

SOCIÉTÉS

REVUE DES SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES

Méga-événements

Responsable du numéro :
Ricardo FERREIRA FREITAS

N° 140

2018/2

deboeck **B**
SUPÉRIEUR

Sociétés est diffusée en ligne en texte intégral sur www.cairn.info, portail de revues de sciences humaines et sociales, depuis le numéro 71 (2001/1) jusqu'au dernier numéro paru.

© De Boeck Supérieur, 2018

Tous droits réservés pour tous pays.

Il est interdit, sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, de reproduire (notamment par photocopie) partiellement ou totalement le présent ouvrage, de le stocker dans une banque de données ou de le communiquer au public, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit.

Dépôt légal octobre 2018

ISSN 0765-3697
ISBN 978-2-8073-XXX-X

Dossier

Avant-propos	
Intégration festive et condition événementielle	
Fabio LA ROCCA	5
Les grands événements et le rôle des expositions.	
Art et Culture de l'Expo 1911 à Rome	
Donatella STRANGIO	11
Expo Milano 2015 : un palimpseste d'événements	
pour le branding urbain	
Flávio LINS, Ana Teresa GOTARDO, Maria Helena CARMO DOS SANTOS	23
Capitales européennes de la culture :	
des priorités contradictoires et une notoriété inégale	
Anne-Marie AUTISSIER	33
Le virus Zika, une menace pour les Jeux olympiques :	
l'amplification de la peur par les médias et la consommation	
Ricardo FERREIRA FREITAS, Mônica CRISTINE FORT	43
Fortaleza ville hôte : le discours de la joie dans les guides touristiques	
des villes de la Coupe du monde FIFA 2014	
Sílvia Helena BELMINO, Emylianny BRASIL DA SILVA	55
Les récits d'un « Nouveau Brésil » : une analyse médiatique	
de la Coupe du monde de football de 1950	
Ronaldo HELAL, Fausto AMARO, Filipe Fernandez RIBEIRO MOSTARO	65
L'importance des micro-événements à Rio de Janeiro,	
ville des arts du spectacle	
Micael HERSCHMANN, Cíntia SANMARTIN FERNANDES	75
Football, musique et narcissisme : quelques conjectures sur la chanson	
« Brésil, dis-moi ce qu'on ressent »	
Pablo ALABARCES	87

FOOTBALL, MUSIQUE ET NARCISSISME : QUELQUES CONJECTURES SUR LA CHANSON « BRÉSIL, DIS-MOI CE QU'ON RESSENT »

Pablo ALABARCES*

Résumé : Pendant la Coupe du monde qui s'est tenue au Brésil en 2014, un grand nombre de supporters argentins ont fait le déplacement et ont déferlé dans les rues (bien plus que dans les stades) entonnant en chœur une chanson connue surtout pour son premier vers : « Brésil, dis-moi ce qu'on ressent ». Cette chanson, reprise d'une vieille mélodie du groupe de rock nord-américain *Creedence Clearwater Revival*, a été rapidement adoptée par des centaines de milliers de supporters au Brésil et en Argentine jusqu'à devenir virale sur les réseaux sociaux. En réponse à ce phénomène, nous proposons d'analyser la chanson, les traditions musicales et politiques sur lesquelles elle repose ainsi que la relation entre musique et nationalité qui en découle sans omettre d'interroger cette relation dans le cadre de l'histoire des Coupes du monde. Les agissements des supporters argentins prennent alors la forme d'une intervention musicale dans laquelle il est possible de lire la culture footballistique argentine, organisée par le narcissisme et la logique du *tenir-bon* (*aguante*).

Mots clés : football, musique populaire, Coupe du monde, supporters, narcissisme

Abstract: During the 2014 World Cup in Brazil, Argentina fans traveled in large numbers and flooded the streets (even more than the stadiums) unanimously singing a song of encouragement, renowned for its first verse: "Brazil, tell me how it feels." The song, based on an old melody of the American rock band *Creedence Clearwater Revival*, was quickly adopted by hundreds of thousands of fans in Brazil and also millions in Argentina, becoming viral through social networks. In light of this phenomenon, this article analyzes the song and the musical and political traditions upon which it is based, as well as the relationship between music and nationality that follows from this analysis, while at the same time examining this relationship from the perspective of the history of the World Cup. The actions of

* Universidad de Buenos Aires – CONICET. Contact : palabarcas@gmail.com.

the Argentine fans thus take the form of a musical performance within which it is possible to apprehend Argentine football culture, governed by narcissism and the logic of *aguante* (standing one's ground).

Keywords: Football, popular music, World Cup, fans, narcissism

1. Introduction biaisée par les sentiers du Roots Rock

Au début des années 1960, une bande de jeunes nord-américains, plus précisément californiens, tous nés en 1945 et répondant aux noms de John Fogerty, Doug Clifford et Stu Cook, constituèrent un groupe de rock. Ils se sont appelés tout d'abord *The Blue Velvets*, un nom quelque peu ridicule quoique sonore, à une époque où, par exemple, le chanteur argentin Roberto Sánchez se faisait appeler Sandro et, avec ses musiciens, *Los Caniches de Oklahoma*. De tels noms étaient alors très répandus pour les groupes de musique qui s'engouffraient sur le chemin ouvert par *Bill Haley & The Comets* au début des années 1950 puis par *The Beatles*, *The Rolling Stones* ou *The Doors* – pour ne citer qu'eux – ou encore, en Argentine cette fois, *Industria Nacional* ou *Pintura Fresca*, autant de noms par ailleurs dépurés de l'influence anglo-saxonne prédominante de l'époque.

Toujours est-il que le trio *The Blue Velvets* décida de complexifier sa composition pour prendre la forme d'un quatuor avec l'arrivée de Tom Fogerty, frère aîné de John, dont la guitare rythmique accompagnera à la fois celle de son frère, la voix de ce dernier, la contrebasse de Doug Clifford (qui auparavant jouait du piano) et la batterie de Stu Cook. Au lendemain du service militaire de Clifford, Cook et le plus jeune des Fogerty parvinrent à trouver un producteur musical qui leur recommanda de changer leur nom : c'est ainsi qu'en 1967 ils sont devenus les *Creedence Clearwater Revival* (un autre nom sonore, mais bien plus original). L'année suivante, ils entrèrent en contact avec celui qui enregistrera leur premier album intitulé, de manière homonyme, *Creedence Clearwater Revival* puis en 1969 ils présentèrent leur second disque sous le nom de *Bayou Country*, sur lequel se trouve l'un de leurs principaux succès « Proud Mary ». En avril de cette même année, le groupe lança le 45 tours « Bad Moon Rising » qui envahit les ondes du cône sud durant les mois de juin et juillet 1968. En août, ils sortirent leur troisième album intitulé *Green River* (soit dit en passant, un autre grand *single*). Enfin, en novembre, parut le 33 tours *Willy and the Poor Boys*. En 1970, ils enregistrèrent tout d'abord un *single* – le célèbre « Travelling band » dont la face b contenait « Who'll stop the rain? » – puis en juillet leur album au succès immédiat *Cosmo's Factory*. Il s'agit du disque le plus vendu de toute leur trajectoire avec, au fil des ans, plus de 4 millions et ils ont aussi occupé la première place du classement des meilleures ventes aux États-Unis, en Grande-Bretagne et en Australie, entre autres.

En décembre 1970, ils distribuèrent un autre 33 tours, *Pendulum*, car le succès de *Cosmo's Factory* était tel qu'ils décidèrent, en bonne logique marchande, de ne pas laisser s'écouler une année avant la sortie du prochain. En 1972, et en dépit des conflits internes récurrents, ils enregistrèrent *Mardi Grass*, le dernier 33 tours de

Creedence Clearwater Revival qui ne rencontra qu'un succès limité. Le groupe traversait alors une crise aiguë, Tom Fogerty l'avait quitté quelques mois auparavant, principalement en raison du narcissisme démesuré de son frère John qui écrivait, composait et chantait toutes les chansons. Ainsi, le 6 octobre 1972, la compagnie Fantasy Records annonça-t-elle la dissolution officielle du groupe qui disparut de la circulation. La mort de Tom Fogerty en 1990 à la suite de complications liées au sida qu'il avait contracté lors d'une transfusion, écarta définitivement toute possibilité de retour. John Fogerty, pour sa part, continua d'interpréter leurs premiers succès en tant que soliste tandis que Clifford et Cook fondèrent en 1995 un groupe sous forme d'hommage personnel nommé *Creedence Clearwater Revisited* où ils chantent encore et encore les mêmes chansons.

La popularité de *Creedence* a atteint des sommets et leur influence rayonne dans de nombreuses directions. Pour n'en citer que deux, distantes aussi bien dans le temps que dans l'espace, prenons Kurt Cobain d'une part, le célèbre musicien nord-américain qui, avant de former le légendaire *Nirvana*, avait constitué un groupe hommage qui interprétait des titres de *Creedence* ; et, d'autre part, l'exemple sud-américain du groupe argentin *Callejeros* – l'un des plus importants représentants de ce que l'on a appelé le rock *chabón* (« djeuns ») en référence à leur musique légèrement anachronique et à leur public populaire –, précédemment nommé *Green River* avant d'adopter cet autre nom sous lequel ils accéderaient à une certaine reconnaissance locale. Le *roots rock* de *Creedence* – d'après la classification établie par la plupart des critiques musicaux – aurait alors exercé une influence déterminante lors de la naissance du *grunge* nord-américain et constitué une présence cruciale pour le développement du rock *populaire* argentin. Ces influences, prolongées dans le temps, se manifestent aussi bien dans les reprises plurielles et multiples de l'œuvre de *Creedence* par des musiciens contemporains que dans le recours récurrent à ces chansons comme bande-son ou musique de fond accompagnant de nombreux produits de la culture de masse et tout particulièrement pour le cinéma et la télévision.

La chanson « *Bad Moon Rising* », comme nous l'avons déjà dit, a été enregistrée en 1969 et vendue sous forme de 45 tours à partir du mois d'avril de cette même année, quatre mois avant la sortie de l'album *Green River*. Elle s'est très rapidement hissée au deuxième rang du *Billboard Hot 100 Singles Chart* et a occupé la première place du *UK Singles Chart*, devenant leur second *single* d'or. En 2011, la revue *Rolling Stone* l'a placée au 364^e rang des 500 meilleures chansons. On en dénombre au moins vingt reprises dans des styles les plus diversifiés allant de la version country de Jerry Lee Lewis¹ à celle country rock de Jerry Lee Lewis et John Fogerty² en passant par l'adaptation à la musique traditionnelle écossaise réalisée par *Battlefield Band*³ ou par l'interprétation punk de Lagwagon⁴, folk pop

1. <https://www.youtube.com/watch?v=LBHGoY8TGuU>
2. <https://www.youtube.com/watch?v=2NsKco1zSqY>
3. <https://www.youtube.com/watch?v=xpdGR7JYiLc>
4. <https://www.youtube.com/watch?v=2a22IE-hwu8>

proposée par Thea Gilmore⁵ ou encore électronique de *Mourning Ritual*⁶ qui en accentue l'aspect terrifiant jusqu'à en faire la bande-son de la série *The Walking Dead*. Wikipédia, dans sa version anglaise, dresse la liste de ces reprises et de bien d'autres utilisations de la chanson et indique en outre que :

« La chanson a trouvé une résonance toute particulière en Argentine où elle est devenue un chant footballistique populaire chanté par les supporters pour encourager leur équipe pendant les matchs. Les paroles ont été réinventées en fonction des équipes locales et même des partis politiques. Lors de la Coupe du monde 2014 de la FIFA, une nouvelle version intitulée "Brésil, dis-moi ce qu'on ressent" dont les paroles en espagnol défiaient le Brésil, éternel rival de l'Argentine, s'est viralisée et est devenue très populaire en Argentine. Elle a été adoptée comme une sorte d'hymne non officiel de l'équipe argentine par ses supporters et chantée aussi bien par les joueurs eux-mêmes. À la suite de la défaite du Brésil 7 à 1 contre l'Allemagne, la chanson a connu une nouvelle adaptation⁷. »

2. Rock, péronisme et industrie culturelle

Deux questions semblent s'imposer à ce sujet, mais l'une comme l'autre n'admettent que des conjectures à titre de réponses, à savoir : « pourquoi Creedence ? » et « pourquoi "Bad Moon Rising" ? ».

La première hypothèse que nous pouvons avancer s'avère politique. Le critique culturel argentin Fernando García affirme, dans une brillante analyse publiée pendant la Coupe, que le rock de *Creedence Clearwater Revival* et de « Ramble Tamble » pourrait être interprété comme une sorte de rock péroniste, en se fondant notamment sur une citation du sociologue et enquêteur Artemio López, péroniste renommé dont le blog d'opinion – systématiquement aligné sur les prises de position et l'idéologie du gouvernement kirchnériste⁸. Or « Ramble Tamble » constitue l'un des titres du disque *Cosmo's Factory* de 1970 et, pour éviter toute confusion, A. López accompagne sa citation de nombreux liens en hommage à *Creedence*. Pour sa part, F. García considère que le rock de *Creedence* devrait être envisagé comme une musique rustique, simple, physique et viscérale, vigoureusement anti-intellectuelle, ce que viendraient renforcer – au-delà des caractéristiques de rythme et de timbre de leur musique – les chemises à carreaux que portaient le plus souvent les membres du groupe. En effet, elles représentent, dans une iconographie

5. <https://www.youtube.com/watch?v=0J4mPbSBtHQ>

6. <https://www.youtube.com/watch?v=l2S4GTD-AAw>

7. En anglais: [http://en.wikipedia.org/wiki/Bad_Moon_Rising_\(song\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Bad_Moon_Rising_(song)) (consulté le 17 septembre 2014) et en français (moins complet) : [https://fr.wikipedia.org/wiki/Bad_Moon_Rising_\(chanson\)](https://fr.wikipedia.org/wiki/Bad_Moon_Rising_(chanson)).

8. <http://rambletamble.blogspot.com.ar/> F. García, « El hit de la selección ». Dossier Mundial 2014 de Informe Escaleno : <http://www.informeescaleno.com.ar/index.php?s=articulos&id=227> (consulté le 17 septembre 2014).

nord-américaine, les vêtements de travail de la classe ouvrière. Ces caractéristiques, sous réserve d'une modification vestimentaire, correspondraient à une représentation péroniste, à savoir : une version rustique, simple, physique et viscérale, vigoureusement anti-intellectuelle de la politique. Par ailleurs, García étend son interprétation au fait que les rapports difficiles entre *Creedence* et le rock *hippie* – hégémonique dans les États-Unis de la fin des années 1960 et du début des années 1970 – peuvent se révéler analogues à ceux, d'autant plus complexes, qu'entretenaient le péronisme et la gauche marxiste-guévariste de la même époque.

Il s'agit là d'une éventuelle exagération, étant donné que les jeunesses péronistes et de gauche partageaient un rejet profond de la culture rock qu'elles accusaient de passéiste, peu engagée, voire homosexuelle et toxicomane (« *no somos putos, no somos faloperos/somos soldados de Perón y Montoneros* », déclamaient un chant de l'époque). Alors que la popularité de *Creedence* en Argentine survivait en marge, à l'écart du canon *post-hippie* qui dominait le rock argentin, entre le milieu des années 1970 et jusqu'à la fin de la dictature militaire, elle refit son apparition, après maintes dérives, marquée du sceau du rock *populaire* et de quartier tout en étant à la fois marginale et de masse à l'instar du rock *chabón* précédemment évoqué et déjà beaucoup étudié⁹.

La seconde question, et bien que la première n'ait pas obtenu de réponse certaine si ce n'est par le biais d'une hypothèse, peut trouver un semblant de réponse en suivant le même raisonnement. En effet, si « pourquoi *Creedence*? » admettait une réponse politique (*parce que Creedence serait un rock péroniste*), alors le choix de la chanson « *Bad Moon Rising* » s'engage sur la même voie. En règle générale, la raison pour laquelle un groupe de supporters choisit une mélodie pour ses chants renvoie toujours à une mémoire musicale et à un besoin rythmique ou métrique : celle qui allie une reconnaissance aisée de la mélodie (que tous puissent la chanter facilement) à la simplicité d'y transvaser de nouvelles paroles tout en conservant le format métrique et rythmique originel qui, lui, doit être envisagé aussi bien en termes musicaux que littéraires (par exemple, la mesure du vers). Or cela soulevait un premier problème puisque la chanson de *Creedence* ne faisait plus partie de la mémoire musicale des jeunes générations qui l'ont réinterprétée. Pourtant, ils y sont parvenus depuis une approche politique, grâce à la version popularisée par les jeunesses kirchnéristes et le groupe « *La Cámpora* » ces dernières années :

Vengo bancando este proyecto
Proyecto, nacional y popular

9. Cf. notamment P. Alabarces, D. Salerno, M. Silba et C. Spataro, « Música popular y resistencia: los significados del rock y la cumbia », in P. Alabarces et M.G. Rodríguez (eds.), *Resistencias y mediaciones. Estudios sobre cultura popular*, Paidós, Buenos Aires, 2008 ; J. Garriga Zucal, « Ni “chetos” ni “negros”: roqueros », in *Trans-Revista Transcultural de Música*, 12, 2008 ; P. Semán, « Vida, apogeo y Tormentos del Rock Chabón », in *Bajo Continuo. Exploraciones descentradas sobre cultura popular y masiva*, Gorla, Buenos Aires, 2006.

Te juro que en los malos momentos
 Los pibes siempre vamos a estar
 Porque Néstor no se fue
 lo llevo en el corazón
 con la jefa los soldados de Perón¹⁰
 (Je soutiens ce projet
 Un projet national et populaire
 Et te promets que dans les pires moments
 Nous, les jeunes, serons là
 Parce que Nestor n'est pas parti
 Il est dans mon cœur
 ainsi que la cheffe des soldats de Perón)

Et nous voilà confrontés au célèbre dilemme de l'œuf et de la poule (lequel est arrivé en premier ?) étant donné que les stades argentins ont vibré simultanément ? Avant ? Après ? au son de la version footballistique de la mélodie, relevant tout d'abord de l'invention des supporters de San Lorenzo – et tous soutiennent qu'il s'agit bien du premier groupe de supporters à le faire –, par ailleurs traditionnellement considérés comme les plus créatifs du football argentin :

Vengo del barrio de boedo
 barrio de murga y carnaval
 te juro que en los malos momentos,
 siempre te voy a acompañar...
 daledale matador
 daledale matador
 daledaledaledale matador¹¹
 (Je viens du quartier de boedo
 quartier de *murga* et de carnaval
 je te promets que dans les pires moments,
 je t'accompagnerai toujours...
 allez allez *matador*
 allez allez *matador*
 allez allez allez *matador*)

La répétition *ad nauseam* d'« allez allez *Matador*, allez allez *Matador*, allez allez allez *Matador* » (le surnom de l'équipe) montre, au-delà du mythe, une certaine étroitesse poétique. Si le travail sur la première strophe ne révèle aucune nouveauté significative dans les poétiques traditionnelles des groupes de supporters, le refrain marquerait même, pour sa part, un léger recul. Toujours est-il que cette chanson aura inscrit le passage de *Creedence Clearwater Revival* dans la culture musico-footballistique argentine.

10. La version chantée peut s'écouter sur : https://www.youtube.com/watch?v=_o8WiAqV7e4 (consulté le 2 septembre 2014).

11. La version chantée est accessible sur : <https://www.youtube.com/watch?v=DHGv-ukUSoc>.

Si nous acceptons que la réponse supposée à ces deux questions s'avère d'ordre politique et que le péronisme constitue le pont unifiant ces deux appropriations, il n'en demeure pas moins de nombreux doutes à dissiper. L'un d'eux porte sur la paternité.

Comme chacun sait, et malgré une bibliographie peu approfondie en la matière, toutes les mélodies des chants de supporters proviennent de la musique populaire. Toutes, sans exception. Les groupes de supporters peuvent se vanter de leur créativité poétique, mais certainement pas mélodique qui puise dans la musique populaire, autrement dit, dans la culture de masse. Une chanson de stade, à l'instar des chansons artisanes, ne se fonde pas sur des mélodies folkloriques ou anonymes, mais bien sur la musique populaire comprise dans son sens restreint en tant que produit qui circule par la culture de masse. Par contre, l'origine précise des paroles est rarement connue, outre quelques mythologies internes aux supporters. Dès lors, il serait tentant de considérer les paroles de ces chansons comme un texte issu de la culture populaire et non plus de la culture de masse, un produit mercantile se propageant via les mécanismes « bâtards, commerciaux et tout-puissants » de la culture de masse, un texte sans médiation proposé par la culture populaire. Pouvons-nous alors trouver, dans les paroles d'un chant de supporter, un espace où lire une voix subalterne inscrite sur le texte de la culture de masse ?

Ce rêve d'un spécialiste de la culture populaire doit toutefois s'interrompre ici au regard de l'évidence, puisque l'appropriation de « Bad Moon Rising » par les supporters argentins, qui est par la suite devenu le *hit* de la Coupe du monde 2014, se révèle, dans ce cas précis, parfaitement documentée. Les vers de la chanson « Brésil, dis-moi ce qu'on ressent » ont été écrits par un certain Ignacio Harraca, ami de Diego Scordo qui l'a fait enregistrer auprès de la Direction nationale des droits d'auteur pour qu'elle bénéficie des avantages prévus par la loi n° 11 723 qui régit les droits d'auteur en Argentine. D'après différentes sources journalistiques convergentes¹², un groupe de jeunes issus de la classe moyenne, disposant de l'aisance économique leur permettant de passer trente-cinq jours au Brésil, en ont ensuite imprimé quatre cents copies et les ont réparties parmi les supporters qui circulaient dans les rues de Copacabana les jours précédant l'arrivée de l'équipe argentine, et notamment auprès des supporters qui tentèrent un « coup de drapeau » le samedi 14 juin en occupant les rues cariocas pour manifester leur présence sur le « territoire » rival, une pratique classique des groupes de supporters argentins¹³.

12. Parmi celles disponibles, signalons la BBC britannique : http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2014/07/140704_wc2014_brasil2014_argentina_brasil_decime_que_se_siente_irm.shtml et le journal *La Capital* de Rosario : http://www.lacapital.com.ar/ed_impresa/2014/7/edicion_2057/contenidos/noticia_5320.html.

13. Les groupes de supporters appellent « banderazo » (coup de drapeau) une mobilisation de rue qui regorge de drapeaux de groupes particuliers avec des légendes spécifiques, signalant une appartenance à des territoires ou simplement des noms de personnes révélant les liens affectueux avec l'équipe. Ces mobilisations peuvent naître d'une protestation ponctuelle ou simplement d'un besoin d'apporter un soutien affectif lors, par exemple, d'une mauvaise campagne.

Cependant, le succès de cette tentative téméraire – le fait que la nouvelle version de la chanson ait été adoptée à l'unanimité aussi bien par les personnes présentes dans les stades brésiliens que par les supporters qui n'avaient pas pu voyager – s'est également transformé en un geste mercantile : les auteurs percevant des droits chaque fois que leur « version » de la chanson de John Fogerty était transmise par les médias, selon une grille tarifaire établie par la SADAIC (la Société argentine des auteurs et des compositeurs qui gère l'administration des droits d'auteurs de musique). Pour la *deuxième* fois dans l'histoire du football argentin, un chant de supporter génère des bénéfices économiques pour ses auteurs.

Il semblerait que, de nouveau, la tentation populiste de revendiquer la paternité anonyme, collective et populaire des phénomènes de masse doive céder face à l'organisation capitaliste, spectaculaire et industrialisée de la culture de masse à laquelle le football ne peut échapper, si tant est qu'il l'essaie seulement.

3. Les supporters argentins : homo-érotisme, homophobie et narcissisme comme démesure

Le moment est maintenant venu de se pencher sur les paroles et de revenir aux origines de ce travail, à savoir si les supporters argentins ont mis en scène leurs interventions comme un texte privilégié de la Coupe 2014 – si j'osais : comme un texte plus privilégié que l'action footballistique elle-même –, dont l'analyse de la chanson « Brésil, dis-moi ce qu'on ressent » peut nous apporter de nouveaux motifs de débat. Ce n'est pas le cas des groupes de supporters qui, eux, ne sont pas particulièrement friands de nouveautés :

Brasil decime que siente
 Tener en casa a tu papá
 Te juro que aunque pasen los años
 Nunca nos vamos a olvidar
 Que el Diego los gambeteó
 El Cani los vacunó
 Están llorando desde Italia hasta hoy
 A Messi los van a ver
 la Copa nos va a traer
 Maradona es más grande que Pelé
 (Brésil, dis-moi ce qu'on ressent
 D'avoir papa à la maison
 Je te promets que d'ici des d'années
 On se souviendra encore
 Que Diego vous a dribblé
 Que Cani a marqué
 Vous en pleurez encore depuis l'Italie
 Et Messi vous allez voir
 Il va nous ramener la Coupe
 Maradona est plus grand que Pelé)

Les deux premiers vers condensent l'axe d'interprétation : un groupe de supporters « visiteurs » affirment occuper le territoire (« à la maison ») de l'adversaire et fonctionne également en tant que « père » symbolique. D'une part, l'occupation du territoire va devenir l'affirmation majeure de l'action des supporters argentins tout au long de la Coupe, car nous n'avons mentionné que le premier « coup de drapeau » à Copacabana, la veille du premier jeu de l'équipe argentine, mais bien d'autres « occupations » suivront. Pas forcément des stades, du reste, bien que les histoires narrant l'odyssée pour obtenir des entrées se sont répétées jusqu'à la finale de la Coupe – des histoires portant sur l'argent nécessaire pour la revente ou sur la corruption des dirigeants argentins qui terminèrent compromis dans de sombres mécanismes –, s'intensifiant à mesure que l'équipe argentine avançait et que la quête pour des entrées devenait de plus en plus désespérée. Pour les supporters argentins, l'occupation de l'espace public devenait un enjeu central afin de marquer leur condition d'« envahisseurs » : ils occupaient, au risque de me répéter, un territoire certes étranger, mais surtout brésilien, le grand rival selon la mythologie footballistique. Par ailleurs, ces occupants se savaient rediffusés, que ce soit par les médias internationaux – ce qui donnait à l'expérience un caractère épique universel, montrant au monde la condition irréfutable des « meilleurs supporters de la planète » – ou par les médias nationaux. Et comme si cela ne suffisait pas, cette Coupe s'est singularisée par son autoproduction d'images et sa viralisation sur les réseaux sociaux, reléguant les banderoles ou les instruments de musique loin derrière le véritable acteur de l'expérience : le téléphone portable. La vidéo la plus consultée sur YouTube¹⁴ (accumulant plus de trois millions de visites) est éloquente, on y voit les supporters argentins le jour du « *banderazo* » à Copacabana brandissant chacun un portable. L'action principale semble ne pas tant porter sur le fait de chanter, mais plutôt de filmer l'acte de chanter. Autant de vidéos destinées, bien entendu, à la viralisation – c'est-à-dire à l'exposition narcissique – et à la conservation à des fins de reproduction familiale ou amicale – c'est-à-dire la satisfaction narcissique de pouvoir dire « J'y étais ».

D'autre part, le thème de la « paternité », précédemment évoqué et rappelé dans la chanson, positionnant l'Argentine en tant que *père*, s'étend à l'ensemble des cinq vers destinés à renforcer la raison de cette paternité. Comme chacun sait, celle-ci se résume à un unique épisode, le triomphe de l'Argentine sur le Brésil, 1 but à 0, lors de la Coupe du monde en Italie en 1990. La chanson relate donc cet épisode inoubliable tout en y introduisant deux acteurs : « Diego », qu'il est inutile de présenter, driblant et « Cani » (alias Claudio Caniggia) qui « marque » le but. Il nous faut y revenir un instant.

En termes strictement footballistiques, la paternité invoquée se révèle minutieusement et consciencieusement fautive. Elle renvoie bel et bien à la priorité d'une série d'affrontements entre deux rivaux historiques, mais le décompte se révèle défavorable pour l'Argentine, à tout le moins lors des Coupes. On dénombre deux triomphes sans appel pour le Brésil contre un (celui qui nous occupe) pour

14. <https://www.youtube.com/watch?v=1IOGFENyGJM> (consulté le 22 septembre 2014).

l'Argentine et un match nul en 1978. Si l'on considère les Coupes, le Brésil en a remporté cinq, contre deux pour l'Argentine et il faut comptabiliser tous les matchs disputés depuis 1908 pour déceler un avantage argentin... d'un seul gagné : 36 à 35. Dans la tradition des supporters argentins pourtant, cette différence ne constitue pas la « paternité ». La phrase « ce sont nos enfants », renvoie à une série de victoires bien plus surprenante et durable telle que les vingt matchs de différence gagnés par River Plate contre Independiente de Avellaneda jusqu'à nos jours.

Évidemment, nous n'attendons pas d'une chanson de supporters qu'elle informe ou argumente, mais bien qu'elle accroche et tourne en boucle ; son contenu n'est qu'une excuse pour énoncer un désir plutôt qu'une réalité. Or, justement, la chanson parle du désir dans la mesure où elle parle d'une absence (la supériorité) qui s'impose en tant que relation homo-érotique. D'ailleurs, le verbe « vacunar » (littéralement « vacciner ») utilisé en Argentine comme synonyme de « marquer (un but) », le « vaccin » donc de Caniggia, constitue une des métaphores auxquelles les supporters argentins ont recours pour décrire la pénétration anale, forme ultime pour annoncer la supériorité du « macho » face au « non-macho ». On se retrouve donc ici avec les deux variantes : l'autre se révèle non-homme parce qu'il est à la fois « vacciné » autrement dit, pénétré – et qualifié de « fils » – autrement dit, d'enfant, de non-homme. En somme, ce que la chanson remet en scène n'est autre que l'acte des supporters argentins comme manifestation de la possession du *tenir-bon*, que nous avons déjà longuement analysé¹⁵. La relation entre les supporters et leurs groupes se masculinise de manière exponentielle entraînant des métaphores toujours plus homo-érotiques. Une preuve supplémentaire nous est apportée par l'inscription laissée sur les murs de Copacabana par les supporters argentins pendant la Coupe : « Pelé pédé ».

En parallèle, l'occupation de l'espace étranger doit s'inscrire dans le territoire, comme en atteste la pratique réitérée de peindre les murs. Toutefois, dans ce cas précis, la légende redouble son sens : il s'agit à la fois d'un « nous sommes/avons été ici » et d'un « nous sommes des machos : les Brésiliens non ». C'est pourquoi les supporters projettent l'attribution de l'homosexualité sur Pelé. Un vieux chant, chanté sur tous les tons lors du Mondial de 1978, étendait cette qualification à tous les Brésiliens, mais avec un double sens et une empreinte de racisme : « Chacun sait maintenant que le Brésil est en deuil/ils sont tous noirs/ils sont tous pédés ». En nos temps marqués par le politiquement correct, les groupes de supporters ne peuvent plus être à la fois homophobes et racistes, c'est l'un ou l'autre et même l'homophobie argentine ne pouvait pas se permettre de revendiquer un tel étalage de racisme archaïque. La chanson devait donc être classée... avec une autre déjà évoquée (« Allez, allez, l'Argentine... »). La nouveauté résida ensuite dans l'élaboration d'une vieille anecdote selon laquelle la première relation de Pelé aurait

15. Il existe une vaste bibliographie sur le *tenir-bon* (*aguante*) argentin. Dans une perspective anthropologique, voir P. Alabarces, J. Garriga Zucal et V. Moreira, « La “cultura del aguante” : fútbol y violencia en la Argentina contemporánea », *Estudios de Sociologia*, vol. 14, n° 2, jul.-dez. 2008, Editora Universitária da UFPE, Recife, pp. 75-92.

été avec un garçon, dont la version synthétique et « argentinisée » donne : « il a commencé avec un garçon ». Cette critique se révèle grandement paradoxale étant donné que les supporters argentins métaphorisent leur possession du tenir-bon dans la pratique du sexe homo-érotique actif au moyen de la pénétration anale¹⁶. Dans ce contexte, l'activité sexuelle de Pelé ne serait pas discordante. En revanche, les supporters argentins oublient leur homo-érotisme métaphorique pour assumer une condamnation homophobe explicite : Pelé ne serait pas un « pédé » symbolique, mais bien réel.

Pour en revenir aux supporters argentins et à leur narcissisme qui tient bon, il semble opportun de citer notre collègue Martín Bergel à propos de l'exaspération comme compensation symbolique :

« Cet être supporter dans le groupe, cette exaspération de l'acte et de l'anti-brésilianisme, apparaît comme une justification symbolique, une compensation, pour les dizaines de milliers d'Argentins qui se sont escrimés pour aller au Brésil même sans tickets. Que peut bien faire un supporter qui accompagne son équipe bien loin de chez lui sans pouvoir entrer dans le stade ? S'inventer une tâche qui justifie un tel déplacement : être supporter tout terrain, faire de ce *road movie* brésilien un geste patriote, porter haut et fort les ingrédients, les rituels et les codes de ce qu'il pense constituer l'argentinité (à savoir l'anti-brésilianisme). D'autant plus qu'en s'y appliquant, on apparaît dans les médias nationaux et au journal du Pollo Vignolo¹⁷ comme la grande figure du Mondial » (communication personnelle, 1^{er} juillet 2014).

Il s'agit d'ailleurs du résultat attendu : la grande figure de la Coupe pour le public argentin a été, précisément et récursivement, le public argentin. Les protagonistes d'un exploit patriotique qui les a poussés à occuper, en tant que pères et *machos*, la maison du voisin. D'autant plus que, pour sa part, désavouant la fin de la chanson des supporters, Messi n'a pas « ramené la Coupe ». La consolation, finalement, réside dans leur inscription « historique » au titre d'enfants chanteurs puisque pour la première fois dans l'histoire des Coupes du monde, l'aventure brésilienne ne sera pas remémorée pour ses buts épiques ou ses arrêts incroyables, mais pour une mélodie de *Creedence Clearwater Revival* chantée à gorge déployée.

Traduit de l'espagnol (Argentine) par Nathalie Greff-Santamaria

16. Nous pourrions invoquer le fait que la littérature des supporters argentins s'inscrit dans ce que nous nommons le « cycle épistémique maradonien », faisant référence à deux célèbres déclarations de Maradona après les éliminatoires de 2009 allant de « tu l'as bien profonde » à « qu'ils continuent de sucer ».

17. Sebastián « el Pollo » Vignolo a été le journaliste sportif de tous les matchs disputés par l'Argentine lors des transmissions de la chaîne publique *Televisión Pública*.

Bibliographie

- Alabarces P., Salerno D., Silba M., Spataro C., « Música popular y resistencia: los significados del rock y la cumbia », in P. Alabarces, M.G. Rodríguez (eds.), *Resistencias y mediaciones. Estudios sobre cultura popular*, Paidós, Buenos Aires, 2008.
- Alabarces P., Garriga Zucal J., Moreira V., « La “cultura del aguante”: fútbol y violencia en la Argentina contemporánea », *Estudios de Sociología*, vol. 14, n° 2, jul.-dez. 2008, Editora Universitária da UFPE, Recife, pp. 75-92.
- García F., « El hit de la selección ». Dossier Mundial 2014 de Informe Escaleno : <http://rambletamble.blogspot.com.ar>
- Garriga Zucal J., « Ni “chetos” ni “negros”: roqueros », in *Trans-Revista Transcultural de Música*, 12, 2008.
- Semán P., « Vida, apogeo y Tormentos del Rock Chabón », in *Bajo Continuo. Exploraciones descentradas sobre cultura popular y masiva*, Gorla, Buenos Aires. 2006.