des valeurs comme l'amitié, et s'étant déjà réorienté professionnellement : « Lorsqu'il se retirera définitivement des rings, sa santé sera parfaite et sa réussite sociale complète. »

Du côté des journalistes comme des boxeurs, tous des hommes, la mise en scène de ces représentations médiatiques se déploie au sein d'un entre-soi masculin<sup>33</sup>, conformément à la dimension virile de ce sport, « célébration de la religion perdue de la masculinité, d'autant plus stricte qu'elle est perdue », selon une formule de l'écrivaine américaine Joyce Carol Oates (2011 : 65). Les magazines donnent accès, au-delà

des caractéristiques masculines de ces (futurs) champions, de la force et de l'endurance de leurs corps, de la visibilité publique de leurs victoires, à certains traits plus féminins et inattendus de leur intimité. Leur entourage familial, soit leur compagne, qui est généralement une épouse, et les enfants, est ainsi volontiers personnalisé, représenté et nommé. Mais ces portraits restituent aussi des attitudes et des tâches plus domestiques de soin et d'entretien dans le cadre privé : Akono accompagne ses enfants au spectacle de marionnettes quand Diallo essuie des verres derrière son bar ou que Seye, pris en photographie dans son logement,

prépare le thé dans sa cuisine<sup>34</sup>. Ces précisions contribuent à éloigner ces boxeurs noirs des normes de masculinité hégémoniques, au profit de masculinités « subordonnées », c'est-à-dire dominées et exclues culturellement et politiquement vis-à-vis des premières (Connell, 2015 : 74-76). Elles ne bousculent pas néanmoins l'ordre traditionnel du genre, notamment du fait de la mention de la compagne et des soins domestiques plus constants qu'elle ne manque pas d'exercer en second plan, en adjuvante du champion, écartée du centre des lieux sportifs.

Un tel traitement ne se cantonne pas à la seule représentation des exploits physiques et concourt à mettre en scène une vie exemplaire, faisant de ces sportifs des modèles de société, à la fois mythifiés et accessibles, ce qui est un mécanisme classique de la représentation des célébrités dans la presse magazine, insistant généralement bien plus sur la personnalité que sur les compétences professionnelles (Chenu, 2008 : 11-14). Dans *Bingo* et *La Vie africaine*, cela participe parfois aussi d'une forme de prosélytisme, visant à inciter le lectorat situé en Afrique à la pratique du sport. La démocratisation sportive est en effet l'un des enjeux de cette représentation médiatique, perceptible à travers certains témoignages : des instituteurs africains demandent des conseils pour que leurs élèves s'adonnent à la gymnastique, et se voient signaler l'existence de manuels et de disques d'éducation physique et sportive ; les journalistes déplorent la faiblesse des équipements, notamment le tarif excessif du ticket d'entrée à la piscine, qui empêche de généraliser l'exercice de la natation sur le continent et, du même coup, l'excellence en compétition<sup>35</sup>.

L'insistance de *Bingo* et, surtout, de *La Vie africaine* sur des figures plus modestes, voire obscures, des « sportifs de l'ombre » considérés comme des « génies »<sup>36</sup>, repose aussi sur la mise en avant du caractère collectif et relationnel de leur condition. Si Moussa Sangaré s'est mis à la boxe, c'est « pour imiter quelques-uns de ses frères de couleur »<sup>37</sup>. Afin que son ami Souleymane Diallo reprenne la boxe quelques années plus tard, la solution trouvée est de le faire venir de Saint-Brieuc à Nantes pour qu'ils s'y entraînent ensemble<sup>38</sup>.

Un autre cas intéressant en ce sens est celui d'Abdoulaye Faye, qui, après avoir été un éphémère champion de boxe, entraîné par Philippe Filippi, accède à la notoriété à travers le portrait que réalise de lui le cinéaste François Reichenbach dans *Un cœur gros comme ça*, objet d'un succès critique en 1962 (le film reçoit notamment une Voile d'Or au festival de Locarno, devant *Jules et Jim*). *Bingo* et surtout *La Vie africaine* le font apparaître dans plusieurs articles avec un statut variable : en tant que héros de cinéma, avant même la parution officielle de ce « merveilleux film », puis qu'un entrefilet rende compte de son succès<sup>39</sup> ; en tant que porte-parole collectif

chargé de restituer les sentiments et les liens de fraternité des boxeurs africains, ainsi que leur nostalgie de l'Afrique<sup>40</sup> ; en tant qu'écrivain enfin, puisqu'un article est consacré au *Débrouillard*, récit biographique que Faye publie ensuite chez Gallimard, dans une collection vouée à la grande diffusion, « L'Air du temps », dirigée par Pierre Lazareff, homme de presse fondateur du quotidien *France-Soir* (Ducournau, à paraître). Si ce boxeur n'atteint aucun vedettariat durable, ni par le sport, ni par le cinéma, ni par la littérature, et est, quelques mois plus tard, devenu épicier au Sénégal, où il « gagne bien sa vie »<sup>41</sup>, il fait, comme Diallo, l'objet d'un retour récurrent dans ces magazines, à travers différentes facettes, de moins en moins centrées sur sa carrière sportive. Lorsque celle-ci est évoquée, c'est généralement pour être inscrite au centre de son environnement social et des échanges qui l'ont permise.

Dans ces relations entre boxeurs, l'entraide et la transmission sont mises en avant. La figure d'Assane Diouf, dont les magazines africains retracent la trajectoire après sa mort à 51 ans, alors qu'il venait de retourner au Sénégal pour y exercer ses talents d'entraîneur loin de son club parisien de la rue des Martyrs nommé L'Étoile noire, est évoquée comme une référence située au centre d'un réseau de sociabilités. Ses succès comme boxeur et comme entraîneur sont valorisés à côté de son métier de cuisinier : il a ainsi formé son presque homonyme, le champion Michel Diouf (auquel il n'est pas apparenté), et son fils Jacky, devenu pâtissier-glacier, qui tenait à faire de la boxe (en amateur) malgré l'opposition de son père<sup>42</sup>. Aucune mention n'est cependant faite des conditions mystérieuses de ce décès (Benamou, 2011 : 82), ni de ses compromissions avec la propagande vichyste sous l'Occupation, faisant de lui, selon Timothée Jobert, « de manière idéale (donc trompeuse) le parfait accomplissement du projet colonial français » (2006 : 206-210<sup>43</sup>). Ces omissions contribuent à lisser ce portrait d'une manière en partie fictive, et toujours positive.

Les articles mettent aussi volontiers en scène la proximité relationnelle des journalistes avec cet univers, courante à cette période dans la presse sportive (Souanef, 2013), à l'instar de l'amitié de Benamou avec plusieurs pugilistes, dont Diouf (Benamou, 2011 : 180). Les rédacteurs en chef A. Baye Fall (pour *La Vie africaine*) et Paulin Joachim (pour *Bingo*), écrivent sur le sport, dans des articles spécifiques ou dans certains éditoriaux, ce qui signale la légitimité de ce domaine dans les hiérarchies de ces deux périodiques à ce moment-là. D'autres, comme Max-Henri Boulois, évoluent de la pratique sportive au journalisme : d'abord objet d'articles dans *Bingo* et *La Vie africaine*, cet athlète de haut niveau signe ensuite des articles et devient chroniqueur sportif attitré du second magazine.

## Énonciations, racialisations, fictionnalisations d'un magazine à l'autre

Tous ces journalistes n'écrivent cependant pas de la même manière, notamment du point de vue des modes de racialisation, variables d'un magazine à l'autre. Le discours sur la boxe fait en effet partie d'un discours social plus vaste, où *L'Idéologie raciste*, pour reprendre le titre de Colette Guillaumin, se niche dans la langue et dans l'énonciation, ce qui est bien perceptible dans *Paris Match*. Par rapport à *La Vie Africaine*, qui n'accueille que des journalistes sportifs dont le nom est de consonance africaine, *Bingo* occupe cependant une place intermédiaire. Si plusieurs signatures se succèdent à la rubrique sportive, où l'on retrouve un écrivain congolais comme Sylvain Bemba<sup>44</sup>, c'est Guy Benamou qui s'y taille la part du lion, en empruntant peut-être parfois en pseudonyme un nom africain<sup>45</sup>.

Né en 1928 à Paris, dans le quartier de Ménilmontant, au sein d'un milieu modeste, ce journaliste entre dès 1955 à *France-Soir* et y inaugure une carrière spécialisée dans le sport. Il professe dans ses mémoires son attachement à la langue française, y compris argotique, et son refus d'utiliser des mots anglais, répandus dans cette spécialité, choix qu'il met en œuvre dans *Bingo* (2011 : 13, 69 ; Souanef, 2013). Dans un magazine pourtant destiné à un public africain, ce journaliste semble perpétuer l'écriture adoptée dans *France-Soir*, puisqu'il altérise fréquemment les boxeurs noirs, considérant ainsi les Africains comme « naturellement doués<sup>46</sup> ». Faisant le récit – affiché comme authentique – de la carrière de Diallo, dépeint comme un « homme du monde », il adopte de même le point de vue majoritaire dans la presse française, aussi bien culturellement que racialement, universalisant le talent d'écriture de Perrault mais particularisant le public du journal :

« L'histoire de Souleymane Diallo est un peu celle d'un conte de fées. Elle est à la fois merveilleuse et simple, belle et humaine, incroyable... mais vraie. Un jour peut-être, vers l'an 2000, un Charles Perrault du moment écrira cette belle histoire pour petits enfants noirs qui, sagement, l'écouteront<sup>47</sup>. »

Il souligne ensuite l'importance dans la trajectoire de Diallo (qui avait déjà néanmoins emporté des victoires avec l'équipe de France) de la rencontre avec Henri Fogel, tailleur à Saint-Nazaire dont la passion est d'organiser des matchs de boxe. Il relate les pensées de celui-ci à l'idée du « bon tour qu'il allait jouer à ses compatriotes en leur ramenant un boxeur noir », et la réaction effective de ces derniers, s'écriant « "Encore une idée farfelue à la Fogel ! Un Noir à St-Nazaire !" ».

De tels traits d'écriture, dans des récits insistant sur le rôle de l'entraîneur blanc, rappellent, comme

certaines des *topoi* énumérés plus haut, ceux que Jobert décelait dans ce qu'il appelle des « récits fondateurs » de l'accès des Noirs, alors quasi exclusivement américains, à la scène sportive, et présents dans la presse française des années 1900 et 1910 à la suite de leurs premiers succès. Il les voit comme des « formes de récits romanesques qui éclairent moins une réalité tangible que la représentation communément admise de ce que devrait être l'itinéraire "normal" de ces athlètes » (2006 : 25-26). L'architecture de ces récits, dans une zone située entre le vrai et la fiction, repose fortement sur les prédispositions volontaires et positives des protagonistes, puis sur la rencontre avec un découvreur et un entraîneur blancs, permettant une inflexion radicale de leurs destins.

Le cas de Diouf, dont nous avons montré plus haut que certains éléments du passé ont été omis, fait ainsi ressortir un trait constant dans ces portraits de boxeurs africains, marqués par un lexique et des connotations généralement appréciatifs, notamment d'un point de vue moral. Si un tel registre est davantage la norme que l'exception dans l'écriture du sport, plus poussée à l'éloge qu'à la critique négative (Souanef, 2013 : 26-27), elle distingue, dans cette presse, ces boxeurs-là de certains de leurs homologues américains (y compris dans les récits étudiés par Jobert). Sonny Liston est ainsi dépeint comme un « mauvais garçon », repentant, certes, puisqu'il est devenu un riche champion du monde poids lourd après deux séjours en prison et une rencontre avec un aumônier blanc qui l'incite à boxer, mais il fait toujours les frais de son passé, notamment face à son public aux États-Unis<sup>48</sup>. Aucun passé amoral ou criminel (ni un tel parcours de rédemption) ne pèse de la sorte sur les épaules d'un boxeur issu d'Afrique, comme si l'une des conditions de leur carrière était, à travers la mise en scène de leur gentillesse, l'acceptation préalable d'une forme de hiérarchie – on retrouve là le ressort principal des représentations médiatiques, au début du xx<sup>e</sup> siècle, du clown Chocolat, battu mais content, ce qu'a bien éclairé Gérard Noiriel. Cela signifierait l'une des modalités de la fictionnalisation – procédé banal dans la presse (Pinker, 2020) – travaillant les histoires médiatiques qui leurs sont réservées, marquées par un certain paternalisme (néo)colonial et maintenant la norme des rapports sociaux de race et de sexe.

---

## CONCLUSION

---

C'est donc une galerie variée de portraits de boxeurs africains que donnent à voir *Bingo* et *La Vie africaine* dans les années 1950 et 1960, à bonne distance de l'altérisation et/ou de l'exclusion dont, au même moment, ces sportifs font les frais dans les colonnes de *Paris Match*, où se déploie, en corolaire, une défense de la colonie et de ses formes de domination



socio-raciale. En dépit des importantes variations qui transparaissent d'un magazine à l'autre, la présence intense, autour de 1960, de portraits de boxeurs noirs dont l'héroïsation et le vedettariat ne sont jamais que partiels dans cette presse africaine, en fait bien une spécificité nette à cette période, où une lutte politique décisive se joue aussi en-dehors des rings. Dans un contexte d'effritement de l'empire colonial français, le corps de ces boxeurs, qui se déploie bien au-delà de la rubrique sportive, y apparaît principalement comme un symbole politique de résistance.

La mise en scène médiatique des biographies de ces athlètes subalternisés permet dès lors d'incarner et de donner un sens (une direction autant qu'une signification) à des luttes tant pugilistiques que sociopolitiques, dans un contexte d'autonomisation du champ sportif français, alors en quête de champions

issus d'Afrique, y compris pour des raisons stratégiques et diplomatiques. Ce faisant, ces corps apparaissent néanmoins traversés par des dominations de race (sous la plume de bien des journalistes français, le Noir reste l'autre), de genre (quoique ne validant pas toutes les normes de masculinité hégémonique, ces portraits ne bousculent pas l'ordre genré), et de classe (les portraits de ces boxeurs issus de milieux sociaux plutôt favorisés n'excluent pas des mécanismes (néo) coloniaux donnent la part belle à leurs entraîneurs et entourages blancs).

---

Proposé le 28 août 2020

Accepté le 7 juillet 2021

## NOTES

<sup>1</sup> L'auteure est membre de Numapresse, projet soutenu par l'Agence Nationale de la recherche dans le cadre de la convention ANR-17-CE27-0014-01.

<sup>2</sup> Ces périodiques sont accessibles dans plusieurs centres de documentation en France, dont la Bibliothèque nationale de France et La Contemporaine où ils ont été consultés.

<sup>3</sup> Le n° 204 de *Bingo*, en janvier 1970, affiche une impression de 100 125 exemplaires.

<sup>4</sup> A. Baye Fall, « La lettre du directeur », *La Vie africaine*, n° 1, mars-avril 1959, p. 5.

<sup>5</sup> Entretien avec Olympe Bhèly-Quenum, oct. 2016. Le n° 7 de *La Vie africaine*, en mai-juin 1960, affiche un tirage de 12 000 exemplaires distribués en Afrique, y compris 3 000 par voie d'abonnements, p. 3.

<sup>6</sup> Rafaly, « Les Premiers Jeux de la Communauté – supplément », *La Vie africaine*, mai-juin 1960, n° 7, p. 28.

<sup>7</sup> Max-Henri Boulois, « Triomphe de l'école ivoirienne », *La Vie africaine*, n° 22, fév. 1962, p. 39.

<sup>8</sup> A. Baye Fall, « Seye : Paris ou Dakar », *La Vie africaine*, n° 12, mars 1961, pp. 25-27.

<sup>9</sup> Joe Louis, « Le prochain roi du ring sera-t-il africain ? Réflexion d'un ancien champion du monde sur l'avenir du sport qui l'a rendu fameux », *Bingo*, n° 185, juin 1968, pp. 18-19.

<sup>10</sup> \*\* « Ces quatre Noirs sont parmi les plus riches du monde », *Bingo*, n° 113, juin 1962, pp. 54-55 ; Guy Benamou, « Non ! Plus jamais ça : assez de sang sur le ring », *Bingo*, n° 113, juin 1962, pp. 29-31, 40-44.

<sup>11</sup> Guillaume Hanoteau, « Le drame de Grenelle », *Paris Match*, 6 juill. 1957, pp. 62, 67.

<sup>12</sup> \*\*, « Robinson a rendu son auréole à la plus grande ville noire du monde, Harlem », *Paris Match*, 29 sept. 1951, p. 21.

<sup>13</sup> *Paris Match*, 30 juin 1951, p. 4.

<sup>14</sup> O.M., « La bourse aux gnons », *Paris Match*, 7 déc. 1959, p. 111.

<sup>15</sup> Jean-Paul Penez, Yves Salques, « Le gang de la boxe », *Paris Match*, 28 janv. 1950, p. 25.

<sup>16</sup> Guy Benamou, « Un grand champion n'est plus ! », *Bingo*, n° 128, sept. 1963, pp. 50-51.

<sup>17</sup> « Parlons un peu d'eux », *Bingo*, n° 74, mars 1959, p. 42.

<sup>18</sup> \*\*, « Fauché en pleine gloire sportive, N'Faly Camara fait une chute de 8 mètres en tombant du toit qu'il réparait », *Bingo*, n° 72 janv. 1959, p. 22.

<sup>19</sup> À titre de comparaison, Alain Chenu évalue à 6,1 % la proportion de couvertures sportives dans *Paris Match* entre 1949 et 2005, soit à peu près autant que le pourcentage de couvertures consacrées à la seule famille royale britannique (2008 : 24).

<sup>20</sup> Guy Benamou, « Champion du monde des plumes, Davey Moore dort partout sauf sur le ring », *Bingo*, n° 98, mars 1961, pp. 26-28.

<sup>21</sup> \*\*, « Kouamé Yao a l'avenir devant lui », *Bingo*, n° 104, sept. 1961, pp. 10-11 et 43-44.

<sup>22</sup> Guy Benamou, « La route du championnat de France passe par Paris », *Bingo*, n° 80, sept. 1959, pp. 14-15.

<sup>23</sup> Seule une autre couverture représente un boxeur (n° 269, juin 1975), et promet d'examiner la supériorité des sportifs noirs sur les blancs.

<sup>24</sup> Guy Benamou, « Les boxeurs américains maîtres du ring », *Bingo*, n° 212, sept. 1970, p. 38.

- <sup>25.</sup> Baye, « Le boxeur appliqué, Épiphan Akono », *La Vie africaine*, n° 2, mai-juin 1959, pp. 20-21. Un reportage de *Bingo* fait cette fois de son père le « vice-président » de l'Assemblée : Guy Benamou, « Avant de devenir une grande vedette du pugilisme français, le camerounais Épiphan Akono fut obligé de conquérir la Suisse », *Bingo*, n° 73, fév. 1959, pp. 15-16-38.
- <sup>26.</sup> \*\* « Dakar 63 : point d'envol du sport africain », *Bingo*, n° 123, avril 1963, p. 40.
- <sup>27.</sup> Guy Benamou, « La boxe professionnelle nourrit-elle son homme ? », *Bingo*, n° 137, juin 1964, p. 17-23. Cette situation est semblable à celle des boxeurs français du début du xx<sup>e</sup> siècle, exerçant pour la plupart la boxe « par intermittence », comme « métier d'appoint », sans que cette pratique ne permette d'ascension sociale. La réussite médiatique et économique de Carpentier – boxeur professionnel dès ses débuts, à l'âge de 13 ans, se consacrant à cette seule activité et aux mises en scènes de lui-même qui en découlent (autobiographies, films, etc.) – s'avère alors à bien des égards exceptionnelle (Ville, 2016a et 2016b : 22-28).
- <sup>28.</sup> Baye, « Le boxeur appliqué, Épiphan Akono », art. cit., p. 21.
- <sup>29.</sup> Moussa N'Diaye, « Constant Alcantara quitte la boxe pour se consacrer à l'entraînement de jeunes talents », *La Vie africaine*, n° 13, pp. 30-31.
- <sup>30.</sup> Guy Benamou, « *Bingo* l'avait prédit ! Michel Diouf est champion de France des poids moyens », *Bingo*, n° 83, déc. 1959, pp. 25 et 35.
- <sup>31.</sup> Guy Benamou, « Grâce à Moussa Sangaré, le célèbre boxeur Souleymane Diallo a décidé de reprendre les gants de la gloire », *Bingo*, n° 172, mai 1967, pp. 22-23.
- <sup>32.</sup> Guy Benamou, « La boxe professionnelle nourrit-elle son homme ? », art. cit., p. 18.
- <sup>33.</sup> Nous n'avons recensé qu'un article sportif signé par un nom de femme : Diane M. Kaba, « Vedette camerounaise du dernier tour de Côte d'Ivoire, Jacques Toko se lance à l'assaut des routes de France », *Bingo*, n° 132, janv. 1964, pp. 38, 41-43, 47, 60. Les articles sur des sportives sont très rares : Wilma Rudolph, Américaine surnommée la « gazelle noire », apparaît cependant une fois en couverture de *Bingo*.
- <sup>34.</sup> Guy Benamou, « Grâce à Moussa Sangaré », art. cit., p. 22; A. Baye Fall, « Seye : Paris ou Dakar », art. cit., p. 27.
- <sup>35.</sup> Max Boulois, « Une révolution en pédagogie sportive : la leçon de maintien sur disque », *La Vie africaine*, n° 34, mars 1963, pp. 47-48 ; Paulin Joachim, « L'avenir du sport africain », *Bingo*, n° 110, mars 1962, p. 59.
- <sup>36.</sup> Baye, « Rabemila... vers les Jeux olympiques », *La Vie africaine*, n° 6, mars-avril 1960, pp. 28-29 : « Il en est d'autres qui (...) tiennent une bien plus modeste place sur le podium de la popularité mais qui, toutes proportions gardées, sont en fait des génies comparativement aux grandes vedettes. »
- <sup>37.</sup> Guy Benamou, « Moussa Sangaré (*sic*), poulain d'Assane Diouf, est un des plus sûrs espoirs de la boxe sénégalaise », *Bingo*, n° 103, août 1961, pp. 17-18.
- <sup>38.</sup> Guy Benamou, « Grâce à Moussa Sangaré », art. cit., p. 23.
- <sup>39.</sup> D'Dée, « Abdoulaye Faye, boxeur africain, est aussi un héros de film », *La Vie africaine*, n° 21, janv. 1962, pp. 44-47 ; *La Vie africaine*, n° 24, avril 1962, p. 43.
- <sup>40.</sup> Max Boulois, « Abdou Faye parle à cœur ouvert aux lecteurs de *La Vie africaine* : "C'est pour l'Afrique que nous souffrons sur le ring" », *La Vie africaine*, n° 26, juin 1962, p. 21.
- <sup>41.</sup> Guy Benamou, « La boxe professionnelle nourrit-elle son homme ? », art. cit., p. 24.
- <sup>42.</sup> Guy Benamou, « Assane Diouf a fait malgré lui de son fils un boxeur », *Bingo*, n° 72, janv. 1959, pp. 9-10.
- <sup>43.</sup> Assane Diouf accepte des invitations dans des galas organisé par le gouvernement de Philippe Pétain et, assurant dans les médias un rôle filial vis-à-vis de son entraîneur, Jean Bretonnel, au service de représentations paternalistes, gagne suffisamment d'argent pour inaugurer en 1944 un bar à Asnières-sur-Seine, en un moment où les athlètes noirs sont paradoxalement honorés, formés et intégrés de manière inédite à la communauté nationale.
- <sup>44.</sup> Sylvain Bemba, « Du 18 au 25 juill. 1965 à Brazzaville, les premiers jeux africains rassembleront l'élite sportive de l'Afrique », *Bingo*, n° 149, juin 1965, pp. 16-18 et 46.
- <sup>45.</sup> Certains articles de *Bingo*, où l'on peut reconnaître son style, sont ainsi signés Guy Hazoumé en 1964.
- <sup>46.</sup> Guy Benamou, « La route du championnat de France passe par Paris », art. cit., p. 14.
- <sup>47.</sup> Guy Benamou, « Le boxeur Souleymane Diallo trouve la chance, la fortune et l'amour », *Bingo*, n° 124, mai 1968, pp. 21-22.
- <sup>48.</sup> Guy Benamou, « Mauvais garçon, "Sonny Liston" le serait resté sans la boxe. Comment un prêtre en fit un honnête et prestigieux champion », *Bingo*, n° 131, déc. 1963, pp. 29-3, 67.

## BIBLIOGRAPHIE :

- Attali, M., 2011, « Paris Match et la fabrique sportive de la figure de l'immigré au cours des années 1950 : entre naturalisation et assignation », *Migrations et Société*, n° 137, pp. 161-176.
- Beauchez, J., 2017, « La "douce science" des coups. La boxe comme paradigme d'une sociologie de la domination », *Revue française de sociologie*, vol. 58, n° 1, pp. 97-120.
- Benamou, G., 2001, *Histoires d'un siècle de sport : mémoires d'un journaliste*, Paris, Mango Sport.
- Blandin, C. (dir.), 2018, *Manuel d'analyse de la presse magazine*, Paris, Armand Colin.
- Bouzerand, J., 1967, *La Presse écrite à Dakar, sa diffusion, son public*, Dakar, Thèse, Centre de recherches psychosociologiques.
- Chenu, A., 2008, « Des sentiers de la gloire aux boulevards de la célébrité : sociologie des couvertures de Paris Match, 1949-2005 », n° 1, vol. 49, pp. 3-52.
- Connell R., 2014, *Masculinités : enjeux sociaux de l'hégémonie*, Paris, Amsterdam.
- Defrance, J., 1995, « L'autonomisation du champ sportif. 1890-1970 », *Sociologie et sociétés*, vol. 27, n° 1, pp. 15-31.
- Deville-Danthu, B., 1997, *Le Sport en noir et blanc. Du sport colonial au sport africain dans les anciens territoires français d'Afrique occidentale (1920-1965)*, Paris, L'Harmattan.
- Dine, P., 2020, « Sport », in Achille, E., Forsdick, C. and Moudileno, L., *Postcolonial Realms of Memory. Sites and Symbols in Modern France*, Liverpool, Liverpool University Press, pp. 411-419.
- Ducournau, C., 2021 (à paraître), « Le Débrouillard de N.G.M. Faye : écriture malhabile et histoire (éditoriale) oubliée d'un boxeur-acteur-écrivain sénégalais publié par Gallimard en 1964 », in Corinus V. et Hilsum M. (dirs.), *Nouvel état des lieux des littératures francophones*, vol. 2, Rennes, Presses Universitaires de Rennes.
- Foucault, M., 2003, [1975], *Surveiller et punir. Naissance de la prison*, Paris, Gallimard, coll. « Tel ».
- Foucault, M., 2000, [1976], *Histoire de la sexualité. Tome 1 : La volonté de savoir*, Paris, Gallimard, coll. « Tel ».
- Gaucher, J., 2009, « Black Males in the Stadium: All 'Bad Niggers'? French Literature, Sport and Masculinity from the 1920s to the 1950s », *The International Journal of the History of Sport*, vol. 26, n° 9, pp. 1171-86.
- Guillaumin, C., 1972, *L'Idéologie raciste. Genèse et langage actuel*, Paris, Gallimard.
- Jobert, T., 2006, *Champions noirs, racisme blanc ? La Métropole et les sportifs noirs en contexte colonial (1901-1944)*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.
- Lanfranchi, P., 1994, « Mekloufi, un footballeur français dans la guerre d'Algérie », *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 103, pp. 70-74.
- Langlais, P.-C., 2021 (à paraître), « Classified News. Revisiting the history of newspaper genre with supervised models », in Bunout E., Clavert F., et Ehrmann M. (dirs.), *Digital Newspaper - A new Eldorado for Historian*, De Gruyter.
- Noiriel, G., 2012, *Chocolat, clown nègre. L'Histoire oubliée du premier artiste noir de la scène française*, Montrouge, Bayard.
- Oates, J.C., 2012, [1987] *De la boxe*, Auch, éditions Tristram.
- Pinker, R., 2020, *Fake news & viralité avant Internet : les lapins du Père-Lachaise et autres légendes médiatiques*, Paris, CNRS éditions.
- Sartre, J.-P., 1985, « La lutte est-elle intelligible ? », *Les Temps Modernes*, n° 471, pp. 354-416.
- Souanef, K., 2013, « Journalisme sportif ou journalisme de sport ? Pour une compréhension historique de l'identité », *Les Cahiers du journalisme*, n° 25, pp. 20-33.
- Tudesq, A.-J., 1995, *Feuilles d'Afrique. Étude de la presse de l'Afrique subsaharienne*, Talence, Éditions de la Maison des sciences de l'homme d'Aquitaine.
- Ville, S., 2016a, « Georges Carpentier, naissance d'une célébrité sportive (1894-1926) », *Genèses*, vol. 2, n° 103, pp. 49-71.
- Ville, S., 2016b, « Portrait des boxeurs de métier en France (1905-1914) », *Le Mouvement social*, vol. 1, n° 254, pp. 13-29.





---

## RÉSUMÉ | ABSTRACT | RESUMO

---

**Portraits de boxeurs noirs dans des magazines africains illustrés (1953-1975)**

**Portraits of black boxers in illustrated African magazines (1953-1975)**

**Retratos de boxeadores negros em revistas africanas ilustradas (1953-1975)**

**Fr** Cet article propose une analyse transversale de portraits de boxeurs noirs publiés dans des magazines africains de langue française entre 1953 et 1975. En suivant les représentations discursives et visuelles données de ce type de sportif dans deux périodiques illustrés diffusés en Afrique, *Bingo* (1953-1991) et *La Vie africaine* (1959-1965), comparées à celles qu'en a proposées au même moment *Paris Match*, il cherche à montrer, dans une perspective foucauldienne, comment ces dernières sont traversées par des dynamiques de pouvoir plus générales articulant des rapports sociaux de sexe, de race et de classe dans un contexte d'effritement de l'empire colonial français. Examinant les formes et la plasticité des textes et des images mettant en scène des boxeurs américains et africains d'un magazine à l'autre, l'article défend l'hypothèse d'une spécificité et d'une intensité du portrait de boxeur dans ce segment de la presse autour de 1960, avec ses *topoi* et ses référentiels. Après avoir décrit cet espace de publication périodique diversifié et concurrentiel, il propose une typologie des articles sur la boxe dans lesquels on retrouve, en dépit de leur variété et de leur mélange, des traits réguliers propres au portrait, forme de métagenre situé *entre* et *au-delà* des genres journalistiques usuels. La mise en scène médiatique des biographies de ces athlètes subalternisés, débordant la rubrique sportive, permet de donner un sens à des luttes tant pugilistiques que sociopolitiques, dans un contexte d'autonomisation du champ sportif français. Quoiqu'apparaissant comme des symboles de résistance, leurs corps y sont traversés par des dominations de race (sous la plume de bien des journalistes français, le Noir reste l'autre), de genre (quoique ne validant pas toutes les normes de masculinité hégémonique, ces portraits ne bousculent pas l'ordre genré), et de classe (les parcours de ces sportifs issus de milieux sociaux plutôt favorisés n'excluent pas des mécanismes (néo)coloniaux donnent la part belle à leurs entourages blancs).

**Mots-clés :** genre ; classe ; race ; corps ; boxe ; rapports de pouvoir

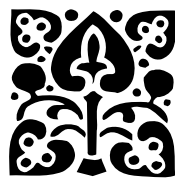
**En** This article offers a cross-sectional analysis of portraits of black boxers in African magazines written in French and published between 1953 and 1975. The analysis is based on the study of the discursive and visual representations of the figure of the athlete in two illustrated periodicals distributed in Africa, *Bingo* (1953-1991) and *La Vie africaine* (1959-1965). By comparing them with those offered by French magazine *Paris Match* on the same period of time, the article seeks to demonstrate, from a Foucauldian perspective, how the latter are imbued by more generic power dynamics articulating social relations of gender, race and class, in the context of a crumbling French colonial empire. Examining the forms and the plasticity of texts and images featuring American and African boxers in each magazine, this research argues that portraits of boxers in this segment of the press in the 1960's formed a specific genre, with its own characteristics, levels of intensity, specific *topoi* and references. After describing the diverse and competitive market of periodical publishing, we suggest a typology of articles on boxing, which identifies, despite their variety, common strokes specific to the portrait genre. Thus, it constitutes a form of *metagenre* situated *between* and *beyond* the standard journalistic genres. The staging in the media of the lives of these objectified athletes goes beyond the sports section, and heightens both pugilistic and socio-political struggles in the context of the growing importance of the French sports scene internationally. Though appearing as symbols of resistance, their bodies bear the marks of subjection through race (under the pen of many French journalists, the Black man remains "the other"), gender (although not validating all the norms of hegemonic masculinity,

these portraits do not challenge the gender order), and class (the fact that most athletes are from well-off families does not exclude the (neo)colonial mechanism which consists in giving more attention than required to their white entourage).

**Keywords:** gender; class; race; body; boxing; power relations.

**Pt.** Este artigo oferece uma análise transversal de retratos de boxeadores negros publicados em revistas africanas de língua francesa entre 1953 e 1975. Seguindo as representações discursivas e visuais desse tipo de atleta em dois periódicos ilustrados distribuídos na África, *Bingo* (1953-1991) e *La Vie africaine* (1959-1965), em comparação com as propostas ao mesmo tempo por *Paris Match*, o trabalho procura mostrar, a partir de uma perspectiva foucaultiana, como estas últimas são atravessadas por dinâmicas de poder mais gerais que articulam as relações gênero, raça e classe em um contexto de desmoronamento do império colonial francês. Examinando as formas e a plasticidade de textos e imagens de boxeadores estadunidenses e africanos de uma revista para outra, o artigo defende a hipótese de uma especificidade e de uma intensidade do retrato de um boxeador neste segmento da imprensa por volta de 1960, com seus *topoi* e suas referências. Depois de ter descrito este espaço diversificado e competitivo de publicação de periódicos, propõe uma tipologia de artigos sobre boxe em que encontramos, apesar da sua variedade e da sua mistura, traços regulares próprios do retrato, uma forma de metagênero situada entre e para além de gêneros jornalísticos habituais. A encenação midiática das biografias desses atletas subalternos, extrapolando a seção de esportes, permite dar sentido às lutas pugilísticas e sociopolíticas, em um contexto de empoderamento do campo esportivo francês. Embora apareçam como símbolos de resistência, seus corpos são atravessados pela dominação racial (para muitos jornalistas franceses, o negro continua sendo o outro), gênero (embora não validem todas as normas da masculinidade hegemônica, esses retratos não perturbam a ordem de gênero), e de classe (os percursos desses atletas de origens sociais bastante privilegiadas não excluem os mecanismos (neo) coloniais que dão lugar de destaque às suas comitivas brancas).

**Palavras-Chave:** gênero; classe; raça; corpos; boxe; relações de poder.



# Un processus postcolonial : La genèse de la domination kényane dans les courses de fond vue par la presse sportive spécialisée française

CYRIL THOMAS

Docteur en STAPS

Université Lyon 1

L-VIS

France

cyril.thomas42@hotmail.fr



xceptionnellement prolifique en matière de courses sur route, la période s'étendant de septembre 2019 à janvier 2020 voit le premier homme courir un marathon en moins de deux heures, dans une épreuve non officielle<sup>1</sup>, et cinq records du monde améliorés sur des distances allant du 5km au marathon. Cette succession d'exploits, tous réalisés par des athlètes est-africain-es, pour la plupart kényan-es<sup>2</sup>, suscite bien entendu l'intérêt d'une presse sportive désormais largement coutumière de la domination des athlètes originaires de ce pays dans les courses de fond<sup>3</sup>. Si les médias alimentent à ces occasions le débat sur la légitimité des avantages<sup>4</sup> dont bénéficient les athlètes pour réaliser ces performances indépendamment de leur origine géographique, tel n'a pas toujours été le cas. L'avènement des athlètes kényan-es dans les courses d'endurance, depuis 1960, est en effet largement questionné par la presse sportive, désireuse de comprendre et d'expliquer le « *phénomène kényan* »<sup>5</sup>.

L'objet de cet article est de montrer que l'éclosion des athlètes kényan-es au plus haut niveau international dans la période post-coloniale est appréhendée par les journalistes français selon une rhétorique s'inscrivant dans un processus postcolonial. Si l'adjectif post-colonial paré d'un trait d'union incarne une dimension uniquement chronologique, renvoyant à la période qui suit les indépendances, l'absence de trait

Pour citer cet article, to quote this article,  
para citar este artigo :

Cyril Thomas, « Un processus postcolonial : La genèse de la domination kényane dans les courses de fond vue par la presse sportive spécialisée française. », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne, online], Vol 10, n°2 - 2021, 15 décembre - december 15 - 15 de dezembro. URL : <https://doi.org/10.25200/SLJ.v10.n2.2021.447>

d'union renvoie aux *postcolonial studies*, un courant de recherche qui s'intéresse aux effets de la colonisation sur les sociétés actuelles, transcendant les périodes pré-coloniale, coloniale et post-coloniale (Savarese, 2014 : 32). La notion de processus postcolonial intègre les transformations qu'ont subies des phénomènes ancrés dans la période coloniale, ayant des répercussions dans la période actuelle, sur les sociétés des ex-métropoles comme celle des anciennes colonies (Blanchard et Bancel, 2006 : 14). Si le Kenya, ancienne colonie britannique, n'a jamais appartenu à l'empire colonial français, les modalités discursives selon lesquelles les journalistes sportifs français couvrent les succès de ses athlètes dès les années 1960 sont le reflet de la domination culturelle caractérisant la relation coloniale (Forté, 2019 : 77). Parce que les situations postcoloniales ne sont pas une simple reproduction des faits coloniaux, ce rapport de domination gagne en réciprocity à mesure que les athlètes kényan-es s'imposent au sein de l'athlétisme mondial. Ces dernier-es opposent une domination sportive à l'hégémonie culturelle européenne héritée de la colonisation, obligeant à s'extraire d'un simple rapport binaire colon/colonisé (Smouts, 2007 : 43). Point de départ de cette étude, l'année 1960 marque l'entrée de l'athlétisme est-africain dans le concert international, l'Ethiopien Abebe Bikila triomphant cette année-là aux Jeux olympiques de Rome d'un marathon chargé de symboles<sup>6</sup> devant les caméras de télévision du monde entier (Gaudin, 2008 : 74).

Pour mener cette étude, nous avons investigué trois revues françaises spécialisées dans l'athlétisme, paraissant dans les années 1960, au moment où le Kenya se révèle au plus haut niveau international : *L'Athlétisme*, *Le Miroir de l'athlétisme* et *L'Équipe athlétisme magazine*<sup>7</sup>. Rompant avec le traitement factuel de l'information en vigueur dans la presse sportive quotidienne, la mise en récit propre au format magazine permet de saisir les représentations des acteurs ainsi que leurs transformations (Attali, 2018 : 179-180). Le choix des revues s'est porté d'une part sur leur réputation de références concernant l'athlétisme dans les années 1960<sup>8</sup>, ainsi que sur l'hétérogénéité de leurs textes (Krieg 2000) en lien avec l'éclectisme de leurs lignes éditoriales. Créée en 1921, la revue *L'Athlétisme*, devenue *Athlétisme* à partir de 1978, est ainsi l'organe de presse officiel de la Fédération Française d'Athlétisme (FFA). Essentiellement tournée vers l'athlétisme français, on y trouve des articles, des résultats ainsi que des comptes rendus des instances dirigeantes de la FFA. Rebaptisée *Athlétisme Magazine* depuis 2001, c'est la seule parmi les revues étudiées à paraître encore actuellement. La seconde revue, *Le Miroir de l'athlétisme*, publiée de 1962 à 1974 sous la direction de Yann le Floch, est un mensuel spécialisé décliné du journal *Miroir Sprint* dirigé par Maurice Vidal de 1946 à 1971. Défini comme « un hebdomadaire sportif d'obédience

communiste » (Bazoge et Jamain-Samson, 2013 : 233), ce journal édite dans les années 1960 plusieurs autres revues spécialisées dans différents sports. Éditée de 1968 à 1975 par le journal *L'Équipe*, alors dirigé par Gaston Meyer, *L'Équipe athlétisme magazine*, comme le *Miroir de l'athlétisme*, est une revue spécialisée davantage tournée vers l'athlétisme international. La proximité avec la revue précédente s'arrête néanmoins là, puisque *L'Équipe* et *Miroir Sprint* sont plutôt opposés idéologiquement, le premier nommé défendant son apolitisme devant les critiques de son concurrent (Seidler, 1964 : 179). L'implication de Gaston Meyer dans la revue fédérale dans les années 1930 ainsi que la participation de certains journalistes à la rédaction de *L'Équipe Athlétisme Magazine* et de *L'Athlétisme* témoignent de leur proximité<sup>9</sup>. La revue *L'Athlétisme* consacre une place importante aux dirigeants fédéraux dans ses colonnes, tandis que *le Miroir de l'athlétisme* fait intervenir régulièrement des entraîneurs, athlètes ou observateurs de l'athlétisme étrangers ou des journalistes de *Miroir Sprint* dont l'athlétisme n'est pas la spécialité. Cette variété de rédacteurs est autant représentative du « rapport intime avec l'objet traité » qu'entretiennent les journalistes sportifs, que de leur capacité à « couvrir indifféremment différents sports » (Souanef, 2019 : 191-192). Une lecture analogique des articles et des rubriques traitant de l'athlétisme kényan a pu être exercée après avoir retenu de manière synoptique tous les textes concernant l'athlétisme africain. L'analyse porte sur le discours dans son ensemble, intégrant le contenu et les stratégies énonciatives, permettant d'en saisir la fonction culturelle reliant les revues à leur lectorat (Provenzano, 2018 : 89-90).

Le corpus établi nous a permis de saisir les différentes évolutions dans l'appréhension par la presse spécialisée de la domination kényane dans les courses de fond à travers quatre étapes chronologiques. Afin de ne pas nous limiter à une histoire descriptive (Farge, 1989 : 91), nous avons interrogé ce corpus sous l'angle de la notion de domination qui caractérise la période coloniale, entre sujétion et mission civilisatrice, se traduisant par « un double discours [...] à la fois intégrateur et discriminatoire » (L'Heuillet, 2017 : 42). Ainsi, nous avons observé que bien que le Kenya n'ait jamais été colonisé par la France, les journalistes français appréhendent la montée en puissance des athlètes kényan-es selon les mêmes modèles rhétoriques que leurs homologues britanniques à la fin de la période coloniale : la surveillance (comparaison des athlètes kényan-es aux athlètes européen-nes), l'appropriation (perception des athlètes selon le regard européen), la négation (mobilisation de prétextes comme l'altitude pour minimiser les performances des athlètes kényan-es) et l'idéalisation (image de l'athlète pourvu-e d'un avantage naturel perçu comme injuste) (Bale, 2001 : 224-228). Tandis que les *postcolo-*



*nial studies* s'intéressent essentiellement aux relations entretenues entre les anciennes métropoles et leurs ex-colonies (Lacoste, 2006 : 15), nous prenons donc le parti d'élargir la question postcoloniale aux interactions culturelles germant entre deux pays dépourvus de liens coloniaux.

---

### 1960-1968 : SPÉCULATION SUR UN POTENTIEL ATHLÉTIQUE

---

Si la victoire d'Abebe Bikila sur le marathon des Jeux de Rome en 1960 est couverte par les médias internationaux, dont les journalistes français, il semble qu'elle ouvre simplement une porte, sans toutefois susciter un véritable engouement médiatique.

C'est après les Jeux olympiques de Tokyo en 1964 que les journalistes français commencent réellement à s'intéresser aux performances des athlètes d'Afrique de l'Est, et plus particulièrement des Kényans. En 1965, le *Miroir de l'athlétisme* publie ainsi un article proposant un état des lieux de l'athlétisme au Kenya, suite à la première médaille olympique kényane décrochée par Wislon Kiprugut sur 800m à Tokyo. L'auteur prédit alors que « l'athlétisme kényen qui n'en est qu'à ses balbutiements (jusqu'en 1964 l'entraînement se faisait au gré de chacun) a d'énormes possibilités »<sup>10</sup>. Deux ans plus tard, après que Kipchoge Keino ait battu les records du monde du 5000m et du 3000m en 1965, la même revue acquiert les droits de reproduction d'un article paru dans la revue spécialisée britannique *World sports*. Rédigé par l'entraîneur britannique John Velzian, cet article rapporte l'histoire du développement de l'athlétisme au Kenya et identifie des facteurs explicatifs des performances des coureurs kényans. L'auteur évoque alors des facteurs physiologiques, environnementaux et socio-culturels, propres notamment à l'ethnie des Kalenjins<sup>11</sup>, au sein de laquelle émerge la plupart des champions du pays (Manners, 1997 : 14). L'exhaustivité de cette approche multifactorielle, originale à cette époque, tient notamment à l'implication de John Velzian dans l'athlétisme kényan depuis la fin des années 1950, comme instructeur d'éducation physique à l'école de formation des enseignants, puis de la police, avant de devenir entraîneur de l'équipe nationale (Bale et Sang, 1996 : 112). La diffusion de ce sujet témoigne d'une volonté, dès la fin des années 1960, de comprendre les récents succès des coureurs kényans, qui interrogent avant les Jeux olympiques de Mexico. Moins tournée vers l'athlétisme international, la revue fédérale ne produit pas d'articles d'investigation de cet ordre à l'époque, se contentant de faire apparaître au sein des procès-verbaux de comités directeurs une volonté de la FFA d'entrer en relation avec la fédération kényane (Thomas et al., 2021 : 93).

Au cours de la période 1960-1968, l'athlétisme kényan commence donc à susciter l'intérêt de la presse spécialisée selon laquelle un certain potentiel se dessine, préfigurant une relation postcoloniale beaucoup plus réciproque que la relation coloniale, culturellement à sens unique (Lacoste, 2006 : 15). Les Jeux olympiques de Mexico en 1968 marquent un premier tournant dans cette perception.

---

### 1968-1972 : LA DOMINATION KÉNYANE EN QUESTION

---

« Les coureurs kényans – qui gagnèrent plus de médailles que la représentation masculine soviétique pourtant réputée la seconde du monde en valeur absolue – achevèrent une phase de l'indépendance kényane à Mexico »<sup>12</sup>.

La verve de Jo Viellvoye, journaliste sportif allemand ayant écrit pour le *Miroir de l'athlétisme*, est autant représentative du caractère hyper-appréciatif du discours du journalisme sportif (Vanoudheusden, 2013) que de l'engouement des médias français et étrangers devant les performances des coureurs kényans aux Jeux olympiques de 1968. Seulement composée de quinze athlètes, la délégation kényane y brille, remportant huit médailles, dont trois d'or, sur des distances allant du relais 4 x 400m au 10000m. Tout comme la victoire de Bikila en 1960 pour l'Éthiopie, la médiatisation de ces performances donne au Kenya une forte visibilité internationale, seulement cinq ans après le retrait des colons britanniques du pays. Les revues spécialisées françaises s'intéressent alors de près aux glorieux champions de la campagne mexicaine, au premier rang desquels Kipchoge Keino, champion olympique du 1500m et second du 5000m, devenu un modèle national dans le pays est-africain. Dans un contexte politique fort où les champions acquièrent une dimension universelle (Duret, 1993 : 41-45), la presse internationale lui confère un statut héroïque selon un imaginaire occidental (Bale 2001 : 222-223). Noël Couedel, journaliste à *l'Équipe*, rédige ainsi un article dans lequel il raconte sa rencontre avec le champion kényan<sup>13</sup>, abordant son enfance, sa carrière et ses projets tout en distillant des éléments emprunts d'exotisme<sup>14</sup>. Ce type de discours, qu'Edward Saïd qualifie d'*orientaliste* caractérise la façon dont les nations européennes ont créé l'*Orient*, forme d'exotisme désignant le reste du monde sur laquelle elles portent un regard dominant et s'imposent comme une autorité légitime (Saïd et al., 2005 : 17-18).

Si le potentiel des athlètes africains éclate au grand jour à Mexico, il ne semble toutefois pas convaincre pleinement tous les observateurs. Certains voient, à travers cette déferlante de médailles, le rôle avanta-

geux joué par l'altitude à laquelle se situe la capitale mexicaine, proche de celle des hauts plateaux kényans. Si certains médias internationaux vont jusqu'à parler d'injustice ou d'humiliation pour les amoureux de courses d'endurance (Bale, 2007 : 22), *l'Équipe athlétisme magazine* et le *Miroir de l'athlétisme* se contentent d'installer un certain scepticisme quant à la valeur de ces performances. Noël Couedel relève ainsi que « ce fut évidemment beaucoup trop pour que l'altitude ne fut pas directement responsable de la majorité de ces succès ».<sup>15</sup> Au cœur des débats sur les plans scientifique, médiatique et institutionnel à la fin des années 1960 (Kasperowski, 2009), l'influence de l'altitude est également soulevée à travers la plume de Jean Claude Sorlo, pour lequel « les brillants résultats des pays anglophones en terre mexicaine, favorisées par l'altitude, ne doivent pas faire oublier les performances des nations francophones qui intéressent toute la gamme des spécialités athlétiques ». Le journaliste nuance par l'argument topographique la réussite des pays africains anglophones face aux pays africains francophones, réactivant, via un tableau comparatif, une compétition entre anciens empires coloniaux. Les performances africaines sont à nouveau perçues sous un filtre orientaliste, servant « la force relative des nations concurrentes » (Pociello, 1998 : 164), pérennisant un rapport hégémonique après les indépendances. Cette continuité avec la période coloniale dans l'esprit du journaliste du *Miroir de l'athlétisme*, s'inscrit dans le virage opéré après les Jeux olympiques de Berlin par la presse communiste, pour laquelle « il n'est plus question de promouvoir l'indépendance des peuples colonisés mais de défendre leur pleine et entière qualité de représentant de la nation sur la scène sportive » (Sabatier, 2013 : 95).

Ces extraits illustrent le climat de la période de 1968 à 1972. Selon une posture culturellement dominante, les journalistes français se permettent d'interroger la véritable portée des performances des athlètes kényans, pourtant indéniables. À l'origine de ce scepticisme, les théories du déterminisme environnemental, associant les comportements des humains à l'environnement dans lequel ils évoluent, sont soutenues par certain-es scientifiques pendant la période coloniale (Bale, 2002 : 147-158). Cette approche est cependant rapidement tempérée. Moins d'un an avant les Jeux olympiques de Munich, suite aux performances des Kényans aux Jeux du *Commonwealth* d'Édimbourg en 1970, puis de la réunion pré-olympique l'année suivante, Yves Pinaud, journaliste spécialiste de l'athlétisme africain<sup>16</sup>, prévoit qu'« en athlétisme, l'avenir est à l'Afrique, Munich permettra de le constater et c'est bien là un des intérêts majeurs des 17<sup>ème</sup> jeux olympiques »<sup>17</sup>. Ce sont également parfois les lecteurs qui s'indignent de la remise en cause de la valeur des athlètes africains par les journalistes, à travers la rubrique qui leur est consacrée dans *l'Équipe athlétisme maga-*

*zine*<sup>18</sup>. *Le Miroir de l'athlétisme* publie quelques mois avant cet événement un article rédigé par le Kényan Philippe N'Doo, finaliste olympique sur 10000m aux Jeux du *Commonwealth* deux ans plus tôt et journaliste au *Daily Nation* à Nairobi. À la fois juge et parti, l'auteur débute son plaidoyer au titre univoque en affirmant que « les athlètes africains auront à cœur de démontrer que les médailles qu'ils gagnèrent à Mexico n'étaient pas dues à un "accident géographique" mais bien à leur mérite »<sup>19</sup>. La conclusion de l'article, « Nul doute que nous vaincrons ! », illustre finalement la défiance de l'auteur quant au scepticisme des journalistes occidentaux.

Les quatre années qui séparent les Jeux olympiques de Mexico de ceux de Munich révèlent donc autant la mobilisation de théories étroitement liées aux idéologies colonialistes pour expliquer les performances kényanes que la pérennité d'un rapport de domination qui tend à se transformer. Tout en imposant leur appréhension culturelle des premiers succès kényans, les journalistes sportifs français assistent à l'émergence d'une domination sportive, d'autant plus prégnante que s'amorce « la crise du demi-fond français »<sup>20</sup>, qu'ils s'efforcent de contenir par leurs explications environnementalistes. Loin de l'altitude de la capitale mexicaine, les Jeux olympiques de Munich marquent un nouveau tournant dans la perception des athlètes kényans par les journalistes français.

---

#### 1972-1990 : LA CONFIRMATION D'UNE DOMINATION DES ATHLÈTES KÉNYANS

---

La période qui suit les Jeux olympiques de Munich laisse apparaître une confirmation du potentiel des coureurs kényans, qui réitèrent leur domination sur les épreuves de demi-fond, sans que l'altitude ne joue directement un rôle, dans différentes compétitions internationales. Devant des performances réalisées au niveau de la mer, les journalistes ne peuvent plus douter de leur suprématie. Pour Mahjoub Faouzi, journaliste et auteur spécialiste du football africain, alors rédacteur pour *le Miroir de l'athlétisme* :

« Puis vinrent les récoltes de médailles, à Mexico, en 1968, et à Munich, en septembre dernier, avec, s'intercalant entre ces deux événements, les jeux du Commonwealth de Kingston (1966) et d'Édimbourg (1970). L'élite de l'Afrique orientale bouleversa, à chaque manifestation, la hiérarchie et s'intégra dans le peloton de tête. »<sup>21</sup>

Nouvellement responsable du service statistique de la FFA, Jean Gilbert évoque quant à lui dans un article pour la revue fédérale « l'arrivée au firmament des coureurs kényans »<sup>22</sup>. Le doute ne semble alors plus

permis quant à la domination des coureurs kényans sur le demi-fond mondial. S'affirmant parmi l'élite internationale, le Kenya devient aux yeux des journalistes un pays qui pèse sur l'échiquier mondial. En témoigne la retranscription des résultats des Jeux olympiques de Montréal puis de Moscou, où plane l'ombre du Kenya bien que le pays ait boycotté ces événements.

Les journalistes sportifs interrogent alors cette hégémonie et tentent de l'expliquer à travers des articles chargés de préjugés racistes<sup>23</sup>, s'ajoutant aux théories environnementalistes déjà évoquées. Alain Billouin, responsable des rubriques 'Athlétisme' et 'sports olympiques' à *l'Équipe*, se demande :

« Le Noir a-t-il plus de possibilités que le blanc ? Les conditions géographiques et climatiques sont-elles à l'origine de pareilles dispositions ? Les caractéristiques ethniques, en un mot le style de vie africain ont-ils une influence directe favorable ? Oui. Incontestablement. Lorsque la France produit un Jazy et un Wadoux, un pays comme le Kenya peut déposer sur le vaste marché de l'athlétisme une cinquantaine de coureurs de premier plan dont les facilités sont tout simplement renversantes ».<sup>24</sup>

Cette période marque, dans les commentaires des journalistes, une rupture dans la perception du coureur africain 'noir' par rapport au coureur européen 'blanc', débouchant sur des théories basées sur des croyances évoquant la génétique et l'idéologie du don. Cette rupture est d'autant plus prégnante que certains journalistes y voient une remise en cause d'un ordre socio-racial jusqu'alors préservé dans l'imaginaire médiatique concernant les épreuves d'endurance (Wiggins, 1989). C'est le cas de l'ancien médaillé olympique Marcel Hansenne, reconverti comme journaliste, d'abord au journal *J* (devenu *Miroir Sprint*) puis à *l'Équipe*, pour lequel « certains observateurs se demandent en effet si ce n'en est pas fini de la supériorité de la race blanche sur les distances allant du 800m au 10000m ».<sup>25</sup>

Fondée sur des critères ségrégationnistes, ce type de rupture n'est pas sans rappeler la reconnaissance par les journalistes de la supériorité athlétique des athlètes noirs, notamment dans les épreuves de vitesse et de détente, qui suit les Jeux olympiques de Berlin près de quarante ans auparavant, suite aux performances des athlètes américains dans le sillage de Jesse Owens. Dès lors, comme elle le fait après les Jeux de Berlin, puis dans une moindre mesure à la fin des années 1950, la presse française recourt à des justifications « pseudo-scientifiques » de ces performances (Deville-Danthu, 1997 : 319). L'idéologie du don naturel est ainsi remise au goût du jour :

« Il a été aussi constaté que les Kalenjins ont un plus long fémur que celui des hommes des autres tribus du

Kenya ! Ils ont donc une plus grande foulée par rapport à leur taille. Les Kalenjins sont aussi remarquables par leur capacité pulmonaire (ce qui peut résulter de leur vie en altitude doublée d'une intense activité nomade : on retrouve cette caractéristique chez certaines populations indiennes de la Cordillère des Andes et du Mexique). Des experts pensent que seuls les Kalenjins ont spécifiquement ces caractères physiques et que les coureurs Kisii qui sont leurs voisins doivent leurs qualités à la course aux mariages inter-tribaux de leurs ancêtres avec des femmes Nandi ou Kipsigis ! »<sup>26</sup>.

Tous les avantages évoqués ici par Yves Pinaud, s'appuyant sur la morphologie, la physiologie ou la génétique, n'ont jamais été validés scientifiquement comme une explication de la domination de ces athlètes (Gaudin et Wolde, 2017 : XI). Les sciences de la vie tentent de mettre à l'épreuve ces discours, à travers des travaux en génétique (Scott and al. 2007 ; Wilber et Pitsiladis, 2012 : 92-102) ou des études comparatives entre des athlètes kényan.es et européen.nes en physiologie (Saltin, Larsen, Terrados et al., 1995 : 209-221 ; Prommer, Thoma, Quecke et al., 2010 : 791-797), sans toutefois aboutir à des résultats probants et des explications significatives. Malgré son absence de légitimité scientifique, ce type de discours médiatique a un retentissement important quant au regard porté par l'opinion publique sur les performances des athlètes est-africain.es. Comme c'est le cas en 1904 lors des Jeux anthropologiques de Saint-Louis, censés exacerber la suprématie de « la race blanche », « les médias alimentent l'imaginaire populaire » en attribuant un caractère racial aux performances physiques (Delsahut, 2010 : 685). A l'image des sportifs africains issus des colonies, les athlètes kényan.es ne doivent leurs succès qu'à des qualités naturelles aux yeux des journalistes, et non à des acquis culturels valorisés dans la société française (Jobert, 2006 : 192). Ainsi, si le discours raciste autour de l'idéologie du don exprime la difficulté de se séparer d'une doctrine séculaire dans la période suivant les indépendances, sa pérennité jusqu'à la période actuelle témoigne de l'empreinte laissée par les discours orientalistes dans la culture des pays occidentaux<sup>27</sup> (Saïd, et al., 2005 : 19).

Bien que certains, comme Yves Pinaud ou Alain Billouin, s'attardent occasionnellement sur des facteurs socio-culturels pour expliquer les succès kényans, la « biologisation du social dans le sport » concernant les athlètes est-africain.es (Gaudin, 2017) est partagée par des revues et des auteurs aux profils variés. Vice-président du comité directeur de la FFA, André Gédéon écrit ainsi dans un article pour la revue fédérale que « ce sont les qualités naturelles qui permettent aux pays en voie de développement et sans passé athlétique d'atteindre le plus haut niveau »<sup>28</sup>. Pour Charles Benejo, journaliste au *Miroir de l'athlétisme* : « Les Africains sont prédisposés à la réalisation

de grandes performances athlétiques surtout dans les courses de vitesse, de demi-fond et de fond »<sup>29</sup>. Dans cette dernière revue, le point de vue concernant l'idéologie du don est toutefois moins tranché que dans *l'Équipe*, Mahjoub Faouzi dénonçant ces clichés infondés qu'il attribue à des « négrologues »<sup>30</sup>, sans citer directement son concurrent. De la même façon que le *Miroir du cyclisme* s'oppose à *l'Équipe* sur le sujet du dopage dans le cyclisme (Charroin, 2005 : 6), le *Miroir de l'athlétisme* semble vouloir se démarquer idéologiquement de son concurrent sur la perception des athlètes est-africain-es.

En lien avec cette vision du coureur « naturel », les athlètes kényans sont régulièrement dépeints par les journalistes comme instinctifs, naïfs<sup>31</sup> ou font l'objet de descriptions empruntées d'exotisme. Rédigés avec légèreté et ironie, on trouve, notamment dans la revue fédérale, habituellement moins portée sur l'athlétisme international, des commentaires sur la signification du nom de Kiprotich Rono (qui se traduirait par « le fils du vacher et de la bergère ») ou sur les dents manquantes d'Henri Rono<sup>32</sup>. Des descriptions enfantines de coureurs kényans leur attribuent une certaine naïveté, comme à propos de Julius Korir<sup>33</sup> que l'on surnomme « le petit kényan » ou « ce petit bonhomme de rien du tout [...] pouvant s'habiller au rayon garçonnet ». On parle également « des athlètes dits "naturels" »<sup>34</sup>, de « kényans de service »<sup>35</sup> ou de la « garde noire »<sup>36</sup>. On peut aussi lire que Kipchogue Keino, de retour au Kenya après avoir étudié plusieurs années aux États-Unis « semble avoir retrouvé le naturel que la civilisation US avait provisoirement chassé »<sup>37</sup>. Habituellement assignée aux animaux, la terminologie utilisée s'insère dans un « langage zoologique » usuel dans la période coloniale (Fanon, 2002 : 45), renvoyant à la vision rousseauiste du « mythe du bon sauvage » ou à celle de Georges Hébert concernant les « indigènes » (Bancel et Sirost, 2004 : 396). Cette vision simpliste, caricaturale, selon laquelle les journalistes décrivent les coureurs kényans, caractéristique d'une position médiatique face à une population perçue comme naturellement dominée (Navarro et al., 2019 : 6), reprend ici explicitement l'idéologie impérialiste civilisatrice. Utilisés par les journalistes français mais aussi par certains dirigeants fédéraux, les stéréotypes<sup>38</sup> renvoient à « un imaginaire, de clichés et de fantasmes produits par l'héritage socioculturel de l'auteur » (Gaucher, 2008) à propos des sportifs africains, que l'on trouve aussi dans la littérature sportive de la première moitié du XX<sup>ème</sup> siècle. La proximité avec la nature, les références exotiques, l'instinct animal ou le ton paternaliste sont autant de stéréotypes alors utilisés à l'égard des populations colonisées. Comme la presse sportive des années 1970, les métropolitain-es au début du XX<sup>ème</sup> siècle éprouvent de la curiosité envers les athlètes africains, s'intéressent à leurs modes de vie, tout en ayant des difficultés à dépasser les stéréotypes précédents (Deville-Danthu, 1997 : 204). Au-delà de leur ancrage culturel après les indépendances<sup>39</sup>, ces stéréotypes sont mobilisés

par les journalistes français pour définir la valeur d'un athlétisme fondé sur des qualités naturelles moins valorisées que la culture technique de l'athlétisme français. Une telle stratégie leur permet de renforcer la communauté discursive entretenue avec leur lectorat (Bonnet, 2010) en s'extrayant d'une domination sportive qu'ils attribuent à des avantages biologiques jugés injustes (Bale, 2001 : 224-228). À l'instar du traitement médiatique réservé aux athlètes issus des colonies au début du XX<sup>ème</sup> siècle, ce registre discursif est à l'origine du sentiment ambivalent des journalistes français à l'égard des athlètes kényans, puis kényanes, dans les années 1990.

---

### 1990-2000 : ENTRE REJET ET FASCINATION

---

Dans les années 1990, « la supériorité absolue du Kenya »<sup>40</sup> en cross-country est admise par la presse française, qui parle du « rouleau compresseur kényan »<sup>41</sup>, pour illustrer « l'ampleur de la domination du Kenya »<sup>42</sup>, seulement talonné par l'Éthiopie. Les nombreuses confrontations entre les coureur-ses français-es et kényan-es révèlent un « fossé qui s'est creusé chez les séniors entre les crossmen kényans et européens »<sup>43</sup>. Passionné d'histoire de l'athlétisme, membre des associations et commissions sur l'histoire de la FFA depuis les années 1960<sup>44</sup>, Alain Bouillé illustre ce qui apparaît comme une résignation avec nostalgie, en évoquant le titre mondial acquis en 1978 par l'équipe de France de cross-country. Il regrette ainsi que « depuis que les spécialistes africains (Kenya, Éthiopie) sont au départ (1981) du championnat du monde, un tel fait paraît presque irréalisable »<sup>45</sup>. Comme en cross-country, les courses sur route françaises, devenues l'apanage des athlètes kényan-es dans les années 1990, deviennent également représentatives du double sentiment qui anime les acteurs de l'athlétisme français à l'égard de ces athlètes. Pour Jacques Chanéac, rédacteur en chef de la revue *Athlétisme* : « on ne peut se réjouir de l'extrême discrétion des coureurs français dont on chercha continuellement la trace et des nouvelles durant les trois heures de retransmission en direct sur France 3 »<sup>46</sup>, après un marathon de Paris dominé par les coureurs africains. Un sentiment ambivalent de la part de la presse spécialisée française émerge vis-à-vis des athlètes africain-es participant aux courses sur route hexagonales, oscillant entre admiration et jalousie teintée de chauvinisme. Bien que se montrant parfois admiratifs à l'égard des athlètes est-africain-es, les journalistes se réjouissent de leur défaite face aux Français-es. Fidèles à la « tradition » du journalisme sportif, ils recourent à la métaphore pour magnifier les athlètes français-es tout en dépréciant leurs adversaires (Vanoudheusden, 2013). Dans un récit épique du marathon de Paris, Paul Miquel se satisfait ainsi qu' : « Au 35<sup>ème</sup> kilomètre, c'est Ouadi qui se prend pour D'Artagnan. Devant Roland Garros, poussé par une folle envie de vaincre, le "légionnaire volant" décroche du peloton de tête pour tenter l'aventure ! À partir de cet instant, les Kényans, Tanzaniens et autres



sont lâchés, perdus, dégoûtés »<sup>47</sup>. La performance du Français Abdellah Behar « neuvième du cross long au beau milieu d'une horde de kényans »<sup>48</sup> s'accompagne également de termes peu flatteurs pour ses rivaux. Cette ambivalence des médias rappelle certains faits sportifs du début du XX<sup>ème</sup> siècle, telle la venue en France du cycliste noir américain Marshall Taylor, alors respecté et admiré par la presse sportive française. Les médias français couvrent pourtant son duel contre le Français Jacquelin en 1901 comme le duel entre « la race noire » et « la race blanche ». La victoire de Jacquelin sur celui que la presse française surnomme « le nègre volant », illustrant pour cette dernière la domination de la « race blanche » permettant de légitimer la colonisation (Jobert, 2006 : 44-46). Si les propos des journalistes de la revue *Athlétisme* n'évoquent pas directement cette dimension 'raciale', le processus décrit précédemment dans lequel ils s'insèrent témoigne d'une volonté de s'extraire d'une domination qui dépasse la simple rivalité entre nations. Pour valoriser la onzième place de Paul Arpin derrière les athlètes kényans et éthiopiens, intouchables aux mondiaux de cross-country en 1988, Guy Manfredi, vice-président délégué au comité directeur de la FFA, lui attribue ainsi dans la revue fédérale une honorifique « première place des blancs »<sup>49</sup>. Plus récemment, une telle opération est réalisée au lendemain du record de France du 100m de Christophe Lemaître, figeant le chronomètre sous les dix secondes, faisant titrer au journal *l'Équipe*<sup>50</sup> : « Lemaître dans l'histoire », titre justifié par le fait que « le jeune français est devenu le premier athlète blanc à franchir à son tour cette barrière mythique »<sup>51</sup>. Cette propension des journalistes à établir des classements alternatifs ségrégationnistes se traduit également à travers l'accueil favorable réservé à la création des championnats d'Europe de cross-country en 1994. Dans le contexte de domination des athlètes est-africain-es précédemment décrit, Francis Magois, journaliste pour *Athlétisme* avant de travailler pour *l'Équipe*, se satisfait que « les championnats d'Europe semblent arriver à point nommé pour redonner de la vitalité au cross du continent, passablement chahuté depuis l'arrivée au premier plan de l'invincible armada kenyane »<sup>52</sup>. En continuité avec la période précédente, la bonne réception de cette compétition illustre la façon dont l'avantage naturel conféré aux athlètes africain-es par les Européen-nes légitime leur mise à distance (Denison, 2007 : 53). Ce type de réaction devant une domination jugée naturelle fait échos à la ferveur des journalistes hisnant Georges Carpentier au rang de grand espoir de la boxe après son titre de « champion du monde de la race blanche » obtenu en 1914. (Jobert, 2006 : 83-86).

## CONCLUSION

Parallèlement aux succès des athlètes kényan-es, le discours journalistique évolue en conservant une relative homogénéité entre les revues analysées, et ce quelle que soit leur ligne éditoriale (et politique), et

entre les auteurs, qu'ils soient journalistes ou acteurs fédéraux. L'ambivalence des auteurs ainsi que les croyances relatives à l'influence de l'environnement, en l'idéologie du don ainsi que les préjugés qui y sont associés sont des modèles discursifs déjà observés pendant la période coloniale, notamment au début du XX<sup>ème</sup> siècle, concernant les sportifs africains. Les discours de presse analysés pérennisent donc après les indépendances la domination culturelle initiée dans une logique manichéenne par la littérature européenne pour justifier la colonisation<sup>53</sup> (Ashcroft, Griffiths et Tiffin, 2003 : 124). Il semblerait ainsi y avoir de ce point de vue une filiation entre la période coloniale et la période post-coloniale, justifiant une analyse du point de vue des *postcolonial studies*. Ces discours ont néanmoins évolué depuis cette période, d'une part parce qu'ils intègrent (certes timidement) des variables socio-culturelles pour expliquer la domination des athlètes africain-es mais aussi parce qu'ils s'étendent à des populations non colonisées par la France. Enfin, si l'organisation du champ sportif dans la période coloniale est l'expression d'une lutte pour une domination socio-raciale, les discours journalistiques post-coloniaux étudiés, tout en mobilisant des stéréotypes racialisés, reflètent davantage la volonté de s'extraire d'une domination sportive jugée naturelle et injuste pour maintenir le lustre du demi-fond, considéré comme le « moteur de l'athlétisme français »<sup>54</sup>.

Dépassant la sphère médiatique, ces stéréotypes se diffusent plus largement parmi les acteurs de l'athlétisme français, comme kényans, influençant leur organisation. Outre la mise à distance des athlètes est-africain-es dans les compétitions nationales ou internationales (Thomas et al., 2020), la démotivation de certains athlètes européen-nes, découragé-es par leurs défaites face aux athlètes kényan-es attribuées à des facteurs naturels incontrôlables (Baker et Horton 2003), ou la réappropriation par les athlètes kényan-es de stéréotypes les concernant, renforçant leur confiance en eux (Gaudin et Wolde 2017 : 235-236), en sont des exemples. Cette étude illustre finalement la vision anti-réaliste du journalisme, dont l'information, basée sur l'itération d'une succession de réalités construites, ici selon un imaginaire postcolonial, génère de nouveaux faits sociaux (Gauthier, 2005 : 54).

Proposé le 15 juillet 2020

Accepté le 11 juin 2021

## NOTES

---

<sup>1.</sup> Eliud Kipchoge, détenteur du record du monde officiel du marathon, réalise 1h59'40 dans une course d'exhibition organisée par la société *Ineos* où tout est optimisé pour courir un marathon en moins de deux heures, en s'affranchissant parfois des règles imposées par la fédération internationale (*L'Équipe*, 12 octobre 2019, pp. 4-5).

<sup>2.</sup> En dehors de l'Ougandais Joshua Cheptegei (10km), toutes les autres performances sont réalisées par des athlètes kényan-es : Geoffrey Kamworor (semi-marathon), Robert Keter (5km), Ronex Kipruto (10km), Brigid Kosgei (marathon féminin en course mixte) et Eliud Kipchoge.

<sup>3.</sup> Dans les bilans mondiaux, rassemblant les meilleures performances de tous les temps, sur les cents premier.es athlètes sur 10km, semi-marathon et marathon, les athlètes kényanes représentent respectivement 52%, 48% et 29% des athlètes ; les athlètes

kényans représentent quant à eux 66%, 67% et 49% des athlètes.

<sup>4.</sup> Outre les avantages liés au projet d'*Ineos* et au marathon mixte, la presse sportive évoque régulièrement le dopage qui sévit parmi les athlètes kényan-es depuis quelques années et s'intéresse à de nouveaux modèles de chaussures qui confèreraient un avantage aux athlètes (« A toutes pompes », Romain Donneux, *L'Équipe*, 18 octobre 2019, pp. 26-27).

<sup>5.</sup> « Le phénomène kényen », Y. Pinaud, *L'Équipe athlétisme magazine* n°56, Mai 1974, pp. 28-31.

<sup>6.</sup> Le marathonien passe devant l'obélisque d'Axoum, alors pillée à l'Éthiopie, avant de s'imposer sous l'arche Constantin d'où sont parties les troupes mussoliniennes qui ont colonisé l'Éthiopie en 1936, avant qu'elle ne retrouve son indépendance à l'issue de la seconde guerre mondiale.

7. Disponible sur la plateforme de la BNF *Gallica*, l'intégralité des numéros de la revue *Athlétisme* parus entre 1960 et 2000 ont été consultés. La plupart des exemplaires des deux autres revues ont pu être consultés aux Archives nationales du monde du travail de Roubaix et grâce au concours de collectionneurs auxquels j'exprime toute ma gratitude.
8. D'après plusieurs membres de la Commission de la Documentation et de l'Histoire de la Fédération Française d'Athlétisme présidée par Luc Volland.
9. Cette proximité s'illustre également à travers la mission FFA/l'Auto, menée en 1937 en Afrique Occidentale Française pour trouver des talents susceptibles de renforcer les rangs de l'athlétisme français, dans le cadre d'un partenariat entre le journal *l'Auto* (devenu *l'Équipe*) et la FFA (Frenkiel et Kemo Keimbou, 2010 : 33-50).
10. « Kenya terre de champions », *Le Miroir de l'athlétisme* n°15, août 1965, pp.14-15.
11. « Et puis vint Keino », J. Velzian, *Le Miroir de l'athlétisme* n°29, mai 1967, pp. 7-9.
12. « Kenya : les champions du hasards », J. Viellvoye, *Le Miroir de l'athlétisme* n°63, janvier 1970, pp. 8-13.
13. « Keino à cœur découvert », N. Couedel, *L'Équipe athlétisme magazine* n°6, Mai 1969, pp. 32-34.
14. Le journaliste témoigne sa joie « de découvrir l'enfant que cachait le champion et de pénétrer tout à coup au beau milieu de ces histoires de tribus, de brousse africaine et de chasse ».
15. « L'explosion africaine », N. Couedel, *L'Équipe athlétisme magazine* n°32, Septembre 1971, pp. 9-12.
16. Yves Pinaud travaille pour *l'Équipe* puis pour la revue *Athlétisme*. Statisticien spécialiste de l'athlétisme africain, il est notamment l'auteur de la série d'ouvrages annuels *L'Athlétisme africain*, compilant les résultats de l'athlétisme en Afrique depuis 1976.
17. « L'Afrique à huit mois des jeux », Y. Pinaud, *L'Équipe athlétisme magazine* n°34, décembre 1971, pp. 23-25.
18. « Lecteurs à vous de jouer », *L'Équipe athlétisme magazine* n°38 et 39, juin et juillet 1972.
19. « Les Africains veulent prouver que Mexico n'était pas un accident », P. N°Doo, *Le Miroir de l'Athlétisme* n°93, mai 1972, pp. 16-17.
20. « Comment résoudre la crise du demi-fond français », G. Meyer, *L'Équipe athlétisme magazine* n°12, octobre 1969, pp. 9-15.
21. « Afrique an 2 », M. Faouzi, *Le Miroir de l'athlétisme* n°101, mars 1973, pp. 5-7. Dans cet article, l'auteur ne cite pas directement le Kenya mais c'est alors le principal pays d'Afrique de l'Est ayant eu des résultats aux *Jeux du Commonwealth*, car anciennement sous giron britannique.
22. « Évolutions », J. Gilbert, *L'Athlétisme* n°217, mars 1977, p. 39.
23. Nous préférons ici le terme « racaliste » à « raciste » pour caractériser les articles évoquant l'idéologie du don car il s'agit davantage de stéréotypes reflétant l'idéologie d'une époque que de propos destinés à nuire (Todorov, 1989 : 133-140).
24. « Qu'est ce qui fait courir l'Afrique », A. Billouin, *L'Équipe athlétisme magazine* n°50, Août 1973, pp. 32-34.
25. « Jeux du Commonwealth le défi africain », M. Hansenne, *L'Équipe athlétisme magazine* n°52, Février 1974, pp. 15-17.
26. « Le phénomène kényen », *op. cit.*
27. Le succès de l'ouvrage du journaliste sportif américain Jon Entine, défendant plus récemment la thèse de l'existence d'« aptitudes athlétiques raciales naturelles » (Martin Breteau, 2010 : 42) illustre cette emprunte.
28. « Les petits, les obscurs, les sans grades... », A. Gédéon, *Athlétisme* n°263, septembre 1983, p. 65.
29. « Afrique : les dons ne sont pas tout », C. Benejo, *Le Miroir de l'athlétisme* n°91, mars 1972, pp. 22-23.
30. « Afrique an 2 », *op. cit.*
31. « le phénomène kényen », *op. cit.*
32. Rubrique « échos », *Athlétisme* n°244, février 1982, p. 51.
33. Rubrique « Records », *Athlétisme* n°273, septembre 1984, p. 82.
34. « L'endurance en course à pied (3<sup>ème</sup> partie) », J. C. Colle, *Athlétisme* n°243, janvier 1982, p. 48.
35. « 5000m Saïd Aouita avait choisi le 5000 », *Athlétisme* n°273, septembre 1984, p. 37.
36. « 1<sup>ère</sup> coupe du monde de marathon Hiroshima 14 avril 1985 », G. Erckelbout, *Athlétisme* n°281, juin 1985, p. 23.
37. Rubrique « échos », *Athlétisme* n°308, février 1988, p. 41.
38. Le stéréotype désignant ici les croyances, opinions et représentations à propos d'un groupe et de ses membres selon trois caractéristiques : la résistance au changement, la propagation en dehors de toute réalité objective et la résultante d'un apprentissage social de savoirs partagés (Amossy et Herschberg Pierrot 2016 : 33-38).
39. Le chef d'État français Nicolas Sarkozy, lors d'une allocution à l'Université Cheikh Anta Diop de Dakar le 26 juillet 2007, fait référence à plusieurs reprises au lien entre l'« Homme africain » et la nature qu'il oppose à « l'Homme moderne », affirmant notamment que « l'Homme moderne qui veut se réconcilier avec la nature a beaucoup à apprendre de l'Homme africain qui vit en symbiose avec la nature depuis des millénaires ».
40. « Championnats du monde de cross-country : l'Afrique aux africains », Y. Pinaud, *Athlétisme* n°389, avril 1996, p. 24.
41. « Le cross à l'heure européenne », F. Magois, *Athlétisme* n°371, mai 1994, p. 38.
42. « Championnats du monde de cross-country : A. Dias prive le Kenya du grand chelem », J. Chanéac, *Athlétisme* n°360, avril 1993, p. 33.
43. « Le cross à l'heure européenne », *op. cit.*
44. Alain Bouillé est membre de l'actuel Commission de la Documentation et de l'Histoire de la FFA.
45. « Les grands et grandes du cross-country », A. Bouillé, *Athlétisme* n°359, mars 1993, p. 42.
46. « Marathon de Paris, championnats de France : Rémond, Tanigawa et 18000 autres », J. Chanéac, *Athlétisme* n°371, mai-juin 1994, p. 11.
47. « Mohamed Ouadi, 32000 derrières et lui devant », P. Miquel, *Athlétisme* n°429, mai 2000, p. 11.
48. « Le joli printemps de Fatima Yvelain et d'Abdellah Behar », P. Miquel, *Athlétisme* n°429, mai 2000, p. 8.
49. « Championnats du monde de cross-country à Auckland (N-Z) : Annette Sergent et les français tous bronzés », G. Manfredi, *Athlétisme* n°311, mai 1988, p. 7.
50. Une de *L'Équipe* du 10 juillet 2010.
51. Le quotidien sportif qualifie cette performance d'« historique », alors qu'elle constitue à cette date la cinquante sixième performance de tous les temps et que Lemaitre n'est que le deuxième français à passer sous la barre des dix secondes (après Ronald Pognon).
52. « Le cross à l'heure européenne », *op. cit.*
53. Voir Kipling, R., 1989. « Le Fardeau de l'homme Blanc », *McClure's Magazine* n°12.
54. « Comment résoudre la crise du demi-fond français », *op. cit.*

## BIBLIOGRAPHIE

- Amossy, R. & Herschberg Pierrot, A. (2016). *Stéréotypes et clichés, langue discours, société*. Paris : Armand Colin.
- Ashcroft, B., Griffiths, G. & Tiffin, H. (2003). *The Empire Writes Back: Theory and Practice in Post-Colonial Literatures*. London: Routledge.
- Ashcroft, B., Griffiths, G. & Tiffin, H. (2013). *Post-colonial studies: The key concepts*. Oxford: Routledge.
- Attali, M. (2018). La presse sportive : militantisme, socialisation et modes d'appréhension du réel. In Blandin, C. (Eds.), *Manuel d'analyse de la presse magazine* (pp. 179-190). Paris : Armand Colin.
- Baker, J. & Horton, S. (2003). "East African running dominance revisited: a role for stereotype threat?". *British Journal of Sports Medicine*, vol.37, n°6, pp. 553-555.
- Bale, J. & Sang, J. (1996). *Kenyan Running: Movement Culture, Geography and Global Change*, London: Routledge
- Bale, J. (2001). Nyandika Maiyoro and Kipchoge Keino: transgression, colonial rhetoric and the postcolonial athlete. In Andrews D. L. & Jackson S. J. (Eds.), *Sport Stars: The Cultural Politics of Sporting Celebrity* (pp. 218-230). London: Routledge.
- Bale, J. (2002). "Lassitude and latitude: Observations on sport and environmental determinism", *International Review for the Sociology of Sport*, vol.37, n°2, pp. 147-158.
- Bale, J. (2007). Kenyan running before the 1968 Mexico Olympics. In Pitsiladis, Y., Bale, J., Sharp, C. & Noakes, T. (Eds.), *East African Running Toward a Cross Disciplinary Perspective* (pp. 35-47). New-York: Routledge.
- Bancel, N. & Blanchard P. (2006). Culture post-coloniale : le temps des héritages. In Bancel, N., Blanchard, N. (Eds.), *Culture post-coloniale : traces et mémoires coloniales en France* (pp. 6-19). Paris : Autrement.
- Bancel, N. & Sirost, O. (2004). Le corps de l'autre : une nouvelle économie du regard. In Bancel, N. (Eds.), *Zoos humains. Au temps des exhibitions humaines* (pp. 390-398). Paris : La Découverte.
- Bazoge, N., & Jamain-Samson, S. (2013). Les championnes de Miroir Sprint (1967-1970) : des modèles de « filles réussies ». In Attali, J. & Combeau-Mari, E. (Eds.), *Le sport dans la presse communiste* (pp. 231-248). Rennes : Presse Universitaire de Rennes.
- Bonnet, V., (2010). « Les stéréotypes dans la presse sportive : vision de l'identité à travers l'altérité », *Signes, discours et société*, vol. 11, n°4.
- Charroin, P., (2005). « L'affaire Simpson de 1967 : une rupture médiatique dans l'appréhension du dopage », *Éthique publique. Revue internationale d'éthique sociétale et gouvernementale*, vol.7, n°2, pp. 1-14.
- Delsahut, F. (2010). Sport, race et médias aux Jeux anthropologiques de Saint-Louis en 1904. In Attali, M. (Eds.), *Sports et médias : du XIXe siècle à nos jours* (pp. 677-690). Biarritz : Atlantica.
- Denison, J. (2007). The Haile Gebrselassie story: A biography of difference. In Pitsiladis, Y., Bale, J., Sharp, C. & Noakes, T. (Eds.), *East African Running Toward a Cross Disciplinary Perspective* (pp. 51-59). New-York: Routledge.
- Deville-Danthu, B. (1997). *Le Sport en Noir et Blanc : du Sport Colonial au Sport Africain dans les Anciens Territoires Français d'Afrique Occidentale (1920-1965)*. Paris : L'Harmattan.
- Duret, P. (1993). *L'héroïsme sportif*. Paris : Presse universitaire de France.
- Fanon, F. (2002). *Les damnés de la Terre*. Paris : La Découverte.
- Farge, A. (1989). *Le goût de l'archive*. Paris : Le Seuil.
- Forté, L. (2019). « Stéréotypes "raciaux" dans la presse sportive : Une analyse des mécanismes conduisant à la production d'énoncés "racialisants" », *Questions de communication*, vol. 35, n°1, pp. 63-81.
- Frenkiel, S. & Kemo Keimbou, D. C. (2010). « La Mission FFA/L'Auto : "Pourquoi négliger nos noirs d'Afrique ?" » (3 décembre 1937–15 janvier 1938) », *Modern & Contemporary France*, vol.18, n°1, pp. 33-50.
- Gaucher, J. (2008). *Sport et genre : quand la littérature s'en mêle : féminités et masculinités dans l'écriture littéraire du sport (1920-1955)*. Thèse de doctorat en littérature française, sous la direction de Terret, T. & Vray, J. B., Université Claude Bernard Lyon 1, 848 p.
- Gaudin, B. (2008). « Athlétisme et nationalisme dans l'Éthiopie des années 1920-1960 », *Sciences sociales et sport*, n°1, pp. 49-78.
- Gaudin, B. (2017). Biologisation du social dans le sport : l'« athlète naturel est-africain ». In Lemerle, S. & Paligot, C. (Eds.), *La biologisation du social. Discours et pratiques*, Paris : Presse universitaire de Paris Nanterre.
- Gaudin, B. & WOLDE, B. (2017). *Kenyan and Ethiopian athletics : towards an alternative scientific approach*. Addis Ababa: IRD/CFEE.
- Gauthier, G. (2005). "A realist point of view on news journalism", *Journalism Studies*, vol.6, n°1, pp. 51-60.
- Jobert, T. (2006). *Champions Noirs, Racisme Blanc : La Métropole et les Sportifs Noirs en Contexte Colonial (1901-1944)*. Grenoble : Presse Universitaire de Grenoble.
- Kasperowski, D. (2009). "Constructing altitude training standards for the 1968 Mexico Olympics: the impact of ideals of equality and uncertainty", *The International Journal of the History of Sport*, vol.26, n°9, pp. 1263-1291.
- Krieg, A. (2000), « Analyser le discours de presse. Mises au point sur le "discours de presse" comme objet de recherche », *Communication. Information médias théories pratiques*, vol.20, n°1, pp. 75-97.
- Lacoste, Y. (2006). « La question postcoloniale », *Hérodote*, vol. 120, n°1, pp. 5-27.
- L'Heuillet, H. (2017). « Les études postcoloniales, une nouvelle théorie de la domination ? », *Cités*, vol. 4, n° 4, pp. 41-52.
- Manners, J. (1997). "Kenya's running tribe", *The Sports Historian*, vol.17, n°2, pp. 14-27.
- Martin-Breteau, N. (2010). « "Un laboratoire parfait" ? Sport, race et génétique : le discours sur la différence athlétique aux États-Unis », *Sciences sociales et sport*, 1, pp. 7-43.



- Martin-Breteau, N. (2013). « Sport, race, et politique : Taboo et la réception du discours sur les aptitudes athlétiques des races aux États-Unis », *Le mouvement social*, 1, pp. 131-147.
- Navarro, L., Ross, K. & Saitta, E. (2019). « Stéréotypes dans l'exercice du journalisme », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo*, vol.8, n°2, pp. 6-11.
- Pociello, C. (1998). « Sur la dramaturgie des jeux de combat », *Communications*, vol. 67, n°1, pp. 149-164.
- Prommer, N., Thomas, S., Quecke, L. & al. (2010). "Total hemoglobin mass and blood volume of elite Kenyan runners", *Medicine and science in sports and exercise*, vol.42, n°4, pp. 791-797.
- Provenzano, F. (2018). Le discours de la presse magazine. In Blandin, C. (Eds.), *Manuel d'analyse de la presse magazine* (pp. 85-104). Paris : Armand Colin.
- Sabatier, F. (2013). La presse sportive affinitaire et les trois grands engagements coloniaux des organisations communistes de France. In Attali, J. & Combeau-Mari, E. (Eds.), *Le sport dans la presse communiste* (pp. 91-100). Rennes : Presse Universitaire de Rennes.
- Said, E. W., Malamoud, C., Meininger, S., & al. (2005). *L'Orientalisme : l'Orient Créé par l'Occident*. Paris : Seuil.
- Saltin, B., Larsen, H., Terrados, N. & al. (1995). "Aerobic exercise capacity at sea level and at altitude in Kenyan boys, junior and senior runners compared with Scandinavian runners", *Scandinavian Journal of Medicine & Science in Sports*, vol.5, n°4, pp. 209-221.
- Savarese, E. (2014). *La rencontre postcoloniale*. Bellecombe-en-Bauges : éditions du Croquant.
- Scott, R. A., Goodwin, W. H., Wolde, B., Onywera, V. O., Boit, M., O'Connell, W. & Pitsiladis, Y. (2007). Evidence for the "natural" east African athlete. In Pitsiladis, Y., Bale, J., Sharp, C. & Noakes, T. (Eds.), *East African Running Toward a Cross Disciplinary Perspective* (pp. 257-282). New-York: Routledge.
- Seidler, E. (1964). *Le sport et la presse*. Paris : Armand Colin.
- Smouts, M. (2007). *La situation postcoloniale : Les postcolonial studies dans le débat français*. Paris : Presses de Sciences Po.
- Souanef, K. (2019). *Le journalisme sportif. Sociologie d'une spécialité dominée*. Rennes : Presses universitaires de Rennes.
- Thomas, C., Charroin, P. & Soulé, B. (2021). « De la curiosité à l'évitement : l'adaptation des instances françaises de l'athlétisme face à la domination du Kenya en course de fond », *Sciences Sociales et Sport*, n°17, pp. 87-112.
- Thomas, C., Charroin, P. & Soulé, B. (2020). « Les relations franco-kényanes dans les courses de fond : un processus postcolonial singulier (1960-2019) », *Stadion. International Journal of the History of Sport*, vol. 44, n°1, pp. 204-225.
- Todorov, T. (1989). *Nous et les autres. La réflexion française sur la diversité humaine*. Paris: Seuil.
- Vanoudheusden, R. (2013). Comme les journalistes sportifs nous parlent : étude d'un lexique « hyper-appréciatif ». In Abecassis, M. & Ledegen, G. (Eds.), *Écarts et apports des médias francophones* (pp. 227-244), Oxford : Peter Lang.
- Wiggins, D. K. (1989). « "Great Speed But Little Stamina": The Historical Debate Over Black Athletic Superiority », *Journal of Sport History*, vol.16, n°2, pp. 158-185.
- Wilber, R. L. & Pitsiladis, Y. (2012). "Kenyan and Ethiopian distance runners: what makes them so good", *International Journal of Sports Physiology and Performance*, vol.7, n°2, pp. 92-102.



---

## RÉSUMÉ | RESUMO | ABSTRACT

---

**Un processus postcolonial : la genèse de la domination kényane dans les courses de fond vue par la presse sportive spécialisée française**

**Um processo pós-colonial: a gênese da dominação queniana em corridas de longa distância vista pela imprensa esportiva especializada francesa**

**A postcolonial process: The genesis of Kenyan preeminence in long-distance running, as seen by the French sports press.**

**Fr.** Les médias se font régulièrement l'écho des exploits, sinon des dérives, des athlètes kényan-e-s qui dominent les épreuves de course de fond les plus prestigieuses à travers le monde. Désormais coutumière de cette hégémonie, la presse sportive française commence à l'interroger dès les années 1960, tandis que l'athlétisme est-africain s'affirme au plus haut niveau international, manifestant sa volonté de comprendre et d'expliquer le « phénomène kényan ». L'objet de cet article est de montrer que l'éclosion au plus haut niveau international de l'athlétisme kényan dans la période post-coloniale est appréhendée par les journalistes français selon une rhétorique s'insérant dans un processus postcolonial. S'inscrivant dans le champ des *postcolonial studies*, cette étude vise à identifier et expliquer les transformations des modalités discursives selon lesquelles les journalistes français couvrent les succès kényans. Bien que le Kenya soit une ancienne colonie britannique, les textes étudiés reflètent la domination culturelle caractéristique de la période coloniale que les journalistes opposent à la domination sportive des athlètes kényan-e-s. Trois revues spécialisées dans l'athlétisme paraissant dans les années 1960, choisies tant par leur réputation que par l'éclectisme de leurs lignes éditoriales, sont analysées : *l'Athlétisme*, organe de presse officiel de la Fédération française d'athlétisme, *Le Miroir de l'athlétisme*, revue déclinée du journal *Miroir sprint*, proche du parti communiste français, et *l'Équipe athlétisme magazine*, associée au journal *l'Équipe*. Portant sur l'ensemble du discours, tant son contenu que ses stratégies énonciatives, l'analyse effectuée met en avant le recours par les journalistes français aux modèles rhétoriques utilisés par leurs homologues britanniques à la fin de la période coloniale. Identifiés par John Bale, ces modèles rhétoriques (la surveillance, l'appropriation, la négation et l'idéalisation) s'affirment progressivement à travers quatre étapes chronologiques de 1960 à 2000. La France n'ayant jamais colonisé le Kenya, cette démarche propose donc d'élargir la question postcoloniale aux interactions culturelles entre des pays dépourvus de liens coloniaux.

**Mots clés :** Postcolonial - Athlétisme - Kenya - journalisme - domination

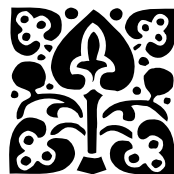
**Pt.** Os meios de comunicação informam regularmente sobre as façanhas, senão os desvios, dos atletas quenianos que dominam os eventos de corrida de longa distância de maior prestígio em todo o mundo. Já habituada a esta hegemonia, a imprensa desportiva francesa passou a questioná-la nos anos 1960, enquanto o atletismo da África Oriental se afirmava ao mais alto nível internacional, demonstrando o seu desejo de compreender e explicar o "fenômeno queniano". O objetivo deste artigo é mostrar que a emergência do atletismo queniano no mais alto nível internacional no período pós-colonial é entendida pelos jornalistas franceses como uma parte retórica de um processo pós-colonial. Inserido no campo dos estudos pós-coloniais, este estudo visa identificar e explicar as transformações das modalidades discursivas segundo as quais os jornalistas franceses cobrem os sucessos quenianos. Embora o Quênia seja uma ex-colônia britânica, os textos estudados refletem a dominação cultural característica do período colonial que os jornalistas opõem à dominação esportiva dos atletas quenianos. Três revistas especializadas em atletismo surgidas na década de 1960, escolhidas tanto por sua reputação quanto pelo ecletismo de suas linhas editoriais, são analisadas: *Athletics*, órgão oficial de imprensa da Federação Francesa de Atletismo, *Le Miroir de athletics*, resenha da revista *Miroir sprint*, próxima ao Partido Comunista Francês, e a revista de atletismo *Équipe*, associada ao jornal *L'Équipe*. Abrangendo todo o discurso, tanto o seu conteúdo como as suas estratégias enunciativas, a análise realizada destaca a

utilização pelos jornalistas franceses dos modelos retóricos utilizados pelos seus congêneres britânicos no final do período colonial. Identificados por John Bale, esses modelos retóricos (vigilância, apropriação, negação e idealização) afirmam-se gradativamente por meio de quatro estágios cronológicos de 1960 a 2000. Como a França nunca colonizou o Quênia, esta abordagem propõe, portanto, estender a questão pós-colonial às interações culturais entre países desprovidos de laços coloniais.

**Palavras-Chave:** Pós-colonial; atletismo; Quênia; jornalismo; dominação

**En.** Media regularly report on the high performances, as well as the missteps, of Kenyan athletes occupying top places in the most prestigious international long-distance running competitions. If the French sports press has become accustomed to this podium hegemony, a desire to understand and explain the “Kenyan phenomenon” arose in the 1960’s, when East African athletics was gradually asserting itself at the highest levels of competition. The article aims to demonstrate that the narrative developed by French journalists on Kenyan athletics in the decades following African independences is part of rhetorical processes intertwined with postcolonial mechanisms. Embedded in the field of postcolonial studies, the research aims to identify and explain the evolution of discursive modalities used by French journalists to cover Kenyan sporting successes. Despite Kenya being a former British colony, specific characteristics appear in the analyzed text corpus and highlight how French journalists perpetuate cultural domination mechanisms, which sit in contrast with the sporting preeminence of Kenyan athletes. Three magazines published in the 1960s and specialized in the field of athletics were selected for the research, based on their reputation and the eclecticism of their editorial lines: *L’Athlétisme*, published by the French Athletics Federation ; *Le Miroir de l’athlétisme*, a magazine based on the *Miroir sprint*, known to be close to the French Communist Party ; and *l’Équipe athlétisme magazine*, a spin-off edition from the newspaper *l’Équipe*. The analysis of the discourse, from both content and enunciative strategies perspectives, highlights how French journalists resort to rhetorical models used by their British counterparts during the same period. Identified by John Bale, the models include surveillance, appropriation, negation and idealization, and appear chronologically in the press in four stages, from 1960 to 2000. Since Kenya was never under French colonial rule, the article suggests to broaden the postcolonial discussion to cultural interactions between countries without colonial ties.

**Key words:** Postcolonial - Athletics - Kenya - journalism - domination





# Racismo no futebol: o que a linguagem do discurso midiático pode nos dizer?

**IZADORA SILVA PIMENTA**

Doutoranda em Linguística Digital e Aplicada  
TU Darmstadt/Universidade Estadual de Campinas  
Alemanha  
izadora.pimenta@gmail.com



m 27 de abril de 2014, durante uma partida pelo Campeonato Espanhol entre o Barcelona e o Villarreal, o jogador brasileiro Daniel Alves, que, na época, atuava pelo Barcelona, foi alvo de um ato de racismo vindo da torcida do time rival. Aos 30 minutos do segundo tempo, durante uma cobrança de escanteio, um torcedor atirou uma banana em direção ao jogador, que, por sua vez, pegou a fruta, comeu e continuou a partida, ato visto e aplaudido como uma maneira de ignorar o racismo implícito naquele gesto.

O episódio se tornou notícia mundial e, tão logo, desencadeou a campanha *Somos Todos Macacos*, criada por outro jogador, Neymar, em parceria com a agência de publicidade Loducca<sup>1</sup>. A campanha foi disseminada em redes sociais como o Facebook, o Twitter e o Instagram por famosos e anônimos, sustentada pela hashtag *#SomosTodosMacacos*, geralmente segurando bananas ou macacos de pelúcia, com o objetivo de demonstrar apoio ao jogador após o racismo sofrido e também de impor o pensamento de que todas as cores e raças ocupam o mesmo espaço na sociedade. No entanto, o próprio Alves se posicionou contra a campanha, já que não pretendia transformar o caso em publicidade e tampouco concordava com a alcunha de macaco - em entrevista à revista *Veja*, ele também chegou a declarar que 'não era negro' e, sim, pardo<sup>2</sup>.

Pour citer cet article, to quote this article,  
para citar este artigo :

Izadora Silva Pimenta, « Racismo no futebol: o que a linguagem do discurso midiático pode nos dizer? », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne, online], Vol 10, n°2 - 2021, 15 décembre - december 15 - 15 de dezembro.

URL : <https://doi.org/10.25200/SLJ.v10.n2.2021.446>

Devido à forte presença deste caso nas redes, a grande maioria dos estudos feitos sobre ele, até o momento, focam na campanha realizada após o ato de racismo. Eles tratam, principalmente, da capacidade de amplitude a partir da hashtag (Campos e Machado, 2014; Neto, 2018) e da reafirmação do discurso por meio da campanha (Santos, 2014). Este trabalho, contudo, tem como objetivo a busca por elementos de Julgamento (Martin, White, 2005) em textos jornalísticos publicados de forma online no Brasil, a respeito do episódio de racismo sofrido por Alves, com enfoque nas vozes trazidas pelos repórteres nesses textos. A pesquisa se trata de um fragmento da minha dissertação de mestrado (Silva Pimenta, 2019), na qual trabalhei em um corpus com 21.387 formas, 1.014 sentenças e 25.127 palavras construídas a partir de 65 artigos de *hard news*. Destaco a importância para essa pesquisa de entender como o ato de racismo e a resposta dada por Alves foram relatados pela imprensa - e a tensão entre a ofensa no ato e a ofensa relatada.

Pude observar que alguns padrões de representação do racismo no futebol estão presentes na imprensa e na sociedade brasileiras. Este foi um resultado obtido com a ajuda de uma combinação entre vários campos de estudos. Do seu lado linguístico, os estudos de Linguística Sistêmico-Funcional (LSF) (Halliday e Matthiessen, 2014) e o Sistema de Avaliabilidade (Martin e White, 2005) foram combinados para trabalhar a partir de uma perspectiva de análise de discurso baseada em corpus. No entanto, a pesquisa também se baseia em uma literatura proveniente da sociologia do esporte e a respeito dos fenômenos midiáticos em si, estes que ajudaram a construir o contexto (Halliday e Matthiessen, 2014) no qual a linguagem utilizada está posicionada.

Para este artigo, destaco a parcela do corpus obtido que se trata da cobertura da imprensa do caso de Daniel Alves, que apontou algumas questões como a 'ocultação' de outros casos de racismo no esporte; uma democracia racial ficcional (Guimarães, 1995); a definição de racismo como algo praticado apenas por algumas peças do sistema e a desconsideração do termo como um ato criminoso, aliviando o impacto social e legal da questão. Os dados também mostram que a atitude de Daniel Alves - que, na ocasião, foi comer uma banana que lhe fora atirada e continuar o jogo - é elogiada pela imprensa e colocada em antagonismo com outros casos nos quais jogadores se posicionaram imediatamente contra o racismo sofrido.

Os resultados apontam que o discurso midiático opera como fator de reforço para padrões de representação sobre o racismo no futebol e seus aspectos presentes na sociedade. Aspectos sociológicos que

emergem da linguagem em uso, ao mesmo tempo influenciada por seus contextos e ideologias (Eggins, 2004).

---

## FUTEBOL, RACISMO E LINGUAGEM

---

Reis e Escher (2006) nos trazem a ideia de que é importante que os estudos acadêmicos sobre futebol "levem em conta as mudanças que o futebol sofreu nos últimos anos, tanto em termos de organização quanto em aspectos econômicos e sociais" (Reis e Escher, 2006: 51). Portanto, segundo os autores, o futebol deve ser lido da sociedade e não o contrário. Isso ocorre porque os aspectos sociológicos que cercam os locais onde as partidas são disputadas e midiáticas, também afetam o desenvolvimento do que ocorre no campo - por exemplo, quando falamos sobre o tema do racismo no futebol.

Por racismo, entende-se que esta é uma questão estrutural e intrínseca da sociedade brasileira. Como nos aponta Almeida (2019: 22), o racismo é "uma forma sistemática de discriminação que tem a raça como fundamento, e que se manifesta por meio de práticas conscientes ou inconscientes". Raça, por sua vez, é compreendida enquanto uma construção do imaginário social que "possui efeitos nas formações de identidades, relações sociais e na sociedade como um todo" (Gillborn e Ladson-Billings, 2020).

No Brasil, diferenças reais e imaginárias, como características fenotípicas (Munanga, 1996), tornaram-se a base para a construção do racismo na sociedade, mas há uma questão presente que prega por uma suposta democracia racial (Guimarães, 1995), construída em uma falsa ideia de que processos como a miscigenação e a ausência de políticas segregacionistas levariam todos a viver condições igualitárias no Brasil, que faz com que, na maioria dos casos, a existência do racismo seja negada nessa sociedade.

Entretanto, é preciso entender que existem lugares demarcados a partir de relações sociais que se formaram ainda no período colonial brasileiro. Como Gonzalez (1982) aponta, há uma "evidente separação quanto ao espaço físico ocupado por dominadores e dominados" (Gonzalez, 1982: 15), o que também levou a um padrão de isolamento econômico e sociológico dos negros (Fernandes, 2008).

No futebol brasileiro, há muitas questões que levam a sociedade brasileira a acreditar que é um espaço de democracia racial e também um espaço simbólico (Helal e Gordon Jr, 2001) para que os negros surjam além de uma carreira no futebol. Enquanto isso, estudos como Florenzano (2017) já mostraram que, mesmo quando a mídia brasileira falava sobre o rei do futebol brasileiro, Pelé, havia um grande nú-

mero de expressões racistas usadas pelos escritores para representar o jogador.

Para discutir as relações raciais no futebol, temos que saber que o esporte é, a priori, inserido dentro de uma sociedade predominantemente capitalista, bem como é composto por diversos elementos que caracterizam este aspecto (Reis e Escher, 2006). A partir do momento no qual observou-se que era possível que os negros ascendessem por meio do esporte, essa ideia também se popularizou para seus similares. Tudo começa com um sonho e uma ideia de superação por meio do esporte: a meritocracia ainda é preponderante, como nos lembram Reis e Escher (2006: 30). Isso faz com que muitos garotos - geralmente, negros e pobres - ao observarem a idolatria em torno de craques que vieram de origens semelhantes, apostem no “mito da ascensão social pelo esporte, que é constantemente enfatizado pelos meios de comunicação” (Reis e Escher, 2006: 30).

O artigo de Tonini (2013) traz algumas conclusões preliminares de sua pesquisa de doutorado, a respeito do racismo sofrido por brasileiros no futebol estrangeiro ressaltando que a migração de jogadores para outros países está relacionada a alguns fatores como: uma oportunidade de ascensão na carreira; ser valorizado enquanto atleta; jogar ao lado de atletas consagrados; e conquistar fama e dinheiro. Entretanto, estes jogadores, por mais que vivam em outros locais são sempre vistos e também sempre se sentem como estrangeiros. É preciso lembrar que, na visão do pesquisador, o racismo na Europa é mais explícito e destinado a todos aqueles que possuem origem e sangue negro (Tonini, 2013). No futebol, isso se torna ainda mais explícito por meio das liberdades adquiridas pelos torcedores, amparados pela falta de punição severa, que utilizam os estádios e também se utilizam da desculpa da linguagem emocional do futebol para demonstrar seus discursos nacionalistas (Silva Pimenta, 2019).

O racismo no futebol tem fortes raízes na violência verbal. E, como aborda Reis (2006), a violência no futebol encontra suas bases na sociedade na qual ela se encontra, bem como na “formação do indivíduo” e de seu “entorno social” (Reis, 2006: 16). Há a “disseminação de uma cultura de que a violência e o esporte sempre caminharam juntos” (Reis, 2006: 17), fato que trabalha por agravar mais ainda esses processos. Assim, a linguagem trabalha por discursivizar formas de preconceito, de exclusão, de coerção e de violência. Uma das violências mais comuns que os brasileiros negros sofrem ao jogar na Europa é serem comparados com macacos, o que é definido da seguinte forma por Giglio, Tonini e Rubio (2014):

“Utilizar a metáfora animal para representar os brasileiros significa bestializar-nos, retirar-nos

a condição humana. Indiretamente, faz uma referência à origem africana de nossa formação étnica, assim como à escravidão a qual foram submetidos os negros na história moderna” (Giglio et al, 2014: 282).

A edição de 2018 do relatório da Discriminação Racial No Futebol (Manera e Carvalho, 2018), organizado pelo Observatório da Discriminação Racial no Futebol e pelo Museu da Universidade Federal do Rio Grande do Sul/PROEXT buscou analisar casos de racismo no futebol brasileiro, bem como de preconceito e discriminação com atletas brasileiros no exterior, referentes ao período de 01 de janeiro a 31 de dezembro de 2017. Os dados foram coletados na mídia nacional e internacional. Foram identificados 69 casos envolvendo o futebol, sendo 51 de discriminação racial, 61 em solo brasileiro e 08 em outros países envolvendo atletas brasileiros (Manera e Carvalho, 2018: 14). Os autores comentam que, embora seja possível identificar que estes casos ocorreram, é mais difícil saber seus desdobramentos - ou seja, se houve uma punição para quem os incitou ou se o caso ainda corre na justiça e na justiça desportiva.

Além dos casos de racismo, os autores ainda encontraram um “crescente número de incidentes machistas, homofóbicos e xenofóbicos no futebol brasileiro” (Manera e Carvalho, 2018: 12), o que, embora reflita o pensamento dominante de que o ato de torcer seria um campo livre para as manifestações deste tipo, também reflete que houve um número crescente de denúncias a respeito destes casos.

Devemos lembrar, que ainda há um segundo fator trazido pelo racismo, que os negros acabam tendo de encarar dentro da estrutura de falsa democracia racial que o futebol lhes oferece. Como ressalta Pires (2018), o futebol é carregado de um racismo institucional, que reverbera nos cargos mais altos relacionados ao esporte. Há uma falsa integração racial dos negros no mundo do futebol, já que estes são raros em posições como a de treinadores ou de dirigentes de um clube. Giglio et al (2014) lembram que, como a sociedade é racista, a hierarquia do futebol não poderia deixar de ser.

#### FUTEBOL, DISCURSO MIDIÁTICO E RACISMO

O fato de o futebol ser um esporte tão popular tem muito a ver com a midiaticização desse. Reis (2006) argumenta que um dos principais fatores que levaram o esporte a ser um sucesso são “os investimentos dos meios de comunicação para convertê-lo no eixo da informação esportiva, captando clientes por meio do uso deste como um importante agregado de divulgação” (Reis, 2006: 14).

Jarvie (2006) nos lembra que, até o século XIX, o esporte ocupava um lugar marginal na mídia, mas que os esportes e a imprensa moderna cresceram praticamente juntos, abrindo espaço para culturas que cresceram em torno de alguns esportes e eventos específicos. Contudo, o controle dessas atividades também passa pelas grandes empresas de comunicação. A produção dessas mensagens a serem consumidas passa, inevitavelmente, por um processo de “hierarquização, personalização, narrativização e enquadramento de eventos para uma audiência em particular”<sup>3</sup> (Jarvie, 2006: 139).

Como aponta Charaudeau (2012), o discurso midiático está influenciado, a princípio, pela empresa que o detém. Desta forma, adota-se uma lógica calcada em uma “economia de tipo liberal” (Charaudeau, 2012: 58) na qual são buscados vários métodos para cativar seu público frente aos outros concorrentes. Para ele, “não há ‘grau zero’ da informação” (Charaudeau, 2012: 59). A partir do momento em que o discurso midiático também é uma construção feita para seduzir o leitor, Charaudeau (2012) ainda nos detalha que o acontecimento é sempre construído através desse discurso, já que ele nunca terá os mesmos tons absorvidos inicialmente. Isso ocorre porque ele passa pelo crivo de alguém que o relata de acordo com as suas próprias percepções. O acontecimento, assim, nunca é entregue ao leitor em seu estado bruto (Charaudeau, 2012: 95).

A visão do autor, portanto, ajuda a compreender como White (2009) visualiza as *hard news*, que são nosso objeto de pesquisa neste trabalho. Este tipo de matéria, em sua concepção, contaria com uma linguagem mais objetiva que traria textos “factuais, imparciais, equilibrados e livres de qualquer uma das opiniões e perspectivas próprias do autor” (White, 2009: 30). Sua esquematização, por conta de seu dito caráter de imparcialidade, é elemento central do jornalismo em diversas linguagens e culturas. Segundo White (2009), *hard news* é:

“O *hard news* é um pilar central do jornalismo de notícias moderno na língua inglesa e do jornalismo de outras línguas e culturas. Ele é um tipo de texto no qual eventos noticiosos, como acidentes, desastres naturais, crimes, quedas de mercados de ações, resultados de eleições, descobertas médicas e atos de guerra são reportados. A referência para esse tipo de texto, especialmente quando ele é formulado para o jornalismo de grandes empresas, é de que as instituições jornalísticas trabalham com a objetividade em seus discursos - ou seja, afirmam que, na forma de reportagem, os textos jornalísticos são ‘factuais’, ‘imparciais’, ‘balanceados’ e livres de qualquer opinião e perspectiva própria do autor” (White, 2009: 30)<sup>4</sup>

Contudo, White (2009), assim como Charaudeau (2012), considera que esse tipo de texto pode influenciar, por meio da retórica, o entendimento e a visão de alguns eventos por parte do leitor, de forma que White quebra com a noção de objetividade e entende que “todos os textos, incluindo os textos jornalísticos são, de alguma forma, subjetivos, já que estão necessariamente condicionados pela própria identidade social do autor” (White, 2009: 31). Nas *hard news*, o uso da impessoalidade para redigir os textos seria chave para mascarar esses aspectos, mas as escolhas durante o texto também deixariam implícitos seus significados avaliativos.

Recorro, então, à noção de voz jornalística, descrita em Iedema, Feez e White (1994), Martin e White (2005) e White (2009), para a realização deste trabalho, com foco no que eles chamam de ‘voz do repórter’.<sup>5</sup> Segundo estes autores, a voz do repórter está carregada de significados avaliativos, ou seja, a escolha das palavras utilizadas na notícia pode avaliar diretamente ou abrir espaço para a avaliação do leitor sobre o alguém ou algo que está sendo retratado no texto, tomando como base o Sistema de Avaliatividade (Martin e White, 2005; Martin e Rose, 2008).

De acordo com essa noção, podemos entender que um texto, por mais que se coloque como objetivo e imparcial, sempre produz significados avaliativos. Como apontam Iedema et al. (1994: 3), “a forma com a qual eventos são observados, interpretados e reportados sempre estará condicionada pelo background social e pela perspectiva ideológica dos jornalistas, editores e *management*”.

A partir do Sistema de Avaliatividade, White (2009) desenvolveu uma metodologia para identificar essa voz jornalística nos textos de *hard news* que envolve:

“(1) significados onde o autor, por implicação ou associação, posiciona o leitor, indiretamente, a adotar uma orientação de atitude particular e (2) significados pelos quais as observações e pontos de vista atribuídos a algumas fontes citadas são favorecidos sobre, ou apresentados como mais críveis do que, as observações e/ou pontos de vista de outras fontes” (White, 2009: 32).

Para Martin e White (2005: 183), a voz do repórter pode ser vista como um regime de impessoalidade estratégica na qual o papel da subjetividade do autor está no plano de fundo”. Eles ainda acrescentam que, desta forma, essa voz opera de maneira ideológica, já que apresenta a si mesma como factual e neutra. “Uma evidência da efetividade dessa ideologia é en-



contrar a persistência do senso comum de que o jornalismo de qualidade é objetivo e imparcial” (Martin e White, 2005: 184).

White (2009), por fim, atesta que, quando o assunto a ser introduzido nas notícias é novo para o leitor, este pode ser profundamente influenciado por aquilo que é reportado, tanto no seu entendimento quanto nas avaliações que ele irá realizar a respeito do assunto que está sendo abordado. Se este assunto não se conecta com as experiências passadas do leitor, existe a tendência para que ele se baseie no que está sendo lido nas *hard news* para construir as suas ideias.

Ao argumentar sobre o jornalismo especializado, Lage (2008) aponta que o jornalismo esportivo é o “jogo ou a disputa” (Lage, 2008: 115). Com isso, ele destaca que o papel do repórter desta editoria é de concentrar as emoções e as declarações envolvidas em uma atividade desportiva. O autor ainda ressalta que este tipo de editoria, assim como a política, admite a presença de elementos exteriores aos acontecimentos para conferir sentido ao que é passado. Enquanto atividade social, o futebol também possui sua dimensão política (Lage, 2008). Tendo isso em mente, “qualquer jornalista terá, em algum momento, que lidar com raciocínios, interesses e manobras políticas envolvendo os fatos de sua área de atuação” (Lage, 2008: 117).

Ainda é preciso entender que, ao abordar o racismo, a imprensa também é refém dos padrões esperados na sociedade brasileira. Lembrando que a população branca representa o poder “social, econômico, intelectual e cultural do país” (Van Dijk, 2005: 134), a população negra, estando à margem destes poderes, raramente tem a oportunidade de ser responsável por representar a si mesma nestes espaços. Hall (2003) destaca que as práticas discursivas utilizadas pela imprensa podem, assim, ser traduzidas ou transformadas em práticas sociais se a forma de circulação das mensagens for efetiva e que elas gerem códigos que são naturalizados e, sim, transformados em uma espécie de hábito para sua audiência, bem como estes são organizados por “significados dominantes ou preferidos” (Hall, 2003: 123).

Alguns estudos como Borges e Borges (2011), que trazem uma coletânea de textos a respeito da relação da mídia com o racismo no Brasil, Carneiro (2011), que discute o racismo, o sexismo e a desigualdade no Brasil com exemplos do mundo da propaganda, entre outros, já se debruçaram a compreender esta complexa relação descrita, na qual existe uma liberdade para representar o outro, tendo um “poder para marcar, atribuir

e classificar” (Hall, 1997: 239) a partir de estereótipos imaginados ou que refletem aquilo que é percebido como real.

---

## METODOLOGIA

---

Este trabalho, portanto, tem como objetivo a busca por ocorrências de Julgamento em textos jornalísticos a respeito do episódio de racismo sofrido pelo jogador brasileiro Daniel Alves, a fim de identificar como este foi retratado pela imprensa à época e como a sua abordagem influencia no debate a respeito do racismo no futebol. Esta é uma análise amparada pela Linguística Sistêmico-Funcional (Halliday e Matthiessen, 2014), sobretudo pelo Sistema de Transitividade, bem como pelo Sistema de Avaliatividade (Martin e White, 2005), a partir do qual entendemos Julgamento como uma região semântica do subsistema de Atitude. Além de Silva Pimenta (2019), esta metodologia também foi trabalhada em Lima-Lopes e Silva Pimenta (2017).

Para este trabalho, analisei manualmente alguns trechos aleatoriamente selecionados do corpus coletado em Silva Pimenta (2019), que conta com 21.387 formas, 1.014 sentenças e 25.127 palavras construídas a partir de 65 artigos de *hard news* publicados de forma online no Brasil<sup>6</sup>, compilados com a plataforma *Sketch Engine*<sup>7</sup>. O padrão entre os trechos selecionados é de que estes se tratam dos discursos produzidos sobre o caso de Alves pela voz do repórter.

Com os recursos da LSF e do Sistema de Avaliatividade podemos traçar os primeiros passos do que pode se tornar uma metodologia para desvelar os aspectos sociológicos do futebol, que estão enraizados nos discursos midiáticos trazidos a respeito deste esporte. Isso porque essas teorias enxergam a linguagem em uma perspectiva sociosemiótica (Halliday e Hasan, 1989), ou seja, entendemos que a comunicação se dá por um sistema, sendo ele repleto de significados de cunhos sociais e culturais. Tendo o esporte como uma atividade comunicativa e “um mundo social significante que constitui problemas do mundo real” (Caldwell, Walsh, Vine e Jureidini, 2016: 4) podemos compreender, que ele pode ser lido como consequência da sociedade no qual ele se encontra.

O Sistema de Transitividade (Halliday e Matthiessen, 2014), um dos sistemas que englobam a LSF, nos ajuda a entender a função dos processos verbais dentro de uma sentença. Por sua vez, o Sistema de Avaliatividade, desenvolvido com base na LSF, lida com a linguagem emocional de um texto. Juntos, ambos os sistemas são capazes de nos trazer informações importantes sobre a voz que está sendo utilizada para contar

**Quadro 1 - Processos descritos pelo Sistema de Transitividade, significados, participantes e exemplos**

Processos	Significados	Participantes da ação	Exemplos de processos verbais
<b>Materiais</b>	processos que dão conta das ações do indivíduo que afetam o mundo exterior, podendo ser transformativos ou criativos	Ator Meta Escopo Recebedor Cliente	criar, aumentar, abrir, decolar
<b>Mentais</b>	processos do mundo interior, experienciados por quem os executa	Experienciador Fenômeno	fantasiar, gostar, amar, ouvir
<b>Relacionais</b>	processos da identificação ou atribuição de um indivíduo com algo ou a algo	Portador Atributo Identificado Identificador Possuidor Possuído	ser, ter, estar
<b>Verbais</b>	processos, entre os mentais e os relacionais, que realizam significados referentes ao dizer	Dizente Receptor Alvo Verbiagem	falar, dizer, contar, relatar
<b>Comportamentais</b>	processos nos quais as ações do mundo interior são expostas no mundo exterior; entre materiais e mentais	Comportante Comportamento	dançar, espirrar, dormir
<b>Existenciais</b>	processos do existir	Existente	haver, existir, ter

Adaptado de: Halliday e Matthiessen, 2014, Fuzer e Cabral, 2014

uma história e como esta influencia na interpretação do discurso trazido.

Halliday e Matthiessen (2014) dividem a linguagem em metafunções. O Sistema de Transitividade é ligado, portanto, a uma metafunção que dá conta dos significados ideacionais da linguagem. Este fator se relaciona com a visão de mundo traduzida no texto. Além dos verbos trazidos nas sentenças, que aqui chamamos de processos, o Sistema de Transitividade ainda considera importante a análise dos grupos nominais, que são os participantes da ação e os grupos adverbiais, que são a ampliação daquilo que é comunicado, tendo o processo verbal como ponto de partida (Lima-Lopes, 2005). O quadro abaixo exemplifica o Sistema de Transitividade e alguns exemplos de como ele deve ser lido:

O Sistema de Avaliatividade (Martin e White, 2005), por sua vez, está no nível dos significados da linguagem. Ele pode ser conectado, mas não excludente da função interpessoal da linguagem descrita por Halliday e Matthiessen (2014). Neste sistema, a semântica se faz importante para compreender três categorias que, segundo White (2003: 1), são capazes de influenciar aqueles que recebem a mensagem a ser

passada. Essas categorias são a Atitude, que explicita as avaliações feitas sobre algo ou alguém, o Engajamento, que traz as outras vozes que estão presentes no texto e a Gradação, que mostra qual é a intensidade da avaliação que está sendo feita. Neste artigo, iremos nos atentar apenas ao subsistema Atitude, mais especificamente em uma de suas categorias semânticas, o Julgamento - que está diretamente ligado à avaliação feita em relação ao comportamento. As outras categorias deste subsistema são o Afeto (avaliação a partir de sentimentos positivos ou negativos) e a Apreciação (avaliações de cunho estético). As categorias de Julgamento e seus exemplos estão exemplificadas no quadro abaixo:

Ver quadro 2 (próxima página)

Para este trabalho, parte-se, portanto, da hipótese de que os Julgamentos, mesmo estando presentes em textos supostamente neutros (Martin e White, 2005), são denunciados por meio de palavras e expressões específicas que modificam o que está em jogo na relação entre o texto produzido e o seu leitor (White, 2003), levando este a pensar de uma ou de outra forma sobre aquilo que foi lido. Segundo White (2003: 8), esses indícios “são produzidos por significados superficial-

**Quadro 2 - categorias de Julgamento e seus principais exemplos**

Estima Social	Julgamento Positivo	Julgamento Negativo
Normalidade Capacidade Tenacidade	inovador, audacioso esperto, sagaz fiel, corajoso	esquisito, antiquado idiota, sem- noção covarde, inibido
Sanção Social	Julgamento Positivo	Julgamento Negativo
Veracidade Propriedade	honesto, franco justo, generoso	mentiroso, manipulador corrupto, imoral

Fonte: adaptado de Martin e White, 2005; Silva Pimenta, 2019

mente neutros, ideacionais, mas que, apesar de tudo, possuem, na cultura, a capacidade de provocar respostas de julgamento (de acordo com a posição social/cultural/ideológica do leitor)”.

### ANÁLISE DOS DADOS

Em Silva Pimenta (2019) pude identificar, que as matérias são redigidas, em grande parte, em um tom que realiza julgamentos ao jogador nos campos positivos da normalidade e da tenacidade. Isso está relacionado por meio de processos materiais transformativos impressos ao jogador, no qual ele é o Ator e o racismo ou quem o cometeu é a Meta, bem como processos comportamentais acompanhados de elementos circunstanciais de modo que, adjetivados ou não, explicitam as avaliações de julgamento mediante o contexto de situação no qual esses processos foram vividos.

Quando os textos tratam da rejeição de Alves à campanha #SomosTodosMacacos são trazidos processos verbais, que envolvem o jogador enquanto dizente e a campanha como alvo, acompanhados ou não por processos comportamentais, que refletem o deslocamento de Alves em relação à campanha que lhe diz respeito, embora sua atitude, expressa em processos materiais, seja colocada como diretamente responsável pela propagação da hashtag. Há ainda, no corpus, avaliações por meio de processos relacionais atributivos.

Tendo essas análises iniciais realizadas, exploro, por meio dos excertos e concordâncias destacadas abaixo, provenientes do corpus coletado, alguns exemplos para compreender estes casos destacados.

(1) O lateral – um baiano de 30 anos, pardo, como se diz nos censos, e de olhos verdes – (2) reagiu de forma inesperada para o público e certamente também para o agressor: (3) pegou a fruta, descascou-a e a pôs na boca.

No excerto 1, a voz do repórter utiliza da adjetivação de Daniel Alves para minimizar sua negritude, utilizando o seu fenótipo para tal, destacando características físicas como “pardo, como se diz nos censos” e “de olhos verdes”, característica que o aproxima de alguma forma a um estereótipo embranquecido; contudo, sem deixar de assumir que o jogador em questão é negro.

Já no excerto 2, utiliza-se um processo comportamental atribuído a Daniel Alves, a reação, para salientar um julgamento positivo no campo da normalidade, ou seja, que o jogador teria fugido ao comum em reagir a essa maneira, que foi “inesperada para o público e certamente também para o agressor” na visão da voz jornalística em questão. Este julgamento é ressaltado pela circunstância, que se faz parte importante para a construção da ideia exposta pelo repórter. Na circunstância de modo “de forma inesperada”, reforça a ideia de um julgamento implícito na frase, embora este não esteja diretamente adjetivado.

No excerto 3, os processos materiais de Alves em relação à fruta (“pegar”, “descascar”) são destacados como forma de ressaltar que o jogador teria desconstruído a forma de agressão, completando a ideia anterior passada pela circunstância destacada, ao transformar aquilo que lhe fora atirado como ofensa, o que é completado pelo processo material de comer. A voz do repórter também parece induzir o leitor a observar a situação, em uma ótica na qual Daniel Alves teria desmontado a ofensa ao ressignificar a fruta: no momento em que ela fora atirada, ela estava significada como um ato de racismo. No momento em que Daniel Alves a comeu, ela significava apenas uma fruta.

(4) Ao se deparar com a fruta na sua frente, o jogador da Seleção se abaixou, pegou a banana e a comeu, sem qualquer cerimônia. (5) Enquanto mastigava, ele bateu o escanteio.

O trecho destacado no excerto 4 também trabalha com julgamentos posicionados para descrever a atitude do jogador perante o caso. Esses julgamentos são, mais uma vez, expostos a partir de processos comportamentais e materiais atribuídos a ele, que foram feitos “sem qualquer cerimônia”, o que o colocaria mais uma vez no campo positivo da normalidade, já que a voz jornalística destaca este fato, com sua própria ótica a respeito da atitude do jogador, aqui vista como incommum. Mais uma vez notamos a importância das circunstâncias para embasar a ótica do repórter a respeito

da situação, quando este coloca que o ato foi realizado “sem qualquer cerimônia”. Essa circunstância, além de trabalhar como significado avaliativo, também minimiza o ato de racismo sofrido.

No excerto 5, a voz segue sua visão sobre o fato ao ressaltar que Alves inseriu o ato dito incomum em uma jogada, como se o ocorrido não atrapalhasse de alguma maneira o seu posicionamento no jogo - como se o ato racista não influenciasse na atuação de Daniel em campo e na linguagem que este conversa: o futebol. A circunstância “enquanto mastigava” ajuda a reforçar o julgamento de tenacidade, já que passa a ideia de simultaneidade.

(6) Daniel Alves deu mostra de que é superior a esse tipo de discriminação racial e ajudou sua equipe a vencer o Villarreal por 3 a 2, com duas assistências para gols.

(7) Sem pestanejar, Dani<sup>8</sup> pegou a fruta, a comeu e efetuou a cobrança, (8) num “dar de ombros” para o ato preconceituoso.

No excerto 6, o ato de racismo é minimizado, com o julgamento da voz do repórter a respeito de Daniel Alves, que ao ser classificado em um processo relacional atributivo como “superior”, é colocado no campo positivo da normalidade. Neste caso, a atitude do jogador perante ao ato teria mais peso para a voz do que o ato em si, o que é apoiado também pela participação de Alves na partida. O excerto coloca, portanto, o racismo como fator secundário e salienta a vitória do Barcelona sobre o Villarreal e como Alves também colaborou para essa vitória (“com duas assistências para gols”). A própria colocação do ato como “esse tipo de discriminação racial” também já o minimiza. O simbolismo de atirar uma banana contra um jogador negro durante uma partida de futebol não é um ataque individual, mas coletivo a todo um conjunto de pessoas, como é previsto na lei 7.716/1989, que regulamenta o crime de racismo no Brasil e, mesmo que este não seja o contexto no qual ocorreu a ação é o contexto no qual ela está sendo relatada. No Brasil, o racismo é crime inafiançável e imprescritível e passível de pena de um a três anos, de acordo com a mesma lei.

Os excertos 7 e 8 trabalham da mesma maneira. A circunstância de modo “sem pestanejar”, que completa os processos descritos a seguir, também opera por sustentar a mesma lógica de irreverência do jogador diante do ato. Ao mesmo tempo, a adjetivação do ocorrido no termo “ato preconceituoso” opera da mesma forma que o excerto 6, reduzindo o caso de racismo a uma mera banalidade em relação ao que Daniel Alves executou em campo mesmo após sofrer a ofensa. O “dar de ombros” também funciona como minimizador do racismo neste excerto.

(9) Surpreendentemente, o lateral não hesitou e reagiu à agressão de maneira bastante espirituosa: (10) pegou a fruta, descascou-a e comeu, calmamente, antes de realizar a cobrança. (11) Nada como uma boa ironia para combater a ignorância.

(12) Um protesto original, inteligente, muito mais contundente contra o racismo, por seu caráter inovador, do que discursos ou denúncias.

Os excertos selecionados acima buscam ressaltar uma certa importância do protesto em campo de Alves, em detrimento de outros contra o racismo no futebol. Nos excertos 9 e 10, os julgamentos a respeito de Alves no campo positivo da normalidade (“surpreendentemente”, “calmamente”) e da tenacidade (“maneira bastante espirituosa”), sustentados por circunstâncias de modo que advém da visão do repórter a respeito do ato são utilizados para antecipar o ponto destacado pela voz em questão, que é deixado explícito no excerto 11 (“Nada como uma boa ironia para combater a ignorância”). O excerto 9, de alguma forma, também se relaciona com o excerto 7, já que “sem pestanejar” e “não hesitou” representam o mesmo sentido, mas em diferentes padrões gramaticais.

Novamente são ressaltados os processos materiais do jogador em relação à banana que lhe fora atirada para minimizar o ocorrido, que também são acompanhados pelo seu processo material em jogo (“realizar a cobrança”). No excerto 11, a voz do repórter também trabalha por reduzir o ato de racismo como uma “ignorância” - o que fica perceptível como um atributo impresso a alguém em individual ou a um grupo. Com a circunstância de causa “nada como uma boa ironia”, mais uma vez o protesto em campo é alçado ao campo positivo da normalidade e ressaltado com uma importância maior em relação a outros protestos. O excerto 12 complementa essa ideia, mas qualifica diretamente o processo, tornando a identificação do julgamento em questão explícita. Com os adjetivos “original”, “inteligente”, “mais contundente” e “inovador”, o campo positivo da normalidade impresso para voz do repórter é nítido, bem como a ideia de que este seria um melhor protesto do que outros, que ele cita diretamente (“discursos ou denúncias”).

(13) A cena não é inédita no futebol. (13) Provoações desse tipo têm se alastrado no esporte.

(14) Na sequência da jogada, o brasileiro bateu dois escanteios seguidos como se nada tivesse acontecido.

(15) No segundo deles, já com a banana digerida, saiu o segundo gol do Barcelona.



O excerto 13, por sua vez, usa uma circunstância de localização (“no futebol”) para sustentar o processo relacional, dando a impressão de que a “cena”, ou seja, o ato de racismo, ocorre apenas dentro de um espaço determinado, que é o futebol. Colocar que a cena “não é inédita”, implica em uma tentativa de diminuir o ato. No excerto 13, uma circunstância de localização parecida, “no esporte”, ajuda a ampliar a ideia trazida a priori. O processo material trazido em “alastrado” dá a impressão de que isso é um fato novo, que está ocorrendo há pouco tempo nos estádios - quando seria mais certo dizer que este fato está se tornando mais comum na Europa devido a uma crescente onda de nacionalismo e um mercado do futebol sustentado pela ida de jogadores estrangeiros para os times deste continente, como é salientado anteriormente neste trabalho.

O excerto 14 já insere o ato de racismo como um elemento intrínseco ao jogo, ao qualificá-lo como “jogada”. Mais uma vez, a circunstância de modo do ato de Daniel Alves (“como se nada tivesse acontecido”) ajuda a operar um julgamento positivo no campo da normalidade, bem como também opera como elemento de negação do racismo. Algo semelhante ocorre no excerto 15, “já com a banana digerida”, dando a entender que o ato faz parte do passado e que o que era mais importante na visão da voz do repórter - que é a partida de futebol - seguiu sem complicações advindas do racismo sofrido. Essa voz carrega, portanto, uma comparação negativa com outros casos de racismo no futebol que, ao terem outras respostas, afetaram o modo com o qual a partida ganha sequência em campo.

---

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

---

Por meio da análise do discurso midiático, em torno do caso de racismo sofrido por Daniel Alves, esta pesquisa pretendeu mostrar como alguns padrões de representação do racismo no futebol estão enraizados tanto na imprensa quanto no imaginário brasileiro. Uma vez que “o racismo fornece o sentido, a lógica e a tecnologia para a reprodução das formas de desigualdade e violência que moldam a vida social contemporânea” (Almeida, 2019: 15), é possível observar que a presença deste na estrutura de uma sociedade se mostra visível na linguagem em uso.

Há um pensamento constante de quem se posiciona como ‘vítima’ do ato é inconveniente - conveniente seria apenas aquele que “dá de ombros”, como o ato de Alves foi interpretado por grande parte dos discursos coletados no corpus. Os julgamentos conferidos ao jogador acabam por colocá-lo no papel de negro modelo, já que este não briga por sua posição e nem pela sua voz - simplesmente as ignora. A forma com a qual a imprensa abordou o caso também pareceu trazer uma

espécie de ‘apagamento’ dos casos de racismo posteriores, já que Daniel Alves os teria derrotado.

A grande parte de julgamentos que envolvem Daniel Alves em relação à sua atitude no caso de racismo o colocam em dois campos positivos: normalidade e capacidade. Quando se fala em campos positivos de julgamento, quer dizer que características positivas relacionadas com estes campos são ressaltadas, mas, nem sempre, os julgamentos positivos querem dizer algo necessariamente bom.

Tirar Alves do campo da normalidade, ou seja, tratá-lo como irreverente, é sustentar a lógica que está presente em torno dos demais jogadores que sofrem racismo no futebol. Como é possível observar no corpus, irreverente é aquele que ‘dá de ombros’, protesta de uma maneira que agrada aos outros por não se posicionar como vítima, ao mesmo tempo em que outros jogadores que se colocam nessa posição - como seria de direito desses - costumam ser rechaçados ao tentar combater o racismo sofrido.

O elogio a essa característica de Alves aparece tanto na voz dos repórteres quanto nas vozes trazidas ao texto para sustentar os argumentos. Enquanto nas vozes dos repórteres esse julgamento é implícito, menos adjetivado, as vozes dos entrevistados operam por reforçá-lo a partir da adjetivação.

Nota-se que, enquanto o discurso midiático não conta com a adjetivação direta como padrão, as circunstâncias cumprem um papel importante para complementar os julgamentos implícitos neste. Circunstâncias de modo, principalmente, cumprem esse papel, já que, ao indicarem a forma com a qual Alves completara a ação - muitas dessas vezes, imaginada (“de forma inesperada”, “sem qualquer cerimônia”) operam da mesma maneira que a adjetivação para o sentido das sentenças.

Falar de ‘capacidade’ e de ‘tenacidade’, outros julgamentos positivos que aparecem no corpus é uma forma de elogiar a força e a inteligência de Alves. Este argumento pode parecer inofensivo, mas é uma maneira de reforçar padrões de masculinidade, que são cobrados dos jogadores de esporte de contato. Como nos conta Dunning (2004), a origem dos esportes de contato está calcada em padrões esperados da masculinidade. Para o autor, o início dos jogos populares expressava “uma forma razoavelmente extremada de patriarcado” (Dunning, 2004: 238). Logo, elogiar a força de Alves na atitude e minimizar aqueles que se posicionam como vítima ou que ficam abalados com o racismo sofrido, também sustenta este modelo de patriarcado. Também se espera um tipo de força ainda mais potencializada por parte dos negros, especialmente dos homens, já que, segundo hooks (2004), enquan-

to as mulheres negras encontram literatura disponível para ajudá-las a desconstruir estes padrões, os homens negros pouco têm espaço para discutir suas questões e continuam jogando aquilo que é trazido pelo senso comum.

Um dos destaques dessa análise também é o termo ‘pardo’ sendo empregado para descrever o jogador de acordo com as vozes dos repórteres. O embranquecimento de pessoas pardas na mídia brasileira é um ponto ressaltado por diversos estudiosos do tema, como Carneiro (2011), que argumenta que a miscigenação no Brasil exclui ou embranquece negros de pele clara nos contextos midiáticos. O negro da representação midiática seria um negro único e estereotipado, marcado pela diferença (Costa, 2012: 58), enquanto os personagens brancos seriam retratados em toda a sua diversidade e complexidade (Carneiro, 2011). Assim, a branquitude é retratada de forma “diversa e policromática”, enquanto a negritude “padece de toda sorte de indagações” (Carneiro, 2011: 71).

Assim como o estudo de Florenzano (2017) nos conta que Pelé era tido pela imprensa como um “negro modelo dos brancos”, algo que Fanon (2008) destaca para revelar qual é o negro aceito pela sociedade, neste caso de racismo, Alves também fora retratado dessa forma, de acordo com a análise realizada. Em alguns trechos, sua origem é ressaltada para, posteriormente, ser conectada com a atitude que ele tomou em campo. Há resquícios da lógica meritocrática que nos traz Reis e Escher (2006) neste discurso: este teria sido um jogador que se esforçou, alcançou o sucesso e joga o jogo de acordo com aquilo que é esperado pela sociedade.

Por estes discursos apresentados terem sido resultado de uma compilação de notícias em um corpus - ou seja, são discursos de diferentes origens - nota-se também que a democracia racial imaginada (Guimarães, 1995) domina o discurso midiático. Na mesma toada

da campanha que sucedeu o ato, Daniel Alves tem sua atitude louvada por ‘mostrar que é igual’.

Com os dados, também pude perceber que a imprensa opera para dizer que o racismo é um ato cometido apenas por algumas únicas pessoas ao invés de tratar este como um problema sistêmico ou até mesmo como crime. Em Silva Pimenta (2019), mostro que a análise do corpus a respeito da palavra ‘racismo’ em um software de corpus delimita o quão fraca é a associação do ato racista com o ato criminoso, tanto neste corpus quanto em um corpus geral de língua portuguesa analisado.

Por meio desses discursos midiáticos, já que Alves foi retratado como alguém ‘especial’, ‘fora do comum’, por ter comido a banana em campo ocorreu uma construção de que a resposta do jogador teria sido uma solução definitiva contra o racismo no futebol. Concluo, portanto, que a linguagem utilizada pelos discursos midiáticos opera para reforçar os padrões de representação acerca do racismo no futebol.

Com os dados obtidos nesta pesquisa, acredito que haja um desenho para uma metodologia de análise de aspectos sociológicos do esporte e do racismo enquanto ideologia vigente por meio da linguagem intrínseca. Este é um objetivo de trabalho a ser ampliado em pesquisas futuras, com o aprofundamento do referencial teórico acerca da sociologia do esporte, da Linguística Sistêmico-Funcional e do Sistema de Avaliatividade.

---

Submetido em 30 de julho de 2020  
Aceito em 31 de março de 2021

## NOTES

<sup>1</sup>. Disponível em: <http://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2014/04/daniel-alves-fez-gente-soltar-antes-diz-criador-da-somostodosmacacos.html> Acesso em 03 Jun 2020

<sup>2</sup>. VEJA. São Paulo: Abril, edição 2372, ano 47, n. 19, 7 maio 2014. 134

<sup>3</sup>. “The production of the media message invariably involves hierarchisation, personalisation, narrativising and framing of events for a particular audience” (JARVIE, 2006, p. 139).

<sup>4</sup>. “The hard news report is a central pillar of modern, English-language news journalism and of the journalism of many other languages and cultures. It is by means of this type of text that prototypical “news” events, i.e. accidents, natural disasters, crimes, stock market crashes, election results, medical breakthroughs and acts of warfare, are reported. It is by reference to this type of text, especially as it is formulated in the “broadsheet” media, that

journalistic institutions assert the “objectivity” of their discourse - i.e. they claim that, in the form of news report, journalistic texts are “factual”, “impartial”, “balanced” and free of any of the journalistic author’s own opinions and perspectives” (White, 2009, p. 30)

<sup>5</sup>. Para os autores, a voz jornalística está dividida em voz do repórter (reporter voice) e voz do escritor (writer voice). A segunda ainda conta com mais duas divisões: a voz do correspondente (correspondent voice) e a voz do comentarista (commentator voice).

<sup>6</sup>. Disponível em: <<https://izadorapimenta.blogspot.com/p/corpus.html>> Acesso em 30 Jul 2020

<sup>7</sup>. <http://www.sketchengine.eu>

<sup>8</sup>. Não fica claro se o uso de “Dani” pela voz do repórter indica intimidade e proximidade ou se apenas se refere à forma com a qual o próprio jogador se coloca publicamente, que é “Dani Alves”.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almeida, S. (2019). *Racismo estrutural*. Pólen Produção Editorial LTDA.
- Borges, R. C. S., & Borges, R. S. (Eds.). (2012). *Mídia e racismo*. ABPN.
- Caldwell, D., Walsh, J., Vine, E. W., & Jureidini, J. (Eds.). (2016). *The discourse of sport: Analyses from social linguistics*. Taylor & Francis.
- Campos, M. S., & Machado, P. M. (2014). *Como o uso das hashtags na publicidade pode contribuir para a viralização de campanhas: um estudo de caso sobre a campanha #Somos-TodosMacacos*. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social) - Universidade de Brasília, Brasília.
- Carneiro, S. (2011). *Racismo, sexismo e desigualdade no Brasil*. Selo Negro.
- Charaudeau, P. (2012). *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto.
- Costa, K. R. R. (2012). De quando a pluralidade revela a invisibilidade. In Borges, R. C. S. & Borges, R. (Eds). *Mídia e racismo*. ABPN.
- Dunning, E. (2014). *Sociologia do esporte e os processos civilizatórios*. São Paulo: Annablume.
- Eggins, S. (2004). *Introduction to systemic functional linguistics*. A&C Black.
- Fanon, F. (2008). *Pele negra, máscaras brancas*. SciELO-EDUFBA.
- Florenzano, J. P. (2007). *Como o racismo estava presente no discurso da imprensa na época da ascensão do Pelé*. Recuperado em 12 de abril 2021 de: <https://www.nexojornal.com.br/externo/2017/11/12/Como-o-racismo-estava-presente-no-discurso-da-imprensa-na-%C3%A9poca-da-ascens%C3%A3o-de-Pel%C3%A9>
- Fuzer, C., & Cabral, S. R. S. (2014). *Introdução à gramática sistêmico-funcional em língua portuguesa*. Mercado de Letras.
- Giglio, S. S., Tonini, M. D., & Rubio, K. (2014). Do Céu Ao Inferno: A História de Baiano no Boca Juniors e os Racismos no Futebol. *Projeto História: Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados de História*, p. 49.
- Gillborn, D., & Ladson-Billings, G. (2020). *Critical race theory*. SAGE Publications Limited.
- Gonzalez, L. O golpe de 64, o novo modelo econômico e a população negra. In Gonzalez, L., & Hasenbalg, C. A. (1982). *Lugar de negro* (Vol. 3). Editora Marco Zero.
- Guimarães, A. S. A. (1999). *Racismo e anti-racismo no Brasil*. Editora 34.
- Hall, S. Encoding/decoding. In: Hall, S., Hobson, D., Lowe, A., & Willis, P. (Eds.). (2003). *Culture, media, language: working papers in cultural studies*, 1972-79. Routledge.
- Hall, S. The Spectacle of The Other in Hall, S. (Ed.). (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices* (Vol. 2). Sage.
- Halliday, M. A. K., & Hasan, R. (1989). *Language, context, and text: Aspects of language in a social-semiotic perspective*. Oxford.
- Halliday, M. A. K. & Matthiessen, C. M. I. M. (2014). *An introduction to functional grammar*. Routledge.
- Helal, R. & Gordon Júnior, C. (2001). Sociologia, história e romance na construção da identidade nacional através do futebol. In Helal, R., Soares, A. J. G. & Lovisoló, H. R. (Eds), *A invenção do país do futebol: mídia, raça e idolatria*. Mauad Editora Ltda
- hooks, B. (2004). *We real cool: Black men and masculinity*. Psychology Press.
- Iedema, R., Feez, S., & White, P. R. (1994). *Media literacy, disadvantaged schools program*. NSW Department of School Education.
- Jarvie, G. (2013). *Sport, culture and society: an introduction*. Routledge.
- Lage, N. (2008). *A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*. Rio de Janeiro: Record
- Lima-Lopes, R. E., & Silva Pimenta, I. (2017). #Mulheres-NoFutebol: Transitividade e Avaliatividade na Identificação de Padrões Sexistas. *Humanidades & Inovação*, 4(6).
- Lima-Lopes, R. E. (2005). Levantamento de Processos em Cartas de Mala Direta. *Trabalhos em Linguística Aplicada*, v. 44, n. 1, p. 133-160
- Manera, D. M. S & Carvalho, M. M. (2018). *Relatório da Discriminação Racial no Futebol 2017*. Porto Alegre: Museu da UFRGS
- Martin, J. R., & Rose, D. (2008). *Genre Relations: Mapping Culture*. London: equinox.
- Martin, J. R., & White, P. R. (2005). *The language of evaluation*. London: Palgrave Macmillan.
- Munanga, K. (1996). *Negritude: usos e sentidos*. Autêntica.
- Neto, J. R. D. (2018). *Análise do funcionamento discursivo de hashtags no twitter: o caso das hashtags #sometodosmacacos e #microcontos*. Programa de Pós-Graduação em Ciências da Linguagem. (Tese de Doutorado), UNISUL.
- Pires, B. (2018) Como o futebol desconstrói o mito do “racismo velado” no Brasil. In Manera, D. M. S & Carvalho, M. M. (Eds). *Relatório da Discriminação Racial no Futebol 2017*. Porto Alegre: Museu da UFRGS
- Reis, H. H. B. (2006). *Futebol e violência*. Autores associados.
- Reis, H. H. B. & Escher, T. A. (2006). *Futebol e Sociedade*. Brasília: Liber Livros
- Santos, D. S., & Medeiros, A. G. A. (2009). O discurso midiático e as representações sociais do esporte: o atleta como modelo de comportamento. *Pensar a prática*, 12(3).
- Santos, T. C. (2014). Alteridade no futebol: a campanha #sometodosmacacos de Neymar. *Revista de Estudos Universitários-REU*, 40(2).
- Silva Pimenta, I. (2019). *O discurso midiático e o racismo no futebol: uma abordagem sistêmico-funcional para a análise dos padrões de Julgamento*. (Dissertação de Mestrado). Universidade Estadual de Campinas, Campinas, São Paulo, Brasil.
- Tonini, M. D. (2013). ‘Ahhh, no estrangeiro, você é sempre estrangeiro’: reflexões sobre a imigração de futebolistas brasileiros e o racismo no futebol europeu a partir de uma entrevista com o ex-atleta Paulo Sérgio. *Esporte e Sociedade*, 8(21), 1-28.
- van Dijk, T. A. (2005). *Racism and discourse in Spain and*

*Latin America* (Vol. 14). Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.

White, P. R. (2003). *Un recorrido por la teoría de la valoración (Teoría de la valoración)*. Traduzido por Elsa Ghio. Recuperado em 12 de abril 2021 de: [www.grammatics.com/apprai-](http://www.grammatics.com/apprai-)

[sal/SpanishTranslation-AppraisalOutline.doc](#)

White, P. R. (2009). Media power and the rhetorical potential of the “hard news” report—attitudinal mechanisms in journalistic discourse. *Käännösteoria, ammattikielet ja monikielisyys*. VAKKI: n julkaisut, 36, 30-49.

**Racismo no futebol: o que a linguagem do discurso midiático pode nos dizer?**

**Le racisme dans le football : que nous peut nous apprendre le langage des médias ?**

**Racism in soccer: what the language of the media tells us about contemporary Brazil.**

**Pt.** O presente artigo tem como objetivo analisar os Julgamentos (Martin e White, 2005) presentes no discurso midiático a respeito de um caso de racismo sofrido pelo jogador Daniel Alves em 2014, à época, no Barcelona. A análise foi feita a partir do fragmento de um corpus coletado em minha pesquisa de mestrado (Pimenta, 2019), compilado com a plataforma Sketch Engine a partir de 65 artigos de hard news sobre o tema, publicados de forma online no Brasil, totalizando 21.387 formas, 1.014 sentenças e 25.127 palavras. Para os trechos analisados neste artigo, considera-se apenas os trechos das notícias nos quais a voz do repórter está sendo utilizada em primeiro plano. A análise é realizada a partir da Linguística Sistêmico-Funcional (Halliday e Matthiessen, 2014) e do Sistema de Avaliatividade (Martin e White, 2005), a partir dos quais a linguagem é visualizada como um sistema sociosemiótico, ou seja, entende-se que a comunicação se dá por um sistema, sendo ele repleto de significados de cunhos sociais e culturais. O trabalho também se baseia na hipótese de que as hard news nunca são neutras (White, 2003) e, portanto, passíveis da presença de significados avaliativos ao longo do texto. Para compreender o contexto no qual as notícias estão sendo relatadas, há ainda uma compreensão inicial sobre alguns preceitos das relações raciais no Brasil e no futebol. Os resultados mostram que a linguagem utilizada pelo discurso midiático opera como fator de reforço para padrões de representação sobre o racismo no futebol e seus aspectos presentes na sociedade brasileira. Uma vez em que o racismo é base para as formas de desigualdade e violência dessa sociedade (Almeida, 2019), é possível observar que a presença deste na estrutura se mostra visível na linguagem em uso. Os dados obtidos nesta pesquisa oferecem, ainda, um desenho para uma metodologia de análise de aspectos sociológicos do esporte e do racismo como ideologia vigente por meio da linguagem intrínseca.

**Palavras-Chave:** Linguística Sistêmico-Funcional, Sistema de Avaliatividade; Discurso midiático; Racismo; Futebol

**Fr.** Cet article analyse les *jugements* (Martin et White, 2005) présents dans le discours médiatique autour d'un cas de racisme subi par le Brésilien Daniel Alves en 2014, à l'époque joueur du *FC Barcelone*. L'analyse se penche sur une partie d'un corpus plus large compilé dans le cadre d'une recherche de master (Pimenta, 2019) à l'aide de la plateforme *Sketch Engine*. Ce corpus de 65 articles de *hard news* sur le sujet, publiés en ligne dans des médias brésiliens, est constitué de 21 387 formes, 1 014 phrases et 25 127 mots. L'analyse porte uniquement sur les extraits où la voix du journaliste apparaît au premier plan. L'apport méthodologique repose sur la *linguistique systémique-fonctionnelle* (Halliday et Matthiessen, 2014) et sur la *théorie de l'évaluation* (Martin et White, 2005), où le langage est perçu comme un système socio-sémiotique chargé de significations de natures sociale et culturelle, au travers duquel se réalise la communication. Notre étude part de l'hypothèse que les *hard news* ne sont jamais neutres (White, 2003). Bien au contraire, elles sont sujettes à la présence de significations évaluatives tout au long du texte. Ainsi, pour appréhender le contexte dans lequel sont rapportées les informations d'actualité, il importe également de comprendre certains préceptes des relations raciales au Brésil et dans le football. Les résultats montrent que le langage produit par le discours médiatique renforce les standards de représentation du racisme dans le football et les aspects de ce racisme qui caractérisent la société brésilienne. En effet, le langage des médias illustre bien le fait que le racisme est à la base des formes d'inégalité et de violence de cette société (Almeida, 2019). A partir des données

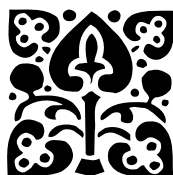


recueillies, nous avons pu construire un modèle méthodologique d'analyse, par le biais du langage et des traits qui lui sont intrinsèques, capable de révéler certains aspects sociologiques du sport et du racisme, qui s'avèrent constituer l'idéologie dominante.

**Mots-clés :** Linguistique systémique-fonctionnelle ; Théorie de l'évaluation ; Discours médiatique ; Racisme ; Football

**En** This article analyzes the judgments (Martin and White, 2005) developed in the media coverage of a case of racial discrimination experienced by Brazilian Daniel Alves in 2014, at the time playing for the FC Barcelona. The analysis is based on a segment of a corpus compiled as part of a master's research (Pimenta, 2019) using the platform *Sketch Engine*. The corpus is composed of 65 hard news articles published online in Brazilian media, which break down into 21,387 forms, 1,014 sentences and 25,127 words. The analysis focuses exclusively on extracts in which the journalist's position is made clear. Research methodology is based on systemic-functional linguistics (Halliday and Matthiessen, 2014) and appraisal theory (Martin and White, 2005), which consider language as a socio-semiotic system loaded with social and cultural meanings, through which communication occurs. The research is based on the hypothesis that hard news is never neutral (White, 2003). On the contrary, hard news articles include an evaluative dimension throughout the reports. Understanding some of the precepts of race relations in Brazil and in soccer is central to better understand the context in which the news is reported. Results of the analysis show that the language produced by media coverage reinforces standards of race representation in soccer, which is part of the larger racial discrimination dynamics that characterize contemporary Brazilian society. The language used by the media indeed illustrates how racial discrimination is a root cause of inequality and violence in Brazilian society today (Almeida, 2019). Based on the data collected, a methodological model of analysis was developed through language and its intrinsic features, allowing to reveal specific sociological aspects of sports and racial discrimination, which still today remains a dominant ideology.

**Keywords:** Systemic-Functional Linguistics; Appraisal Theory; Media discourse; Racism; Soccer



# Copa do Mundo de 2018: Enquadramentos de Neymar veiculados pelos jornais brasileiros

**ANDRÉ MELO MENDES**

Professor Associado  
*Departamento de Comunicação da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)*  
Brasil  
andremelomendes@hotmail.com

**MARIA TEREZINHA DA SILVA**

Professora Adjunta  
*Departamento de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)*  
Brasil  
terezinhasilva@yahoo.com

**RAQUEL DORNELAS**

Doutora em Comunicação  
*Universidade do Estado do Rio de Janeiro*  
Brasil  
raqueldornelas@gmail.com



futebol brasileiro mudou. Boa parte da nova configuração começou nos anos 1990, quando a globalização chegou ao esporte de origem bretã. A ida de vários craques nacionais para os gramados europeus contribuiu para fragmentar processos de identificação da torcida brasileira com seleções e clubes de outros países. A tecnologia foi outro fator preponderante que contribuiu para essa mudança, especialmente a partir do início deste século, quando câmeras espalhadas em lugares estratégicos do campo passaram a transmitir em tempo real o que acontece entre as quatro linhas. Desde então, comportamento antidesportivo, xingamentos e agressões entre os jogadores não passam mais despercebidos e podem, inclusive, ser punidos *a posteriori*.

O estilo de jogo também sofreu fissuras. A globalização do esporte e a internacionalização dos grandes craques (Helal & Soares, 2003) caminham junto com certo enfraquecimento da hegemonia do futebol-arte e a difusão do chamado futebol-força (DaMatta, 1994) ou futebol-resultado (Helal *et al.*, 2014): a tática e a racionalidade vêm ganhando um espaço outrora destinado especialmente à ginga e à criatividade. Consequentemente, assiste-se a um relativo declínio do interesse pela seleção (Helal & Gordon, 2002) e a uma perda da sua carga simbólica na determinação das identidades brasileiras (Helal *et al.*, 2009, 2010). Mesmo assim, a cada quatro anos aconteceria o que Helal *et al.* (2009, 2010) chamam de “nacionalismo cíclico”, quando sen-

Pour citer cet article

Référence électronique

André Melo Mendes, Maria Terezinha da Silva, Raquel Dornelas, « Copa do Mundo de 2018: Enquadramentos de Neymar veiculados pelos jornais brasileiros », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne], Vol 10, n°2 - 2021, 15 décembre - december 15 - 15 de dezembro.  
<https://doi.org/10.25200/SLJ.v10.n2.2021.445>

timentos nacionalistas são despertados por ocasião da Copa do Mundo de futebol. Nessas ocasiões, brasileiros se unem com a esperança de mais um título e a confirmação do estilo brasileiro de praticar futebol, o chamado futebol-arte (DaMatta, 1994).

Apesar de todas essas mudanças, o tipo de expectativa sobre a seleção brasileira masculina de futebol parece resistir ao tempo. A virilidade, um dos atributos mais antigos e com fortes raízes no modelo patriarcal, parece sobreviver como um valor relevante quando se trata de atletas do time nacional. Não foram aleatórias as razões reivindicadas pela crítica esportiva na ocasião da eliminação brasileira no mundial de 2018: era comum ouvir nas interações cotidianas o argumento de que os jogadores não se doaram suficientemente, não tiveram ‘colhões’ – afirmações que podem ser associadas à ideia de virilidade no campo de jogo, como se verá mais adiante.

Diante desse fato, nos pareceu frutífero investigar mais profundamente como se dá, na contemporaneidade, a relação entre virilidade e futebol na sociedade brasileira. Entendemos que os produtos jornalísticos são um espaço privilegiado para observar tal relação, tendo em vista a compreensão de que o jornalismo praticado em uma sociedade também expressa, reproduz ou reelabora valores e normas importantes naquele contexto social (Silva & França, 2017). Se o atributo da virilidade permanece significativo em meio à tessitura social, como ele está relacionado ao atual contexto no qual as próprias questões de gênero e o repertório social a respeito de feminilidade/masculinidade passam a protagonizar debates coletivos?

Nosso campo de observação se materializou na apresentação do atacante Neymar Júnior nas capas de três jornais brasileiros impressos, durante a Copa de 2018 na Rússia, quando sua imagem foi utilizada para ilustrar o desempenho da seleção brasileira durante esse acontecimento. Além de ídolo do esporte, Neymar é também uma celebridade internacional, uma das dez mais bem pagas do mundo, segundo a revista Forbes.<sup>1</sup>

Entretanto, Neymar está muito longe de ser uma unanimidade no Brasil: seja entre a crítica especializada, seja entre os torcedores. Acreditamos que uma considerável parte da imprensa esportiva narra geralmente de maneira negativa as atuações de Neymar Júnior não apenas porque ele ainda não tem conseguido levar a seleção a um título mundial, mas também porque sua atuação dentro e fora dos gramados não se encaixa no protótipo tradicional do ‘jogador viril’, assim como não inspira orgulho de ser brasileiro.

O artigo está organizado em quatro partes. Na primeira, fazemos uma síntese da biografia de Neymar, destacando sua importância no mundo do futebol na

atualidade. A segunda apresenta uma discussão sobre a noção de virilidade, sua relação com a performance de atletas, além de uma reflexão sobre figuras célebres, a exemplo de Neymar, e o modo como elas encarnam expectativas e valores sociais presentes nas narrativas jornalísticas acerca do desempenho desses atletas. A terceira parte discute o conceito de enquadramento, importante para a análise aqui proposta, e explicita também os procedimentos metodológicos. Por fim, a quarta parte do artigo traz os resultados da análise, seguida por nossas considerações finais.

---

### COMO NARRAR NEYMAR JÚNIOR?

---

Antes de iniciar a análise, é preciso identificar quem é Neymar e qual a sua importância no atual cenário futebolístico. Neymar da Silva Santos Júnior nasceu em 1992 na cidade de Mogi das Cruzes, no estado de São Paulo. Ainda criança, iniciou nas categorias de base do Santos, sendo promovido à equipe profissional aos 17 anos e à seleção brasileira no ano seguinte. Logo foi identificado como um legítimo herdeiro do futebol-arte e promessa de manutenção do estilo nacional de praticar o esporte (Soares *et al*, 2014)

Três anos depois, seu passe foi comprado pelo Barcelona, onde viveu o melhor momento da sua carreira ao lado de uma constelação de craques, entre eles, aquele que é considerado o melhor jogador da atualidade, Lionel Messi. Nesse período, o futebol de Neymar cresceu e encantou o mundo, mostrando a alegria e confirmando a criatividade do futebol brasileiro. No Barcelona, conquistou o Mundial de Clubes e a Liga dos Campeões da UEFA (União das Federações Europeias de Futebol) em 2015.

Em 2016, levou a seleção olímpica brasileira ao seu primeiro ouro, única conquista que o Brasil ainda não possuía nesse esporte, além de vencer a Copa das Nações em 2013, liderando seus companheiros a uma grande vitória contra a seleção espanhola, favorita ao título. A venda do seu passe para o *Paris Saint Germain Football Club* (PSG), no ano de 2017, bateu o recorde de transação mais cara da história do futebol: 220 milhões de euros.

Apesar de ser talentoso e ter realizado feitos indiscutíveis, Neymar é considerado um jogador polêmico. Seu comportamento fora e dentro de campo é avaliado por muitos como irresponsável, típico de um garoto mimado e imaturo (Silva *et al*, 2019)<sup>2</sup>. Alguns o acusam de provocar grande parte das faltas sofridas, resultando em frequentes lesões que o têm deixado de fora de jogos importantes. Outros argumentam que ele não tem controle emocional: já discutiu com árbitros e treinadores e foi expulso por atitudes antidesportivas. Para esses críticos, se ele não mudar seu comportamento,

não será capaz de levar a seleção brasileira a mais um título mundial e de contribuir para confirmar ao mundo que o Brasil ainda detém a primazia no futebol.

Na Copa da Rússia, em 2018, havia uma grande expectativa sobre a seleção brasileira, que exibia bom desempenho no comando do técnico Tite, praticando um futebol muito próximo daquilo que é considerado futebol-arte. Mas o desempenho pífio e a eliminação prematura da competição frustraram essas esperanças. A frustração da Copa da Rússia seguiu-se a derrota na final da Copa da França, no ano seguinte, quando sua agressão a um torcedor rival que o insultara repercutiu muito negativamente por todo o mundo. Pouco tempo depois, acabou cortado da Copa América, por lesão no tornozelo, na mesma época em que era acusado de estupro.

Tentou retornar ao time do Barcelona, sem sucesso, e, a partir daí, passou a ser hostilizado pela torcida do *Paris Saint-Germain*. Seu inferno astral só começou a melhorar em 2020, quando voltou a jogar bem e conseguiu comandar a equipe do PSG às finais da Liga dos Campeões - o maior torneio de futebol do mundo, na atualidade. Sua equipe não foi campeã, mas Neymar teve reconhecida sua atuação.

Mesmo sem conquistar títulos expressivos, desde que deixou o Barcelona, em agosto de 2017, Neymar permanece sob holofotes midiáticos e é considerado uma celebridade internacional, o que para muitos dos seus fãs parece ser mais importante do que a conquista de títulos com a seleção brasileira. Durante a Copa de 2018, ele era o jogador mais caro do mundo e se tornou o primeiro brasileiro a atingir um milhão de seguidores no *Instagram*<sup>3</sup>. Mesmo após muitos problemas, dentro e fora de campo, continua protagonizando campanhas publicitárias de marcas famosas pelas quais recebe cachês milionários.

Entre a crítica esportiva brasileira e parte dos torcedores, há uma forte expectativa de que o Neymar dos holofotes se alinhe ao Neymar das belas jogadas e dos gols decisivos. Para isso, um imperativo viril se impõe a ele, assim como tem ocorrido historicamente com aqueles que são considerados os melhores jogadores brasileiros. Por esse motivo, consideramos ser pertinente realizar uma reflexão acerca do que seria virilidade e como tal atributo é apropriado pelas interações comunicativas (especificamente as jornalísticas mediadas) que se dispõem a narrar o universo em torno do futebol.

---

#### VIRILIDADE COMO MARCADOR DA MASCULINIDADE

---

Se fizermos uma pesquisa rápida na internet, constataremos que o adjetivo virilidade é geralmente

usado para destacar características típicas de uma pessoa do sexo masculino, funcionando muitas vezes como sinônimo de masculinidade. Um homem viril é forte (física e mentalmente), não tem medo, não foge da luta (Houaiss; Villar, 2001: 2869)<sup>4</sup>.

A virilidade é um conceito tão antigo quanto as raízes filosóficas do mundo ocidental. Segundo Maurice Sartre (2013), na Antiguidade Clássica, essa noção estava diretamente relacionada à coragem física demonstrada pelos guerreiros no campo de batalha (Sartre, 2013). Tanto na educação ateniense como na espartana, os meninos eram criados para demonstrar disposição em combate, obediência às leis e respeito aos deuses. Essa noção era fundamental naqueles tempos, já que uma derrota na guerra poderia significar o estupro das suas esposas e a escravidão de todos os seus concidadãos.

Se, na Idade Média, coube à Cavalaria a propagação desse ideal (Vigarello, 2013), já na transição para a Modernidade e na formação dos Estados Nacionais, tais valores foram assimilados pelo Exército, instituição estratégica aos projetos expansionistas das grandes potências. O Exército foi responsável por uma formação militar com ênfase no heroísmo, o que significava demonstrar destemor diante da guerra e disposição ao sacrifício pela nação.

Os modelos totalitaristas no século XX exacerbaram ainda mais os valores de lealdade, disciplina, obediência, coragem e companheirismo, ligado a esse conceito, além, é claro, do sacrifício pelo bem maior: a pátria (Oliveira, 2004). Enquanto os exércitos das nações-Estado continuaram sendo responsáveis pela disciplinarização dos soldados, os ideais burgueses moldaram um modelo de masculinidade com características mais comedidas. A ênfase na bravura e na coragem deslocou-se para o autocontrole e a contenção emocional (Vigarello, 2013).

Ao longo dessa trajetória histórica do conceito, percebemos que no imaginário ocidental a virilidade pode ser considerada um significante cujo significado aponta para uma ordem de comportamentos positivos associados às pessoas do sexo biologicamente masculino. No caso específico do futebol, as representações midiáticas majoritárias reforçam uma “[...] teia discursiva naturalizada dos gêneros e das masculinidades evidenciada nos significados culturais ligados à virilidade na performance esportiva, em que o controle das emoções e a supressão do choro assumem centralidade” (Soares *et al*, 2016: 1153).

O papel dos meios de comunicação no funcionamento das gramáticas normativas e valorativas da sociedade já foi destacado, em 1948, no clássico estudo de Lazarsfeld e Merton (1971). Eles apontaram, entre

as principais funções dos meios, a reiteração de normas sociais por “exibirem à opinião pública os desvios em relação ao padrão geral” (Lazarsfeld & Merton, 1971: 238). Que personagem melhor para reforçar formas hegemônicas de masculinidade do que uma figura célebre do futebol?

No contexto do futebol atual, consideramos como jogador viril não necessariamente aquele que vence, mas sim aquele que “dá tudo de si” pelo time, luta até o último minuto e “não desiste nunca”. Se for agraciado com a vitória, melhor; mas o importante para aqueles que o admiram é sua capacidade de doação por uma causa comum, seu esforço durante a partida, junto com os outros “guerreiros”.

---

### CÉLEBRE E VIRIL

---

Nas sociedades ocidentais, os esportistas profissionais podem se tornar tão conhecidos ao ponto de se tornarem estrelas. Entender esse *status* de visibilidade e reconhecimento é acionar uma profícua discussão: a de celebridades. Transitando por diferentes espaços simbólicos, as celebridades falam ‘de’ e ‘por’ nós. Se podemos interpretar os agentes célebres como pontos de ancoragem na sociedade midiaticizada (França & Simões, 2014), analisar as narrativas sobre elas (incluindo Neymar Júnior) nos permite perceber mecanismos dos quais nos apropriamos para legitimar quem merece ou não estar em realce.

Na clássica categorização de Chris Rojek (2008), a fama pode ser conferida, adquirida ou atribuída a uma pessoa. No primeiro caso, o caráter de celebridade é transferido a alguém pelo simples fato de ela fazer parte, por exemplo, de uma família já anteriormente conhecida. Do lado oposto, adquire-se reconhecimento por meio da trajetória, dos feitos e das conquistas de um ator social. Por fim, a última categoria diz respeito aos célebres midiáticos por essência: não apresentam grandes feitos que possam ser destacados; a constante visibilidade é o que alimenta o *status* de notoriedade.

Por definição, os atletas seriam portadores de uma celebridade adquirida, já que suas carreiras bem-sucedidas nas diversas modalidades esportivas os lançam à cena pública. No caso específico de Neymar, percebe-se uma imbricação entre a fama adquirida e a atribuída. Ele realizou uma série de grandes feitos a partir dos quais adquiriu visibilidade. Mesmo fora de atividade ou quando sua performance desagrada o público, sobrevive todo um ecossistema ao redor de seu nome e de sua imagem; ele se torna, assim, pauta para as conversações nas diferentes mídias.

Neymar é famoso por também ser bem-sucedido fora das quatro linhas e frequentar o *jet set* interna-

cional. Na contemporaneidade, ser bem-sucedido fora do campo profissional não significa mais ‘ter uma bela família com filhos saudáveis’, mas, aparecer nos meios de comunicação e ganhar dinheiro para fazer isso. “Além dos gramados, ele passa a ser visto em comerciais, confere importância àquilo que toca, ganha espaço na cena pública, é seguido em sua vida privada, copiado em seu penteado. Torna-se uma celebridade, e passa a comportar-se como tal” (França, 2018: 127). Como já foi comentado, muitos dos seus fãs não parecem preocupados com suas conquistas pela seleção brasileira, mas pela maneira hedonista como vive sua vida.

Para Helal (2014), um fenômeno de massa, como o futebol, não se sustenta sem ídolos e heróis. Porém, ser célebre não é sinônimo de ser herói. O heroísmo não advém apenas de um bom resultado nos jogos, mas de ações que causam surpresa e, sobretudo, que revelam bravura e mostram doação pela coletividade. Nessa perspectiva, ser herói se aproxima de ser viril - o que não implica que todo herói precisa ser viril para ser considerado herói.

Nessa definição de herói ligada à noção de virilidade tradicional, a imagem de Neymar Júnior escorrega. O ‘menino Ney’ é uma grande estrela, sem dúvida, mas ainda não parece ser aquele líder capaz de inspirar seus companheiros “a lutar até a morte” por uma grande conquista como a Copa do Mundo. Sempre envolvido em manifestações individualistas, “aquilo que realmente importa” (títulos e orgulho para o povo brasileiro) não parece fazer parte das suas prioridades.

É possível que, por isso, muitos torcedores e repórteres da crítica especializada tenham uma certa má vontade com o jogador. Alguns chegam a defender a ideia de que grande parte do seu sucesso seria devido à ajuda do marketing. Na Copa de 2018, Neymar esteve perto de fazer as pazes com esse segmento da crítica, entretanto, mais uma vez, falhou nesse quesito.

---

### ENQUADRANDO A SITUAÇÃO E O SUJEITO

---

Para estudar o modo como as narrativas jornalísticas associam virilidade à figura do jogador Neymar Júnior, recorreremos ao conceito de enquadramento, uma noção importante em estudos políticos, sociológicos, comunicacionais e do jornalismo. O conceito de enquadramento aqui trabalhado se apoia na noção de *frame* ou quadros da experiência do sociólogo canadense Erving Goffman (2012).

O objetivo de Goffman era investigar as pequenas interações cotidianas que organizam a experiência dos sujeitos no mundo. Com esse intuito, o pesquisador canadense constituiu a ideia de que os quadros são princípios



básicos de organização social da experiência em um dado contexto cultural, que servem para definir os acontecimentos e o envolvimento do sujeito naquela situação (Goffman, 2012). Na perspectiva de Goffman, portanto, os quadros de sentido dão aos sujeitos indicações sobre a maneira como devem interpretar uma situação e agir naquele momento específico de interação. Ao mesmo tempo em que são cotidianamente acionados como referências, esses quadros podem ser modificados em tal processo (Mendonça; Simões, 2012).

No presente trabalho seguimos esta abordagem de enquadramento, conforme sintetizada por França, Silva e Vaz (2014: 83), para quem “os quadros são como matrizes interpretativas às quais os indivíduos recorrem cotidianamente para entender e se posicionar em diferentes situações. E o ‘enquadramento’ é a mobilização desses quadros – um processo fundamental na organização da experiência porque possibilita aos sujeitos definir o que acontece para poder, então, se posicionar e atuar. Tais quadros, porém, não são construções totalmente individuais, mas possuem forte influência sociocultural.

Goffman (2012) não fala explicitamente em enquadramento, mas, a partir do que ele teorizou sobre os quadros da experiência, um conjunto de pesquisas posteriores foram realizadas, apropriando-se e operacionalizando o conceito de enquadramento de diferentes formas, em várias áreas do conhecimento, entre as quais nos estudos da comunicação (Mendonça & Simões, 2012).

Da mesma forma que todos os indivíduos em suas interações cotidianas, também os profissionais das mídias, no dia a dia da produção de notícias, recorrem a essas matrizes de sentidos para enquadrar ou interpretar o que relatam. Na rotina profissional, o jargão jornalístico costuma entender o enquadramento como sendo a angulação ou abordagem adotada para a notícia. Alguns estudos em jornalismo também restringem o enquadramento ao ângulo da notícia. Ou seja, focam na interpretação que um jornalista ou uma mídia propõem ao noticiar um fato, buscando direcionar a percepção da realidade para o público.

Trata-se, portanto, de um entendimento mais restrito da noção de enquadramento, um pouco distinto da abordagem que se inspira naquela proposta por Goffman e que adotamos aqui. Esta permite tanto analisar uma situação de interação de forma mais ampla, com diferentes atores em atuação, quanto perceber que as interpretações ou enquadramentos realizados no âmbito da produção midiática dialogam com os sentidos compartilhados pelo público.

Ao promover enquadramentos, jornalistas se inserem nas tramas de produção de sentidos dos aconteci-

mentos noticiados (Gitlin, 1980). Ao mesmo tempo, o leitor, para compreender o fato narrado, aciona enquadramentos para acessar os múltiplos sentidos que pode conter uma narrativa. Tais enquadramentos, ou quadros de sentido acionados para interpretar um fato, podem ser os mesmos (partilhados entre o âmbito da produção e o da recepção) ou, outras vezes, podem ser distintos, gerando uma disputa simbólica acerca do que está sendo tratado.

Uma das pioneiras no uso do conceito de enquadramento para refletir sobre o jornalismo, Gaye Tuchman (1978) enfatizou essa dimensão interpretativa e desenvolveu uma perspectiva mais ampla sobre a compreensão da produção da notícia. Segundo a socióloga, não é possível afirmar que a notícia é um espelho do real, pois ela é apenas um recorte, que passa por processos de seleção, construção e interpretação antes de ser veiculada pela mídia. Assim, a ação midiática de enquadrar e interpretar vai além da lógica operacional da narrativa jornalística, pois participa da construção social da realidade, bem como revela peculiaridades do próprio veículo (Carvalho, 2009).

Como construções socioculturais, os quadros interpretativos mobilizados no processo de enquadramento de uma situação ou de um sujeito são ancorados e orientados por gramáticas normativas e valorativas vigentes em uma sociedade. Se se entende o jornalismo como parte de um processo comunicativo em que há diferentes sujeitos em interação, conforme o paradigma relacional (França, 2006), e não apenas como mera transmissão de informações, pode-se entender que jornalistas e mídias têm um vínculo profundo com a cultura e a sociedade com a qual se comunicam, da qual falam, conflitam ou compartilham valores e normas sociais (Silva & França, 2017).

Embasados nesse referencial teórico, analisamos um *corpus* composto pela primeira página dos jornais com maior circulação no Brasil à época da Copa da Rússia: *Folha de S. Paulo*, *Super Notícias* e *O Globo*<sup>5</sup>. Foram analisadas um total de 15 capas, publicadas entre o mês de junho e julho de 2018, abrangendo os cinco jogos disputados pela seleção brasileira desde a estreia até a sua eliminação.

O método aqui utilizado para realizar as análises segue uma abordagem semiótica da imagem, possuindo semelhanças com os parâmetros desenvolvidos por Erwin Panofsky (2002) na sua metodologia iconológica e incorpora o estudo das legendas e títulos vinculados às imagens selecionadas de acordo com as proposições de Roland Barthes (1990). Apesar da semelhança com o método de Panofsky, o ferramental aqui utilizado possui uma diferença importante: não considera o último nível da análise proposto pelo pesquisador alemão, para quem a intuição de um leigo

pode ser mais efetiva que a investigação de um pesquisador experiente.<sup>6</sup>

O procedimento contempla basicamente dois momentos: o primeiro, em que predomina a objetividade, considerando o tipo de objetividade possível de ser obtido em uma análise realizada por sujeitos históricos; e outro, mais subjetivo, no qual o analista faz uso das sugestões e redundâncias percebidas no primeiro momento, comparando-as com os dados de contexto (interno e externo à imagem), também levantados no primeiro momento. É sempre importante destacar que essa divisão é artificial e tem apenas a finalidade de sistematizar o processo.

Na etapa analítica, são consideradas as qualidades formais dos signos, o contexto histórico no qual estão situados e quais as representações mais estáveis associadas aos elementos constitutivos da imagem, verificando se, nesse novo contexto, os sentidos tradicionais relacionados a esses signos permanecem ou não, bem como as relações retóricas e expressivas dos textos relacionados à imagem. Por meio desses dados, tentamos compreender os enquadramentos realizados pelos meios de comunicação jornalísticos selecionados, identificando os discursos contidos nessas imagens e nos textos a elas vinculados, bem como os valores neles destacados.

A síntese interpretativa (segundo momento), tem como importante referência as informações e especulações produzidas na fase analítica (primeiro momento). A aplicação dos conceitos de enquadramento, virilidade e celebridade se dá especialmente nessa fase, quando os utilizamos para refletir sobre como os discursos e valores identificados na fase anterior estão relacionados à narração da seleção brasileira e à imagem de Neymar. Nessa estrutura, a legitimidade das afirmações e reflexões do momento sintético está ancorada principalmente no momento analítico (objetivo).

#### **COPA, CAPAS E ENQUADRAMENTOS DE NEYMAR**

Os enunciados noticiosos participam da organização simbólica da concretude da vida. A teia narrativa compartilhada fomenta modos de torcer, ligações entre torcedores e o futebol, bem como a admiração por atletas. No Brasil, a emoção, o envolvimento e a emissão de opiniões explícitas dos profissionais que cobrem esportes, especialmente o futebol, acompanham a história e permeiam a linguagem do jornalismo esportivo: [...] para o jornalista esportivo, a dimensão do gosto e do amor pela atividade ainda parece ser requisito fundamental para o exercício deste tipo de especialidade [...]” (Cabo & Helal, 2011: 100).

Mesmo com a presença de um discurso fortemente opinativo no jornalismo esportivo e o crescimento

cada vez maior do caráter de entretenimento na cobertura de esportes, autores como Finger e Oselame (2013 e 2014) e Padeiro (2015) acreditam que é possível (e necessário) manter a objetividade na cobertura jornalística. Finger e Oselame, por exemplo, defendem a ideia de que, mesmo com o aumento do privilégio ao “infoentretenimento” nos últimos anos, o jornalista deve resistir a esse tipo de prática e ter como obrigação principal informar objetivamente. Além de não contribuir para divulgação das notícias, essa tendência, nomeada pelas autoras como “engraçadismo”, mais atrapalha do que favorece a capacidade de criação dos repórteres, ditando uma padronização da informação em programas esportivos televisivos como o *Globo Esporte* (Finger & Oselame, 2013).

Trabalhando sob a égide de esporte-espetáculo, Mezzaroba e Pires (2010) acionam o conceito de *agenda-setting* para analisar a engrenagem da cobertura midiática a respeito de um evento específico: os Jogos Pan-Americanos. Já Marques (2008, 2010) lança luz sobre a presença da literatura, por meio das crônicas, como uma das vias narrativas para se falar do futebol no ambiente midiático. Desse modo, é possível perceber que não há um consenso teórico na hora de dissertar a respeito do jornalismo esportivo e dos modos como aborda aquilo que inclui em sua cobertura.

Se não há um consenso sobre a função do jornalismo esportivo e seus modos de narrar, há uma percepção comum de que esse tipo de jornalismo contribui para a formação do imaginário social da nação brasileira e a Copa do Mundo é um evento especialmente importante nesse contexto. Desse modo, as textualidades jornalísticas veiculadas durante o período da Copa do Mundo de 2018 se apresentam como uma rica empiria, potencializando disputas simbólicas, acionamento de valores, ideais e estereótipos e a interlocução entre futebol e virilidade presentes no imaginário social.

Na sequência, apresentamos os resultados da análise sobre o modo como o jogador Neymar Júnior foi enquadrado nas capas dos três jornais brasileiros (*Super Notícias*, *Folha de S. Paulo* e *O Globo*) e, assim, associado à virilidade como um atributo ainda fortemente valorizado no imaginário brasileiro. A exposição dos resultados segue a ordem cronológica dos cinco jogos da seleção brasileira em 2018, evidenciando a forma como os enquadramentos do jogador vão se modificando no transcurso dos jogos.

#### **Basil e Suíça: Neymar e a queda**

A Suíça, primeiro adversário do Brasil no mundial, nunca teve tradição nesse esporte. No entanto, ocupava à época o sexto lugar no ranking da FIFA, à frente de ‘equipes de peso’, como França, Inglaterra e Itália<sup>7</sup>. Além disso, era notório que a Suíça jogava muito bem

defensivamente, o que significava que estaríamos na dependência da genialidade de Neymar para desequilibrar o jogo a favor do Brasil.

Na partida de estreia da seleção brasileira, o atacante entrou em campo com um corte de cabelo que chamou a atenção de todos e logo viralizou na internet. Tal como Ronaldo Fenômeno fez na Copa do Mundo de 2002, Neymar exibiu um penteado esdrúxulo – que foi comparado à crista de uma cacatua. Ao contrário de Ronaldo, porém, seu desempenho em campo não foi tão impressionante quanto seu visual, o que aumentou a antipatia daqueles que não eram seus fãs. O Brasil apenas empatou em 1x1, em um jogo sem muita emoção.

A frustração marcou as capas dos jornais do dia seguinte à primeira partida. A mesma foto de Neymar em uma pose ambígua (queda ou *clown*?) foi usada na capa do *Super Notícias* e da *Folha de S. Paulo*. Deitado com as costas na grama e as chuteiras no ar, o meio rasgado, ele foi retratado em uma posição que variava entre a sugestão de que sentia dor (por ter sido “caçado em campo”), e o humor – que se a queda fosse uma espécie de encenação malfeita. Essa sugestão foi reforçada pelo título do *Super*, “Que tombo foi esse?”, que fazia menção ao *funk* “Que tiro foi esse?”, de Jojô Toddyhno, *hit* do carnaval daquele ano.

Já *O Globo* estampou uma fotografia da grande área da seleção brasileira, em plano geral, cheia de jogadores observando um único integrante da Suíça cabeceando

sozinho contra a meta do Brasil. Em outros espaços da própria capa, *O Globo* apresentou um enquadramento que sugeria dúvida e decepção a respeito de Neymar, retratado cabisbaixo diante do técnico Tite na charge assinada pelo conhecido cartunista Chico Caruso.

A imagem ambígua de Neymar no chão contribuiu para esvaziar do jogador traços de virilidade. Seja fingindo ou sentindo dor, está rendido. A imagem sugere que ele falhou, não foi forte suficiente para suportar nem mesmo o primeiro obstáculo, ou mentiu para se vitimizar – ações que se afastam da noção de caráter viril.

Vale destacar que nenhuma das três capas apresenta um enquadramento único. Apesar da presença de uma abordagem negativa, os jornais também relativizaram o resultado, apontando como agentes atenuadores o fato de Neymar ter sido “caçado em campo”, como apontou a *Folha de S. Paulo*. Organizando temporalidades e (re)ações, o enquadramento do *Super Notícias* sugere que o público não deixe de acreditar na seleção e, conseqüentemente, em Neymar: “Agora é torcer para o Brasil pegar no tranco. E que venha a Costa Rica”.

O enquadramento do *Super* também manifesta um tom nacionalista, que é comum em contextos de Copa do Mundo, vinculado à uma expectativa por um comportamento viril por parte dos jogadores brasileiros (“que venha a Costa Rica”, pois “nós” não temos medo, o Brasil tem a força necessária para enfrentá-la e der-

Figura 1 – Capas dos jornais no dia seguinte à estreia do Brasil.



Fonte: Acervo portal *Ver Capas* (18/06/2020).



Figura 2 – Capas dos jornais no dia seguinte ao segundo jogo do Brasil.



Fonte: Acervo portal Ver Capas (23/06/2014).

rotá-la). Como destacam Helal e Soares (2003), já não se observa um tratamento narrativo homogêneo do futebol como metonímia da nação. A despeito disso, o jornalismo ainda atribui a este esporte o emblema nacional das Copas. Nestes torneios, “a ideologia nacionalista está presente na estrutura do evento” (Helal & Soares, 2003: 7)

### Brasil e Costa Rica: Neymar e o choro

O jogo contra a Costa Rica foi bem mais difícil do que o esperado pelos torcedores do Brasil. A tensão só foi superada nos acréscimos, com gols de Philippe Coutinho e de Neymar Júnior. Nas capas dos jornais analisados, o grande destaque foi para o choro do camisa 10 ao fim da partida, mais uma vez, apresentado na primeira página, sentado no chão do gramado.

Enquanto o *Super Notícias* e a *Folha de S. Paulo* optaram novamente por estampar Neymar (e seu drama) assentado sobre a grama, *O Globo* continuou sem dar capa ao atacante, destacando Philippe Coutinho em uma pose oposta à de Neymar, uma imagem típica de herói – bem semelhante às comemorações de Pelé em campo, acionando, assim, um signo presente no repertório brasileiro.

Apesar de destacar a imagem de Neymar chorando, os textos da *Folha* e do *Super* organizaram narrativa da experiência do jogo com um tom pouco acusatório. Para o jornal paulista, o atacante estava apenas emocionado, sendo o nervosismo estendido ao restante do time. Já o *Super* transformou a fala de Neymar em manchete, amenizando sua performance aquém do esperado: “Falar, até papagaio fala. Agora, fazer... pou-

cos fazem! O choro é de alegria, de superação, de garra e de vontade de vencer”. Vale observar que, se sua fala evoca valores viris, sua pose demonstra o contrário.

No jornal paulista, o contraponto aparece na chamada para uma coluna: “Foi pênalti, mas de tanto fingir, Neymar foi pego na fábula de Pedro e o Lobo”. Já o diário mineiro informa que o “[...] triunfo foi comemorado com tombo de Tite e choro de Neymar”, sugerindo uma postura atrapalhada da seleção. *O Globo* optou por um enquadramento mais negativo: o atacante esteve “nervoso” em campo, ou seja, sem autocontrole, sem equilíbrio.

De fato, ao demonstrar fragilidade, Neymar continuou se afastando da ideia de raça e força e os jornais estamparam isso na capa. Entretanto, apesar da presença de crítica, a partida foi enquadrada, majoritariamente, como um passo incerto rumo a um futuro que ainda podia ser promissor. A seleção é narrada como a que “[...] ostenta a melhor defesa e a que mais finaliza no Mundial” O tom de alívio e confiança marca a mensagem do jornal *Super Notícias*: “Torcedores voltaram a acreditar que o hexa não é só um sonho”.

### Brasil e Sérvia: Neymar e o grupo

Na vitória do Brasil por 2x0 contra a Sérvia os quadros de sentidos mobilizados foram associados à ideia de coletividade. A empolgação da torcida nas capas (*Super Notícias* e *Folha de S. Paulo*) se somou às fotografias que retrataram a equipe e não um atleta apenas. A ideia de valorização do conjunto está relacionada à união e, indiretamente, à superação das dificuldades, graças a essa coletividade. As imagens - que até então

Figura 3 – Capas dos jornais no dia seguinte ao terceiro jogo do Brasil.



Fonte: Acervo portal Ver Capas (28/06/2020).

mostravam Neymar (ou Coutinho) - passaram a dar maior ênfase ao discurso solidário.

Essa mudança não foi aleatória ou meramente uma construção. A força do time, de fato, começou a crescer. Neymar, como todo o restante da seleção, demonstrou evolução, aumentando o nível de esperança da torcida brasileira.

Mesmo que as capas não tenham focado majoritariamente na figura de um único ídolo, traços de exaltação viril compuseram as narrativas de elogio ao grupo. As fotos de destaque do *Super* e do *O Globo* mostram o time abraçado, convocando signos de união, apoio mútuo e trabalho em equipe. Em *O Globo*, é destacada a “força do talento para vencer”.

Os sentidos implícitos na fotografia instigam uma reflexão sobre o enquadramento de Thiago Silva nas imagens de *O Globo* e do *Super*. No jornal carioca, o atleta está no centro do abraço coletivo, como se estivesse acolhendo os companheiros de equipe. No *Super*, ele também está presente na fotografia. Em ambas as páginas, o olhar de Thiago é imponente, confiante. Ele parece enxergar adiante, como se vislumbrasse e preparasse (a si e toda a seleção) para os desafios posteriores. Sua cabeça está sutilmente levantada, acionando uma posição de comando, coragem e prontidão para o *combate*. O zagueiro assume essa postura viril e, ao mesmo tempo, humana - ao reunir (e liderar) os colegas.

Porém, Neymar não foi esquecido. Em *O Globo*, a chamada para uma coluna afirma: “Neymar fez o jogo que o time precisava; não para si, mas para a equipe”. O aspecto viril está implícito no enquadramento semântico: o atacante não se apresenta como o menino mimado, que segura passes, simula faltas e sofre muitas quedas; ele se sacrificou pela equipe. Sua mudança de postura em campo - não mais individualista e sim priorizando o coletivo (a equipe, a seleção, o Brasil) era o que ‘o time precisava’ para obter um bom resultado e, assim, seguir em frente na sua caminhada rumo ao título. Neymar foi maduro, apresentou força física e mental, capacidade de liderança e vigor em prol da vitória de todo o grupo. Ele também foi destaque na charge do mesmo impresso: “Bola pra frente, é isso aí”, diz o texto que acompanha a ilustração.

**Brasil e México: Neymar e o triunfo**

Após a vitória contra a equipe do México, todos os holofotes se voltaram para Neymar. Ele foi a explicação do bom resultado (2x0). De fato, o atleta continuou demonstrando evolução técnica e assumiu o protagonismo da partida.

Triunfante. Assim, o camisa 10 apareceu nas narrativas dos três jornais, tanto textual quanto imageticamente. Nas capas analisadas, a imagem apresentada do camisa dez se distancia do jogador instável, que sempre se machuca ou cai em campo e acaba, mais cedo ou mais tarde, decepcionando a torcida.



Figura 4 – Capas dos jornais no dia seguinte ao quarto jogo do Brasil.



Fonte: Acervo portal Ver Capas (03/07/2020).

Em *O Globo* e no *Super*, ele é o destaque da principal fotografia da página. No impresso carioca, ele aparece carregado nos ombros de Paulinho, acionando um signo compartilhado em nosso imaginário: o herói ovacionado e carregado nos braços do povo. No *Super*, ele bate no peito, exibindo o orgulho de “fazer o que sabe como poucos” – nas palavras do próprio periódico mineiro. Na *Folha*, mesmo de costas, ele está em primeiro plano na imagem que ilustra a capa.

No quarto jogo, Neymar cumpriu a trajetória clássica do herói, conforme Campbell (2004): aquele que sai de seu mundo, realiza feitos e retorna com uma dádiva que é de todos. O garoto humilde do Santos que, tal como Pelé, enfrentou barreiras difíceis, como contusões, críticas e desconfiança, retornou a uma Copa do Mundo após ter se machucado na véspera. Realizou, com ‘raça’, uma partida brilhante, podendo trazer o sonhado hexacampeonato para toda a nação – pelo menos era o que se esperava àquela altura.

O Neymar do jogo contra o México não foi narrado como o menino imaturo, mas sim o herói viril. Nessa partida, o atacante levou um pisão e se conteve (*Folha*) estaria melhorando no aspecto emocional (*Super*), mostrando que venceria as oscilações de humor e a sensibilidade exacerbada, a fim de conquistar o hexa com a garra e a força que se exige de um ídolo como ele. Um herói combativo, corajoso e capaz de liderar seu exército, ou seja, os outros jogadores e, metonimicamente, um país inteiro. Esse herói é capaz de acender o interesse pela seleção brasileira e restaurar a carga simbólica desse esporte.

Como o exercício de acionar quadros de sentidos comumente caminha por um fluxo não-linear, os enunciados dos jornais também apresentaram trechos com menos entusiasmo e mais racionalidade. *O Globo* relatou, na chamada de uma coluna, que o Brasil soube combinar “o talento com a arte de vencer” e, ao mesmo tempo, deu destaque para o fato de a seleção ter demonstrado “novo repertório tático”. A *Folha* adotou um tom extremamente sóbrio, procurando não se antecipar pela emoção e euforia do momento. Preferiu a estratégia de buscar certa neutralidade.

Entretanto, o mesmo discurso racional apresentou fissuras no impresso paulista. Uma das chamadas para uma coluna opinativa disse que o futebol é o esporte “do acaso” e que um bom time aliado a um técnico não era suficiente para garantir a vitória. Neste ponto da discussão, é preciso voltar a Neymar e registrar uma observação. Apesar de algumas conotações negativas anteriores, amplamente exploradas pela imprensa e certamente presentes no imaginário do torcedor, Neymar sempre ocupou o posto de jogador mais promissor da seleção.

O alto investimento em marketing, a publicidade contínua do atacante por parte dos veículos de comunicação e, principalmente, a ausência de um outro craque brasileiro capaz de rivalizar com ele, podem explicar essa aparente incoerência nos quadros de sentido em torno de Neymar. Tecnicamente, ele não tem concorrente no Brasil: Coutinho era aquele que chegava mais próximo naquele momento, mas, mesmo assim, está longe do *status* ocupado pelo protagonista da seleção.

## Brasil e Bélgica: Neymar e a dura realidade

Na quinta e última partida do Brasil, os gols sofridos no primeiro tempo impediram um destino favorável para a seleção. Os espectadores chegaram a ver um segundo tempo de bom futebol. No entanto, novamente, o time comandado por Tite não teve ‘força’ para mudar o resultado final, evidenciando limites técnicos, táticos e até emocionais.

A imagem de Neymar foi escolhida para personificar a derrota. Os três diários optaram por apresentá-lo como metonímia do resultado infeliz. O ídolo, antes triunfante, enquadrado sob um tom divinal, vive a queda e é representado de joelhos.

As manchetes dos jornais apresentaram enfoques diferentes. Enquanto *O Globo* e a *Folha* pretenderam uma abordagem mais sóbria, o *Super* optou por destacar a derrota com humor, por meio da imagem do canarinho chorando – talvez uma forma de tornar o sofrimento da eliminação mais fácil de ser suportado pelos torcedores brasileiros.

Os três jornais também não dispensaram uma narrativa crítica. A *Folha* ressaltou a incompetência da seleção brasileira por ainda não ter conseguido passar das quartas de final, nesse Século. A imagem de Neymar agachado, em segundo plano, olhando para a comemoração de vários jogadores da seleção belga, reforçou a ideia da nossa impotência diante da festa dos outros. Segundo o texto, “o Brasil não mostrou o equilíbrio desejado por Tite”. O *Super* também opinou sobre “o descontrole emocional de Neymar e companhia”. Em *O Globo*, o Neymar diminuto

é digno de compaixão, está de cabeça baixa consolado pelo time adversário. Ao ocupar esse lócus de inferioridade, o camisa 10 “sepulta o projeto [...] de ser o melhor do mundo”.

Do topo ao chão em 20 dias, a síntese narrativa oscilou entre um Neymar *viril e incapaz*. A falta de *força emocional*, de *vigor* físico e jogadas desconcertantes decepcionou a torcida. O time, liderado pelo atacante, não se sacrificou o bastante para a conquista de mais um campeonato mundial.

Mais uma vez, não foi a Copa do Neymar. Estaria ele sobre a mesma ‘maldição’ do argentino Lionel Messi<sup>8</sup> – que nunca obteve um título pela sua seleção principal? Após a seleção brasileira vivenciar uma vitória contra a Sérvia e de Neymar aparecer triunfante ao fim do jogo contra o México, esperava-se uma continuação da boa atuação do atleta. Ansiava-se pela sua redenção e consolidação de sua imagem como grande craque do Brasil nos anos 2010.

Os jornais analisados optaram por ancorar o percurso simbólico da seleção na Copa 2018 na imagem de Neymar, acionando princípios básicos referentes à virilidade (ou à falta dela) encarnados no signo-Neymar. Dele muito se esperava; com ele voltou a frustração de outras Copas.

### UM NOVO MODELO DE ÍDOLO ESTÁ SURGINDO?

Ao analisar as imagens veiculadas nos jornais escolhidos, percebemos que as fotografias estampadas em

Figura 5 – Capas dos jornais no dia seguinte ao quinto jogo do Brasil.



Fonte: Acervo portal *Ver Capas* (07/07/2020).



suas capas retrataram ‘a ascensão e queda do menino Ney’. Enquadramento semelhante foi visto em outras mídias e nas redes sociais. Mesmo assim, logo após o final da Copa do Mundo, o camisa 10 da seleção brasileira se tornou o primeiro brasileiro a atingir um milhão de seguidores nas mídias sociais. Esse acontecimento nos leva a questionar se um novo modelo de ídolo do futebol estaria surgindo no século XXI?

Pelé é considerado pela crítica especializada como o melhor jogador de futebol de todos os tempos, ainda que haja uma grande campanha pró-Messi nos últimos anos. Quando o garoto da cidade de Três Corações (Minas Gerais) surgiu no Santos, mesmo sendo esguio não se intimidava diante de marcadores mais experientes e fortes. Com sua inteligência afiada e dribles desconcertantes, só era parado pelos adversários com falta, realidade semelhante ao que o ‘menino Ney’ vivenciou no início da sua carreira.

Ao longo da sua trajetória, Pelé aprendeu a lidar com a violência dos seus adversários e liderou a seleção em dois títulos mundiais. Com 29 anos, Neymar continua sendo um atleta muito leve, facilmente derubado pelos adversários, que frequentemente usam essa estratégia para neutralizar suas ações em campo. Diferentemente de Pelé, em vez de evitar as faltas, Neymar procura ‘valorizá-las’, com quedas exageradas, de maneira que os árbitros não se sentem seguros sobre o que realmente aconteceu na jogada e, conseqüentemente, seus agressores, na maioria das vezes, não recebem a punição que deveriam receber.

Além disso, esse comportamento associa ao jogador não apenas a ideia de que ele tenta enganar o árbitro (desonestidade), mas também de que ele é frágil, na medida em que qualquer disputa de bola o leva ao chão, mesmo quando não é cometida uma infração contra ele.

Aproveitando-se dessa percepção geral sobre o atleta brasileiro, é comum, durante as partidas, os jogadores adversários revezarem-se em fazer faltas em Neymar. Como consequência, sua carreira é marcada por contusões, algumas em momentos-chave para a seleção brasileira, outras em momentos-chave para o seu atual time, o *Paris Saint-Germain*, que investiu milhões de euros em sua contratação e que, até hoje, não conseguiu os títulos internacionais ambicionados<sup>9</sup>. Esse fato tem contribuído para reforçar o argumento de que ele é fraco demais para praticar um esporte viril como o futebol, que exige contato físico o tempo todo.

Esse contexto acentuou as críticas de alguns cronistas esportivos e levou torcedores a questionar a relevância de Neymar para as equipes que integra, especialmente, para a seleção brasileira. Além das suas ausências em campo devido às contusões, as diversas

expulsões do craque, relacionadas à indisciplina, reforçam a ideia de que ele não se importa muito com o grupo do qual faz parte ou da sua torcida, o que para muitos fãs do esporte é uma falha imperdoável<sup>10</sup>.

Sua preocupação com beleza, moda - características comuns aos atletas da sua geração - e o choro ao fim de partidas importantes, também contribuem para afastá-lo de um ideal de masculinidade (fissurado, mas ainda presente), no qual homem não chora, não se preocupa com moda, beleza pessoal e tem suas emoções sob controle, sobretudo em situações de alto estresse.

No século passado, esperava-se que o craque da seleção comandasse sua equipe a vitórias importantes, que enchessem os torcedores de orgulho, como fez Pelé durante muitos anos. Valorizava-se a disposição dos jogadores em se doarem pelo time e pela vitória. Tal comportamento, capaz de acender o interesse do torcedor pela seleção brasileira e o orgulho de ser brasileiro, não se vê mais com a mesma frequência nos dias de hoje na seleção brasileira.

Neymar é um bom exemplo de jogador que não parece se importar com o grupo do qual faz parte ou com os torcedores do Brasil. Seu hedonismo incomoda críticos e torcedores tradicionais, mas não parece incomodar (e sim motivar) seus seguidores nas redes sociais. É possível pensar - e explorar melhor em pesquisas futuras - que, no contexto contemporâneo, os torcedores esperam de seu ídolo outra coisa que não apenas liderança em campo e títulos, ou mesmo dignidade na derrota. É possível que eles não se identifiquem apenas com uma nação, mas também fortemente com um estilo de vida.

---

#### CONSIDERAÇÕES FINAIS

---

Esse artigo pretendeu contribuir para uma melhor compreensão da relação entre virilidade e futebol na sociedade brasileira, tendo como vetor analítico o enquadramento midiático do jogador Neymar Júnior, efetuado pelos jornais *Super Notícias*, *Folha de S. Paulo* e *O Globo* durante as cinco partidas disputadas pelo Brasil na Copa do Mundo FIFA 2018. Após o percurso de análise, nos parece plausível pensar que parte das críticas destinadas a Neymar pelos jornais analisados se ancorou no fato de o camisa 10 da seleção brasileira não se encaixar no protótipo do ‘jogador viril’, entendendo a virilidade no campo do futebol como a disposição de um jogador para dar tudo de si durante um jogo, mostrar força e garra na busca da vitória e fazer os torcedores e críticos esportivos sentirem orgulho de serem brasileiros.

O enquadramento de Neymar pela mídia sugere a coexistência de um sentimento saudosista de uma

época em que os jogadores entravam em campo por amor ao clube (Helal, 2001), ao mesmo tempo em que outros o admiram justamente por ele não se encaixar no tipo de jogador tradicional, e ser como ele é: alguém que não tem vergonha de mostrar suas emoções e fragilidades, que tem um comportamento hedonista e faz questão de alimentar sua vaidade ostentando joias, carros importados, roupas caras. Essa contradição pode estar relacionada à tensão que parece existir atualmente na sociedade brasileira em relação às definições do que é ser homem, o que é ser viril, o que é ser jogador de futebol, um esporte até pouco tempo considerado exclusividade do gênero masculino.

A expectativa sobre os ídolos de futebol, no contexto brasileiro e mundial, talvez não possa mais ser suprida apenas com o modelo tradicional, baseado em valores viris. Tal cenário sugere a possibilidade de uma nova era de ídolos do esporte bretão, na qual Lionel Messi é apontado como o melhor jogador de todos os tempos, acima de Pelé e de Maradona, apesar de nunca ter conquistado um título com a seleção principal<sup>11</sup>.

Por questões de espaço e de escopo, não foi possível alargar mais as discussões teóricas que merecem

continuar acompanhando o surgimento e a consagração de novos ídolos e os valores que eles representam, bem como o modo como isso tensiona questões importantes nas relações entre futebol, mídia e sociedade. Dentre essas questões, destacamos o imperativo da vitória no futebol-resultado, os vínculos do esporte com o nacionalismo e a relação dos ídolos com torcedores ou seguidores.

Mesclando narrativas, movimentando-se por variados enquadramentos, os jornais aqui analisados nos mostraram que o momento é mais de fazer perguntas do que de ter certezas com relação a valores outrora consolidados na relação dos brasileiros com aquela que é (ou era?) a paixão nacional. Questões que precisam continuar sendo investigadas em maior profundidade para serem mais bem compreendidas.

---

Submetido em 28 de setembro de 2020  
Acetio em 1 de julho de 2021

## NOTES

<sup>1</sup> Disponível em: <https://forbes.com.br/listas/2020/06/25-celebridades-mais-bem-pagas-do-mundo-neymar-e-setimo/>. Acesso em: 14 Jun. 2021.

<sup>2</sup> Quando optou por não ir jovem para a Europa, foi criticado. Quando foi vendido pelo Barcelona para o *Paris Saint German*, em 2017, o mesmo cenário se repetiu. Quando menciona voltar para o time espanhol, novas críticas são disparadas.

<sup>3</sup> Até a data de submissão deste artigo, em 1º de outubro de 2020, o perfil de Neymar contabilizava 141 milhões de seguidores.

<sup>4</sup> Ainda segundo o dicionário Houaiss, virilidade é sinônimo de masculino, adjetivo utilizado para caracterizar um animal/uma pessoa que possui características próprias do macho (Houaiss; Villar, 2001: 1862).

<sup>5</sup> De acordo com dados do Instituto Verificador de Comunicação (IVC).

<sup>6</sup> O método de Panofsky possui três níveis: tomando-se, por exemplo, uma pintura de *A Última Ceia*, o primeiro nível corresponderia à percepção do quadro como uma pintura em que treze homens estão sentados à mesa. No caso do quadro *A Última Ceia*, um observador do Ocidente entenderia que a pintura dos treze homens sentados à mesa representaria o evento descrito na Bíblia como a última ceia entre Cristo e seus discípulos. O último nível ou nível do significado intrínseco leva em conta a história pessoal, técnica e cultural do analista. Segundo o historiador alemão, nesse nível é imprescindível ao analista uma capacidade de síntese, uma intuição que lhe permita unificar os significados visualizados em

uma determinada reflexão – isso é o que ele chama de “intuição sintética” (Panofsky, 2002: 62).

<sup>7</sup> Disponível em: <https://sportv.globo.com/site/programas/copa-2018/noticia/brasil-permanece-na-segunda-posicao-do-ranking-da-fifa.ghml>. Acesso em: 18 Ago. 2020.

<sup>8</sup> Na época em o artigo foi escrito, Lionel Messi ainda não havia conquistado nenhum título expressivo com a seleção principal do seu país, entretanto, em 2021, ele liderou a seleção argentina na final da Copa América, sendo campeão finalmente.

<sup>9</sup> Durante a Copa do Mundo de 2014, no Brasil, se machucou no jogo contra o Chile e ficou de fora da fatídica partida contra a Alemanha. Na Copa seguinte, na Rússia, machucou-se pouco meses antes da estreia, o que parece ter influenciado no seu desempenho abaixo do esperado.

<sup>10</sup> O episódio em que ele deixou sua recuperação física na França e veio se divertir no carnaval brasileiro, enquanto seus colegas disputavam jogos importantes, é um bom exemplo desse comportamento. Disponível em: <https://jovempan.com.br/programas/esporte-em-discussao/nao-e-a-situacao-ideal-diz-medico-sobre-neymar-curtir-o-carnaval-em-recuperacao-de-lesao.html>. Acesso em: 10 Ago. 2020.

<sup>11</sup> Entre as várias narrativas nessa direção, destacamos o texto publicado no portal *Lance*. Disponível em: [www.lance.com.br/futebol-internacional/meia-city-exalta-messi-maior-jogador-todos-tempos.html](http://www.lance.com.br/futebol-internacional/meia-city-exalta-messi-maior-jogador-todos-tempos.html). Acesso em: 10 Ago. 2020.



## BIBLIOGRAFIA

- Barthes, R. (1990). *O Óbvio e o Obtuso: Ensaio Crítico*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- Cabo, A. V. & Helal, R. (2011). "A Marca de uma Derrota: jornalismo esportivo e a construção do Maracanazo". In Helal, R., Lovisoló, H. R. e Soares, A. J. G. (Eds.). *Futebol, Jornalismo e Ciências Sociais: interações*. Rio de Janeiro: EdUERJ, pp. 95-114.
- Carvalho, C. A. (2009). "Sobre Limites e Possibilidades do Conceito de Enquadramento Jornalístico". *Contemporânea*, 7(2), pp.1-15. Disponível em: <https://portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneapcom/article/view%20Article/3701> Acesso em: 25 set. 2020.
- DaMatta, R. (1994). "Brasil: futebol tetracampeão do mundo". *Revista do Núcleo de Sociologia do Futebol*, pp. 7-12. Rio de Janeiro: EdUerj.
- Finger, C. & Oselame, M. (2013). "Entre a notícia e a diversão: um modelo nacional de jornalismo esportivo imposto aos programas locais". *Ciberlegenda*, 29, pp. 61-73.
- Finger, C. & Oselame, M. (2014). "Futebolização do esporte na televisão: compromisso com o jornalismo ou com os números de audiência?". *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 11(2), pp. 459-471. DOI: <https://doi.org/10.5007/1984-6924.2014v11n2p459>
- França, V. V. (2018). "David Luiz: valente, charmoso, bom moço". In França, V. e V. França, R. O. (Eds.). *Quem se Lembra da Copa 2014?: marcas e repercussões do acontecimento*. Belo Horizonte: PPGCOM/UFMG. pp. 126-129.
- França, V. V. (2006). "Sujeito da Comunicação, Sujeitos em comunicação". In Guimarães, C. e França, V. V. (Eds.). *Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano*. Belo Horizonte: Autêntica. pp. 61-88.
- França, V. V. & Simões, P. G. (2014). "Celebridades como Ponto de Ancoragem na Sociedade Midiatizada". *Famecos*, 21(3), 1062-1081. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/16397>. Acesso em: 26 ago. 2020. DOI: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2014.3.16397>
- França, V. V.; Silva, T. & Vaz, G. F. F. (2014). "Enquadramento". In *Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade (GRIS): trajetória, conceitos e pesquisa em Comunicação*. Belo Horizonte: PPGCom/UFMG. pp.82-85. Disponível em: <https://seloppgcom.fafich.ufmg.br/novo/publicacao/grupo-de-pesquisa-em-imagem-e-sociabilidade/>. Acesso em: 26 ago. 2020.
- Gitlin, T. (1980). *The Whole World is Watching: mass media in the making and unmaking of the new left*. Berkeley: The University of California Press.
- Goffman, E. (2012). *Os Quadros da experiência social: uma perspectiva de análise*. Petrópolis: Vozes.
- Helal, R. (2001). "Mídia, construção da derrota e o mito do herói". In Helal, R.,
- Soares, A. J. & Lovisoló, H. (Eds.). *A Invenção do País do Futebol: mídia, raça e idolatria*. Rio de Janeiro: Mauad. pp.149-162.
- Helal, R. (2014). "Mídia e idolatria no universo do futebol". In França, V. V., Freire Filho, J., Lana, L. & Simões, P. G. (Eds.). *Celebridades no Século XXI: transformações no estatuto da fama*. Porto Alegre: Sulina. pp. 127-158.
- Helal, R.; Cabo, A. & Silva, C. (2009/2010). "Pra frente Brasil!: comunicação e identidade brasileira em Copas do Mundo". *Esporte e sociedade*, 13. Disponível em: <https://periodicos.ufr.br/esportesociedade/article/view/48313>. Acesso em: 26 Ago. 2020.
- Helal, R. & Gordon, C. (2002). "A crise do futebol brasileiro: perspectivas para o século XXI". *ECO-Pós*, 5(1), pp.37-55. Disponível em: [https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco\\_pos/article/view/1155](https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/1155). Acesso em: 26 Ago. 2020. DOI: <https://doi.org/10.29146/eco-pos.v5i1.1155>
- Helal, R.; Mostaro, F. & Amaro, F. (2014). "Futebol-Arte e Consumo: as narrativas presentes na campanha 'Ouse ser brasileiro'". *Mídia e Cotidiano*, (4)4, pp.105-122. Disponível em: <https://periodicos.ufr.br/midiaequotidiano/article/view/9710>. Acesso em: 26 ago. 2020. DOI: <https://doi.org/10.22409/ppgmc.v4i4.9710>
- Helal, R. & Soares, A. J. (2003). "O Declínio da pátria de chuteiras: futebol e identidade nacional na Copa do Mundo de 2002". *XII Encontro Anual da Compós – Anais*, Recife. Disponível em: [www.compos.org.br/data/biblioteca\\_947.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_947.pdf). Acesso em: 26 ago. 2020.
- Houaiss, A. & Villar, M. (2001). *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva / Instituto Antônio Houaiss.
- Kessler, C. S., 2012. "Se é futebol, é masculino?" *Sociologias Plurais*, 1, pp. 240-254. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/scplpr/article/view/64807/37732>. Acesso em: 26 ago. 2020. DOI: <http://dx.doi.org/10.5380/scplpr.v0i1.64807>
- Lazarsfeld, P. & Merton, R. K. (1973). "Comunicação de massa, gosto popular e ação social organizada". In Cohn, G. (Ed.). *Comunicação e Indústria Cultural*. São Paulo, Editora Nacional. pp.230-253.
- Marques, J. C. (2010). "A função autor e a crônica esportiva no Brasil: representações da Copa do Mundo em alguns jornais paulistas e cariocas". *Logos*, 17(2). pp.39-50.
- Marques, J. C. (2008). "A literatura invade a grande área (a crônica durante as copas do mundo de futebol)". *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, 26(2), pp. 55-71.
- Mendes, A. M. (2019). *Metodologia para análise de imagens fixas*. Belo Horizonte: PPGCOM UFMG.
- Mendonça, R. F. & Simões, P. G. (2012). "Enquadramento: diferentes operacionalizações analíticas de um conceito", *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 27(79), 187-201. Disponível em: [www.scielo.br/pdf/rbcsoc/v27n79/a12.pdf](http://www.scielo.br/pdf/rbcsoc/v27n79/a12.pdf). Acesso em: 26 ago. 2020.
- Mezzaroba, C. & Pires, G. L. (2010). "O agendamento midiático-esportivo: considerações a partir dos Jogos Pan-americanos Rio/2007". *Logos*, 17(2), pp. 124-136.
- Morin, E. (1990). *Cultura de massas no Século XX – Neurose*. São Paulo: Forense Universitária.
- Oliveira, P. P. (2004). *A Construção social da masculinidade*. Rio de Janeiro: IUPERJ.
- Padeiro, C. H. S. (2015). O predomínio do entretenimento

no jornalismo esportivo brasileiro. Dissertação (Mestrado em Estudo dos Meios e da Produção Mediática) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo.

Panofsky, E. (2002). *Significado nas artes visuais*. São Paulo: Perspectiva.

Rojek, C. (2008). *Celebridade*. Rio de Janeiro: Rocco.

Sartre, M. (2013). "Virilidades gregas", in Corbin, A., Courtine, J. & Vigarello, G. (Eds). *História da virilidade: a virilidade em crise*. Petrópolis: Vozes. 17-70.

Silva, E. P. C., Silva, I. A., Zamoranno, M.P., Tuzzo, S.A. (2019). "Análise do discurso da campanha 'Um novo homem todo dia' da Gillette pela ótica da Opinião Pública". Comunicação e Marketing. *XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste-Anais*. Goiânia. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/centrooeste2019/resumos/R66-0155-1.pdf>. Acesso em: 26 ago. 2020.

Silva, T. & França (2017). "Jornalismo, noticiabilidade e valores sociais". *E-Compós*, (20)3, pp.1-21. Disponí-

vel em: [www.e-compos.org.br/e-compos/article/view-File/1398/948](http://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view-File/1398/948). Acesso em: 26 ago. 2020. DOI: <https://doi.org/10.30962/ec.1398>

Soares, J. P. F. et al, (2016). "O choro do capitão: notas sobre performatividades de gênero e masculinidades no futebol profissional". *Movimento*, 22(4), pp.1149-1161. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/Movimento/article/view/63205>. Acesso em: 26 ago. 2020. DOI: <https://doi.org/10.22456/1982-8918.63205>

Soares, J. P. F; Bartholo, T.; & Salvador, M. (2007). "A imprensa e a memória do futebol brasileiro". *Revista Portuguesa de Ciências do Desporto*, 7(3), pp.368-375. DOI: 10.5628/rpcd.07.03.368

Tuchman, G. (1978). *Making News: A Study in the Construction of Reality*. New York: The Free Press.

Vigarello, G. (2013). "Virilidades esportivas". In Corbain, A., Courtine, J. & Vigarello, G. (Eds.). *História da virilidade III: a virilidade em crise?* Petrópolis: Vozes. pp.269-301.



**Copa de 2018: Neymar, futebol e virilidade em narrativas de jornais**

**Coupe du monde 2018 : Neymar, football et virilité dans les récits journalistiques**

**The 2018 World Cup: Neymar, soccer and masculinity in journalistic narratives.**

**Pt.** O artigo analisa narrativas de jornais brasileiros sobre os cinco jogos disputados pelo Brasil na Copa do Mundo FIFA 2018, entre os dias 17 de junho e 07 de julho daquele ano. O objetivo é compreender o tratamento dado por essas mídias à relação entre futebol e virilidade, tendo na figura do jogador Neymar Junior a âncora analítica. O objeto empírico é constituído pelas capas dos jornais *Super Notícia*, *Folha de S. Paulo* e *O Globo*, líderes em publicação à época do campeonato. As textualidades jornalísticas veiculadas durante o período da Copa do Mundo de 2018 se apresentam como uma rica empiria, potencializando disputas simbólicas, acionamento de valores, ideais e estereótipos e a interlocução entre futebol e virilidade presentes no imaginário social. Para empreender a análise, utilizou-se um método de base semiótica semelhante ao método desenvolvido por Erwin Panofsky (2002). O procedimento contempla basicamente dois momentos: o primeiro, em que predomina a “objetividade”, considerando o tipo de objetividade possível de ser obtido em uma análise realizada por sujeitos históricos; e outro, mais subjetivo, no qual o analista faz uso das sugestões e redundâncias percebidas no primeiro momento, comparando-as com os dados de contexto (interno e externo à imagem), também levantados no primeiro momento. Como eixo teórico, foram acionadas discussões a respeito de virilidade, celebridade, enquadramento e mídia esportiva. Nas considerações finais, salienta-se que as características que definem um ídolo do futebol podem estar mudando na contemporaneidade. O surgimento e a consagração de novos ídolos e os valores que eles representam tensionam questões importantes nas relações entre futebol, mídia e sociedade. Destaca-se o imperativo da vitória no futebol-resultado, os vínculos do esporte com o nacionalismo e a relação dos ídolos com torcedores ou seguidores. É possível pensar que, no contexto contemporâneo, o público espera de seu ídolo outra coisa que não apenas liderança em campo e títulos, ou mesmo dignidade na derrota. É possível que eles não se identifiquem apenas com uma nação, mas também fortemente com um estilo de vida.

**Palavras-chave:** futebol, virilidade, Neymar, Copa do Mundo, seleção brasileira.

**Fr.** Cet article analyse le traitement journalistique des journaux brésiliens des cinq matchs joués par le Brésil lors de la Coupe du monde de football 2018, entre le 17 juin et le 7 juillet. L’objectif est de comprendre la place donnée par ces médias à la relation entre football et virilité, en ayant comme point d’ancrage la figure du footballeur Neymar. Le corpus est constitué des Unes des journaux *Super Notícia*, *Folha de São Paulo* et *O Globo*, qui étaient les plus diffusés lors de cette coupe du monde. Les discours journalistiques véhiculés pendant la période de la Coupe du monde 2018 constituent un riche corpus car ils exacerbent les disputes symboliques, mettant en confrontation valeurs, idéaux et stéréotypes. En outre, ils favorisent le lien entre football et virilité, déjà cristallisé dans l’imaginaire social. L’analyse a été menée à partir d’une approche sémiotique, sur le modèle de celle développée par Erwin Panofsky (2002). Notre méthodologie s’appuie sur deux axes : le premier, où prédomine l’« objectivité », considérant toutefois les limites de l’objectivité dans une analyse menée par un sujet historique ; et un deuxième, plus subjectif, où le chercheur part des points d’ancrage et des redondances perçus dans le premier moment, en les comparant aux données de contexte (internes et externes à l’image), également soulevées dans le premier temps. Le cadre théorique porte sur les discussions autour de la virilité, de la célébrité, du cadrage et des médias sportifs. En guise de conclusion, nous suggérons que les caractéristiques qui définissent aujourd’hui une star du football sont en plein changement. L’émergence et la consécration de nouvelles stars et les valeurs qu’elles représentent

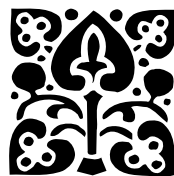


mettent sous tension des questions importantes dans les relations entre football, médias et société. Plusieurs points sont ainsi soulignés : l'impératif de la victoire dans les résultats du football, les liens entre sport et nationalisme et la relation entre les stars et les supporters. L'analyse suggère qu'aujourd'hui, le public attend autre chose des stars, au-delà du leadership sur le terrain et des titres, ou même de la dignité dans la défaite. En effet, le spectateur s'identifie non seulement à la nation, mais aussi et surtout à un style de vie.

**Mots clés :** football, virilité, Neymar, Coupe du monde, équipe nationale brésilienne.

**En** This article analyses Brazilian press narratives about the five games played between June 17<sup>th</sup> and July 7<sup>th</sup> by the Brazilian national team during the 2018 World Cup. Its main goal is to unpack the relationship between football and masculinity, as presented in the media and embodied by the case of Neymar. The corpus consists of cover pages of the three top selling newspapers at the time of the championship : *Super Notícia*, *Folha de São Paulo* and *O Globo*. Journalistic discourses in circulation during the 2018 World Cup constitute a dense corpus and highlight the symbolic disputes between values, ideals and stereotypes. Moreover, they shed light on linkages already existing in the collective psyche between soccer and masculinity. The analysis is based on a semiotic approach, similar to the one developed by Erwin Panofsky (2002). The methodologic process consisted in two main steps: a first "objective" step - considering however the limits of objectivity in an analysis conducted by a historically defined subject; a second more subjective step, consisting in comparing anchor points and redundancies with data extracted from the context (internal and external to the imagery), both identified in the first step of the analysis. The theoretical framework encompasses themes related to masculinity, celebrity, and story framing in sports media. As a conclusion, it is suggested that characteristics defining a soccer idol are currently evolving. The emergence and consecration of new idols are questioning traditional relationships existing between the spheres of soccer, the media and society. Various aspects are underlined: the obligation to bring victory to the team, the link existing between sports and nationalism, and the relationship between idols and sports fans. The analysis suggests that today's audiences expect more from idols than just leadership on the field, titles or a dignified attitude when losing. Indeed, audiences do not identify with the nation alone anymore but rather with a whole lifestyle.

**Key words:** soccer, masculinity, Neymar, World Cup, Brazilian national team.



# Compte rendu des matches de football dans la presse généraliste

VALÉRIE BONNET

Professeure  
Université de Toulouse III Paul Sabatier  
Directrice du LERASS  
France  
valerie.bonnet@iut-tlse3.fr



Le compte rendu de compétition constitue l'un des genres de textes les plus importants dans la culture sportive médiatique, et ceci tant dans le temps que dans l'espace : malgré la possibilité démultipliée de suivre celle-ci *in situ* ou par le truchement des médias, ce type d'articles, consubstantiel de la presse sportive, perdure. Il est l'objet qui occupe le plus la presse spécialisée<sup>1</sup>, et la presse généraliste n'est pas sans exploiter cette 'ressource sûre', – c'est même par son truchement que le sport est présent dans ses pages, à l'occasion des grandes compétitions des pratiques les plus populaires ou des grands événements sportifs (Derèze, 2009 ; Souanef, 2019). Mais paradoxalement, il est peu de textes académiques consacrés à l'écriture du compte rendu sportif, aux contours de ce genre en tant que tel. La plupart sont des monographies dévolues aux figures de journalistes sportifs et des grandes figures du sport, au traitement de celui-ci dans la presse populaire (Souanef, 2019) ou régionale, à la presse spécialisée (voir Combeau-Mari, 2010), aux grandes compétitions (Tétard, 2015). Ces travaux traitent des rapports de la presse au système des sports, au traitement du phénomène sportif dans ses diverses dimensions (enjeux politiques et sociétaux) et acteurs et événements (athlètes, compétitions).

Nous appuyant sur les outils des sciences du texte, nous allons nous attacher à décrire la textualisation de la compétition sportive. Pour ce faire, nous avons choisi

## Pour citer cet article

### Référence électronique

Valérie Bonnet, « Compte rendu des matches de football dans la presse généraliste. Entre gestion de l'incertitude et refus de positionnement », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne], Vol 10, n°2 - 2021, 15 décembre - december 15 - 15 de dezembro.

URL : <https://doi.org/10.25200/SLJ.v10.n2.2021.437>

si de travailler sur les rencontres de football, celles-ci occupant le haut de l'affiche, en raison de la grande popularité de ce sport et d'extraire notre corpus de la presse généraliste. En effet, si l'on se réfère à la notion de généricité développée par Adam & Heidmann (2009 : 11-22), qui met en évidence la gradualité de l'appartenance aux classes textuelles et discursives, on peut considérer que les différents gradients d'appartenance des comptes rendus sportifs sont imputables à la spécialisation et au positionnement des organes de presse proposant ce format<sup>2</sup>.

En raison d'une non-participation à l'hétéronomie du champ sportif (Bourdieu, 1997), les comptes rendus de la presse généraliste nationale en constitueraient le gradient neutre<sup>3</sup>. Plus spécifiquement, nous avons choisi le journal *Le Monde* en raison de sa relative indifférence à l'égard du phénomène sportif, indifférence qui se traduit par des fluctuations dans la couverture de celui-ci (Souanef, 2019 : 82), mais aussi parce que sa position de journal de référence nous permet d'envisager ce traitement comme une forme de médiane<sup>4</sup>.

A été sélectionnée une compétition d'un empan sociétal suffisamment important pour être traitée dans le quotidien du soir, et dont les relations intergroupes permettent de faire jouer à plein les logiques d'opposition structurales caractéristiques des discours sur le spectacle sportif (Pociello, 1998 : 164)<sup>5</sup>. Nous avons donc choisi de travailler sur ces feuillets médiatiques (Petiot (2003) ; Revaz (2008)) que constituent les parcours européens des clubs français de football<sup>6</sup>.

Nous appuyant sur les outils des sciences du texte et du discours, nous nous sommes attachée à décrire la textualisation de la compétition sportive par un relevé systématique exemplifié dans cet article par quelques citations représentatives. Cette analyse systématique a fait émerger les trois dimensions qui structureront cet article : argumentative, rhétorique et narratologique.

Cette étude portera sur deux niveaux :

- Le niveau local du match, en tant qu'étape de la compétition, méso-récit enchâssé dans le macro récit de celle-ci (Derèze, 2009 : 94)<sup>7</sup>,
- Le niveau global qui suppose une forme de textualisation feuilletonnée, car *in fine*, le compte rendu même s'il peut être lu indépendamment, ne prend pleinement son sens au sein du feuilleton plus large (Revaz, Pahud, Baroni, 2007 : 66 ; Revaz, 2008 : 1430).

Ce dispositif nous permettra de percevoir également comment le journaliste répond à la « double

contrainte de l'intérêt et de la cohérence [qui] débouche sur une tension entre clôture de la narration quotidienne et ouverture du récit sur le futur » (Revaz, Pahud, Baroni, 2007 : 73). Ceci nous amènera de surcroît à traiter ce corpus de manière paradigmatique (les thématiques et poétique des comptes rendus) et syntagmatique (le feuilleton de la compétition). A cette approche tournée vers la dimension narrative du compte rendu, il convient d'associer une approche centrée sur ses aspects analytiques, focalisée sur l'évaluation.

Donc, après avoir abordé ce type de textes en tant qu'il est le lieu de l'évaluation comme de la narration de l'action sportive, nous porterons la focale sur le traitement de la valeur tant morale que sportive des clubs. Le traitement de celle-ci est chargé d'une forte dimension projective (la valeur et les valeurs d'un club permettant de gérer l'incertitude, d'envisager l'avenir au regard des leçons du passé), nous achèverons ce travail sur la question de la feuilletonisation.

En d'autres termes, après avoir exposé la constitution du corpus, nous aborderons celui-ci sous les angles rhétoriques – montrant qu'il repose sur les mécanismes et formes du discours épideictique –, argumentatifs – soulignant que le récit comme l'analyse du match sous-tendent une argumentation non convergente (Plantin, 2016 : 170), et narratifs – révélant les mécanismes de construction d'une macro-narration.

La presse ne constituant pas tant un moyen de découvrir les matches, retransmis par les médias audiovisuels, qu'un lieu accès à leur analyse (Tétart, Moneghetti, Wille, 2007), nous montrerons que cette configuration donne une autre fonctionnalité au compte rendu : rééquilibrer les chances des adversaires afin de susciter l'envie de voir les rencontres à venir.

---

#### DESCRIPTIF DU CORPUS ET DU DISPOSITIF

---

Afin de traiter de cette feuilletonisation, nous avons choisi de ne retenir que les compétitions européennes qui ont vu un club français parvenir en finale. Ce choix offre un corpus opératoire en termes de feuilletonisation : il permet en effet de suivre le parcours d'une équipe sur la durée d'une saison, incluant les aléas et les tensions inhérents à la compétition. Nous avons extrait de ce corpus les vainqueurs (OM 93), afin de neutraliser les variables, i. e. faire en sorte que le feuilleton soit le même au regard du traitement de la finale, notamment au regard des stratégies de cimentage<sup>8</sup>. Ce sont donc les campagnes des finalistes des compétitions européennes (C1, C2, C3<sup>9</sup>) que nous traiterons ici :

Année	Equipe	Nombre d'articles	Compétition	Notation	Nombre moyen de signes
1955-56	Stade de Reims (SR)	5	C1	(56)	179
1958-59	Stade de Reims	7	C1	(59)	296
1975-76	ASSE	8	C1	(76)	482
1977-78	SC Bastia (SCB)	8	C3	(78)	716
1990-91	OM	8	C3	(91)	857
1995-96	Girondins de Bordeaux (GB)	8	C3	(96)	1198
1996-97	PSG	8	C2	(97)	693
1998-99	OM	10	C3	(99)	709
2003-04	OM	6	C3	(04)	720
2017-18	OM	4	C3	(18)	1027

Les articles retenus pour le corpus sont ceux qui dépassent les simples dimensions factuelles (chiffres, joueurs impliqués), et qui adoptent une approche narrative du match selon des modalités d'écriture influencées par la littérature, caractéristique du journalisme « à la française » (Souanef, 2019 : 39-40).

Cet ensemble constitue un total de 72 articles : la variation dans leurs nombres est à imputer à la couverture aléatoire de ces compétitions, conséquence de la hiérarchisation de l'information sportive, mais aussi générale, le sport constituant souvent une variable d'ajustement dans l'économie du quotidien du soir, comme signalé plus haut. Le centre de gravité de la couverture est autour de 8 articles. En termes de longueur, on constate une augmentation progressive du nombre de signes avec une stabilisation autour de 700 signes. Ce corpus est cohérent, puisque sont retenus tous les matches narrés et appartenant à la même compétition. Ce choix nous permet une représentativité quantitative et qualitative autorisant la production d'une analyse objectivable, fondée sur un échantillonnage significatif (le corpus permet de saisir une feuilletonisation complète) et représentatif (les textes sont porteurs des dimensions spécifiques et caractéristiques de ce que présuppose le terme de *compte rendu*, (« rapport détaillé sur une œuvre artistique, un ouvrage, un événement. » (TLFi), au sens où ils 'rendent comptent' du match, de la compétition, des résultats et des enjeux, et sont extraits de la rubrique « sport », étiquetage qui les fait appartenir au genre<sup>10</sup>) mais qui demeure analysable sans l'assistance d'outils textométriques.

Se pose cependant la question des auteurs. Nous postulons que les techniques d'écritures journalistiques sont relativement homogènes, en raison du genre même de l'exercice, mais aussi de la position

de méga-énonciateur (Gaudreault, 1989 : 115) que l'on peut associer à un journal.

## 2. L'ÉPIDICTIQUE : POINT DE VUE COLLECTIF ET ABSENCE DE POINT DE VUE

Le discours sur le sport est double : il prône tout autant l'efficacité et la performance que les valeurs associées à la pratique sportive (voir Bonnet, 2011). C'est pour ces raisons, mais aussi parce que le compte rendu constitue une parole publique, qu'il semble être le lieu privilégié du genre épideictique, en particulier quand une équipe porte tous les espoirs d'un groupe social.

Discours de louange et de blâme, l'épideictique met en valeur les qualités et manquements dans une perspective prospective :

« il ne s'agit pas d'argumenter sur un passé ratifié mais d'en tirer parti pour verbaliser l'ici et le maintenant. Partant, ce qui est dit s'applique d'abord à rendre le présent cohérent, et vise, par suite — en conjecturant ce qui doit (ou devrait) arriver, ce que tous attendent — l'inspiration d'actions futures. » (Nicolas, 2009 : 116)

La gestion de l'incertitude d'une compétition repose en effet sur des mécanismes similaires : sont évoqués les faits passés (actions, résultats) permettant d'effectuer des conjectures sur les contingences d'une saison sportive. A ce point près qu'à la différence de l'orateur épideictique aristotélicien qui a barre sur la Cité, le journaliste sportif n'est pas l'entraîneur. Il n'est qu'un intermédiaire, un témoin impuissant des actions



qu'il tente de conjurer par ses analyses, un récepteur, comme le soulignent Revaz, Pahud et Baroni (2007 : 76). S'il peut rendre le présent cohérent, il ne peut donner des impulsions aux actions futures ainsi que l'objective l'orateur dans la cité grecque<sup>11</sup>; ces conjectures relèvent donc d'autres mécanismes, ceux de la feuilletonisation (voir 4.). L'inscription du compte rendu de compétition dans le genre épideictique trouve davantage sa justification dans la poétique journalistique, dans les manifestations structurelles et thématiques ainsi que dans les mécanismes démonstratifs. Ce sont les dimensions formelles de l'épideictique – l'amplification, les exemples héroïques (*exemplum* latin) et le régime de la preuve par l'évidence – que nous allons aborder par le truchement des du traitement des métaphores, des joueurs et du public.

## 2. 1. Dimension pragmatique : l'amplification

Sur le plan de la forme, le genre épideictique se caractérise par des logiques d'amplification (Nicolas, 2009). La récurrence des adjectifs laudatifs et des hyperboles (*exceptionnel* (56, 99, 04, 76, 78, 95, 04, 18), *débauche d'énergie* (76, 99), *impérial* (76, 78), *impitoyable* (76), *des buts somptueux* (04)) est de celles-ci :

« Le public du Parc des Princes (trente-cinq mille spectateurs pour 22 millions de recette), qui l'encouragea follement, y a beaucoup aidé. Dans cette ambiance familière les Rémois ont retrouvé tout leur panache et pendant la majeure partie de la rencontre, ont dominé dans tous les compartiments du jeu, une formation qui n'avait plus le mordant, la puissance et l'efficacité qu'elle avait montrés à Berne sur son terrain. » (59)

Le lyrisme de certains commentaires, la référence aux valeurs sportives est alors associée à des métaphores héroïsantes :

« Des anticipations d'Aboulaye Meïté aux dribbles de Camel Meriem, en passant par l'abnégation de Mathieu Flamini, cette équipe a confirmé qu'elle pouvait se sublimer dans les grandes occasions. » (04)

Selon une attente du genre (voir Bonnet, 2010), on note les métaphores artistiques (*maestria* (04), *ballet* (99), *solistes* (04), *artistes* (56, 78, 95, 97, 99, 04), *virtuose* (91), *trompe l'œil* (78, 91, 97, 04), mythiques (*légende* (97, 18), *mythe* (97), *idole* (76, 97,18), *déicide*, *sublimer* (95), *gloire* (78, 91, 95,99), *tragédie* (95, 18), *panthéon* (97), *crucifixion* (91)), mais surtout guerrières (*des escarmouches* (76), *la campagne de Crimée* (76), *soldats* (95), *raid* (78), *assaut* (78)) ou cynégétiques (*jeunes loups*, *repaire*, etc. (76)), ces métaphores étant souvent filées :

« Ensuite la résistance, un interminable corps-à-corps, une vaillance de poilus, lorsque le terrain (jeu) devint champ (bataille). » (95)

Si les métaphores artistiques visent à souligner l'esthétique du jeu, d'autres (métaphores cynégétiques et guerrières) mettent en exergue le schéma d'affrontement que constitue une compétition sportive, les métaphores mythiques tendant de l'héroïsation des acteurs. La comparaison, y compris la comparaison avec le parangon, vient compléter l'arsenal formel du genre :

« Sans doute avait-il raison : quinze ans après le match de Glasgow entre Munichois et Stéphanois, rien ne semble devoir empêcher l'OM d'être le quatrième club français à disputer une finale Coupe d'Europe après Reims, Saint-Etienne et Bastia (Coupe de l'UEFA en 1978). » (91)

Changeant en raison de l'histoire et des performances des clubs français (Reims, Saint Etienne), le statut de parangon peut être attribué en raison de qualités intrinsèques (Ajax d'Amsterdam, FC Bayern) ou extrinsèques, i. e. la situation (disputer un match dans les mêmes conditions, par exemple en finale contre le FC Bayern).

Cette batterie d'éléments qui participe aux logiques d'amplification ne constitue pas un simple ornement, mais une forme d'argument en tant qu'elle est l'expression d'une émotion présentée :

« par le biais de l'amplification, l'orateur épideictique fait «reconnaître» à son auditoire des types humains hautement valorisés ou hautement dévalorisés, des valeurs communément admises ou communément rejetées (Ou, en tous cas, des types humains ou des valeurs présumés tels), et que c'est cette «reconnaissance» qui, à travers un processus d'évocation indirecte, provoque une intensité, de l'adhésion ou du rejet, dont les effets sont sans doute émotifs, mais dont les causes profondes participent de la cognition. » (Dominicy, 1995 : 175)

## 2. 2. Le contenu topique : les joueurs

Le genre épideictique est celui de la mise en scène des modèles et des contre-modèles :

« [il s'agit] rhétoriquement de rendre compte, ou plutôt de confirmer ce qu'il faut pour « faire » : un homme, un citoyen, un héros . . . , d'en actualiser la définition, en soulignant la présence symbolique d'un sens qui témoigne,

par effet de reconnaissance et de distinction, de l'existence d'une communauté. » (Nicolas, 2009 : 119).

Si la dimension collective est soulignée, les aspects individuels ne sont pas totalement évacués, celle-là pouvant même renvoyer à ceux-ci :

« la passion, des belles actions collectives, la réussite de Philippe Vercauteren (trois buts), l'éternelle fraîcheur Jean Tigana (auteur d'un but sur un tir à vingt mètres) et l'enthousiasme vivifiant d'un Basile Boli entamant une danse du ventre après avoir marqué de la tête le sixième but. » (91)

En effet, la construction narrative fondée sur l'enchaînement des actions met en avant un groupe, mais aussi, un joueur dont les actions décisives permettent de produire des figures de héros :

« Kopa fit une partie étourdissante de brio, mais le meilleur homme sur le terrain fut sans doute le demi-centre rémois Jonquet, qui « musela » le plus dangereux des attaquants écossais, l'international Reilly. » (56)

L'évaluation des qualités sportives et de sportivité convoque l'évocation des sacrifices individuels, le recours aux références mythiques (la vengeance du père, la qualification de héros, le jeu malgré la blessure) comme la valorisation de la fidélité à la ville et au club. Le statut de modèle n'est pas l'apanage des seuls joueurs et équipes français (« les irrésistibles jeunes loups ukrainiens » ou la louange de l'esprit collectif de l'équipe d'Eindhoven) :

« Splendides de relâchement, les artistes du Real ont gagné ce match sans donner l'impression de forcer, marquant deux buts qui portent la marque de leur virtuosité individuelle. » (04)

Outre plusieurs références à des parangons comme R. Kopa, notre corpus comprend divers mini-portraits (de F. Beckenbauer, Ronaldo, D. Drogba, Ricardo, R. Pires, A. Köpke, ...) <sup>12</sup>, genre textuel caractéristique du style épictique, en ce qu'il traite des qualités physiques et morales, « éthiques et esthétiques » (Nicolas, 2009 : 120), sportives et personnelles.

L'exemplarité montrée, y compris chez l'adversaire, est un des traits de l'éthos de l'*oratio* épictique, mais aussi une stratégie de crédibilisation des propos et de généralisation (potentielle ?) de ceux-ci :

« l'orientation stratégique du genre épictique consiste à éviter au maximum l'engagement du propos comme opinion, comme " point de

vue " dont la survenue laisserait ouvert l'espace du débat autant que du dialogue, et rendrait impossible, par le retrait du crédit lié à l'identification d'une position située, l'épuisement du sens dans l'acte de profération. » (Nicolas, 2009 : 131)

### 2. 3. La voix du collectif : la preuve externe

Au regard des attentes topiques, le compte rendu réfère souvent à des célébrations collectives (cf. Bonnet, 2007), à l'engagement de la ville dans ses multiples dimensions, aux manifestations de participation (ferveur, passion) (cf. Loraux, 1981), souvent caractérisées par une formulation métonymique (« Milan s'est tue », « l'OM s'est offert une soirée comme la ville les aime » (18)) :

« Jamais une ville française ne s'est autant identifiée à son équipe de football, au point d'enrubanner de vert les avenues, voitures ou vitrines et de cesser pratiquement toutes activités dans les usines les après-midi précédant les matches. Rarement une simple rencontre de football n'aura autant mobilisé tous les moyens d'informations, rempli les hôtels à près de 100 kilomètres à la ronde et réuni autant de familles devant les récepteurs de télévision. » (76)

La mention de l'engagement matériel (moyens de transports comme l'affrètement d'autocars, de charters), économique (achat malgré le prix des billets), ou émotionnel (la ferveur populaire si souvent évoquée), montre que l'affrontement entre les équipes est aussi une bataille de chiffres (spectateurs présents ou non) ou, du moins, d'intensité (engagement dans le chant des hymnes). Mais celle-ci ne ressort pas tant à la masse de l'évènement (voir Bonnet et Boure, 2008, suivant A. Moles, 1972), qu'à une forme d'arbitrage. L'épictique fonctionne en effet par « un effet d'évidence » (Danblon, 2001 : 46) (« la présence de supporter venait le démontrer » (76)), qui ne repose pas sur le dire, la démonstration, mais la monstration. La jauge de remplissage, le soutien débordant (ou non) à l'équipe, le départ précoce du stade, bref, le comportement des spectateurs, devenus les arbitres du spectacle sportif, constitue une forme de preuve extérieure reposant sur l'autorité du plus grand nombre, sur le prestige du consensus majoritaire :

« Toute rancune ravalée, la foule du parc Lescurie applaudit ensuite avec élégance Lothar Matthaus, le capitaine allemand, lorsqu'il s'enhardit, à la tête de ses troupes, à effectuer un tour d'honneur, brandissant cette raflée au nez des Girondins. (95)

À ce moment-là, pourtant, Torino avait pris le match en main et semblait devoir s'imposer par son expérience, sa maîtrise et son jeu collectif. À Furiani, décidément, ce mercredi, dans la bonne humeur, on pouvait entendre : « Rien à dire, Torino a une classe de plus que nous. » (78)

La construction d'un orateur sans point de vue<sup>13</sup>, caractéristique du discours épideictique (Nicolas, 2009), trouve dans la logique de monstration une prolongation de deux spécificités du compte rendu : la dimension projective d'identification supporteriste qui doit être la plus large possible<sup>14</sup> et la dimension tensives, qui doit laisser ouvertes toutes les possibilités, et laisser la responsabilité du pronostic au lecteur.

---

### UNE INDÉCIDABILITÉ DE VALEUR ET DES VALEURS

---

Discours démonstratif, à valeur éthique et esthétique, exempt de point de vue partisan, le discours épideictique souligne la valeur de l'équipe adverse au même titre que celle du club français. En ceci, il correspond également à la posture distanciée d'une presse hétéronome au champ sportif.

#### 3. 1. De l'explication à l'argumentation ... justificative

Louer les qualités de l'ennemi répond à une stratégie d'écriture journalistique : cela permet de rehausser le statut de l'équipe française en cas de victoire ou de justifier la défaite, voire même de générer « un sentiment d'appartenance et de préparer, par-delà la débâcle et l'humiliation, une mise en mouvement mimétique de tous et de chacun » (Nicolas, 2009 : 130), ainsi que le fait le discours épideictique :

« Par opposition aux Soviétiques, recroquevillés en défense et donc sans cesse exposés aux vagues d'attaques adverses, les footballeurs du P.S.V. Eindhoven se sont distingués par leur esprit offensif et une meilleure occupation du terrain. » (76)

La dimension analytique qui glisse naturellement vers l'explication, pilier du compte rendu, peut en effet tendre à la démonstration sur les raisons des résultats sportifs ou des enjeux à venir<sup>15</sup> :

« À défaut d'avoir su trancher ou contourner les rangs serrés des footballeurs écossais, les Stéphanois ont eu au moins le mérite d'exercer sur eux une pression continue avec l'appui sans réserve de défenseurs comme Piazza ou Farizon. Le bilan des corners (12 contre 0)

reflète d'ailleurs bien la domination du club français. » (76)

Le recours à l'argumentation justificative (Plantin, 2016 : 218)<sup>16</sup> est assez fréquent :

« Fontaine, qui ne réussit certes pas de but, mais harcela sans cesse la défense helvétique et favorisa ainsi la tâche de ses coéquipiers moins surveillés. » (58)

« L'équipe d'Alain Perrin s'est montrée plus dangereuse que son adversaire, a fait jeu égal au milieu du terrain et ne s'est jamais laissé intimider devant cet assemblage de curriculum vitae tous plus prestigieux les uns que les autres. Mais les bonnes intentions n'ont pas suffi. » (04)

Le changement de focale induit par le passage de l'analyse du méso-récit à celle du macro-récit permet de constater que le principe de neutralité, qui conduit à pointer les fautes et les faiblesses de jeu des Français, est abandonné à l'occasion de la finale. Les formulations produisent alors un cadrage caractérisé par le passage d'un schéma explicatif, qui est celui de l'expert, à un schéma argumentatif, qui suppose un rapport d'équivalence au lecteur<sup>17</sup>.

#### 3. 2. Ethique et esthétique du jeu : ambigüité axiologique

Les structures argumentatives, concessives (« toutefois » (59), « il convient de » (76), « force est de constater » (76), « sans vouloir mésestimer » (76), « Il n'en reste pas moins » (78) « Il est vrai » (91), les occurrences de *certes*), les contradictions, révèlent un certain flottement dans la caractérisation de ce qui constitue les qualités d'une bonne équipe ou d'un beau match. Il est pourtant des diagnostics experts, matérialisés par l'évaluation de la qualité du jeu. Celle-ci repose sur le croisement des dimensions éthiques (sportivité) et esthétiques, ce que l'on appelle *le beau jeu* (« pratiquer le jeu vif et inspiré qui pouvait surprendre la défense renforcée des Écossais » (76)), pendant sportif des valeurs en ce sens qu'il ne vise pas le seul résultat, mais aussi la manière de jouer (cf. Bonnet, 2011) :

« En fait, Marseille et Saint-Etienne se rejoignent sur le terrain de la passion, mais diffèrent sur un point essentiel. Alors que la progression des « verts » tenait parfois de l'héroïsme besogneux, celle des Marseillais résulte à l'évidence d'une programmation de longue date, pour le club comme pour la ville : l'OM doit gagner la Coupe d'Europe et Marseille sera son complice. » (91)

« Plus agressifs, meilleurs techniquement, plus « vicieux » aussi, ce qui, à ce niveau, est un atout nécessaire, les coéquipiers de Jorge Costa ont imposé leur jeu et fait preuve d'une solidité impressionnante. » (04)

La précision que des adjectifs à valence négative (*vicieux*, ici modalisé par les guillemets) peuvent constituer un atout que la force des choses impose, les propos oxymoriques (« héroïsme besogneux »), les antithèses (se contenter de priver l'adversaire de ballon, mais le faire avec technique), les restrictions dans les jugements portés (« un match qu'ils méritaient de gagner avant les tirs aux buts » (91)) construisent un discours ambivalent. Des adversaires « athlétiques, généreux mais peu inventifs » s'opposent « à la technique et l'organisation », « un travail monocorde » de ceux-ci pousse les français à prendre des risques, « la fougue des britanniques » (76) s'oppose à un plan de bataille très bien préparé :

« La folie et la sagesse. Telles ont été les deux vertus bordelaises en cette soirée de rêve. Folie de onze présomptueux qui ont emballé la rencontre, osant tous les gestes de leur jeune culot, usant peu à peu une défense réputée inusable. Sagesse aussi ne pas se ruer aveuglément, puis défendre sans affolement l'acquis. » (96)

Ces ambiguïtés et ambivalences sont caractéristiques du discours médiatique sur le sport, qui oscille entre valorisation du beau jeu et de l'efficacité. Si dans le cas du commentaire télévisuel (voir Bonnet, 2011), il s'agit de tenir un discours à multiple niveaux de lecture induit par l'indifférenciation technique de la télévision (Boullier, 1998) ; ici, ces équivoques sont plutôt le fait de l'extranéité du *Monde* au champ sportif.

En effet, comme signalé plus haut à propos de l'effet d'évidence (2.3.), le mécanisme du compte rendu se caractérise par un déport sur le lecteur de la responsabilité évaluative. Ainsi, être capable de saisir sa chance appartient aux qualités sportives, sans pour autant correspondre aux caractéristiques de la sportivité :

« Patrice Loko, personnage complexe mais joueur généreux et attaquant opportuniste, a fait le reste. » (97)

On note ainsi l'ambiguïté de la valence attribuée à des termes comme *habileté*, *heureux*, *saisir sa chance*, *culot*, *opportuniste* qui constituent des nœuds où s'opposent les valeurs du sport entre réussite et sportivité, maîtrise du jeu et chance, valeur personnelle et coup du destin. Si la spécialisation permet à une certaine presse de déroger à la règle de neutralité, ou à celle du positionnement en faveur du beau jeu au détriment de l'efficacité, il n'en est pas de même pour un organe

généraliste, beaucoup moins contraint par les clubs que par le lectorat, ainsi que le retrace F. Simon (2002) dans son analyse du journalisme sportif au *Monde*.

#### 4. FEUILLETONISATION DE LA COMPÉTITION

La dimension analytique est au service d'une feuilletonisation, i. e. d'une mise en macro-récit de l'ensemble de méso-récits que constitue le parcours d'une équipe en compétition (souvent qualifié dans le corpus du lieu commun d'*épopée*).

En effet, l'analyse s'appuie le diagnostic et le pronostic, alimentant la dimension thymique (émotionnelle), caractéristique du récit à suspens. Cette dimension thymique réside moins dans le méso-récit du match que dans le micro-récit des actions. Mais elle est également générée par la tensivité (caractéristique du suspens), qui est, elle, inhérente au macro-récit. De fait, la nécessité de créer une macro-structure narrative se matérialise 'également' par le diagnostic et le pronostic :

« Nous accorderons notre confiance aux Rémois. Depuis le début de la saison en effet ils ont tout sacrifié à cette épreuve : championnat et coupe de France. Contre Voros Lobogo et Hibernian ils ont fourni des exhibitions dignes des plus grandes formations. Il n'y a pas de raison que cela ne se reproduise pas ce soir. Les organisateurs ont en outre décidé que le vainqueur serait qualifié pour la coupe d'Europe 1957, ce qui est logique et peut apporter un doping supplémentaire. En cas de résultat nul, la deuxième édition du match se déroulerait à Madrid. » (56)

« Il reste à savoir si, avant le mois mars et les quarts finale, il saura bâtir une équipe que son président rêve toujours finaliste la Coupe d'Europe. » (91)

Les calculs de probabilité qui avancent des arguments positifs (« nous gardons notre confiance », « il n'y a pas de raison ») ou négatifs (« reste à savoir ») s'appuient sur des éléments de l'expérience du club ou des joueurs (la mémoire des joueurs/du club, la saison passée, le début de saison) constituant des synthèses configuratives intermédiaires (comme dans l'exemple de 1956), caractéristiques des stratégies dites *de cimentage*.

##### 4. 1. La mémoire interdiscursive

La mémoire interdiscursive (Moirand, 2007) sportive permet de dresser une logique de continuité



et de créer le macro-texte de la compétition ; De surcroît, elle permet non pas de surmonter l'incertitude, mais de la produire : en effet, le processus de lecture passe par des logiques de diagnostic, de pronostic, mais aussi, de recognition (Baroni 2011 : 62). Celle-ci, créatrice de surprise, s'appuie sur des phénomènes de comparaison avec des schèmes d'actions connus, reconnus, ou suggérés (ici, par les journalistes ; c'est le rôle des statistiques, des appels à l'histoire, etc.), particulièrement à l'œuvre dans le compte rendu de match :

« Seize minutes après le coup de sifflet initial, Jean-Michel Larqué réussissait sur coup franc le même genre de but que contre Dynamo de Kiev, quinze jours auparavant. Pourtant, le score allait en rester là. » (76)

« C'est durant cette seule période que l'on a pu croire que le match serait relativement équilibré, une équipe attaquant, l'autre défendant, et que la qualification se jouerait, comme à l'habitude, au match « retour ». C'est en fait tout le contraire qui s'est produit et, malgré leur puissance physique, les Allemands ont peu à peu lâché pied, laissant de plus en plus de liberté d'action à leurs adversaires. » (78)

Ici, la recognition, permet de créer la surprise, non par la mention du résultat (qui est souvent dans le titre), mais par celle du déroulé de l'action. Ainsi, le coup franc qui a provoqué la victoire précédente n'assure pas celle-ci lors de la rencontre suivante (76), la qualification qui se joue habituellement au match retour, se jouera au match aller (78).

La mémoire interdiscursive et l'intertexte du feuilleton médiatique permet également de générer des calculs interprétatifs plus ou moins fiables, sans pour autant se livrer au pronostic, ambiguïté qui autorise la génération de l'incomplétude narrative et la tensivité :

« Aucun club tenant du trophée de la Coupe des coupes n'a réussi jusqu'alors à le conserver. Mais le Paris européen ne s'arrête pas à cette gloriole statistique. Il se targue de bien jouer au football, d'emballer la machinerie vétuste des jours de championnat. » (97)

Ces calculs, qui portent sur les joueurs, les palmarès, les compétences respectives, les dernières performances en date, les configurations, le jeu, peuvent être indirects, en ce sens qu'ils reposent non seulement sur le parcours du club, mais aussi sur celui de son adversaire :

« le club phocéen doit non seulement remporter ses deux prochains matches - mercredi

26 novembre contre le Real Madrid et mardi 9 décembre au Partizan Belgrade -, mais il doit également espérer que son rival le plus direct - le FC Porto - ne gagne aucune de ses deux dernières rencontres. » (04)

L'intertexte peut reposer sur les exploits des adversaires ou sur ceux des équipes françaises dans d'autres contextes à une distance temporelle plus ou moins longue, produisant parfois des calculs interprétatifs, fondés sur des statistiques d'une rigueur toute relative :

« Toutefois, le P.S.V. Eindhoven n'a pu marquer à Saint-Étienne. Si les champions de France marquent un but au match retour, il faudrait alors que les Néerlandais battent trois fois Curkovic pour se qualifier. Plutôt que de vouloir défendre à tout prix leur mince avantage, les Stéphanois auront sans doute intérêt à chercher à marquer au moins un but. » (76)

L'introduction d'une vision nouvelle dans une situation habituelle, que l'intrigue soit artificielle (mise en place par un journaliste qui construit, contre toute probabilité, la possibilité de l'émergence d'un *challenger*) ou naturelle (un retournement de situation imprévu, la victoire du *challenger*), produit ce que R. Baroni appelle un *pathos temporel* (le suspens) et un *pathos narratif* (Baroni, 2011 : 56) (qui découle de l'écart entre le connu et son alternative, ce qui aurait pu arriver, présent notamment dans les commentaires conclusifs) :

« Beaucoup ont imaginé avec regret la tournure qu'aurait pu prendre la finale si l'équipe stéphanoise avait pu se présenter au complet, avec ses pièces maîtresses que sont Farizon, Syaagehel et Rocheteau. » (76)

Ce pathos narratif repose sur un contrefactuel, argument permettant de « suggérer contre tout fatalisme, l'indétermination des faits et de leurs enchaînements, l'improbabilité, la contingence des séquences « historiques » » (Angeot, 2020).

En sus de la dimension contrefactuelle, il convient de mentionner un autre type d'intertextes : les motifs. Ces syntagmes narratifs stéréotypés, en partie instantiés par des *topoi* (Rastier, 1987) constituent des éléments de mise en intrigue. A la différence de l'intertexte footballistique qui repose sur des données factuelles, liées aux schémas d'action reconnus, les motifs reposent sur des qualités censées être inhérentes aux équipes (ainsi le PSG présenté comme le petit Poucet du football français n'est plus très actuel). On peut aisément repérer dans notre corpus les grands motifs du commentaire sportif, dénombrés par Cominsky et

al. (1977) : l'impavidité et l'imprévisibilité de la jeunesse (celle du PSG), le vieux briscard plein d'expérience et de ruse (le FC Bayern), la force extérieure (comme le temps pour le SCB), l'environnement, la chance (la malédiction de l'ASSE, celle de l'OM), le public (le poids des supporters de l'OM), l'histoire (la tradition de ce club corpo qu'est le PSV Eindhoven, l'Ecosse considérée comme le berceau du football, le FC Barcelone présenté comme un club historique), la reconstruction (le football français assimilé à un phénix), la revanche (le fils gagnant contre une équipe qui a défait son père). En produisant des cadrages contradictoires, l'agencement des motifs permet de garder les interprétations ouvertes (la fougue de la jeunesse vs l'expérience des vieux briscards, la malédiction du club vs le baroud d'honneur, la revanche vs la tradition footballistique), de créer des schémas d'action potentiels<sup>18</sup>. Ces motifs peuvent varier pour une même équipe ; ainsi, le palmarès des GB permet d'exploiter le motif du cheval de retour, du miraculé, mais aussi celui des heureux hasards :

« Pour mettre l'équipe à l'abri d'un retournement situation, la propulser définitivement vers la dernière étape de son ascension, il fallait un supplétif digne de cette épopée girondine, faite d'heureux hasards et de volonté farouche. Ce fut Didier Tholot, un quasi-miraculé, comme l'équipe elle-même. Gravement blessé pendant l'été dans un accident la route, il n'a pas participé à l'automne européen avec ses coéquipiers. Il a même cru sa carrière terminée avant se lancer dans une douloureuse rééducation. » (96)

Le motif peut aussi être attaché à l'équipe adverse, produisant des motifs de situation. C'est de manière patente dans notre corpus, le topos de la finale disputée contre le FC Bayern, et de la défaite romantique, en référence à la campagne de l'ASSE (76) :

« Les Bordelais, eux, sont ramenés vingt ans en arrière, au même point que les Stéphanois lorsqu'ils s'inclinèrent face à ce Bayern en Coupe des champions, à Glasgow. Presque parvenus au sommet de la Coupe de l'UEFA, prêts à se faire photographier avec leur drapeau d'aventuriers qui témoignerait d'un exploit sur la montagne bavaroise, les voilà qui se surprennent à feuilleter l'album-souvenir des défaites romantiques. Venus allonger d'un chapitre leur oeuvre audacieuse, les voilà qui écrivent, à leur corps défendant, leur version ce grand classique du football que sont devenues les confrontations franco-allemandes. » (96)

La récurrence des motifs, l'utilisation de *topoi* ou la mention de références statistiques (voir Morris & Nydahl, 1985) construisent un intertexte, qui, par sa

présence dans les imaginaires collectifs, diversifie les schémas d'action possibles. Baroni et Leiduan (2012) avancent en effet que le dénouement potentiel est plus important que le dénouement effectif (caractéristique des récits à suspens que sont les compétitions sportives), les récits comportant le plus de virtualités étant considérés comme ayant une plus forte racontabilité (*reportability*) (Labov, 1997). Le compte-rendu produit donc des configurations visant à créer ou entretenir le suspens – un spectacle sportif dont le résultat est attendu ne constituant pas un objet d'un grand intérêt pour le public.

#### 4. 2. Le cimentage

Par-delà les dimensions épидictiques, dont elle est un ressort, l'évocation du passé permet de construire une narration sérielle, et constitue une 'stratégie de cimentage' (Dubied, 2004). Celles-ci viennent assister le lecteur dans son « travail de reconstruction d'une configuration globale à partir des épisodes disparates d'un feuilleton » (Revaz, Pahud, Baroni, 2007 : 200) par diverses « manifestations linguistiques [qui] concourent au maintien de la cohérence du feuilleton » (ibid. 208) :

« le PSG s'est hissé jusqu'à l'envergure d'un grand du continental. Le club de Ronaldo compte désormais huit victoires en Coupe d'Europe soit autant que son rival, le Real de Madrid, Paris Saint Germain s'en retourne aux joutes plus ordinaires du championnat. Dès samedi, il rencontre l'OM. C'est une nouvelle fois son avenir européen qu'il mettra en jeu. Une victoire au stade Vélodrome assurerait quasiment la deuxième place derrière Monaco, le champion de France, et une qualification pour la plus prestigieuse des compétitions, la Ligue des champions. Le PSG pourrait même y retrouver le FC Barcelone. » (97)

Ce cimentage du méso-récit trouve son pendant par un cimentage dans le macro-récit : la narration de la compétition débute par le bilan de la saison précédente ou de la qualification (04), comme elle se clôt par une ouverture conclusive (97) :

« Dix ans après son sacre européen, l'Olympique de Marseille a gagné son billet pour la Ligue des champions, la plus prestigieuse des coupes d'Europe, mercredi 27 août au Stade-Vélodrome. » (04)

« Mais c'est maintenant que le plus dur commence. L'Europe attend désormais du club parisien une présence régulière au plus haut niveau. » (97)

De ce point de vue, la monétisation croissante du football se caractérise par des séquences davantage tournées vers le *mercato* (95), la gestion des joueurs, les enjeux des changements de présidence, que vers les résultats sportifs, éléments qui participent à une nouvelle forme de feuilletonisation dans laquelle l'entraîneur ou le président du club occupent une place nouvelle (à partir des années 1990, c'est la moitié des articles qui y fait référence), notamment par le truchement des extraits d'interviews mentionnés dans les articles .

---

### CONCLUSION

---

Le dispositif de couverture des campagnes footballistiques semble davantage être une textualisation de celles-ci qu'une textualisation du/des match(es). Celle-ci permet d'équilibrer les chances des compétiteurs afin de maintenir l'incomplétude du récit par un équilibrage des chances des compétiteurs. Il s'agit de mettre en place une tension narrative accentuant le ressort émotionnel, comme de justifier, au regard du principe de pertinence médiatique, la narration du match (toute rencontre dont le résultat est prévisible ne présentant que peu d'intérêt).

L'indécidabilité mise en œuvre par l'argumentation dite *non convergente* permet de servir des nécessités journalistiques divergentes : tension narrative et expertise footballistique. Par-delà l'évidence du discours de concorde qui le caractérise, les valeurs unanimistes du sport, raisonnant en écho avec les valeurs traditionnelles sur lesquelles s'appuie l'épidictique, les mécanismes de ce genre rhétorique possèdent une rationalité qui autorise la construction de la posture du journaliste, elle-même en tension avec le positionnement du *Monde* dans le champ médiatique.

Entre l'éloge de la glorieuse incertitude du sport et une posture distanciée mais unanimiste, entre les

attentes topiques du genre et celles du positionnement journalistique, se construit une double ambiguïté : une ambiguïté axiologique (quelles sont les valeurs prônées) et une ambiguïté argumentative (quelle est l'orientation du discours). C'est donc une série de tensions entre récit (journalisme) et réalité de la compétition (expertise), qui construit un propos reposant sur une absence de point de vue. L'ambiguïté et l'incomplétude produisent ainsi un jeu de monstration qui déplace l'évaluation et le calcul pronostic vers le lecteur.

Ainsi que l'indiquent les nuances que nous introduisons, si nous avons choisi de fonder cette analyse sur les permanences, il convient, au regard de la dimension chronologique de ce corpus, d'évoquer brièvement, en ouverture, les évolutions spécifiques aux tendances soulignées dans ce texte, et qui mériteraient un traitement propre. Si les structures et les procédés restent les mêmes, la mise en forme des faits évolue. Nous avons évoqué la montée en puissance de l'économisation sportive, mais il convient également de citer l'orientation de l'épidictique vers le blâme qui apparaît vers 1999, au détour d'affaires sportives témoin d'une vision moins irénique du sport, à imputer à l'évolution du footbusiness et à une posture journalistique assumée du *Monde* à l'égard de l'information sportive (« avant d'être une affaire de spécialistes, le sport, comme toute autre rubrique, est affaire de journalistes » (Simon, 2002 : 132)), mais qui transparait aussi dans *L'Equipe*, avec laquelle il partage une partie de son lectorat (Simon, 2002).

---

Proposé le 7 septembre 2020  
Accepté le 24 juin 2021

## NOTES

- <sup>1</sup> Ainsi que l'a indiqué la récente crise sanitaire : les périodiques dédiés, privés d'actualité, ont alors peiné à remplir leurs colonnes.
- <sup>2</sup> « Chaque journal quotidien ou magazine est, au sein de la presse écrite, lui-même une institution possédant une certaine mémoire et un usage propre des genres en circulation dans le domaine. » (Adam, 2012 : 11).
- <sup>3</sup> Les recherches en sociologie du journalisme sportif montrent les difficultés de positionnement des journalistes de PQR (Dargelos Marchetti, 2000 ; Ohl, 2000), ou des organes comme L'Equipe, en raison d'une dépendance à l'égard des clubs et des joueurs, qui peuvent leur interdire l'accès aux vestiaires ou au bord de terrains. La forte monétisation du football, la possibilité d'une communication plus ou moins directe par le truchement de médias numériques ou de télévision de club font du journalisme sportif un journalisme « sous influence » (Ohl, 2000), comme le veut la formule consacrée.
- <sup>4</sup> Cette sorte de degré zéro ne relève pas seulement des principes de neutralité, mais aussi de textualisation. Ainsi que le souligne Legrave (2007), se référant au Style du Monde, le sport autorise un relâchement dans le style formel, « Sans tomber dans le lyrisme » (Legrave, 2007 : 328).
- <sup>5</sup> A double titre, puisque cette compétition engage les clubs, ce qui implique une structuration oppositive et nationale et locale, qui constituent les deux grands axes sous-tendant les logiques d'opposition structurale du spectacle sportif.
- <sup>6</sup> Ce corpus, comme tout corpus, possède ses limites qui sont celles des choix effectués au regard du projet de cet article : popularité du sport choisi, complétude de la campagne.
- <sup>7</sup> Le micro-récit étant la narration des actions.
- <sup>8</sup> Dans les logiques de sérialisation, tout nouvel article est positionné par rapport aux articles précédents (cimentage amont) et suivants (cimentage aval) (Voir Dubied, 2004 ; ce point sera défini plus avant en 4.2.). Celles-ci ne sont pas les mêmes dans la compétition car les enjeux nationaux sont absents d'une finale n'impliquant pas de club français. Plus généralement, nous aurions pu constituer notre corpus au regard d'une feuilletonisation globale de la compétition, mais les logiques de cimentage (cf. infra) auraient été moins explicites.

- <sup>9</sup> C1 : Ligue des champions de l'UEFA, C2 Coupe d'Europe des vainqueurs de coupe de football, C3 Ligue Europa (ex-coupe de l'UEFA). Le FC. Monaco, finaliste en 1991-1992 de la C2 a été écarté au regard de son statut particulier dans le championnat français.
- <sup>10</sup> L'inverse n'est pas vrai, tout article de la rubrique sport n'est pas un compte rendu, la rubrique, en tant que type, rassemblant des genres (Maingueneau, 2007).
- <sup>11</sup> Même si Le Monde peut, contrairement à L'Equipe, initier la couverture d'affaires (voir Souanef, 2019 : 87), il n'a pour autant pas de pouvoir judiciaire.
- <sup>12</sup> Ils apparaissent à partir des années 1990, le portrait de F. Bekenbauer constituant un apax à la hauteur de l'engouement que suscita la campagne 1976-1977 de l'ASSE.
- <sup>13</sup> Cette absence de point de vue correspond aussi au positionnement du Monde.
- <sup>14</sup> Les travaux de L. Lestrelin (2010) montrent que le supportérisme n'est plus à imputer à une appartenance territoriale.
- <sup>15</sup> Selon Charaudeau (2005 : 29), la différence entre la démonstration et l'explication repose sur le régime de la preuve. Les enjeux communicationnels de la démonstration sont liés « à la rigueur des raisonnements (...), mesurée à sa capacité de résister à une démonstration contraire », alors que ceux de l'explication reposent « sur l'agencement des opérations de causalité (...) mesurée au degré de compréhension de l'auditoire ».
- <sup>16</sup> Ainsi que l'écrit le journaliste à propos du FC Bayern, qui aurait eu la chance de son côté, « beaucoup trouveront ce genre d'argument trop abstrait pour être pris en considération » (76).
- <sup>17</sup> « L'interaction explicative suppose une répartition inégale des rôles profane ignorant en position basse / expert, en position haute. En situation d'argumentation, les rôles de proposant et d'opposant sont égaux (« expliquer à qn » vs « argumenter avec ou contre qn »). » (Plantin, 2016 : 272).
- <sup>18</sup> La mise en place d'un motif commun (l'abnégation au service de l'équipe soulignée tant à propos des joueurs de l'ASSE que ceux du PSV Eindhoven) peut également produire ce type d'effets.

## BIBLIOGRAPHIE

- Adam, J.-M., 2012, « Discursivité, généricité et textualité. Distinguer pour penser la complexité des faits de discours », *Recherches*, n° 56, pp. 9-27.
- Adam, J.-M., Heidmann, U., 2009, *Le texte littéraire. Pour une approche interdisciplinaire*, Louvain-la-Neuve : Academia.
- Angenot, M., 2020, « Les raisonnements contrefactuels dans l'histoire », *Argumentation & Analyse du discours*, n° 25, <https://doi.org/10.4000/aad.4696>
- Baroni, R., 2011, « Le récit dans l'image: séquence, intrigue et configuration », *Image & Narrative*, Vol. 12, n°1, pp. 272-94.
- Baroni, R., Leiduan, A., 2012, « La narratologie à l'épreuve

- du panfictionnalisme », *Modèles Linguistiques*, vol. 33, n°65, pp. 41-68.
- Bonnet, V., 2007, « Rugby, médias et territoire », *Mots – Les langages du politique*, n°84, pp. 35-49.
- Bonnet, V., 2010, « Le stéréotype dans la presse sportive : vision de l'identité à travers l'altérité », *Signes, Discours et Sociétés*, n°4, <http://www.revue-signes.infodocument.php?id=1417>.
- Bonnet, V., 2011, « La culture sportive est-elle transmissible par les médias ? », *Questions de communication*, n°20, pp. 277-292.



- Bonnet, V., Boure, R., 2008, « La contribution du commentateur sportif à la construction du spectateur et du téléspectateur », *Recherches en communication*, n°30, pp. 31-48.
- Boullier, D., 1993, « Les styles de relation à la télévision », *Réseaux*, Vol. 11, n°2, pp. 119-142.
- Bourdieu, P., 1997, « Le champ économique », Actes de la recherche en sciences sociales, n°119, pp. 48-66.
- Bromberger, C., 1998, *Football : la bagatelle la plus sérieuse du monde*, Paris : Bayard.
- Charaudeau, P., 2005, « Quand l'argumentation n'est que visée persuasive. L'exemple du discours politique », in Burger M., Martel G. (éd.), *Argumentation et communication dans les médias*, Montréal : Nota Bene, pp. 29-49.
- Cominsky, P., Jennings, B., Dolf, Z., 1977, "Commentary as a Substitute for Action", *Journal of Communication*, vol. 27, n°3, pp. 150-153.
- Combeau-Mari, E., 2010, « Sport et presse en France au XXème siècle. Approche historiographique et état des recherches », in Attali M. (dir.), *Sports et médias, du XIXème siècle à nos jours*, Biarritz : Atlantica, pp. 49-60.
- Danblon, E., 2001, « La rationalité du discours épictétique », In Dominicy, M., Frédéric, M. (dir.), *La mise en scène des valeurs : La rhétorique de l'éloge et du blâme*, Lausanne : Delachaux et Niestlé, pp. 19-47.
- Dargelos, B., Marchetti, D., 2000, « Les « professionnels » de l'information sportive. Entre exigences professionnelles et contraintes économiques », *Regards sociologiques*, n° 20, pp. 67-87.
- Derèze, G., 2009, « Le récit sportif hautement médiatisé : quelques réflexions », *Les Cahiers du journalisme*, n°19, pp. 90-99.
- Dominicy, M., 1995, « Rhétorique et cognition vers une théorie du genre épictétique », *Logique et analyse*, vol. 38, n°150/152, pp. 159-177.
- Dubied, A., 2004, *Les Dits et les scènes du fait divers*, Paris : Droz.
- Gaudreault, A., 1988, *Du Littéraire au filmique*, Paris : Méridiens Klincksieck.
- Labov, W., 1997, "Some further steps in narrative analysis", *Journal of narrative and Life history*, n° 7, pp. 395-415.
- Legavre, J. - B., 2007, « Les « règles » du médiateur du Monde ou la mise en scène d'une écriture de presse », *Questions de communication*, n°12, pp. 311-334.
- Lestrelin, L., 2010, *L'autre public des matchs de football : Sociologie des supporters à distance de l'Olympique de Marseille*, Paris : Éditions de l'École des hautes études en sciences sociales.
- Loraux, N., 1981, *L'invention d'Athènes : Histoire de l'oraison funèbre dans la cité classique*. Paris : Payot.
- Maingueneau, D., 2007, « Genres de discours et modes de généralité », *Le français aujourd'hui*, vol. 159, n° 4, pp. 29-35.
- Moirand, S., 2007, *Les discours de la presse quotidienne. Observer, analyser, comprendre*, Paris : PUF.
- Morris, B. S., Nydahl, J., 1985, "Sports spectacle as drama. Image, language and technology", *The Journal of Popular Culture*, vol. 18, n°4, pp. 101-110.
- Nicolas, L., 2009, « La fonction héroïque : parole épictétique et enjeux de qualification », *Rhetorica*, vol. XXVII, n° 2, pp.115-141.
- Ohl, F., 2000, « Le journalisme sportif, une production sous influence l'exemple de la presse quotidienne régionale », *Regards sociologiques*, n°20, pp. 89-106.
- Passalacqua, F., Pianzola, F., 2011, « Intrigue artificielle, intrigue naturelle et schèmes cognitifs. Entretien avec Raphaël Baroni », *Enthymema*, n° 4, pp. 51-64.
- Petiot, G., 2003, « De l'hétérogénéité sémiotique et discursive des articles de presse à leur mise en feuilleton, moyen et lieu de leur sens », in Härmä J. (ed.) *Le langage des médias: discours éphémères ?*, Paris : L'Harmattan, pp. 123-162.
- Pernot, L., 1993, *La rhétorique de l'éloge dans le monde gréco-romain : Histoire et technique*. Paris : Institut d'études augustiniennes.
- Plantin, C., 2016, *Dictionnaire de l'argumentation*, Paris : ENS Editions.
- Pociello, C., 1998, « Sur la dramaturgie des jeux de combat », *Communications*, n° 67, pp. 149-164.
- Rastier, R., 1987, *Sémantique interprétative*, Paris : Presses universitaires de France.
- Revaz, F., 2008, « Analyse (trans) textuelle d'un objet discursif complexe : le feuilleton journalistique », in Durand J. Habert B., Laks B. (éd.) : *Linguistique du texte et de l'écrit, stylistique*. pp. 1424-1440.
- Revaz, F., Pahud, S., Baroni, R., 2007, « Classer les « récits » médiatiques : entre narrations ponctuelles et narrations sérielles », in Chraïbi A. (dir.) *Classer les récits. Théories et pratiques*, Paris : L'Harmattan, pp. 59-82.
- Simon, F., 2002, « Le sport dans Le monde », *Les cahiers du journalisme*, n°11, pp.139-141
- Tétart P., Moneghetti G., Wille F., 2007, « De la plume à l'écran. Sports et médias depuis 1945 », in Tétart, P. (éd), *Histoire du sport en France*, t. 2, Paris : Vuibert, pp. 197-228.
- Tétart, P., 2015, « L'Historien, le sport et la presse », In Diana, J.-F., Derèze, G. (dir.) : *Le Journalisme sportif. Méthode d'analyse et productions médiatiques*, Bruxelles : De Boeck, pp. 195-210.
- Souanef, K., 2019, *Le journalisme sportif. Sociologie d'une spécialité dominée*, Rennes : Presses universitaires de Rennes.
- Trésor de la langue Française informatisé*, <http://www.atilf.fr/tlfi>, ATILF - CNRS & Université de Lorraine.

---

## RÉSUMÉ | RESUMO | ABSTRACT

---

**Compte rendu des matches de football dans la presse généraliste. Entre gestion de l'incertitude et refus de positionnement**

**Accounts of soccer games in the mainstream press. Between managing uncertain outcomes and refusing to take a stand**

**Cobertura de jogos de futebol na imprensa tradicional. Entre a gestão da incerteza e a recusa de posicionamento**

**Fr.** S'appuyant sur les outils des sciences du texte, cet article s'attache à décrire la textualisation de la compétition sportive dans la presse. Pour ce faire, le corpus servant de base à la description des caractéristiques du compte rendu est extrait de la presse généraliste nationale, considérée comme une forme médiane sur les plans formels et thématiques. A été sélectionnée une compétition d'un empan sociétal suffisamment important pour être traitée dans la PQR, et dont les relations intergroupes permettent de faire jouer les logiques d'opposition structurales caractéristiques des discours sur le spectacle sportif, i.e. les parcours européens des clubs français de football. Sont analysées les 10 saisons de 7 clubs français (de 1955 à 2018), ayant atteint la finale, choix permettant de traiter de la feuilletonnisation complète de la compétition. Cette approche syntagmatique est doublée d'un traitement paradigmatique (thématiques et poétique des comptes rendus). Le corpus, travaillant les permanences, est abordé sous les angles rhétoriques (mécanismes et formes du discours épideictique, contenus topiques), argumentatifs (justification et jeux sur les valeurs) permettant de construire une macro-narration (logiques de feuilletonnisation et rappels mémoriels). La presse ne constituant pas tant un moyen de découvrir les matches, qui sont retransmis par les médias audiovisuels, qu'un lieu d'accès à leur analyse, il est montré que cette configuration donne une fonctionnalité autre au compte rendu : rééquilibrer les chances des adversaires afin de susciter l'envie de voir les rencontres à venir. En effet, le dispositif de couverture des campagnes footballistiques semble davantage être une textualisation de celles-ci qu'une textualisation du/des journée(s) du calendrier sportif. Il s'agit de mettre en place une tension narrative permettant au ressort émotionnel de jouer, comme de justifier, au regard du principe de pertinence médiatique, la narration du match.

**Mots clés :** Compte rendu, discours épideictique, argumentation non-convergente, feuilletonnisation, football

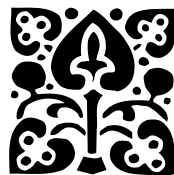
**En.** Resorting to the tools of textual sciences, the article aims at describing the textualization of sports competition in the press. The text corpus from which we establish the characteristics of the sports accounts was extracted from national mainstream press, considered as middle ground in terms of forms and themes featured. Selected narratives deal with one championship with sufficient societal importance to be covered by the regional daily press, and whose inter-group relations bring to light the structural oppositional dynamics characteristic of discourses on the sporting show, i.e. the careers of French clubs on the European soccer scene. In order to observe the serialization of the championship, the reports of 10 seasons played by 7 French clubs who reached the finals between 1955 and 2018 were analyzed. This syntagmatic approach is coupled with a paradigmatic analysis, taking into consideration the themes and poetics of the sporting reports. The corpus, building on permanencies, was approached from the angles of rhetoric (mechanisms and forms of the epideictic discourse, topical contents) and of argumentation (justification and play on values), allowing the construction of a macro-narrative (logics of serialization and memorial reminders). Since the sports events are broadcast by audiovisual media, the press is not consulted as a means to follow the scores. Rather, it gives game analysis details. Such a configuration gives another functionality to the reports, by rebalancing the chances of the opponents in order to spur desire of supporters to watch the forthcoming matches. The coverage

of soccer tournaments seems indeed to be more a textualization of the latter than a textualization of the day(s) of the sports event. The goal is rather to set up a narrative tension which plays as much on the emotional cord as it justifies, with regard to the principle of media relevance, the account of the game.

**Key words:** Reports, epideictic discourse, non-convergent argumentation, serialization, soccer.

**Pt.** Com base nas ferramentas das ciências textuais, este artigo tenta descrever a textualização da competição esportiva na imprensa. Para tal, o corpus que serve de base à descrição das características da reportagem é retirado da imprensa nacional em geral, considerada como mediana a nível formal e temático. Foi seleccionada uma competição com âmbito societário suficientemente grande para ser tratada no PQR, e cujas relações intergrupais permitem pôr em prática a lógica de oposição estrutural característica do discurso sobre o entretenimento desportivo, ou seja, os percursos europeus de clubes franceses de futebol. São analisadas as 10 temporadas de 7 clubes franceses (de 1955 a 2018), tendo chegado à final, permitindo tratar da serialização completa da competição. Esta abordagem sintagmática está associada a um tratamento paradigmático (temático e poético das reportagens). O corpus, ao trabalhar as permanências, é abordado desde ângulos retóricos (mecanismos e formas do discurso epidítico, conteúdo tópico), argumentativos (justificativas e jogos de valores) permitindo a construção de uma macro-narração (lógica da serialização e de lembretes de memória). A imprensa não constituindo tanto um meio de descoberta dos jogos, que são veiculados pelos meios audiovisuais, como um local de acesso às suas análises, mostra-se que esta configuração confere uma funcionalidade diferente à reportagem: reequilibrar as possibilidades dos adversários, a fim de despertar o desejo de ver os próximos encontros. Na verdade, a cobertura das campanhas de futebol parece mais uma textualização delas do que uma textualização do(s) dia(s) do calendário esportivo. Trata-se de estabelecer uma tensão narrativa que permita que as competências emocionais joguem, bem como justifiquem, no que diz respeito ao princípio da relevância mediática, a narração do jogo.

**Palavras-Chave:** Reportagem, discurso epidítico, argumentação não convergente, serialização, futebol.



# Reportagens seriadas e jornalismo literário: um espaço de narrativas que apontam soluções sociais

**MONICA MARTINEZ**

Professora  
Universidade de Sorocaba (Uniso)  
Brasil  
monica.martinez@prof.uniso.br

**LEILA GAPY<sup>1</sup>**

Doutoranda  
Universidade de Sorocaba (Uniso)  
Brasil  
leila.gapy@hotmail.com



Este artigo<sup>2</sup> é resultado de uma pesquisa em nível de mestrado realizada entre 2017 e 2018, cujo objetivo foi o de estudar como as Reportagens Seriadas são desenvolvidas na contemporaneidade pela imprensa nacional escrita e como estão sendo publicadas, pelos veículos, nas versões impressa e digital. Para isso, a pesquisa foi dividida em duas etapas principais. Na primeira foi feita revisão teórica, buscando a arqueologia das duas principais vertentes deste estudo, ou seja, dos referenciais que alicerçam o Jornalismo Literário Brasileiro – que em sua raiz bebe da metodologia e produção estadunidenses, e mais recentemente da europeia. Da mesma forma buscou-se por referenciais que teorizam as Reportagens Seriadas.

Nesta busca averiguou-se a ausência de trabalhos sobre o tema Reportagens Seriadas alinhados com esta proposta (Gapy, 2017; 2018; 2019). Assim, destaca-se que a grande contribuição deste artigo para o campo dos estudos em Jornalismo e, notadamente, Jornalismo Literário, configura-se justamente na nova proposta de definição, mais precisa, bem como na caracterização dessa prática.

Uma vez que não havia consenso sobre a terminologia empregada, foi desenhada uma metodologia exploratória para a composição do *corpus* para análise. Entendida como a segunda principal contribuição deste estudo, ela consistiu a princípio na definição do lócus de pesquisa, optando-se por produções desenvolvidas

#### Pour citer cet article

#### Référence électronique

Monica Martinez, Leila Gapy, « Reportagens seriadas e jornalismo literário: um espaço de narrativas que apontam soluções sociais », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne], Vol 10, n°2 - 2021, 15 décembre - december 15 - 15 de dezembro. <https://doi.org/10.25200/SLJ.v10.n2.2021.448>



pela imprensa escrita brasileira. Já para a triagem das peças jornalísticas foi inicialmente empreendida a busca no *Google* – portal mundial de buscas por conteúdo – da palavra-chave Série de Reportagem. Este termo escolhido é definido como “uma sequência periódica de reportagens veiculadas em jornais escritos ou televisivos que trata de um assunto em particular durante determinado intervalo de tempo, podendo ser diário, semanal ou mensal” (Folha de S.Paulo, 2018: 42).

O critério definido de seleção do corpus foi o de produções 1) desenvolvidas por profissionais graduados em jornalismo; 2) realizadas para jornais impressos com portais eletrônicos atuantes; 3) o veículo tinha de ter registro junto à Associação Nacional dos Jornais (ANJ) – entidade fiscalizadora da liberdade de imprensa no Brasil; 4) quanto à publicação, reportagens seriadas que tivessem três edições ou mais sequenciais feitas nos últimos sete anos a contar de 2018. Esta escolha se justifica uma vez que o objetivo era verificar como é feita a transposição do conteúdo do impresso para o digital dos veículos.

Devido à dificuldade de rastreamento das peças, percebeu-se a necessidade de redefinir a noção conceitual. Isso porque o termo usado, Série de Reportagens, remetia à localização de produções de suítes ou às coleções de matérias sobre um único assunto e publicadas como uma Grande Reportagem numa única edição (Gapy, 2019).

O que nos levou a optar pelo termo Reportagem Seriada por entender que definiria melhor o conceito e não permitiria dúvidas relacionadas às suítes ou grandes reportagens. Ainda assim, após a localização de algumas peças, percebeu-se também a inexistência de associação das produções com qualquer termo que comunicasse ao internauta à ideia de que a reportagem era seriada, bem como a falta de organização e vinculação entre as edições impressas e digitais.

Vale destacar que, a partir da definição termológica e do conceito, a localização do título da amostra e os contatos com os autores foram otimizados. Restou-nos saber então como eram feitas, conteúdo que será apresentado no corpo desta pesquisa.

---

## MARCOS TEÓRICOS

---

### 2.1 Jornalismo Literário

Para este trabalho adotamos o termo Jornalismo Literário (JL) porque boa parte dos estudiosos internacionais adota-o devido à ampla compreensão e também porque a falta de consenso sobre o uso do termo já foi profundamente abordado em outros estudos (Martinez, 2017). Além disso, lembramos que já há tempos

das primeiras sistematizações norteadoras, mas entendemos também que já há legitimação e repertório suficientes para tratarmos o Jornalismo Literário pelo que de fato é: uma disciplina (Bak, 2011; 2018). Ainda que também essa noção não seja consenso na academia, como revelou um *dossier* recente que convocou a comunidade internacional de pesquisadores a debater o tema (Bak; Martinez, 2018).

A respeito do repertório mencionado por Bak, o JL ganhou evidência internacional a partir dos EUA na década de 1960. Segundo Norman Sims (Martinez, 2016), o JL, até os dias atuais, muito se inspira nos escritores do século XVII que, por sua vez, criaram então o chamado Romance Histórico (Weinhardt, 1994; Andretta, 2008; 2013). No entanto, Bak (2011) destaca que o JL, na forma como o entendemos atualmente, nasceu em várias partes do mundo, em períodos distintos e/ou simultâneos; mas que as trajetórias ainda estão sendo agrupadas e em processo de compreensão. No repertório brasileiro, a demora da chegada da prensa e criação da imprensa, assim como diversas censuras governamentais, retardaram o processo evolutivo do jornalismo e do JL, por consequência (Martinez, 2016).

Em todo o mundo, boa parte da produção em Jornalismo Literário esteve em geral ligada aos movimentos de cunho social. No Brasil, por exemplo, Euclides da Cunha e João do Rio fizeram história no desenvolvimento desta modalidade na virada do século XX. Contudo, foi justamente na década de 1960, concomitante com os estadunidenses, e no caso brasileiro durante a Ditadura Militar brasileira (1964-1985), que o jornalista José Hamilton Ribeiro e outros colegas da antiga e extinta revista *Realidade*, da editora Abril, faziam JL como habilidade e recorte social excepcionais. Situação que seria depois estudada e descrita por Bak (2011; 2018).

O Jornalismo Literário e reportagem literária foram igualmente produtivos em tempos de crises sociais e políticas que um dado governo quis ou não que seu corpo político conhecesse. Há exemplos impressionantes de como jornalistas de várias nações autocráticas têm contornado ditadores, juntas entrincheiradas e caudilhos armados para produzir peças que estão em pé de igualdade com as dos jornalistas literários de nações mais livres (Bak, 2017: 236).

Histórico que mesmo tendo sido esquecido pela imprensa durante o *boom* tecnológico, emerge com força pós-internet e propõe a própria reconstrução, agora já com repertório acadêmico, inclusive (Martinez, 2016). Interessante destacar que nos últimos anos, antropofagias entre os conceitos brasileiros, estadunidenses e europeus foram ocorrendo, principalmente devido à atuação da Associação Interna-

cional de Estudos em Jornalismo Literário (IALJS, em inglês), fundada em 2006 por Bak (2011). Neste percurso, o próprio estudioso reconhece as limitações de alcançar semelhanças em cunho global, visto que a perspectiva se impõe de uma forma diferente em cada caso devido às peculiaridades socioculturais distintas de cada nação. Como exemplo, destacamos a influência britânica, que criou seu próprio *New Journalism*, na produção portuguesa, conforme relata a pesquisadora Isabel Soares:

Há autores portugueses do final do século XIX, o Eça de Queirós, o Ramalho Ortigão, o Oliveira Martins e o Jaime Batalha Reis, que estava a estudar por serem jornalistas portugueses que escreviam sobre a Inglaterra vitoriana e sobre o império britânico em guerra com o império português na África. Acontece que o seu jornalismo de crônicas sempre foi muito difícil de catalogar, e os estudiosos sempre se referiam a esse jornalismo como não-convencional. Ora, aplicando os princípios do jornalismo literário aos seus textos, percebe-se que seus artigos são nada mais nada menos do que jornalismo literário. Até porque naquela época eles foram muito inspirados no *New Journalism* britânico de W. T. Stead e da *The Pall Mall Gazette* (Soares, 2018; apud Furtado, 2018).

Da mesma forma, no caso teórico brasileiro em geral leva-se em consideração o referencial estadunidense (Bak, 2011; Hartsock, 2000; Connery, 1992), notadamente associado à fase intitulada Novo Jornalismo. Em particular referencia-se muito a obra de Tom Wolfe (1963), que foi um dos primeiros a pontuar os processos de criação – e consequentemente reflexão social – ainda na década de 1960. Segundo ele, estes envolviam quatro passos, 1) Construção cena a cena; 2) Diálogo completo; 3) Ponto de vista da terceira pessoa; 4) Descrição simbólica. Interessante lembrar que, após concluir seu manifesto, o próprio Wolfe lembrou que Balzac e Dickens já se valiam delas, ou seja, desde seu início o Jornalismo Literário teria como marca o realismo, no caso literário.

Um segundo manifesto ficou bastante conhecido no país quando da vinda de Mark Kramer em 2007 para participar de uma conferência organizada pela Academia Brasileira de Jornalismo Literário (ABJL). O jornalista e escritor coorganizou em 1995, juntamente com Norman Sims, a antologia “*Literary Journalism: A New Collection of the Best American Nonfiction*”, onde Kramer reflete sobre os tópicos decisivos no campo da narrativa de não ficção, que para ele era: 1) Imersão; 2) Exatidão; 3) Acontecimentos rotineiros; 4) Voz autoral; 5) Estilo próprio; 6) Vários pontos de vista; 7) Estrutura e 8) Dar sentido.

Destacamos que os teóricos brasileiros, caminhando concomitantemente com esse amadurecimento externo, já produziam reflexões que norteariam a atual prática, com os primeiros passos desenvolvidos em 1993 por Lima e em 2005 por Felipe Pena, ambos influenciados pelos estadunidenses, mas com olhar na cultura brasileira. Aprimorado por Lima (2009), o manifesto de Kramer foi apresentado em dez pilares, a saber:

1. Exatidão e precisão;
2. Contar uma história;
3. Humanização;
4. Compreensão;
5. Universalização temática;
6. Estilo próprio e voz autoral;
7. Imersão;
8. Simbolismo;
9. Criatividade;
10. Responsabilidade ética (Martinez, 2008: 151-152).

Assim, a maioria dos estudos brasileiros no campo do Jornalismo Literário concentra-se na questão estética. Contudo, desde o início, alguns teóricos observaram o fato deste ser “um gênero fronteiro, que tira partido das técnicas literárias e dos elementos básicos jornalísticos, como levantamento de informações, para produzir um texto bem apurado e escrito” (Martinez, 2016: 27), que envolve, inclusive, outras ciências como sociologia, antropologia, psicologia, mitologia, semiótica, neurologia. Ou seja, apontam a função social indiscutível (Domingues, 2016) e em franca expansão (Martinez, 2016), podendo ser localizado nas mais diferentes produções, inclusive na composição de narrativas curtas como obituários e haicais (Martinez, 2016), dependendo apenas da habilidade do jornalista.

### Reportagens Seriadas

Para este estudo, optamos pelo termo Reportagem Seriada por entendermos que se afina com o conceito descrito nos principais manuais de redação. “Uma sequência periódica de reportagens veiculadas em jornais escritos ou televisivos que trata de um assunto em particular durante determinado intervalo de tempo, podendo ser diário, semanal ou mensal” (Folha de S.Paulo, 2018: 42).

No que tange à escrita literária fragmentada, o termo folhetim antecede a serialização como a conhecemos atualmente. Concebido na França na década de 1830, ele se impôs como um gênero narrativo estabelecido pelo jornalista francês Émile de Girardin (1802-1881). Vale lembrar que antes disso o termo referia-se à crítica literária. Girardin observou o coeficiente entre produção e venda, percebendo que poderia tirar vantagens financeiras no desenvolvimento de folhetins, como o conhecemos, tornando-se assim, precursor do gênero.

O romance-folhetim teve sua inauguração oficial em 5 de agosto de 1836, quando o *La presse* começou

a publicar Lazarillo de Tormes em partes diárias. Com o sucesso, foi incorporado à lógica capitalista (Pena, 1996: 29 apud Souza Júnior, 2011). O primeiro folhetim publicado em português é de 1844, *Mistérios de Paris*, de Eugène Sue, composto de 90 partes e publicado originalmente em 1943 (Meyer, 1996: 283). Vale lembrar que os folhetins democratizaram o acesso à literatura no Brasil, o que estimulou sua produção.

A partir do momento em que o gênero foi estabelecido, ganhou papel de protagonista na história da literatura, tanto do lado dos escritores quanto do lado mercadológico dos jornais. Se de um lado estavam as “novas condição de corte, suspense, com as necessárias redundâncias para reativar memórias ou esclarecer o leitor que pegou o bonde andando” (Meyer, 1996: 59), do outro estava a experiência do consumidor poder “participar dessas aventuras e se autoidentificar com os seus personagens, tais romances quase servem de substitutos da nossa vida particular” (Bakhtin, 1998: 421).

Desde então a literatura evoluiu e o desenvolvimento dos capítulos dos romances acompanharam a transformação social, afinando a estruturação e amarração entre as peças de forma que, ainda hoje, dão ao leitor a sensação de que ele precisa prosseguir a leitura, exatamente como mencionamos a concepção dos folhetins. Segundo Souza Júnior, os primeiros romances brasileiros nasceram na sequência do desenvolvimento dos folhetins e, por consequência, gestaram os primeiros grandes romancistas tupiniquins, como José de Alencar (1829-1877) e Machado de Assis (1839-1908).

A noção de estruturação também pode ser encontrada na construção de histórias de vida em jornalismo por meio da proposta de monomito do mitólogo estadunidense Joseph Campbell (1995), que chegou aos 17 passos depois de estudar a composição do alicerce de religiões e seus simbolismos míticos relacionados à vida humana. Essa base, apoiada na vida real, serviu para que Christopher Vogler escrevesse *A Jornada do Escritor* – estrutura mítica para escritores (2015) – adaptado e usado no cinema, principalmente a partir dos anos 1980. Como exemplos, temos os filmes de George Lucas e Steven Spielberg (Lima, 2004). Em *Jornalismo Literário*, o primeiro estudo sobre a aplicação desta fragmentação foi *Jornada do Herói*: estrutura narrativa mítica para a construção de histórias de vida em jornalismo (Martinez, 2008, p. 64). Que apontam uma sequência não necessariamente linear de etapas, a saber: 1) Cotidiano; 2) Chamado à aventura; 3) Recusa; 4) Travessia do primeiro limiar; 5) Testes, aliados, inimigos; 6) Caverna Profunda; 7) Provação Suprema; 8) Encontro com a Deusa; 9) Recompensa; 10) Caminho de Volta; 11) Ressurreição; 12) Retorno com elixir

Esta proposta tem acompanhado a estruturação de romances e, posteriormente, criações do cinema e

dramaturgia, como as telenovelas brasileiras. Mercado que já percebeu que, mais recentemente, os avanços tecnológicos têm favorecido mudanças comportamentais no consumo televisivo e digital. Democratizada, desde 1997, pela pioneira no *streaming*, a estadunidense Netflix, que nasceu como locadora/vendedora de filmes pelo correio, alcançou a produção de filmes e seriados exclusivos, em 2012, abrindo caminho para Amazon, Disney e Globo Play, entre outras.

Recentemente, o vice-presidente da Netflix, Erik Barmark, em entrevista ao jornal *O Estado de S. Paulo* (Yuge, 2018), mencionou que o apego do consumidor com os personagens, aliada à possibilidade de ‘revivê-los’ sempre que desejar, conforme possibilita o portal, favorece para o crescimento de produções estendidas como séries, a exemplo de *Stranger Things* (2016), sucesso com faturamento de US\$3,8 bilhões somente em 2017.

No campo do jornalismo, destaca-se a relevância da revista *The New Yorker* (1925) na associação de Reportagens Seriadas e Jornalismo Literário, principalmente pelo fato da serialização jornalística ter bebido de fonte literária. Destacamos que a obra de Lillian Ross (1918-2017) intitulada “Filme” – publicada nos EUA em 1952 e no Brasil em 2005 pela Companhia das Letras –, é resultado de uma Reportagem Seriada publicada em cinco edições, a partir de 16 de maio de 1952, nesta revista.

A seu modo, o texto de Ross descreve minuciosamente os bastidores socioculturais da produção cinematográfica “A Glória de um Covarde”, encabeçada pelo cineasta estadunidense John Huston em 1951. Período, convém lembrar, que do ponto de vista político foi conhecido como Era McCarthy (macartismo), devido à política anticomunista encabeçada pelo senador Joseph Raymond McCarthy (1909-1957) durante os anos 1950, nos E.U.A. Filmada neste contexto, a criação hollywoodiana é baseada no romance histórico “The Red Badge of Courage – An Episode of a Guerra Civil Americana” (1895) de Stephen Crane (1871-1900) sobre a Guerra Civil Americana (1861-1865), o qual, antes de se tornar livro, também foi publicado no formato serializado pelo *The Philadelphia Press* em dezembro de 1894. Neste caso, o gênero foi chamado romance de guerra.

Outro destaque que registra um momento de transição social é a obra seminal de Truman Capote (1924-1984), “A Sangue Frio”, publicado no início de 1966, livro-reportagem resultante de uma reportagem seriada publicada em quatro edições na mesma *The New Yorker*, em setembro de 1965 (Capote, 1965). No texto, Capote relata o percurso de uma investigação minuciosa em torno de uma chacina familiar ocorrida no Kansas, em novembro de 1959.

Em termos de produção contemporânea, um projeto multimídia que reflete sobre um momento social, no caso as intervenções dos Estados Unidos na África, é “Black Hawk Down”, do jornalista Mark Bowden, é resultado de uma iniciativa – até onde sabemos pioneira nos Estados Unidos – de seriar simultaneamente de forma impressa e digital uma grande reportagem.

“Black Hawk Down” é resultado de uma longa e vasta pesquisa feita em quatro anos a respeito da Batalha de Mogadíscio, na Somália, ocorrida em outubro de 1993. Na ocasião, uma força-tarefa estadunidense buscava pelo líder rebelde somali Mohamed Farrah Aidid e travou batalha contra a milícia de Aidid. Neste entrave, um dos principais eventos foi a queda de dois helicópteros estadunidenses chamados Black Hawk (falcão negro), e a tentativa do exército de resgatar suas respectivas tripulações.

Bowden, atualmente com quase 70 anos, na época já era um veterano correspondente do jornal *The Philadelphia Inquirer* – fundado em 1829 e o terceiro mais antigo e sobrevivente impresso diário dos EUA. Ele publicou o resultado de sua investigação interativa em 29 edições que chama de capítulos sequenciais, todos em 1997, além do *hotsite* exclusivo para esta finalidade, entrando para a história do jornalismo estadunidense como exemplo de produção jornalística seriada multimídia. O portal dispõe, até hoje, de anexação de documentos digitalizados, fotos e até áudios, incluindo participação dos leitores por meio do registro de dúvidas e opiniões.

No Brasil, a primeira série de reportagem de que se tem notícia, considerada aliás um exemplo de Jornalismo Literário, foi desenvolvida quase 100 anos após a concepção da imprensa brasileira (Martinez, 2017). Trata-se da cobertura jornalística da Guerra de Canudos (1896-1897), feita pelo engenheiro, escritor e jornalista carioca Euclides da Cunha (1866- 1909), para o jornal O Estado de S.Paulo em 1897. Do ponto de vista social, Os Sertões é um marco. Do ponto de vista de reportagens seriadas, contudo, a saga dos rebeldes agricultores (com 55 documentos, entre telegramas e cartas) seria melhor definida como uma coleção de *suítes*, isto é, desdobramentos de uma matéria já publicada.

O jornalismo conta desde 2008 com uma adaptação coerente da Jornada do Herói aplicada à construção de histórias de vida realizada por Martinez (2008). Se observamos aqui esse roteiro proposto pela pesquisadora para a construção de histórias de vida em jornalismo, cada item, similar à proposta literária, amarra o enredo com clímax no meio do texto e leva o leitor até a última linha, quando o personagem alcança o objetivo. Esta proposta também tem acompanhado a estruturação de capítulos de livros, além de ser usada para composição de textos jornalísticos, narrativas biográficas e documentários.

Por outro lado, observamos que a fundamentação teórica de Grandes Reportagens (uma irmã gêmea bi-vitelina das reportagens seriadas, assim podemos dizer), assim como ambas mães dos livros-reportagem, é bastante estudada e acompanha a estruturação compilada por Lima em 2009, que o fundamenta numa crítica singular feita pela pesquisadora Cremilda Medina, que aponta duas origens para a produção:

Da inquietude do jornalista que tem algo a dizer, com profundidade, e não encontra espaço para fazê-lo no seu âmbito regular de trabalho, na imprensa cotidiana. Ou é fruto de outra inquietude: a de procurar realizar um trabalho que lhe permita utilizar todo o seu potencial de construtor de narrativas da realidade (Medina apud Lima, 2009: 33).

Na sequência, ele menciona que, em alguns casos, o livro-reportagem é resultado da grande reportagem ou reportagens seriadas - uma iniciativa que esbarra nas dos romances oriundos dos folhetins. Tanto é que, neste âmbito, temos como exemplo recente os livros de Daniela Arbex, *Cova 312* (2015) – resultante de uma reportagem seriada publicada no jornal *Tribuna de Minas* em 2002 – e *Holocausto Brasileiro* (2013) – resultante de outra produção seriada publicada no mesmo jornal em 2011.

Criações atuantes num cenário em constante evolução, já que inúmeras iniciativas foram localizadas, como o especial de 90 anos do Grupo Folha (2011). No material, 90 reportagens premiadas e de destaque produzidas pelo veículo são listadas, sendo a primeira Reportagem Seriada mencionada de 21 de junho de 1959, intitulada “Um rio desafia o Brasil”, de Mário Mazzei Guimarães, que se trata de “série de 16 reportagens com enfoque econômico sobre a região cortada pelo rio São Francisco e suas carências. Recebeu o prêmio Esso de Jornalismo” (Folha de S.Paulo, 2011).

Seja onde for a fragmentação da notícia mostra uma crescente tendência mundial nas últimas décadas, principalmente como forma de valorização do marketing jornalístico (Paiva, 2016) – exatamente como nos primórdios dos folhetins. No entanto, até onde temos conhecimento, e após exaustiva revisão de literatura, não existia até esta pesquisa (Gapy, 2018) um estudo específico sobre a história da fragmentação da notícia em reportagens seriadas, nem um manual sobre como fazê-las (Martinez, Gapy, 2017).

---

## METODOLOGIA

---

Este estudo emprega a abordagem metodológica proposta pela francesa Laurence Bardin (2016), que oferece um conjunto de técnicas de



análise e sistematização de narrativas que é um dos mais empregados na área dos estudos em jornalismo (Martinez, Pessoni, 2015):

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter por procedimentos sistemáticos e objetivos de transcrição do conteúdo das mensagens indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (Bardin, 2011, apud Martinez; Pessoni, 2015).

Neste projeto, a metodologia da pesquisa de cada caso foi empregada em três etapas:

- 1) localização dos dez pilares do Jornalismo Literário, segundo Edvaldo Pereira Lima (Martinez, 2009; 2016), entendidos como as categorias de análise em cada uma das amostras textuais do corpus;
- 2) da associação dos currículos e métodos dos autores junto aos estudos sobre conceito, história e desenvolvimento do JL conforme Monica Martinez (2016);
- 3) análise de dados históricos da publicação (impressa e digital) e de acesso (digital) associada às possibilidades futuras e novas perspectivas, conforme nos propõe John S. Bak (2011; 2018), Martinez (2016) e Lima (2016).

---

### CORPUS

---

O corpus desta pesquisa é composto por seis (6) produções diferentes, oriundas das cinco regiões do país e mais uma produção local (Sorocaba-SP). A localização e seleção das amostras ocorreram de forma simplificada e aleatória, com o uso das palavras-chave *Série de Reportagem* e *Reportagem Seriada* no portal de buscas do Google. O material de análise é constituído por reportagens seriadas produzidas obrigatoriamente por jornalistas profissionais e publicadas em jornais impressos associados à Associação Nacional dos Jornais (ANJ) que têm portais eletrônicos oficiais atuantes, assim como páginas oficiais no site de relacionamento virtual Facebook.

Desta forma, houve reunião de arquivos em PDF das reportagens inteiras e as respectivas capas das edições impressas; dos currículos dos autores e entrevistas sobre as produções; dos históricos dos veículos e dados de acessos digitais – coletados por meio de *survey* - arquivos em PDF e documentos foram disponibilizados pelos autores; os links digitais foram lo-

calizados virtualmente; já as informações do jornal e referidas publicações foram solicitadas à direção dos veículos e enviadas por e-mail. A distribuição para análise do *corpus* foi feita por ordem cronológica da produção, observe:

1) Região Norte / amostra 1 - de junho de 2012, jornal A Crítica, de Manaus (AM), produção de Ana Celia Ossame de Figueiredo. Reportagem seriada intitulada “Profissionais do Sexo” soma seis (6) matérias e dois (2) artigos autorais divididos em três edições, um total de três páginas standard, com publicação sequencial diária - sábado, domingo e segunda-feira -, nos dias 2, 3 e 4 de junho de 2012, no caderno de Cidades.

2) Região Nordeste / amostra 2 - de dezembro de 2012 Jornal Diário de Pernambuco, Recife (PE), produção de Maria Carolina Santos. Reportagem seriada intitulada “SerTão Gonzaga – 100 anos do Rei do Baião” soma 23 matérias divididas em seis (6) edições, um total de 12 páginas standard, com publicação sequencial diária - de sábado à quinta-feira -, nos dias 8, 9, 10, 11, 12 e 13 de dezembro de 2012, no caderno Viver.

3) Local / amostra 3 - de março de 2014, jornal Cruzeiro do Sul, Sorocaba (SP), produção de Daniela da Costa Jacinto. Reportagem seriada intitulada “Quilombo Os Camargo – Apagão Histórico” soma 18 matérias divididas em quatro (4) edições, um total de seis (6) páginas no formato standard, com publicação semanal - aos domingos -, nos dias 16, 23 e 30 de março e 6 de abril de 2014, no caderno Cidades.

4) Região Sul / amostra 4 - de maio de 2014, jornal Correio do Povo, Porto Alegre (RS), produção de Paulo Roberto Tavares. Reportagem seriada intitulada “Zumbis’ no Volante” soma 13 matérias e um (1) artigo autoral divididos em quatro edições, um total de cinco (5) páginas no formato tabloide, com publicação sequencial diária - domingo, segunda, terça e quarta-feira -, nos dias 4, 5, 6 e 7 de maio de 2014, no caderno Especial.

5) Região Sudeste / amostra 5 - de novembro de 2014, jornal Tribuna de Minas, Juiz de Fora (MG), produção de Daniela Arbex. Reportagem seriada intitulada “Vidas Roubadas” soma 15 matérias divididas em cinco (5) edições, um total de seis (6) páginas standard, com publicação sequencial alternada - domingo, terça, quarta, sexta e terça-feira -, nos dias 2, 4, 5, 7 e 11 de novembro de 2014, no caderno Geral.

6) Região Centro-Oeste / amostra 6 - de julho de 2018, jornal Correio Braziliense, Brasília (DF), produção de Guilherme Goulart e Jéssica Eufrásio, com edição de Guilherme Goulart. Reportagem seriada intitulada “Conexão Brasília” soma 19 matérias e oito (8) artigos autorais divididos em oito (8) edições, um total de dez (10) páginas standard, com publicação sequencial diária - de domingo a domingo -, nos dias 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21 e 22 de julho de 2018, no caderno de Cidades.

Daniela Arbex escreveu sobre a deinstitutionalização manicomial mineira; Daniela Jacinto a trajetória de comunidade Quilombola paulista; Guilherme Goulart sobre a história da mobilidade brasileira; e Paulo Tavares sobre os perigos que caminhoneiros enfrentam sem legislação e fiscalização nas estradas. Todas as narrativas são transformadoras, mas focadas na universalidade de sentimentos, apoiadas principalmente em dramas humanos.

Gráfico 1 – Dez pilares x peças.

## ANÁLISES

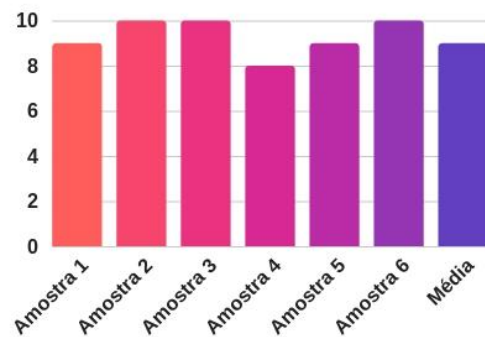
### 1) Localização dos dez pilares do Jornalismo Literário

O primeiro resultado alcançado aponta para o uso intuitivo dos pilares propostos por Lima (2009) em 100% das peças. Dentre os dez pilares por ele listados (1. Exatidão e precisão; 2. Contar uma história; 3. Humanização; 4. Compreensão; 5. Universalização temática; 6. Estilo próprio e voz autoral; 7. Imersão; 8. Simbolismo; 9. Criatividade; 10. Responsabilidade ética), observamos que os mais usados, mais de uma vez e em quase todos os textos, são os da imersão, exatidão, compreensão e humanização.

Enquanto o menos usado é o do simbolismo. Somados os números de pilares localizados nos textos das seis amostras e relacionando-os aos dez (10) listados por Lima (2009), o resultado é que 9,34 deles são utilizados para desenvolvimento dos textos. Importante destacar que todas as produções têm pauta de cunho social, desenvolvidas na localidade do jornal, com personagens locais.

Ana Célia Ossame optou por falar da prostituição em Manaus (AM); Maria Carolina Santos escreveu sobre a trajetória do Rei do Baião, em Pernambuco;

Relação das amostras com os 10 pilares do JL



Fonte: *Elaboração própria.*

### 2) Associação dos currículos, métodos dos autores e desenvolvimento

Este estudo mostra o uso dos pilares é intuitivo por parte de todos porque nenhum dos autores tem especialização para desenvolvimento ou estudos acadêmicos a respeito do Jornalismo Literário, conforme Lima (2009) e Bak (2018) nos propõem. Entre os seis profissionais que tiveram a carreira analisada, quatro têm especializações, mas não em Jornalismo Literário: Figueiredo em Marketing; Jacinto em Arte e Cultura,

Quadro 1 : Perfil profissional dos autores e desempenho com as amostras.

Nome	Idade	Carreira	Formação	Concepção e atuação	Pauta
1ª FIGUEIREDO	50 anos	27 anos	Especialista	Livre/simultâneo	Social
2ª SANTOS	29 anos	7 anos	Graduada	Livre/exclusivo	Sociocultural
3ª JACINTO	38 anos	18 anos	Especialista	Livre/simultâneo	Social
4ª TAVARES	51 anos	30 anos	Especialista	Livre/simultâneo	Social
5ª ARBEX	41 anos	19 anos	Graduada	Livre/exclusivo	Social
6ª GOULART	42 anos	22 anos	Especialista	Livre/simultâneo	Socioeconômico
M	42anos	20,5 anos	Especialista	Livre/simultâneo	Social

Fonte: *Elaboração própria.*

além de dupla graduação; Tavares em Ciências Políticas e Goulart em Técnicas de Entrevista e Assessoria de Imprensa.

Já Santos e Arbex, apesar de não terem especialização, têm carreira voltada ao desenvolvimento de peças associadas às técnicas literárias. Santos desenvolve sites de conteúdo cultural e Arbex escreve livros-reportagem desde 2012. Entre esses profissionais foi observado um perfil padrão, a saber idade média de 42 anos e ao menos 20 anos de carreira.

Essa experiência na reportagem seriada estaria, portanto, atrelada ao tempo de carreira, idade biológica, preparação educacional e perfil profissional. O que sugere autonomia, uma vez que todos os jornalistas relataram desfrutar de liberdade para conceber a pauta. Daniela Jacinto, por exemplo, disse que se pautou ao verificar que o assunto rendia mais que um registro e encabeçou um embate com o editor (Jacinto, 2018).

Carolina Santos, sabendo que o jornal dispunha de equipe específica para produções especiais, se antecipou estrategicamente e desenhou a Reportagem Seriada, desde a pauta, a pesquisa, até o tempo de desenvolvimento e disposição para publicação, com criação do *hotsite* exclusivo (Santos, 2018). Como repórter espe-

cial, Daniela Arbex tem a possibilidade de desenvolver as pautas que desejar, da forma como puder.

No entanto, dentre todos profissionais, Arbex foi a que mais alçou voos altos em produções de fôlego na carreira – muito provavelmente pelo casamento de perfil pessoal com o fato de trabalhar num jornal pequeno – com apenas 10 mil exemplares diários para uma cidade de 250 mil habitantes, enquanto o *Correio Braziliense*, por exemplo, soma 56 mil assinantes, sediado na capital do país, com quase 3 milhões de moradores -, como ela mesma concorda (Arbex, 2018).

Outro achado interessante da pesquisa é que exceto Arbex e, parcialmente, Santos, que teve algum tempo para desenvolver a peça com exclusividade, os demais jornalistas tiveram que produzir a Reportagem Seriada em simultâneo com a demanda diária do jornal impresso. O que significa que se anteciparam e/ou não tinham data específica para publicação, com temas atemporais, podendo assim desenvolvê-las a seu tempo e modo. Sinalizando que é possível (e talvez melhor) que os temas tratados sejam atemporais e locais, já que viagens longas e distantes demandam tempo e dinheiro, além de sobrecarregar à equipe (em geral enxuta) que fica na redação (Vilas-Boas, 2016).

**Quadro 2 :** Perfil dos jornais localizados e analisados.

	REGIÃO	JORNAL	FUNDAÇÃO	ASSINANTES/ TIRAGEM	FACEBOOK	ACESSOS PORTAL
1ª	NORTE Manaus (AM)	A Crítica	19/04/1949 69 anos	25 mil / 35 mil (semana / final de semana)	471.872 segui- dores	4 milhões ao mês
2ª	NORDESTE Recife (PE)	Diário de Pernambuco	07/11/1825 193 anos	16 mil do im- presso; 2 mil online	1.352.208 seguidores	2 milhões ao mês
3ª	LOCAL Sorocaba (SP)	Jornal Cruzeiro do Sul	12/06/1903 115 anos	17.204	280.588 seguidores	3,5 milhões ao mês
4ª	SUL Porto Alegre (RS)	Correio do Povo	01/10/1895 123 anos	-	405.909 seguidores	-
5ª	SUDESTE Juiz de Fora (MG)	Tribuna de Minas	01/09/1981 37 anos	10 mil / 15 mil (semana / do- mingos)	256.927 seguidores	-
6ª	CENTRO-OESTE Brasília (DF)	Correio Brazil- iense	21/04/1960 58 anos	56 mil (26 mil –im- presso / 35 mil online)	725.649 segui- dores	50 milhões ao mês

Fonte: Elaboração própria.

### Resumo de perfil dos jornalistas e desempenho das pautas:

- média de 42 anos de idade;
- média de 20 anos de carreira;
- profissional especializado;
- com liberdade de criação;
- pautas de cunho social;
- com narrativas de transformação.

Apesar de cada profissional ter suas especificidades nos quesitos história de vida e meio de atuação (incluindo o geográfico), ele/ela está atento às necessidades de sua empresa jornalística. Ainda assim, todos trabalharam em pautas que primam pelas narrativas de transformação, isto é, optaram por temas de cunho social e desenvolvimento humano, com inclinação a desfechos esperançosos ou com sugestões de soluções sociais (Lima, 2019), exatamente como nos propõem as narrativas de transformação (Lima, 2009), como substituição, pobreza, mobilidade, emprego, doenças mentais, comunidade quilombola, acidentes de trânsito.

### 3) Análise de dados históricos da publicação

Neste processo de análise é preciso pensar que, ao avaliar o perfil geral dos jornais com produções estudadas, foi possível perceber que quatro estão em capitais, sendo apenas um deles o veículo principal da cidade, como o caso do *Correio Braziliense*, em Brasília (DF). Os outros três, *A Crítica*, de Manaus (AM); *Diário de Pernambuco*, no Recife (PE); e *Correio do Povo*, de Porto Alegre (RS), apesar de estarem nos grandes centros, não são os líderes em suas respectivas localidades – o que nos sugere um hiato entre produção e comércio. Mas são veículos que carregam números e perfis

próximos, ocupando todos o segundo lugar em produção e venda local, de acordo com seus representantes.

Já o jornal *Cruzeiro do Sul*, de Sorocaba (SP), e a *Tribuna de Minas*, em Juiz de Fora (MG), localizados no Sudeste do país, são jornais próximos das capitais e similares, em números e atuações, além de líderes em suas localidades. Com relação aos limites do estudo, destacamos a falta de alguns dados, que não foram fornecidos pelas instituições jornalísticas, como a *Tribuna de Minas* e o *Correio do Povo*, que não nos passaram o número de acesso aos links e média de visualizações no portal ao mês. Outra questão importante é que os dados dos portais do A Crítica e do Diário de Pernambuco não são absolutos, visto que ambos foram reformulados em 2014 e 2015, respectivamente.

Ainda assim o quadro 3, acima, nos traz achados importantes. Como o de que as produções de Reportagens Seriadas contam com cerca de 15 textos desenvolvidos e que 50% delas se valem de artigos autorais a mais (feitos pela comunidade) para ampliação dos assuntos, produção dividida na média 4,8 edições.

Outros dois achados de destaque são que 82,7% das edições contam com chamadas na capa do jornal impresso – evidenciando que 17,3% são esquecidas ou ficam a mercê de espaços diários; o outro é que apenas 62% das edições com links criados contam com postagens no Facebook – que poderia se valer da disseminação gratuita para quantificar os acessos, visto que, nos dados atuais, os jornais têm média de 20 mil impressos diários (com exceção do Correio do Povo, que não passou dado) e cerca de meio milhão de seguidores no Facebook, o que possivelmente alavanca o número de acessos ao portal, se comparado ao número de assinantes do impresso.

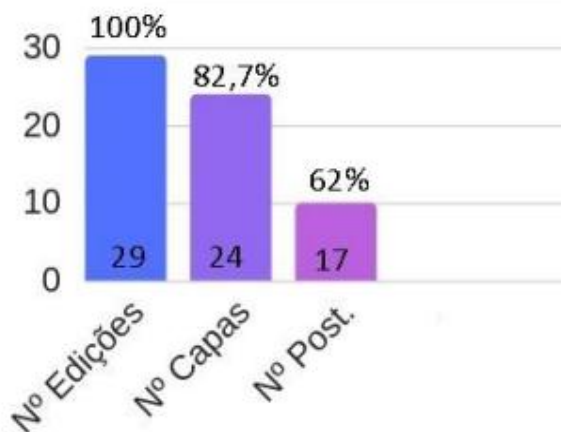
Quadro 3 : Perfil do desempenho das amostras.

Amostras	Ano	Edições	Chamadas De Capa	Textos	Post. Face-book	Envol. Face-book	Link/Portal	Acessos/Portal
1ª Norte	2012	3	Nenhuma	6 + 2art.	2	17	3	725 (+2014)
2ª Nordeste	2012	5	5	23	4	1.146	1	200 mil (+2014)
3ª local	2014	4	4	18	1	204	4	395
4ª Sul	2014	4	4	13 + 1 art.	3	3	4	–
5ª Sudeste	2014	5	4	15	4	39.434	5	445 *
6ª Centro-Oeste	2018	8	7	19 + 8 art.	4	1.744	1	17.500
Média		4,83	82,7%**	15,5 + 50% art.	62%***	-	-	-

Fonte: Elaboração própria. \*A amostra produziu cinco edições e cinco links, mas o jornal informou o número de acesso apenas em três deles. \*\*O número de chamadas de capa foi comparado ao número de edições impressas. \*\*\*O número de postagens também foi comparado ao número de edições do impresso.



Gráfico 2 : Edições e divulgações.



Fonte: Elaboração própria. O número de edições é composto pela reunião de todas as edições das seis peças analisadas; o número de capas é a somatória de quantas edições contaram com chamada nas respectivas capas dos impressos; o número de post é composto pelo número de edições que tiveram chamadas na página oficial do jornal no Facebook.

Como resultado, percebe-se que as produções de reportagens seriadas não foram observadas nos grandes veículos, porém em empresas de tradição que a seu modo buscam sobreviver do mercado contemporâneo impresso jornalístico. Assim, 66% das amostras ainda buscaram pela divulgação dos materiais de singular e profundo desenvolvimento, com chamadas na capa e postagens na página do Facebook – enquanto *Cruzeiro do Sul* e *A Crítica* dependem da divulgação exclusiva da iniciativa do repórter. Em contrapartida, também observamos que dentre as produções avaliadas, a maioria (quatro) ainda não despertou totalmente para a urgência em atender o leitor-internauta (demanda virtual) e, por essa razão, não se atenta à vinculação eficaz do produto com o consumidor, mostrando negligência com as chamadas de capa impressa e design editorial para identificação e fidelização por meio de avisos sequenciais igualmente digitais.

Já o *Correio Braziliense* e o *Diário de Pernambuco* se mostram à frente de seu tempo, exatamente como fez e afirmou Bowden em *Black Hawk Down*, publicada pelo *The Philadelphia Inquirer* em 1997. Também se notou que não há preocupação integral com a associação do impresso com a versão online do jornal, impedindo que o grande público (evidente nos números de acessos aos portais e seguidores do Facebook) associe a produção como um todo, porém seriado. Por último, percebemos que não há também um desempenho comercial rápido e eficaz, com iniciativas organizadas, de contribuição para desenvolvimento dessas produções, principalmente as digitais, que poderiam contar com propagandas em longo prazo, financiando o ciclo de produção similar.

## CONCLUSÕES

Este estudo buscou analisar como a Reportagem Seriada é desenvolvida por jornalistas profissionais da imprensa escrita brasileira em amostras oriundas de veículos regularmente associados da ANJ e quem dispõem de publicações impressas e digitais.

Destacamos a importância de um termo mais preciso, como o Reportagem Seriada proposto, que é entendido como a principal contribuição desta pesquisa. Isto porque a localização das peças para análise foi morosa e dificultosa, primeiramente devido à inexistência de associação da produção com o termo conceitualmente utilizado, Série de Reportagem, nos canais de busca e portais jornalísticos, e a falta de organização e vinculação entre as produções impressa e digital.

Desta forma, destacamos que a segunda principal contribuição deste estudo consiste justamente no desenho desta metodologia exploratória de análise. Ao todo, seis peças foram localizadas, uma de cada região do país e uma de Sorocaba (SP), onde a pesquisa está situada. As produções somam 29 textos, igualmente produzidos por jornalistas profissionais, em veículos regulares que dispõem de produtos impressos e digitais.

A partir das análises, localizamos a relação entre o Jornalismo Literário e as seis amostras de reportagens seriadas. Dentre os dez pilares listados por Lima (2009) –, 1. Exatidão e precisão; 2. Contar uma história; 3. Humanização; 4. Compreensão; 5. Universalização temática; 6. Estilo próprio e voz autoral; 7. Imersão; 8. Simbolismo; 9. Criatividade; 10. Responsabilidade ética – observamos que 9,34 deles foram desenvolvidos nos textos analisados.

Os pilares mais utilizados, mais de uma vez e em quase todos os textos, são os da imersão, exatidão, compreensão e humanização. Enquanto o menos usado é o do simbolismo. Importante ressaltar o perfil das pautas, compostas por cunho social, desenvolvidas na localidade do jornal, com personagens locais. O que nos remete ao 10º pilar de Lima, ou seja, Responsabilidade Ética - “último princípio filosófico apontado por Lima é a habilidade de responder de forma ética às complexas demandas sociais de nosso tempo. ‘O jornalismo literário tem um compromisso com a realidade e sua credibilidade depende disso’ (Lima, 2009, p. 389, apud Martinez, 2016, p. 48).

As temáticas são prostituição, pobreza, emprego, doenças mentais, descendentes de escravos e operários (todos os textos contam com personagens que têm trajetórias expostas, nem todas superadas, mas a narrativa expõe soluções, como formação de organizações

não-governamentais e legislação de apoio às ex-prostitutas) -, mas focadas na universalidade de sentimentos, apoiadas principalmente em dramas humanos.

Os resultados apontam para o desempenho do JL em Reportagens Seriadas, que contam com textos majoritariamente pautados pela narrativa de transformação, isto é, preocupada com temas sociais. Que as pautas foram desenvolvidas majoritariamente de forma autônoma por profissionais experientes. As produções contam com média de 15 textos distribuídos em quase cinco edições sequenciais, mas que cada edição conta com produções da comunidade também como mecanismo de participação.

Para finalizar, concluímos que os resultados apontam que a reportagem seriada pode ser uma forma importante de os jornalistas cativarem suas/eus leitora/es para temas de impacto social, como direitos humanos e equidade de gênero, entre outros.

---

Submetido em 1 de dezembro de 2019  
Aceito em 11 de dezembro de 2020

## NOTES

---

<sup>1</sup> Doutoranda e mestre em Comunicação e Cultura pela Universidade de Sorocaba (Uniso), especialista em Jornalismo Literário pela Academia Brasileira de Jornalismo Literário (ABJL) e jornalista pela Universidade de Sorocaba (Uniso). E-mail: leila.gapy@hotmail.com.

<sup>2</sup> Resultados oriundos da dissertação Ponto e Vínculo – Reportagens Seriadas em Jornalismo Literário, defendida em novembro

de 2018 pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba (PPGCC-Uniso). Doutora em Ciências da Comunicação, professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba (PPGCC-Uniso), líder do Grupo de Pesquisas em Narrativas Midiáticas (Nami) e pesquisadora em narrativas midiáticas transnacionais. E-mail: monica.martinez@prof.uniso.br.

## REFERÊNCIAS

- Andretta, C. (2008). *O jornalismo e a literatura em três romances-reportagens*. Universidade de Campinas. Recuperado de <http://repositorio.unicamp.br/jspui/handle/REPOSIP/270252>.
- Andretta, C. (2013). *A ideia de literatura nos romances do Novo Jornalismo*. Universidade de Campinas. Recuperado de <http://repositorio.unicamp.br/handle/REPOSIP/269903>.
- Arbex, D. (mensagem pessoal, 10 ago. 2018) com informações sobre reportagem seriada e currículo.
- Bakhtin, M. M. (1998). *Questões de literatura e de estética: a teoria do romance*. São Paulo: Hucitec.
- Bak, J. S. (2018). "Literary Journalism as an academic discipline: weighing the pros and cons". In *16o Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor)*. São Paulo: SBPJor. Recuperado de <http://sbpjor.org.br/congresso/index.php/sbpjor/sbpjor2018/paper/viewFile/1453/681>
- Bak, J. S. (2017). "Rumo a uma definição de jornalismo literário internacional". *Brazilian Journalism Research*, 13(3), 230–255. Recuperado de <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/issue/view/50/showToc>
- Bak, J. S., & Martinez, M. (2018). "Introduction: Literary Journalism as a Discipline". *Brazilian Journalism Research*, 14(3), 620–627. <https://doi.org/10.25200/BJR.v14n3.2018.1163>.
- Bak, J. S., & Reynolds, B. (2011). *Literary journalism across the globe: journalistic traditions and transnational influences*. Boston: Massachusetts Press.
- Bardin, L. (2016). *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70.
- Bowden, M. (1999). *Black Hawk down: a story of modern war*. New American Library. New York, New York.
- Bowden, M. (2018, 20 set.). *Black Hawk Down Project*. The Philadelphia Inquirer. Recuperado de <http://inquirer.philly.com/packages/somalia/sitemap.asp>
- Campbell, Joseph. (1995). *O Herói de Mil Faces*. São Paulo: Pensamento.
- Capote, Truman. (2018, 5 jul.). In *Cold Blood*. *New Yorker*. Recuperado de <https://www.newyorker.com/magazine/1965/09/25/in-cold-blood-the-last-to-see-them-alive>
- Domingues, J. (2016, 27 abr.). 11ª Conferência Internacional de Estudos em Jornalismo Literário. Recuperado Mai 28, 2017, de <https://www.pucrs.br/blog/evento/11a-conferencia-internacional-de-estudos-em-jornalismo-literario/>
- Figueiredo, A. C. Ossame (mensagem pessoal, 23 out. 2018) com informações sobre reportagem seriada.
- Folha de S.Paulo. (2018). *Manual de Redação: As normas de escrita e conduta do principal jornal do país*. São Paulo, Publifolha.
- Furtado, T. H. (2018). "A escrita é nudez: as histórias de Isabel Soares". *Revista Observatório*, 4(6), 141–159. <https://doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2018v4n6p141>
- Gapy, L. (2018). *Ponto e Vínculo: jornalismo literário e reportagens seriadas*. Sorocaba, SP - Universidade de Sorocaba. Recuperado de <http://comunicacaoecultura.uniso.br/producao-discente/2018/pdf/leila-paiva.pdf>
- Gapy, L., & Martinez, M. (2017). Jornalismo Literário e Reportagens Seriadas: mecanismos de buscas - Google Acadêmico vs Periódicos Capes. In *XXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Curitiba, PR: Intercom. Recuperado de <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2169-1.pdf>
- Gapy, L., & Martinez, M. (2017). "O Jornalismo Literário em Séries de Reportagens: Revisão de literatura sobre as produções acadêmicas". In *10º Encontro de Pesquisadores em Comunicação (Epecom)*. Sorocaba, SP: Universidade de Sorocaba. Recuperado de [http://comunicacaoecultura.uniso.br/programa/anais/2019/Epecom%202019\\_Anais.pdf](http://comunicacaoecultura.uniso.br/programa/anais/2019/Epecom%202019_Anais.pdf)
- Paiva, L. P. G., & Martinez, M. (2018). "Jornalismo Literário em Séries de Reportagens: Relevância do Google Acadêmico para pesquisas científicas". *Pauta Geral*, 5(1), 115–134. <https://doi.org/10.5212/RevistaPautaGeral.v.5.i1.0008>
- Goulart, G. (mensagem pessoal 10 ago. 2018) com informações sobre reportagem seriada e currículo.
- Hartsock, J. C. (2000). *A History of American Literary Journalism*. Boston, Massachusetts Press.
- Jacinto, D. (mensagem pessoal 17 jul. 2018) com informações sobre reportagem seriada e currículo.
- Kramer, M., & Sims, N. (1995). *Literary journalism: a new collection of the best American nonfiction*. New York: Ballantine Books.
- Kramer, M. (1995). *Breakable rules for literary Journalists*. New York: Ballantine Books, 1995.
- Lima, E. P. (2009). Páginas ampliadas: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura. São Paulo: Manole.
- Lima, E. P. (2010). *Jornalismo literário para iniciantes*. São Paulo: Clube de Autores.
- Lima, E. P. (2019). "Jornalismo Literário e Jornalismo de Soluções: proposta para diálogo para fertilização mútuas". In: *17º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor)*. Goiânia, GO: SBPJor. Recuperado de <http://sbpjor.org.br/congresso/index.php/sbpjor/sbpjor2019/paper/viewFile/2044/1162>
- Martinez, M. (2016). *Jornalismo literário: tradição e inovação*. Florianópolis: Insular.
- Martinez, M. (2017). *Jornalismo literário: revisão conceitual, história e novas perspectivas*. Intercom - RBCC, São Paulo, v. 40, n. 3, p.21-36, set./dez.
- Martinez, M., & Pessoni, A. (2015). "O uso da análise de conteúdo na Intercom: pesquisas feitas com o método (1996 a 2012)". In: Thaís de Mendonça Jorge. (Org.). *Notícia em fragmentos: o desafio de aplicar a análise de conteúdo ao jornalismo digital*. 1ed. Brasília: UnB, v. 1, p. 299-315.
- Martinez, M. (2008). *Jornada do herói: a estrutura narrativa mítica na construção de histórias de vida em Jornalismo*. São Paulo: Fapesp/Anablume.
- Martinez, M. (2017). "Jornalismo literário: revisão conceitual, história e novas perspectivas". *Intercom: Revista Brasileira de Ciências Da Comunicação*, 40(3), 21–36. <https://doi.org/10.1590/1809-5844201732>

- Martinez, M. (2009). “Jornalismo literário: a realidade de forma autoral e humanizada”. *Estudos Em Jornalismo e Mídia*, 6(1), 71–83. Recuperado de <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2009v6n1p71>
- Medina, C. (2003). *A arte de tecer o presente: narrativa e cotidiano*. São Paulo: Summus.
- Medina, C. (1988). *Notícia: um produto à venda*. São Paulo: Summus.
- Meyer, M. (1996). *Folhetim, uma história*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Santos, M. C. (mensagem pessoal 23 out. 2018) com informações sobre reportagem seriada e currículo.
- Soares, I. (2011). “Literary Journalism’s Magnetic Pull: Britain’s ‘New’ Journalism and the Portuguese at the Fin-de-Siècle”. In *Literary journalism across the globe: journalistic traditions and transnational influences* (p. 29–44). Amherst, Boston: University of Massachusetts Press.
- Souza Júnior, L. R. (2011). “A influência inconfessável: Como o folhetim formou o romance brasileiro”. In: *IX Seminário Internacional de História da Literatura*. Porto Alegre, RS. Recuperado de <http://ebooks.pucrs.br/edipucrs/Ebooks/Web/978-85-397-0198-8/Trabalhos/64.pdf>. (5 ago. 2018).
- Tavares, P. R.. (mensagem pessoal 20 set. 2018) com informações sobre reportagem seriada e currículo.
- Tinhorão, J. R. (1994). *Os romances em folhetins no Brasil: 1830 à atualidade*. São Paulo: Duas Cidades.
- Vogler, C. (2015). *A jornada do escritor: estrutura mítica para escritores*. São Paulo: Aleph.
- Weinhardt, M. (2010). “Considerações sobre o romance histórico”. *Revista Letras*, 43. <https://doi.org/10.5380/rel.v43i0.19095>
- Wolfe, T. (2005). *Radical Chique e o Novo Jornalismo*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Yuge, C. (2018). “Executivo da Netflix confirma intenção de investir em mais séries nacionais”. Recuperado em ago. 28, 2018 de <https://www.tecmundo.com.br/cultura-geek/130460-executivo-netflix-confirma-intencao-investir-series-nacionais.htm>.





**Reportagens seriadas e jornalismo literário: um espaço de narrativas que apontam soluções sociais**

**Reportages en série et journalisme littéraire: un espace ouvert aux récits socialement engagés**

**Series of reportages literary journalism: a welcoming space for socially engaged narratives.**

**Pt.** Este trabalho discute os resultados de pesquisa de mestrado que investigou como a Reportagem Seriada é praticada por jornalistas profissionais da imprensa nacional escrita. O referencial teórico contempla os estudos em Jornalismo Literário (Bak; Martinez, 2018; Martinez, 2018; Bak; Reynolds, 2011; Lima, 2009) e em Reportagens Seriadas (Souza Júnior, 2011; Meyer, 1996; Andretta, 2008, 2013; Gapy, 2018). Do ponto de vista metodológico, emprega revisão de literatura e análise de conteúdo (Bardin, 2016). Devido à dificuldade de rastreamento das peças, percebeu-se a necessidade de se repensar a noção conceitual porque o termo até então usado, Série de Reportagens, remetia à localização de produções de suítes ou às coleções de matérias sobre um único assunto publicadas como uma grande reportagem numa única edição (Gapy, 2019). O que nos levou a optar pelo termo Reportagem Seriada por entender que este não leva a dúvidas relacionadas às suítes ou grandes reportagens -- o que é entendido como uma das duas principais contribuições deste estudo. A segunda contribuição, a nosso ver, é a metodologia exploratória desenhada para esta análise. Desta forma, o *corpus* consistiu em um jornal de cada uma das cinco regiões brasileiras, mais um diário local: 1) Região Norte – A Crítica, de Manaus (AM); 2) Região Nordeste: Diário de Pernambuco, Recife (PE); Local – Cruzeiro do Sul, Sorocaba (SP); 4) Região Sul – Correio do Povo, Porto Alegre (RS); 5) Região Sudeste – Tribuna de Minas, Juiz de Fora (MG); 6) Região Centro-Oeste - Correio Braziliense, Brasília (DF). Além da sugestão de termo e metodologia empregados, os resultados apontam a falta de planejamento que permeia o processo produtivo, da proposta de reportagens seriadas por repórteres/editores à divulgação das mesmas nos veículos. Os achados também ressaltam que os jornalistas estão usando esse espaço para propor pautas que primam pelas narrativas de transformação, optando por temas de cunho social e desenvolvimento humano.

**Palavras-chave:** Comunicação. Jornalismo Literário. Jornalismo impresso. Jornalismo digital. Reportagens Seriadas.

**Fr.** Cet article présente les résultats d'une recherche de mémoire de master qui a pour objectif de comprendre comment le reportage en série est pratiqué par les journalistes professionnels dans la presse écrite brésilienne. Le cadre théorique engage les études en journalisme littéraire (Bak ; Martinez, 2018 ; Martinez, 2018 ; Bak ; Reynolds, 2011 ; Lima, 2009) et en reportage sériel (Souza Júnior, 2011 ; Meyer, 1996 ; Andretta, 2008, 2013 ; Gapy, 2018). D'un point de vue méthodologique, la recherche s'appuie sur une revue de littérature et sur une analyse de contenu (Bardin, 2016). La difficulté d'accès aux productions sur le sujet a révélé la nécessité de renommer le concept. En effet, le terme « série de reportages », employé jusqu'alors, nous renvoyait plutôt à la localisation de productions en série ou de collections de récits sur un même sujet, publiées en tant que grand reportage en une seule édition (Gapy, 2019). Ainsi, nous avons choisi le terme *Reportagem Seriada* (reportage en série/reportage sériel), de façon à le distinguer des dossiers ou des grands reportages, cette redéfinition terminologique étant perçue comme le premier apport principal de cette recherche. Le deuxième, à notre avis, renvoie à la méthodologie exploratoire conçue pour l'analyse. Le corpus se compose d'un journal de chacune des cinq régions du Brésil, et d'un seul quotidien local (*Cruzeiro do Sul*, Sorocaba – São Paulo) : 1) Région Nord - *A Crítica*, de Manaus (Amazonas) ; 2) Région Nord-Est - *Diário de Pernambuco*, Recife (Pernambuco) ; 4) Région Sud - *Correio do Povo*, Porto Alegre (Rio Grande do Sul) ; 5) Région Sud-Est - *Tribuna de Minas*, Juiz de Fora (Minas Gerais) ; 6) Région Centre-Ouest - *Correio Bra-*

*ziliense*, Brasília (District Fédéral). Au-delà de cette redéfinition conceptuelle et de la spécificité de la méthodologie employée, les résultats soulignent le manque de planification du processus de production, de la proposition des reportages en série par les reporters/rédacteurs à leur diffusion par les médias. Les résultats montrent également que les journalistes profitent de cette modalité pour proposer des récits de transformation, en y insérant des sujets sociaux et de développement humain.

**Mots clés :** Communication. Journalisme littéraire. Journalisme imprimé. Journalisme numérique. Reportages en série.

**En** • The article presents the conclusions drawn from a graduate thesis aimed at understanding the practices of serial reportage by professional journalists in the Brazilian print press. The theoretical framework draws on studies in literary journalism (Bak ; Martinez, 2018 ; Martinez, 2018 ; Bak ; Reynolds, 2011 ; Lima, 2009) and serial reportage (Souza Júnior, 2011 ; Meyer, 1996 ; Andretta, 2008, 2013 ; Gapy, 2018). The methodology of the study consists in a bibliographical review and content analysis (Bardin, 2016). Difficulties in finding productions on this topic led to redefine the concept. The term « Série de Reportagens » referred indeed to a localized serial production or collection of narratives on one topic, published as a grand reportage in one issue (Gapy, 2019). Instead, we want to introduce the term *Reportagem Seriada* (series of reportages / serial reportage), making a distinction with sequels or grand reportage. This constitutes the main critical contribution of the study, along with the exploratory methodology developed for the analysis. The corpus consists in five newspapers from the five federal regions in Brazil, and one local daily newspaper (*Cruzeiro do Sul*, Sorocaba – São Paulo) : 1) Northern region - *A Crítica*, from Manaus (Amazonas) ; 2) North-eastern region - *Diário de Pernambuco*, Recife (Pernambuco) ; 3) Southern region - *Correio do Povo*, Porto Alegre (Rio Grande do Sul) ; 4) South-eastern region - *Tribuna de Minas*, Juiz de Fora (Minas Gerais) ; 5) Central-western region - *Correio Braziliense*, Brasília (Federal District). In parallel to redefining the concept and the specificity of the methodology deployed, conclusions underline a lack of programming in the production process – from the pitching serial reportage by reporters to its dissemination in the media. Conclusions also shed light on how journalists use these work processes to push forward social and human development narratives.

**Key words:** communication, literary journalism, print press, digital journalism, serial reportage.



## NOUVELLE RUBRIQUE

### Entretiens *Sur Le Journalisme*

Depuis 2012, la revue *Sur Le Journalisme* s'est engagée à partager des projets, diffuser des savoirs, échanger des idées, et contribuer ainsi à la construction d'un domaine d'études et de recherche sur le journalisme, dans une perspective comparée et internationale. Cet élan vers la connaissance d'autres cultures et traditions, passant par plusieurs langues, a fait naître une nouvelle envie d'ouverture. Recueillir la parole de journalistes, chercheurs et enseignants, qui chacun et chacune, à leur manière originale et personnelle, ont marqué et marquent encore la discipline, nous est apparu comme une évidence. Constituer une « histoire orale » qui soit aussi une « histoire croisée » des études en journalisme, en dialogue avec des professionnels, scientifiques et pédagogues que nous avons coutume de lire et de citer, se veut un projet fondamental et fondateur. Sans doute est-il ambitieux, mais l'audace est précieuse dès lors qu'elle engage une conversation pour revenir aux origines, élargir nos horizons, imaginer un avenir, changer nos perceptions, tendre vers une meilleure compréhension du monde.

Nous vous invitons à découvrir, à travers leurs trajectoires individuelles, mais aussi leurs visées collectives, leurs environnements professionnels et contextes nationaux variés, comment ces praticiens, experts, académiques, ont constitué, conceptualisé, critiqué les études en journalisme. Au croisement entre plusieurs disciplines – sociologie, littérature, science politique, histoire, sciences de l'information et de la communication – les études en journalisme assoient aujourd'hui leur légitimité en grande partie grâce à ces voix qui ont aidé à forger, structurer, et institutionnaliser un champ académique. Les entretiens que nous publions dans cette nouvelle rubrique sont réalisés avec des personnalités qui ont œuvré pour faire reconnaître les études sur le journalisme, en apprécier la profondeur, la richesse, et tout le potentiel. Ils constituent une source de réflexion et d'inspiration pour appréhender de nouvelles réalités, relever des défis inédits, et accompagner les enjeux d'un domaine en perpétuelle mutation, notamment en termes de diversité, d'inclusivité, de technicité.

## NEW SECTION

### Interviews *About Journalism*

Since 2012, *About Journalism* has been committed to presenting projects, disseminating knowledge, and exchanging ideas. In so doing it contributes to the construction of a field of study and research on journalism, from comparative and international perspectives. The inclusion in the journal of knowledge developed in other cultures, traditions, and languages, has spurred a desire for more openness. As the next logical step, the journal will from now on invite journalists, researchers, and professors, to share their stories and legacy. Each, in their own, original, and personal way, will share their past or current contributions to the discipline. Creating an "oral history", which is also "crossed" or "shared" history, aims at grounding and advancing research in journalism studies. Such an ambitious project becomes possible only through the contributions of the professionals, scientists, and academics we commonly read and quote. It is driven by the audacity to question beginnings, broaden horizons, imagine the future, change perceptions, and strive for a better understanding of the world.



We invite readers to discover how practitioners, experts, and academics, have defined, conceptualized, and criticized journalism studies through their personal trajectories, collective goals, professional environments, and national contexts. At the crossroads of multiple disciplines - sociology, literature, political science, history, information and communication sciences - journalism studies establishes its legitimacy in large part thanks to the contributions of those who have helped forge, structure, and institutionalize the academic field. Interviews published in this new section are conducted with prominent figures who have contributed through their work to bringing recognition to journalism studies and to encouraging the exploration of its depth, variety, and potential. These voices are a source of reflection and inspiration for understanding new realities, for meeting and keeping up with challenges in an ever-changing field, especially in terms of diversity, inclusiveness, and technology.

## NOVA SEÇÃO

### Entrevistas *Sobre jornalismo*

Desde 2012, a revista *Sobre jornalismo* tem buscado compartilhar projetos, disseminar saberes, trocar ideias, contribuindo com a construção de um campo de estudo e de pesquisa sobre o jornalismo, numa perspectiva comparada e internacional. Este ímpeto para o conhecimento de outras culturas e tradições, transitando por várias línguas, originou um novo desejo de abertura. Assim, uma proposta se impôs: compilar falas de jornalistas, pesquisadores e professores que marcaram e continuam a marcar a disciplina, por meio de relatos originais e pessoais. Constituir uma “história oral”, que também seja uma “história cruzada” dos estudos de jornalismo, em diálogo com os profissionais, cientistas e educadores que costumamos ler e citar, é um projeto fundamental e fundador. Pode parecer ambicioso, mas a ousadia se faz necessária quando se pretende estabelecer uma conversa para retornar às origens, ampliar horizontes, imaginar um futuro, mudar percepções, tender para uma melhor compreensão do mundo.

Convidamos vocês a descobrir como esses profissionais, especialistas e acadêmicos, por meio de suas trajetórias individuais, suas ambições coletivas, seus ambientes profissionais, em contextos nacionais variados, constituíram, conceitualizaram e criticaram os estudos de jornalismo. No interstício entre várias disciplinas - sociologia, literatura, ciência política, história, ciências da informação e da comunicação -, os estudos de jornalismo assentam hoje sua legitimidade em grande medida nessas vozes que ajudaram a forjar, estruturar e institucionalizar um campo acadêmico. As entrevistas que publicamos nesta nova seção dão voz a personalidades que trabalharam pelo reconhecimento dos estudos de jornalismo, valorizando sua profundidade, sua riqueza e todo o seu potencial. São fonte de reflexão e inspiração para apreender novas realidades e desafios de um campo em constante mutação, especialmente em termos de diversidade, inclusividade e tecnicidade.

---

La rubrique est coordonnée par  
The section is coordinated by  
A seção é coordenada por  
Isabelle Meuret et Sandrine Lévêque.



## INTERVIEW

# How George Orwell Invented Journalism Studies

An interview with Prof. Richard Lance Keeble, a self-defined “hackademic”

## PRESENTATION

---

To inaugurate our series of conversations with scholars in journalism studies with a view to securing some useful insights into the history and practice of journalism education, Prof. Richard Lance Keeble appeared an obvious choice. Now an Honorary Professor at Liverpool Hope University, Prof. Keeble was first director of the International Journalism MA, then director of the Journalism and Social Science BA, at City University, London (1984-2003). He was then appointed Professor of Journalism (2003-present) at Lincoln University where he also became acting head of the Lincoln School of Journalism (2010-2013) and later a Visiting Professor at Liverpool Hope University (2015-2019). Prof. Keeble has been the recipient of prestigious and distinguished prizes, namely the National Teaching Fellowship Award (2011) and the Lifetime Achievement Award for services to journalism education (2014), the latter bestowed by the Association for Journalism Education in the UK.

Parallel to his academic career, Prof. Keeble has always been a practising journalist. On completion of his studies in Modern History at Keble College, Oxford University (1967-70), he started a career in journalism, first as sub editor at the *Nottingham Guardian Journal/Evening Post* (1970-73) and then at the *Cambridge Evening News* (1973-77). He was deputy editor, then editor, of *The Teacher*, the weekly newspaper of the National Union of Teachers (1977-84). His dual pedigree in journalism, as a practitioner and a professor, led him to take on many editorial responsibilities. He is emeritus editor of *Ethical Space: The International Journal of Communication and Ethics* and joint editor of *George Orwell Studies* and is also on the board of an impressive number of journals, among which are *Journalism Studies*, *Digital Journalism*, *Journalism Education*, *International Journal of Media and Cultural Politics*, *Media Ethics*, *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, to name just a few. Prof. Keeble was also Chair of the *Orwell Society*<sup>1</sup> (2013-2020) and has authored or edited no less than 44 books. They include *Ethics for Journalists* and *The Newspapers Handbook*,<sup>2</sup> respectively on their second and fifth editions, as well as several volumes on George Orwell, investigative journalism, and the British media.

It was an honour and privilege to talk to Prof. Keeble in a phone interview on March 25, 2021. The conversation was transcribed while some passages were edited for clarity. I hereby express my immense gratitude for his time, generosity, expertise, and humour. It is such a thrill to start our series of interviews in a way that only makes us want more such conversations.

### Can you tell us about the origins of journalism education in the United Kingdom?

I have done five editions of my *Newspapers Handbook* and, in a number of those, I did talk about the history of journalism education. Well, the first journalism school was founded in 1908 at the University of Missouri, and ten years later there were eighty-six schools offering some journalism coursework. In Britain, a diploma course ran at King's College in London between 1922 and 1939, but it wasn't re-started after the war. Now, you know, I'm very much a fan of George Orwell. We could talk a lot about George Orwell's contribution to journalism studies. In one of his "As I Please" columns in *Tribune* in 1944 – he wrote eighty between 1943 and 1947 – he responded to a letter sent to him by a woman who had subscribed to the London School of Journalism, clearly a commercial operation at that time. With typical humour, he wrote, obviously damning the organisation for advising this woman not to write for socialist newspapers: "Isn't it curious that trainers are not well-known writers? If Bernard Shaw or J. B. Priestley offered to teach you how to make money out of writing, you might feel there was something in it. But who would buy a bottle of hair restorer from a bald man?" (*laughter*). That's typical Orwell. Orwell is finding something humorous to say. Now, around this time, certain newspaper companies such as *The Sunday Times* also ran their own in-house training programmes.

### Which were the key events or watershed moments in the development of journalism education in the UK?

In 1949 there was a Royal Commission on the Press, and it drew attention to the need for better training. As a result, the Advisory Council for the Training and Education of Junior Journalists was set up in 1952. In 1955, it became the National Council for the Training of Journalists<sup>3</sup> (NCTJ) – an organisation that has played a significant role in the history of journalism teaching up to the present day.

The first university postgraduate programme in England was started at Cardiff University by Sir Tom Hopkinson in 1970, and there was a diploma course set up at City University London in 1976. This is where I come in. The International Journalism MA course was launched there in 1982. I arrived in 1984. So, I guess I am the longest surviving teacher of journalism in the country. Alas, my dear friend Bob Jones, who ran the International MA with me for a number of years, died last month – I've written his obituary which appears in *The Guardian*.<sup>4</sup>

Following that, undergraduate courses appeared across the country so that by 2000, there were 100 degree programmes at 32 universities. Why? Because they were popular. Universities needed money. They drew in the student numbers. We, at City, also

launched an undergraduate programme and after my first sabbatical I went back and ran the Journalism and Social Science degree from 1992 to 2003. Colleagues at City at that time thought journalism did not have the academic credibility to operate as a separate discipline in its own right at undergraduate level, so they combined it with the social sciences. This made total sense, and I very much enjoyed running that programme.

### What about the evolution of research in journalism studies?

In relation to the history of research of journalism, I recommend you a book called *Global Journalism Research: Theories, Methods, Findings, Future*, edited by Martin Löffelholz and David Weaver.<sup>5</sup> It's got it all in there. A group of Marxist intellectuals in the so-called Frankfurt School – men like Marcuse, Fromm, Benjamin, Horkheimer, and Adorno – looked at the media very critically. Focusing on the reception and consumption of the mass media, they saw it as contributing to a 'massification', and a 'dumbing down' of culture. Well, things had to move on from that rather negative approach. In America, the seminal book was called *Mass Communications*. It was edited by Wilbur Schramm and published by the University of Illinois Press.<sup>6</sup> And then surveys of journalists began. There was one by the sociologist John Johnstone and his colleagues in 1976.<sup>7</sup> 1991 saw Shoemaker and Reese's *Mediating the Message* seminal text.<sup>8</sup> And we shouldn't forget George Orwell in England in the 1940s. In one of my recent books, *Journalism Beyond Orwell*,<sup>9</sup> I look at his response to the press and he had a remarkably original approach. He deconstructed not only a front page, say, of *The Daily Mirror* and an issue of the women's magazine *Vogue* but also boys' weekly comics. George Orwell we could perhaps argue, invented journalism studies.

The journal *Journalism Studies* was set up in 2000 by Routledge. In the same year, Sage published *Journalism*. That was largely run by colleagues of mine at City, Howard Tumber and Michael Bromley who moved to Australia. The research into journalism has really expanded over the last twenty years with many other academic journals appearing – such as *Ethical Space*, which I launched in 2003.

### Do schools develop niches in the UK? And how did you carve out and spearhead your own programmes?

Our International MA was the first of its kind. It was launched for financial reasons, being blunt, because in this country foreign students – non-EU at the time – paid astronomical figures. It has now grown enormously since I left City University in 2003 and so you can imagine what a cash cow it is. But there are enormous sorts of benefits for international MAs.

Students come to England because of the global status of journalism in this country. I think in the seven years I ran the programme I had students from 35 different countries. So, if you are a practising journalist, which most of them were, if you came to England and gained an MA, it helped your career. Moreover, I also learned an enormous amount from my students. I began in 1984 and, by the time I took my first sabbatical in 1991, I was confident enough to base my PhD research on international politics. Because if I had a student coming from, say, Uganda, Sudan, Angola or Israel, I had to be aware of their country's politics. They knew about the politics in this country, so it was dependent on me to know theirs, so I learned an enormous amount.

In terms of niche, after a few years of being at Lincoln University, I launched an MA in Peace Journalism. Now I'm a pacifist, as you know, and in all my writing and my teaching I make clear my radical approach to the state. Essentially I see it as being geared for warfare rather than welfare. Do I thrust my views down at my students' throats? (*laughter*). Not at all. I present my views as part of an ongoing debate: they know where I stand and all opinions, including my own, are to be questioned. Peace Journalism proved to be highly controversial when I proposed the MA at Lincoln. So we changed the title to "Journalism, War and International Human Rights" and, hey presto, it was approved (*laughter*). To accompany the launch of the programme, I co-edited with my great friend and Lincoln colleague John Tulloch and PhD student Florian Zollmann a book on Peace Journalism drawing contributions from internationally celebrated academics and activists.<sup>10</sup> And John Pilger, the award-winning investigative journalist, wrote a foreword.

I also started with the support of John Pilger the country's first undergraduate BA in investigative journalism, though there was already at City University a very well-established Master's course in this field. It was a programme inspired by a colleague at Lincoln who had the idea of introducing the culture of independent postgraduate research into undergraduate learning. This meant that students spent a lot of their time researching rather than coming into classes. Since I was running the journalism school and the Peace Journalism programme, this obviously suited me a lot. I wasn't buried in loads of class teaching. But obviously if you run a programme built around research, you are on call almost 24/7. So, it was extremely challenging. But I really enjoyed running that programme mainly because the final term for the students was entirely given over to working on their 20,000-word investigative project. Many rose to the ethical, investigative challenges such as when they went undercover.

I'll give you the example of one of my best students. His project was to investigate bare-knuckle fighting. It's illegal in the UK. Attending it is also illegal. But

my student wanted to explore the topic and to attend a bare-knuckle fight. Hence the problems began. Naturally, the student presented his proposal to all the relevant university committees but they were clear: he could not attend any fight because to do so would be illegal. How could I support this student? Well, in the end, I said he could witness a fight – but only off his own bat. First, he visited the site where the fight was to be held to find out escape routes should any be needed. He found an expert in bare-knuckle fighting to accompany him – for extra support and safety. He took with him my phone number – to ring in case of any emergency. On the night in question he went to a remote field and saw a group of gypsies forming a small circle – all carrying small electric torches. In the middle of this circle the men fight. Bets are laid. Blood is shed. Someone is knocked out. And so they move on to the next round. My student watched it all; so close to the action he was even spattered with blood. He reported all this in great detail and with a lot of descriptive colour. He ended up runner-up in the "young journalist of the year" award on the strength of his bare-knuckle investigative project, later joined the Murdoch-owned *Times* – and he's now a sports reporter for the *Daily Mail*. Journalism and journalism teaching, I guess, does involve risk-taking.

**It's a big dilemma, I suppose. On the one hand, your institution says, "No, it is illegal," and then you need to have confidence in the abilities and determination of the student.**

You're right. Other students did their own undercover work. And it was approved as a last resort "in the public interest" by the university's research ethics committee. Another excellent student, for instance, examined the ways in which the army visited schools, very often in rundown areas of the country, to recruit. You know, if you're poor, the army is one of the few careers open to you, so they deliberately target poor areas. As part of his research, the student attended an army recruitment session at the university assuming the character of someone interested in going into the army. In appropriate circumstance, I was happy to approve students going undercover as part of their investigative journalism – it helped give a sense of reality to the programme.

**Your expertise is wide-ranging, but journalism ethics has always been central in your career. Is there a reason behind this?**

Yes, I've always been political. I worked on local newspapers. My first newspaper was the Nottingham *Guardian Journal*, a morning newspaper. So, I worked with old blokes (*laughter*) immediately after leaving Oxford in 1970 because our shifts were from 5 in the afternoon until, say, 1 am. Then I moved to the *Cambridge Evening News*,



but conventional corporate journalism didn't appeal to me. I have always been very active in my trade unions throughout my career so I guess it was logical for me to move to the weekly newspaper of the National Union of Teachers – and I really loved it. It was very much the time of the peace movement in this country. Maryline, my partner now for 50 years, and I lived in a pacifist community of 16 people in the east end of London around that time, so I had a sense of really living the peace movement of the early 1980s. And the promotion of peace education was very much part of that movement.

When I became an academic, I had this strong political interest while ethics was an area most of my colleagues were reluctant to enter. Since I was running the course, I thought, I'll teach it. Ethics, then, became a way in which I could talk about politics and, crucially, the political economy of the media. Now this is for me the determining factor, as it was for George Orwell, of course. The underlying economic structure of the corporate media aligns it closely to dominant political, economic, and military interests. As a result, the notion of professionalism, which is at the heart of many journalism teaching programmes, I've always regarded problematically, seeing it rather as an ideology serving to legitimise the place of corporate journalism within the bourgeois state.

Look at the history of the professionalisation in Western societies: it occurred largely in the latter half of the 19<sup>th</sup> century. Professions amongst lawyers, teachers and journalists emerged – all of them closely integrated into the operations of the state. Accordingly, around this time, notions relating to the free press, democracy and objectivity became essential parts of the dominant ideology; in effect, part of the very air we breathe.

In this country, there was at the start of the 19<sup>th</sup> century a very outspoken partisan, radical, revolutionary, trade union-based, anti-clerical press. It was both very popular and illegal. The legal press, such as *The Times*, was stamped and only wealthy people could afford it. In contrast, the radical press was read out in pubs and at big, mass meetings. Many radical journalists, since they were operating illegally, ended up in jail. They became martyrs to the cause of the free press. How did the state eliminate the radical press? It was very, very, very clever. There was in the middle of the 19<sup>th</sup> century a series of parliamentary debates in which the 'threats' posed by the extremely popular, radical, revolutionary trade union press were discussed. Were they going to extend the laws that restricted access to the press and made unstamped journalism a criminal activity? Or were they going to do the complete opposite and open the press to the market? Very cleverly they chose the latter. Within a few years the radical press was mar-

ginalised. The market, in effect, served to control the content of the media – then as it still does today. I have always placed my teaching on professionalism, objectivity and partisanship in this critical, historical context.

How was I going to tackle all these issues in my *Ethics for Journalists*? I didn't want to just spout my (somewhat controversial) ideas. In the end I decided to present the issues in the form of questions. So I could present many different responses to the ethical dilemmas I raised – and leave the reader to decide which one they preferred. The questioning approach was also highly symbolic for me. After all, being curious is critical for being a good journalist. Dogmatism can only lead to confrontation. In contrast, the questioning approach is far more creative and stimulating.

**I saw that you interviewed Phillip Knightley, in your book on ethics.**

Phillip was certainly one of my mentors. He struck me as a journalist whom I wanted my students to emulate. I made him a Visiting Professor at Lincoln University – and awarded John Pilger (another man who has been a constant inspiration) an honorary doctorate. I knew John since very early on in my teaching days at City, and he wrote a very generous endorsement for the first edition of my *Newspapers Handbook*. So his words of wisdom are on the back cover and I'm sure they helped sell it around the world.

Phillip Knightley was very bright and very witty. He was aware of the importance of the radical critique of the media and would write for the radical media, for instance in Australia, the journal *New Matilda*. But he also contributed to mainstream newspapers. Can I tell you a joke?

**Of course!**

Phillip once told the story of when he was a cadet reporter in some godforsaken suburb or Sydney, Australia, it was a Friday and there was no news. So his editor said: "Go out and find some." So, he invented this report. It was about a man who roamed the local buses and used a coat hanger to lift up the skirts of the women. Some sexual pervert! And he headlined this story: "Hook Man Terrorises Women." His editor was completely satisfied and so the story became the front page lead. Phillip was very worried about this. First day after the publication went by, no response from the cops. Second day, no response. Third day, PC Plod comes on the phone and asks: "Is Phillip Knightley there?" Nervously, he replies, "Yes." To which the policeman announces, "You know that Hook Man. Well; we've caught the bastard!" With Phillip you never knew if an anecdote like that was true or false, and that's the point he was making. You see, Phillip



was deeply involved in reporting on spooks and the links between journalists and the intelligence services. Anything there could be false, it could be true. You just don't know. For one simple reason: there is no way of verifying most of it because, by definition, it's secret. So, I think that Phillip's joke was essentially warning the students ... don't really believe anything, and certainly don't believe me. Always question.

**Literary journalism is another field you are actively exploring and writing profusely about. Did it become one of your signature courses too?**

In all my career as a full-time academic, from 1984 to 2013, I only once ran a literary journalism module and that was because my dear friend John Tulloch had died, and I had to take it over. I've always, as you know, approached journalism, generally, as a creative field. My *Newspapers Handbook*, for instance, focuses on the conventions of news and feature reporting which students have to know; but they also need to be encouraged to break free of those conventions, when appropriate, and explore the creative dimensions of journalism.

For instance, that student who reported the bare-knuckle fight. In composing his feature, he had to capture the atmosphere of the scene. What were the sounds coming from the fight and the onlookers? What were the expressions on people's faces, what was it like being spattered with blood? This is not easy to write, but students do rise to the occasion. And what I have stressed in all my teaching of practical journalism is the range of genres within it: news (hard and soft), news features, profiles, interviews, reviews, editorials, captions, background features, lifestyle features, etc. I think when I wrote my first *Newspapers Handbook* in 1996 there were 17 different, essentially creative genres. Now, with the explosion of the Internet, social media and Data Journalism, there are many more.

How credible is it if you use the word "I" in this piece and how relevant is it? How much personal opinion should I include? How much analysis or description? These are all creative challenges which appear in straight journalism as much as they do in so-called *literary* journalism.

I've always been worried that there will be this elite group of teachers, focusing on literary journalism, developing the creative side of journalism, while other teachers handle the basic skills of news and feature writing. Personally I believe all journalism is worthy of critical attention for its literary/creative elements. So the front page of the tabloid, Murdoch-owned *Sun* is as interesting for me and my students to deconstruct as say the front page of *The Guardian* or *The New York Times*. In all media, fascinating questions relate to

language – for instance, the use of the vernacular, its conciseness, the subtle cultural references, the puns and alliteration, the recycling of press releases, and so on – and the ways in which the political economy of the media impact on content.

**Is it essential to be both a scholar and a practitioner to teach journalism?**

Journalism teachers, all my colleagues, have been practising journalists. They may not have done much, but all have done some journalism. What it means is that there can be an over-emphasis on practical skills. I've always stressed skills, but I've had this kind of reflective, critical, analytical approach which I hope my *Newspapers Handbook* captured. My own PhD, which I was awarded in 1996, was the first PhD by a practising journalism academic in the country. I also introduced a new PhD at City, which I called the DJorn (Doctorate in Journalism), for which journalists could submit their own work and build a theoretically creative thesis around it. Now in this country there is a new trend of teachers studying for a PhD by Practice.

When I launched the MA in International Journalism in 1984 with my friend Bob Jones we did something quite radical. The students had to submit a 20,000-word dissertation, but it wasn't a piece of conventional academic writing with an abstract, lit review, methodology, analysis of data and so on ... it was a piece of journalism! So, it was written like a Phillip Knightley book; that was always the model I gave my students. Look at one of Phillip's great books – say on war reporting or the history of the intelligence services – and, because it's referenced, it's academically robust but it reads like journalism. The writing is always accessible. It's based on massive research, interviews, and the analysis of documents. It's often quite brave and daring in what it reveals. So, we did that as far back as 1984. The students wrote journalistic books, and some students did amazing things. For instance, one student covered the AIDS crisis, which was new at the time. And she wrote it as letters to her sister. One student went to China and interviewed novelists, and she did it in the form of a diary. This playing with genre was brilliant. The dissertation projects that the students on the Investigative Journalism BA at Lincoln produced also tended to incorporate a range of genres: such as profiles, eye-witness reports, Data Journalism, insightful, investigative pieces, personal commentary and so on.

**What should we be teaching in journalism today?**

Obviously, that's an enormous question, but I've always stressed in my teaching and in my talks to my students that at the heart of journalism is the acquisition of transferable skills. Over the years I taught them

I saw the students developing their social skills, for instance, in striking ways. Why? Because journalism requires these special skills: the handling of various sources, meeting them, winning over their confidence. Journalism is also about building up the sense of curiosity. It's about developing technical skills – and critical, reflective, theoretical skills. These skills are incredibly important for all students to acquire. In these Covid times, it is difficult to know how many jobs in the corporate media there will be. Who knows? But journalism as an academic subject will still be popular. Research suggests that journalism graduates are certainly employable – in a large part because the transferable skills they have acquired are attractive to employers.

One of the things I think we need to stress is that students break free of the computer and the dominance of Google and the Internet, Facebook, Twitter etc. The value of meeting people, building up sources face-to-face, cannot be under-rated. Now, bringing up a political point, can I highlight how, in my country and around the world, the surveillance state is becoming ever increasingly powerful. The notion of privacy, which I explored at length in my ethics books, is even more problematic now because the state has enormous powers to intrude on the most intimate aspects of our lives, in particular those of journalists. Yet I think the debates amongst journalists and academics do not yet adequately confront the reality of the secret state and its impact on journalism and, in particular, reporters' contacts with sources. Given the way in which most electronic communication now is hardly confidential and because confidentiality is so critical to the operations of journalism, I think the teaching of journalism needs to take all that into account. Thus, the teaching of encryption techniques has to be an essential part of all journalism programmes, just as all students need to be critically aware of the secret state's crucial role in the operations not only of society and politics in general, but journalism in particular.

**Very true. What you say about technical skills and transferable skills is so important because the ecology of journalism is changing all the time. Is adaptability also a key element for students?**

Many of them have to write theoretical essays. Along with that, they have to write hard news. They have to produce a broadcast. They have to write for the Internet. These are all extremely demanding tasks and require different intellectual and literary skills. It's not easy for students, we have to appreciate that. Taking on a journalism programme? I really admire my students.

**In the UK, you have such a diverse press. How do you teach students knowing that you have high quality papers, but also tabloids? How do you embrace this range of journalisms?**

I have throughout my entire career looked at the whole of journalism, critically, so not just corporate media with all its many manifestations. I've looked at the tabloids, the middle market press, the so-called qualities. And I've also looked at the so-called alternative media. I came from the trade union press, the alternative media, which until the emergence of the Internet, incorporated the feminist media, the environmental movement, the peace movement, the radical political left, etc. With the Internet, alternative media has blossomed. If you look at my *Newspapers Handbook*, I begin by interviewing five journalists because I wanted to root the book in the reality of journalism today – so I take in a corporate 'quality' newspaper, a tabloid, an alternative news agency, a local newspaper and a local free-sheet. Along with my political economy approach, I'm able to highlight in this way the different economic structures of newspapers and their impact on content.

So whenever I gave my students an assignment I made it clear to them that they were not writing, essentially, for me – they were writing for the market. This meant, then, that one of the most important bits of information on their copy was the word at the very top identifying their target. They could be writing for, say, *The Guardian*, or for *The Morning Star*, the newspaper of the Communist Party, or for a feminist Internet site. Each of these would require a different kind of report.

If you look at my writings, which encapsulate my teaching, I bring in the alternative media as much as I do the corporate media. And whether it's *The Sun*, or *The Mirror*, or *The Guardian*, or *The Socialist Worker*, or an ethnic Black newspaper, a feminist website or a pacifist newspaper, they are all subject to criticism, all of them. And myself! If you look at *The Newspapers Handbook*, there is an article in there which I wrote, which I deconstruct and critique.

The Internet has also made foreign media easily accessible. So if I'm examining journalists' links to the secret state I would not take in just UK-based journals such as the mainstream *Independent* and the alternative *Lobster* but also *Le Monde diplomatique* (which has an excellent English version) and the Paris-based *Mediapart* along with alternative investigative sites in Australia, New Zealand and India. If you are looking for an excellent website critical of US/UK imperialist adventures and the secret states throughout the world then take a look at *Declassified*,<sup>11</sup> which is run by the human rights campaigner Mark Curtis.

**What are your thoughts on the incidence of the Leveson Report on journalism curricula?**

The Leveson Report – published in 2012 following an inquiry into the 'hackgate' scandal in the UK – despite

all the hype has had little impact on media operations. The main witnesses were journalists, academics and celebrities. Ordinary people, such as the relations of Millie Dowler, a murdered young girl whose phone had been hacked, were given just walk-on parts. So its connection with everyday reality was somewhat remote. It was a kind of spectacle serving essentially to marginalise the major problems in the industry. In this respect, given my interest in the political economy of the media, it's not surprising that I should stress the monopoly ownership by a few companies. These are headed mostly by men and, indeed, there is an inherent sexism within the industry. The Leveson Inquiry, surprise, surprise, took no account of the alternative media, which could have provided examples of good media coverage. The Butler Inquiry had previously, in 2004, examined the handling of intelligence by the government following the Iraq War. But, again, significantly, a particularly important factor – namely the links between the media and intelligence – was never, ever (not surprisingly) discussed.

Now, there was to be a Leveson Inquiry Two, in which politicians' close ties to journalists were to be examined. These ties have been written about by academics for decades, so the topic is well known. But, of course, the follow-up inquiry never happened. It was cancelled.

**How important is accreditation in UK schools of journalism? Is it a *sine qua non* for survival? Does accreditation enhance credibility and employability? Are rankings a matter of utmost importance?**

Accreditation: Absolutely crucial. It's part of the marketing, really, the selling of the courses. At Lincoln, it helped us a lot. We had accreditation from all the relevant bodies: the National Council for the Training of Journalists (NCTJ) for newspapers, the Broadcasting Training Council (BTC), the Periodicals Training Council (PTC) for magazines, and we had accreditation from the European Journalism Training Association (EJTA).

There is a problem that goes with NCTJ accreditation. The organisation is dominated by local media editors who have tended to stress the importance of shorthand. But can you fail a student because they have not mastered shorthand? It's a dilemma. Now if you want to meet journalism teachers in the UK and get totally bored (*laughter*), you mention the NCTJ. Because the debate around shorthand is endless!

**In the ongoing debate on “the future of journalism education,” some recommend “a realignment of journalism education from an industry-centered model to a community-centered model as one way to re-engage journalism education in a more productive and vital role in the future of journalism.”<sup>12</sup> Where do you stand on this?**

I think journalism programmes need to be focused on both the industry and the community (local, national, international). I might be very critical of the industry, but it's very much at the heart of everything I do. Can I add two things?

**Of course, please!**

Humour, I've done two books on humour with my friend David Swick.<sup>13</sup>

**Yes, from University of King's College, in Nova Scotia.**

I taught journalism for all those years but very rarely gave my students an assignment to write humorously. Now I've retired from full-time teaching I am able to reflect more – and see what I failed to cover. But clearly there is a lot of interest internationally in the topic amongst journalism academics – we were sent so many excellent abstracts we were able to produce two texts.

**It is fascinating because humour is something that does not always travel easily.**

True. It is very tricky, but that makes it all the more interesting. I also jointly edited a book with my Australian friend and colleague, Sue Joseph, on sex and journalism,<sup>14</sup> another topic which I failed to cover adequately while a full-timer. I did teach a programme on human rights reporting for a number of years at Lincoln and students there would deal with issues relating to sexuality. For instance, they would examine the 'epidemic' of rape in South Africa. Indeed, if you look at the overall academic study of sex it's perhaps too concentrated on 'negative' aspects. For instance, prostitution, sex trafficking – that sort of thing. But sexuality is clearly a very sensitive topic. I recently reviewed a Routledge book dealing with sensitive subjects. Interestingly, when sex issues appeared, they were all 'negative' ones.

**What is your next project?**

I did two books last year on Orwell: *Journalism Beyond Orwell* (published by Routledge) and *Orwell, the Secret State and the Making of Nineteen Eighty-Four* (published by Abrams). I guess I've become an Orwell bore. During lockdown I wrote 120,000 words on Orwell, many of them for various journals and websites. In one of them I looked at his appearance and the way in which he represented clothes in his writing, and along with that, nakedness. There's already been *Orwell's Nose*<sup>15</sup> and *Orwell's Cough*<sup>16</sup> and when I reviewed them I wondered what on earth could follow that. In the end, I've joined the fun and called mine *Orwell's Moustache*, which brings together my lockdown pieces.<sup>17</sup>

Looking forward to reading! Your career has always been very much focused on teaching, and you have this dedication and enthusiasm for students. You don't miss them too much today?

My mother was a teacher, my sister, Margaret, who sadly died a few years ago, was also a teacher. I vowed that I would be a journalist, not a teacher. Now during the early 1980s I was editor of *The Teacher*, the newspaper of the National Union of Teachers, of which my mother was actually a member. I kept meeting a friend in London, Henry Clothier, who was a teacher at City. So I began to think of moving into academia – and Henry encouraged me to apply for a job at City. I got it. And the moment I walked into City University I felt strongly “This is for me.” I loved everything about it. The contact with the students, the intellectual stimulation, the contacts, still, with the industry, the meeting with colleagues around the world, the developments of friendships. So, perhaps I was born to be a “hackademic” mixing the world of journalism and the academy. I now live in Lincolnshire, which is a very beautiful county. I look out my window, the sun is shining on a beautiful, rolling landscape, completely isolated. My 19<sup>th</sup> century ancestors were Strict Baptists in the south of the county, and from there they went around the country, preaching the word of God. Indeed, when I'm performing confidently in front of a classroom the pleasure I gain from that I guess I've inherited from my mother and my ancestors. That's what I feel in my blood, in my body, in my psyche.

---

Propos recueillis par Isabelle Meuret  
Professeure  
Université libre de Bruxelles  
ReSIC  
Belgique  
Isabelle.Meuret@ulb.be

## NOTES

<sup>1.</sup> For more information, <https://orwellsociety.com/>

<sup>2.</sup> Richard Lance Keeble, *The Newspapers Handbook*, Routledge: 2014 (fifth edition).

<sup>3.</sup> For more information, <https://www.nctj.com/>

<sup>4.</sup> Richard Lance Keeble, “Bob Jones Obituary,” *The Guardian*, 15 March 2021. <https://www.theguardian.com/media/2021/mar/15/bob-jones-obituary>

<sup>5.</sup> Martin Löffelholz and David Weaver (eds.), *Global Journalism Research: Theories, Methods, Findings, Future*. Blackwell, 2008.

<sup>6.</sup> Wilbur Schramm (ed.), *Mass Communications*, Urbana: University of Illinois, 1969.

<sup>7.</sup> John J. W. Johnstone, E. J. Slawski, and W. W. Bowman. *The News People: A Sociological Portrait of American Journalists and Their Work*. Urbana: University of Illinois, 1976.

<sup>8.</sup> Pamela J. Shoemaker and Stephen D. Reese, *Mediating the Message in the 21st Century: A Media Sociology Perspective*, Longman, 1991.

<sup>9.</sup> Richard Lance Keeble, *Journalism Beyond Orwell: A Collection of Essays*, Routledge, 2020.

Pour citer cet article, to quote this article,  
para citar este artigo :

Isabelle Meuret, « How George Orwell Invented Journalism Studies : An interview with Prof. Richard Lance Keeble, a self-defined “hackademic” », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne, online], Vol 10, n°2 - 2021, 15 décembre - december 15 - 15 de dezembro.  
<https://doi.org/10.25200/SLJ.v10.n2.2021.449>

<sup>10.</sup> Richard Lance Keeble, John Tulloch, and Florian Zollmann, *Peace Journalism, War and Conflict Resolution*, Peter Lang, 2010.

<sup>11.</sup> <https://declassifiededuk.org/>

<sup>12.</sup> Donica Mensing, “Rethinking [again] the Future of Journalism Education,” *Journalism Studies*, 11:4 (2010), 511.

<sup>13.</sup> Richard Lance Keeble and David Swick (eds.), *Pleasures of the Prose*, Abrams, 2015. David Swick and Richard Lance Keeble (eds.), *The Funniest Pages: International Perspectives on Humor in Journalism*, Peter Lang, 2016.

<sup>14.</sup> Sue Joseph and Richard Lance Keeble (eds.), *Sex and Journalism: Critical, Global Perspectives*, Bite-Sized Books, 2019.

<sup>15.</sup> John Sutherland, *Orwell's Nose: A Pathological Biography*, Reaktion Books, 2016.

<sup>16.</sup> John Ross, *Orwell's Cough : Diagnosing the Medical Maladies & Last Gasps of Great Writers*, Oneworld, 2014.

<sup>17.</sup> Richard Lance Keeble, *Orwell's Moustache: Addressing More Orwellian Matters*, Arima Publishing, 2021.





**MERCI AUX ÉVALUATEURS DES RÉCENTS NUMÉROS DE LA REVUE**  
**AGRADECEMOS AOS AVALIADORES DAS ÚLTIMAS EDIÇÕES DA REVISTA**  
**MANY THANKS TO ALL THE REVIEWERS OF THE RECENT ISSUES**

Alzira Abreu (Fundação Getulio Vargas, Brasil) • Juan Miguel Aguado (Universidad de Murcia, Espa a) • Chris W. Anderson (The City University of New-York, USA) • Leonel Azevedo de Aguiar (Universidade Católica do Rio de Janeiro, Brasil) • Altuğ Akin (İzmir Ekonomi Üniversitesi, T rkiye) • Dominique Augey (Aix-Marseille université, France) • Jan Baetens (katholieke Universiteit Leuven, Belgi ) • Helder Bastos (Universidade do Porto, Portugal) • Christa Berger (Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil) • Elisabeth Bird (University of south Florida, USA) • Gersende Blanchard (Université Lille 3, France) • Claire Blandin (Université Paris-Est-Cr teil, France) • Franck Bousquet (Université Toulouse 3, France) • Nad ge Broustau (Université libre de Bruxelles, Belgique) • Laura Calabrese (Université libre de Bruxelles, Belgique) • João Canavilhas (Universidade da Beira Interior, Portugal) • Dominique Cardon (CNRS, France) • Marialva Carlos Barbosa (Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil) • Valérie Cavalier-Croissant (Université Lyon 2, France) • Jean Charron (Université Laval, Canada) • Ivan Chupin (Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines, France) • Iluska Maria da Silva Coutinho (Universidade Federal de Juiz de Fora, Brasil) • Béatrice Damian-Gaillard (Université Rennes 1, France) • Jamil Dakhli  (Université Paris 3 Sorbonne nouvelle, France) • Salvador de Léon (Universidad Aut noma de Aguascalientes, México) • Juliette de Maeyer (Université de Montréal, Canada) • Didier Demazière (CNRS, France) • Emmanuel Derieux (Université Paris Panthéon-Assas, France) • Irène Di Jorio (Université libre de Bruxelles, Belgique) • Anya Diekmann (Université libre de Bruxelles, Belgique) • David Domingo (Université libre de Bruxelles, Belgique) • Carlos Eduardo Esch (Universidade de Brasilia, Brasil) • Benjamin Ferron (Université Paris-Est-Créteil, France) • Marie-Soleil Frère (FNRS, Belgique) • Elvira Garcia de Torres (Universitat Internacional Valenciana, Espa a) • Gilles Gauthier (Université Laval, Canada) • Eric Georges (Université du Québec   Montréal, Canada) • Benoit Gr visse (Université catholique de Louvain, Belgique) • Nicolas Harvey (Université d'Ottawa, Canada) • François Heinderyckx (Université libre de Bruxelles, Belgique) • Cristiane Henriques Costa (Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil) • Alfred Hermida (University of British Columbia, Canada) • Nicolas Hub  (Université de la Sorbonne, France) • Valérie Jeanne-Perrier (Université Paris-Sorbonne, France) • Alice Krieg-Planque (Université Paris-Est-Créteil, France) • Eric Lagneau (France) • Sandrine Lévêque (Université de la Sorbonne, France) • Seth C. Lewis (University of Oregon, USA) • Dominique Marchetti (CNRS, France) • Julien Longhi (Université de Cergy-Pontoise, France) • Pere Masip (Universidad Ramon Llull, Espana) • Frederico de Mello Brand o Tavares (Universidade Federal de Ouro Preto, Brasil) • Tha s de Mendonça Jorge (Universidade de Brasília, Brasil) • Isabelle Meuret (Université libre de Bruxelles, Belgique) • Luciana Mielniczuk (Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil) • Sophie Moirand (Université Sorbonne-Nouvelle, France) • Sandy Montanola (Université de Rennes 1, France) • Sylvia Moretzsohn (Universidade Federal Fluminense, Brasil) • Dione Oliveira Moura (Universidade de Brasilia, Brasil) • Joana Ormundo (Universidade de Brasília, Brasil) • Sylvain Parasi  (Université Paris-Est, France) • Ike Picone (Vrije Universiteit Brussel, Belgi ) • Olivier Pilmis (CNRS, France) • Alain Rabatel (Université de Lyon 2, France) • Franck Rebillard (Université Sorbonne-Nouvelle, France) • Edgar Rebouças (Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil) • Zvi Reich (Ben-Gurion University of the Negev, Isra l) • Roselyne Ringoot (Université Grenoble Alpes, France) • Catarina Rodrigues (Universidade da Beira Interior, Portugal) • N lia Rodrigues Del Bianco (Universidade de Brasília, Brasil) • Eugénie Saitta (Université Rennes 1, France) • Luís Santos (Universidade do Minho, Portugal) • Florian Sauvageau (Université Laval, Canada) • Julie S del (Université de Strasbourg, France) • Willam Spano (Université Lyon 2, France) • Jean-François T tu (Institut politique de Lyon, France) • Annelise Touboul (Université Lyon 2, France) • Sandrine Turgis (Université de Reims, France) • Olivier Tr dan (Université de Rennes 1, France) • Jean-Michel Utard (France) • Barbara Witte (Hochschule Bremen, Deutschland) • Eliane Wolf (Université de la Réunion, France) • Stéphanie Wojcik (Université Paris-Est-Créteil, France) • Adeline Wrona (Université Paris-Sorbonne, France)

Publiée avec le concours de :



Ce numéro de la revue  
a été imprimé grâce  
au soutien du FNRS



