

La Rhétorique – discipline unique et plurielle, de la Grèce à nos jours: ‘Le discours sportif’, dernier domaine à y recourir – le football au Portugal depuis l’instauration de la République en 1910

J. Esteves Rei

*UTAD / UBI, Labcom / Portugal
Université du Cap-Vert, CV*

Résumé

1. À une certaine époque, on parlait de la mort de la rhétorique. Mais sa vitalité aujourd'hui est la même ou plus grande encore qu'à l'Âge Classique et à la Renaissance. Même Victor Hugo, au XIXe siècle, avec son cri, "Mort à la rhétorique" ne fait que renforcer son renouvellement.

Le triangle rhétorique (société / traités / école), appliqué à la rhétorique séculaire révèle l'existence de trois rhétoriques: la *classique* ou celle du tribunal, la *littéraire-culturelle*, dominante à l'agora, au parlement et aux services de l'État, et la *communicative-fonctionnelle*, centrée sur les entreprises y compris les médias.

2. Au Portugal, le début du XXe siècle voit arriver un nouveau régime politique, la République et, au même temps, le sport de masse, en particulier le football. Ce qui est surprenant, c'est le rapprochement des valeurs qui soutiennent la validité (démocratique) des deux domaines, devenus arguments dans une rhétorique commune.

La surprise du chercheur reste à constater qu'après la mise en œuvre de l'un et de l'autre, cette rhétorique-là perd sa dimension «politique» en ne restant qu'avec sa dimension sportive. Cette dernière se présente de plus en plus déplacée dans le temps et inconnue aux nouvelles générations: dès le niveau du vocabulaire, aux valeurs et aux stratégies discursives.

3. Les deux dimensions de cette rhétorique, cependant, semblent se confondre, et continuer ensemble quand il s'agit d'équipes nationales de football. Cette réalité s'étend aux pays récents comme le Cap-Vert: i) il est passé de la colonisation à la liberté à l'aide de la rhétorique politique dans les années soixante, sans aucune dimension «sportive», faute de sport; ii) au contraire, ces deux dimensions-là ou les deux rhétoriques, "politique" et "sportif", apparaissent aujourd'hui, avec la première participation du pays au CAN 2013. Nous ferons référence, dans la justification de ces points de vue, à la presse sportive du début du XXe siècle, au Portugal, et de l'actualité, au Cap-Vert.

Nous sommes d'accord avec les hypothèses de ce Congrès, publiées dans «l'appel à contribution».

Nous avons donc accepté le défi de répondre à la question: « *Comment-peut -on réactiver le transculturalisme non exploité dans la rhétorique dans différents secteurs?* ». Nous proposons de réfléchir sur la rhétorique dans le discours sportif.

1. Le triangle rhétorique, outil d'analyse, et les trois rhétoriques

Le triangle rhétorique, formé par les angles SOCIÉTÉ – TRAITÉS (rhétoriques) - ÉCOLE, unifie la discipline, en prenant la rhétorique comme un ensemble de la Grèce à nos jours (Rei, 1998). Cette analyse met en évidence trois moments, correspondant chacun à la naissance d'une forme de rhétorique. Ces différentes manifestations sont devenues concomitantes. Ainsi, l'espace rhétorique s'organise aujourd'hui sous l'égide de trois rhétoriques: i) la rhétorique Antique ou classique, centrée sur *l'inventio* est du domaine de la Cour, ii) la rhétorique littéraire et culturelle ou de *l'elocutio* apparaît avec l'Etat moderne au XVIe siècle et s'impose au dix-huitième siècle, après la révolution française et l'affirmation de la littérature, et iii) la rhétorique *communicative-fonctionnelle* ou de la *dispositio*, qui émerge des entreprises, des médias et de la publicité. Nous observons ainsi, l'existence de trois rhétoriques que nous analysons à partir, respectivement, de *l'inventio*, de la *dispositio* et de *l'elocutio*.

Les traités et l'insertion scolaire des deux premières sont constitués, étudiés et accessibles. Ceux de la troisième rhétorique, la *communicative - fonctionnelle* ou de la *dispositio*, sont en cours d'élaboration. C'est aussi pour cela que cette conférence est opportune, car elle axe la recherche sur le «transculturalisme non exploité de la rhétorique dans différents secteurs », dans ce cas, le champ du sport.

2. XXe siècle, le siècle du sport

Il y a un siècle, un écrivain brésilien a écrit: « Le football n'accroche pas [au Brésil], j'en suis sûr!» Et pourtant, aujourd'hui, le Brésil est le "pays du football"! Pour Graciliano Ramos, l'auteur de «Vidas Secas», cela était une étrangeté et il était convaincu que "le jeu des Anglais n'aurait pas d'adeptes au Brésil» (Coelho, P. 2009 7). Pendant des décennies, personne n'imaginait le sport à la

une d'un journal, même si, depuis 1910, il y a eu la publication de pages sportives dans les journaux. Cependant, dans les années 50, à Rio de Janeiro, le *Magazine du Sport* a rencontré un grand succès, grâce à Pelé et le Brésil qui ont remporté des titres mondiaux. Malgré cela, il n'a pas survécu. Au cours des années 60, apparaît au Brésil le premier magazine consacré au football, nommé *Placar*, et les «experts» avait prédit sa courte vie: « il n'irait pas au-delà des premiers numéros» – affirmait-on!

Les origines du journalisme sportif se situent en 1825 avec le *Journal des Haras*, un magazine consacré au sport, à Paris. En 1852, en Angleterre, il y avait le *Sportman*, le premier quotidien sportif (Coelho, P. 2009: 38). En Espagne, l'actualité sportive a sa première revue avec *El Cazador* en 1856 suivi de *La Caza* en 1866, le premier quotidien sportif qui a été publié.

Cependant, 1895 sera une année charnière dans ce domaine au cours du XXe siècle. « Randolph William Hearst, propriétaire du New York Journal New, rival de *The New York World* dont le propriétaire est le célèbre entrepreneur et journaliste Joseph Pulitzer, inclut dans les pages intérieures d'informations sportives, en premier lieu, des courses de chevaux et, après, d'autres sports» (Coelho, P. 2009: 39). Grâce à ça, il surpasse toutes les maisons de presse en exemplaires vendus. Cela va les amener à faire de même. C'est ainsi que la presse sportive et le journalisme sportif ont fait leurs premiers pas sur les pages intérieures de tous les journaux en Amérique. Cependant, le 24 Septembre 1926 enfreint cette règle avec l'apparition à la une de la photographie du champion national de boxe, Gene Tunnes dans une voiture ouverte, applaudi par ses fans!

Aujourd'hui nous avons des journaux qui ont traversé le XXe siècle, comme en Espagne, avec *El Mundo Deportivo*, qui existe depuis 1906, *Le As*, depuis 1932, la *Marca*, depuis 1938. Il y a des journaux sportifs parmi les plus célèbres du monde, comme *L'Equipe*, en France, publiée à Paris, *La Gazzetta dello Sport*, en Italie, publiée à Milan. Le magazine sportif le plus connu dans le monde est l'américain *Sport Illustrated*, avec un tirage d'environ 4.000.000 exemplaires. Le Japon a également des quotidiens sportifs à très grands tirages comme *Tokyo Sport* (2.400.000), *Nikkan*

Sport (1.900.000), qui apparaissent au 12^{ème} et 18^{ème} rang parmi les publications ayant le plus grand tirage au monde (Coelho, P. 2009: 39-40.) Nous n'avons pas mentionné le parcours suivi par la communication sportive à la radio et à la télévision, où elle s'est développée plus rapidement que dans les journaux.

3. L'*ethos* et le *pathos* sans limite dans la communication sportive comme dans la littérature

Voilà une confession:

«Qui peut faire souffrir si profondément des milliers de gens complètement inconnus les uns des autres, les faire vivre ensemble des sentiments et émotions, une identité forte, une communion affective à l'égard d'une équipe de football qui représente leur pays? » (Coelho, J. 2001: 16).

Certains appellent cela un mystère et d'autres, de la magie, ce qui conduit les uns au délire et d'autres à confondre l'histoire et le présent, la fiction et la réalité, la petitesse et la grandeur, le succès et la fragilité, le développement et le sous-développement.

Voici un autre exemple, dont l'auteur est un professeur d'université dans une école de sport»,

" La passion pour l'histoire de la patrie m'amène à défendre l'idée qu'un petit pays peut être grand dans le cœur et l'âme, les rêves et les horizons, les objectifs et les réalisations. Elle fait naître en moi la conviction que ceux qui sont allés en Inde, qui ont érigé des forteresses dans les ports de toutes les mers d'Arabie, ils peuvent aussi vaincre les Britanniques, les Allemands et les autres bataillons et des canons [...] . Parce que je crois en l'équipe nationale de football et donc j'attends le miracle! " (Olimpio Jorge Bento, *A Bola*, le 11 Juillet, 2000)

Quelle langue est celle-ci ? Quel style? Quels sont les registres de la langue et de la réalité ? Si le référent n'était pas le Championnat d'Europe 2000 et la participation du Portugal, nous aurions pu être devant une page d'une nouvelle, d'un conte ou d'un roman (historique)! Quelles sont les limites des textes de sport ? Pour certains chercheurs, elles se situent au-delà de la réalité, et ils écrivent: «Tout au long du siècle dernier, être à la tête d'une rédaction sportive signifiait aller au-delà du réel» (Coelho, P. 2009 : 9).

En fait, la passion et la fête, la fièvre et la catharsis que les situations emmènent ne correspondent pas à des contraintes logiques du langage référentiel et social de jour en jour. Avant, elles faisaient

appel à d'autres coordonnées similaires au domaine de la littérature ou de la musique. Puis, le réel n'a pas de coins et nous nous promenons dans des mondes alternatifs au monde!

Voilà encore deux extraits, presque séculaires, relatifs au premier championnat de football d'Amérique du Sud (1919): i) «Avant le championnat, le foot ici était une maladie: il est maintenant une épidémie majeure, personne n'y échappe.» (Journal *A Rua*, Rio de Janeiro, le 7 mai 1919, in Coelho, P.: 2009 : 12), ii) « Pour la première fois , nous avons eu sur notre continent un affrontement serré avec une ardeur incroyable entre combattants et qui a terminé de la forme la plus honorable et noble pour nous, les Brésiliens» (Le journal *O Imparcial*, Rio de Janeiro, le 30 mai 1919, in Coelho, P. 2009: 14) . .

Pour certains journalistes et universitaires, il y a du journalisme sportif qui n'est même pas du journalisme. " Les chroniques de Nelson Rodrigues et Mário Filho avaient leur propre vie et elles ne pourraient même pas être considérées de journalisme [...]. Les chroniques élaborées avec le drame et la poésie enrichissent les journaux où ils écrivaient» (Coelho, P. 2009: 17). En effet, le drame augmentait l'idolâtrie par rapport à tel ou tel joueur – des êtres mortels élevés, pendant la nuit et parfois de l'anonymat au statut de demi-dieux. Et la vérité dans le sport? «Maintenant, la vérité ... » - beaucoup prétendent. La vérité semble être la vérité du jeu, qui a beaucoup de dimensions, pas la vérité des faits ! Au Portugal, résonne encore l'expression utilisée depuis des années par un président sportif (Mesquita Machado, do V. Guimarães): «Dans le football, ce qui est vrai aujourd'hui, demain est un mensonge". Entre légende et réalité, mythe et journalisme le professionnel de la communication sportive n'opte pas toujours pour la vérité et le journalisme. Quelle est la raison? L'absence de distinction entre les termes ou leur distorsion chez les journalistes? On peut observer que les mouvements du joueur, de l'entraîneur ou du manager, la conquête du ballon, le jeu, la victoire ou le titre de même que les histoires correspondantes, ont toujours mérité le ton épique véhiculé par la presse sportive. Cette émotion a toujours fait partie de la communication sportive.

4. Le cas portugais : la République et le sport vont de pair

4.1. Le rôle des associations républicaines

L'arrivée de ce sport, comme nous le connaissons aujourd'hui, doit beaucoup aux associations de la fin du XIXe et du début du XXe siècle. En effet, parallèlement à la transformation de certains clubs en club de football, il y en avait d'autres basés sur des idéaux associatifs issus de l'idéologie, de la politique, ou même d'ordre initiatique ou athlétique.

Au Brésil, la fièvre de la rame a fait place à la fièvre du football. En fait, trois grands clubs de Rio de Janeiro laissent entrevoir cette origine à travers leurs noms : Yacht Club Flamengo, Club de Regatas Vasco da Gama et Botafogo Club de Football et Regatas (Coelho, P. : 2009 : 11). Les gens adhèrent à ce nouveau sport qui attire les foules.

Au Portugal, les associations sportives semblent avoir été greffées sur les associations politiques et idéologiques des vieux centres républicains. Ceci est visible dans le chevauchement de références sportives et de références idéologiques, sociales et politiques. Le vocabulaire et les discours, en plus de la répartition au niveau national de l'organisation républicaine semblent confirmer cette lecture. Ainsi, le sport qui est implanté dans le pays entre 1910 et le milieu des années vingt du siècle dernier, est de la politique et de l'idéologie, qui sont devenus plus tard, de la religion et de la fête.

Cette association est soutenue par deux types sociaux: celui des «sportmen» (ou sportifs) - un idéal social d'élite de beauté importé des classes sociales transnationales - et celui des prosélytes de l'éducation physique - destinées à la santé et au fitness, à la formation du caractère civique et moral, et la diffusion des idéaux républicains, indispensables pour le salut du pays et de l'identité nationale .

4.2. Les manifestations de ces formes d'association

Les associations sportives ont été considérées comme un élément du processus de régénération de la société. L'hypothèse était qu'un jeune, bien préparé physiquement ferait un bon soldat et un meilleur citoyen. Des exemples ont été présentés à la presse sportive, le marathonien Francisco Lazaro décédé aux Jeux Olympiques de Stockholm en 1912, et deux ans plus tard, l'athlète français populaire Jean Bouin, tué au combat. Les hommages qui leur ont été rendus ont renforcé l'idée d'héroïsme des sportifs. (Pinheiro et Coelho, 2012: 15)

4.2.1. L'action des "sportmen"

Au tournant du siècle (XIXe / XXe), apparaît un nouveau concept de l'homme portugais - le « Sportman » (sportif), caractérisé par sa jeunesse, sa santé, sa richesse et sa position sociale. Il appartenait à la haute société de Lisbonne et il pratiquait divers sports, en étant à l'origine des premières épreuves sportives régulières. En raison des « sportmen », l'activité physique a été considérée, en particulier par les médias, comme le meilleur moyen de revaloriser l'Homme Portugais que beaucoup considéraient comme endormi, indolent et paresseux. La taverne, l'espace principal de l'interaction sociale, devrait être remplacée par le club, la force motrice des activités physiques de plein air et promoteur de la formation du citoyen. Ce qui se révélait difficile était de généraliser l'idée du sport et du sport de masse au sein de la population. (Pinheiro et Coelho, 2012: 0:14)

« Après] la mise en place de la république, les médias sportifs ont intensifié l'organisation 'des fêtes de propagande', en contribuant ainsi à la progression de la 'cause de l'éducation physique' dans le pays. Créer des héros sportifs était également courant à cette période où les athlètes étaient des exemples pour les Portugais. Eduardo Luís Pinto Basto était membre de la famille qui a introduit le football au Portugal. Il a été l'un de ces 'sportmen', présenté comme un modèle d' 'homme nouveau portugais', un Fils de la République.» (Le journal *Os Sports Illustrados*, 10 déc. 1910, Pinheiro et Coelho 2012: 30).

4.2.2. Croissance des clubs et des médias sportifs: leurs fonctions

En conséquence de cette propagande, en 1910 et 1911, il y avait plusieurs clubs régionaux comme le SC Salgueiros, Académique de Porto, Barreirense, Lusitano de Évora, SC Farense, Micaelense

(Ponta, Delgada, aux Açores), CS Marítimo et CD Nacional (deux de Madère), et Sacavenense e Victoria FC Setubal. Une vague de création de clubs, s'est développée au cours des années 1910 et 1920, avec des origines très différentes telles que : les *universités* (Associação Académica de Coimbra), *la classe ouvrière* (SC Salgueiros ou FC Barreirense, 1922) ou *l'entreprise* (CUF Barreiro 1921). En plus de ces institutions, au cours de la Première République, sont apparues d'autres associations d'importance pour le milieu sportif portugais. La plupart d'entre elles sont encore en activité, comme comme c'est le cas de SC Olhanense (1912) Carcavelinhos (1912), Portimonense SC (1914), Sporting de Espinho (1914), Varzim SC (1915), Lusitano , RVSA (1916) , Juventude de Évora (1918) , CF Belenenses (1919) , Casa Pia AC (1920), SC Vila Real (1920), Sporting de Braga (1921) , Santa Clara (Açores, 1921) , SC Beira- Mar (1922), Vitória de Guimarães (1922), Sporting Clube da Covilhã (1923) ou Campomaiorense (1926) (Pinheiro et Coelho 2012 : 14) .

Les clubs représentaient leurs propres intérêts, mais aussi, ils représentaient avec leurs réussites ou leurs échecs les villes et les régions où ils étaient fondées (Pinheiro et Coelho 2012: 17).

Entre 1911 et 1920, il y avait 43 périodiques sportifs au Portugal. Environ 30 concentrés à Lisbonne, quatre à Porto et neuf dans le reste du pays. (Pinheiro et Coelho 2012: 114)

Cependant, ils étaient plus abondants à la fin de la 1^{ère} République. Entre 1921 et 1926, sont apparus 112 nouveaux périodiques sportifs, avec un pic enregistré en 1924 et 1926 avec 69 nouveaux titres (Pinheiro et Coelho 2012: 170)

À Porto, naît le 25 Mars 1921, le *Sporting Magazine*, titre importé du magazine français *Sporting*, référence du journalisme sportif français entre 1919 et 1937. Comme celui-ci, le *Sporting* Portugais est devenu une référence du journalisme sportif, en le restant jusqu'à Septembre 1951. (Pinheiro et Coelho, 2012: 114)

Le *Sport Figueira*, de Figueira da Foz, né le 17 mai 1921, à propos d'un conflit avec *O Jornal*, de Coimbra, a souligné que le rôle du journalisme sportif n'était pas de «pousser des clubs contre d'autres clubs ou des régions contre d'autres régions», mais de «viser l'union, sans laquelle le 'sport' ne peut pas se développer ou produire un travail fructueux.» Dès le début, il a déclaré qu'il est plus qu' «un organe purement 'sportif' informatif mais qu'il est surtout doctrinal et qu'il vise à «guider, éduquer et former». C'est cette ligne qu'il a maintenu dans ses 24 numéros publiés jusqu'au 14 Janvier 1922. (Pinheiro et Coelho, 2012: 116).

La mission d'un journal pourrait aller plus loin: s'unir jusqu'à la mort autour d'une sorte de religion. Rappelons-nous le titre de l'œuvre de Manuel Vazquez Montalban, «Fútbol. Una Religion en busca de un Dios» (2005), en soulignant le terme «religion» utilisé en 1911, par le *Jornal de Sport*. Celui-ci appelait «l'aide bienveillante et désintéressée de la masse des croyants de la nouvelle religion [*« la culture de l'éducation physique*]. On relève les propos: «On l'a formé [ce journal] et on l'a fait, et nous nous nous sacrifierons à la limite de nos forces et nous continuerons à nous soumettre à l'holocauste tant qu'il nous restera un souffle de vie [...]» (Pinheiro et Coelho 2012: 33).

5. L'équipe nationale de football, la communauté et la rhétorique

5.1. Au Portugal, au début du XXe siècle

Remarquons quelques constatations.

Le sport: devient un nouveau champ de la représentation nationale des pays - La vulgarisation du sport dans la Première République, correspond au phénomène mondial de la transformation du sport en représentation de l'espace international du pays. A l'origine, il y a le mouvement olympique et l'avènement de l'équipe nationale de football en 1921 – une époque où l'on n'avait pas entamé le championnat national (1922) (Pinheiro et Coelho, 2012: 17).

Le Sport devient un élément d'identité nationale: la conscience et l'affirmation internationale – Le Portugal avait besoin d'instaurer des relations internationales qui favorisaient une visibilité et diffusion des nobles qualités du peuple et du nouveau régime républicain. Les athlètes portugais se sont prêtés à cet objectif, en déclarant (Pinheiro et Coelho, 2012: 125) «avec honneur et luminosité, leur coopération désintéressée et efficace dans la renaissance nationale».

Le sport offre une pédagogie de la défaite – et on répand l'idée que «la victoire n'est pas seulement le résultat, elle est aussi la préparation et la conduite. Gagner est aussi savoir perdre; savoir ne pas reculer quand la lutte est possible; savoir continuer après l'échec et essayer de travailler mieux » (id., ibid.).

Avec Victor Hugo on se rappelle que pour triompher, on a besoin de la sanction des défaites, car on va plus loin, «c'est dans la défaite, comme dans l'adversité, que les esprits sont puissants» (id. ibid.).

Le sport, particulièrement au niveau de la sélection, conditionne la presse sportive: La sélection nationale demandait aux journalistes le sacrifice de l'éthique et de la déontologie, c'est à dire, l'auto-censure «sur la base des intérêts nationaux». Ainsi,

"Les journalistes abdiquent du «droit à la libre critique» pour favoriser une bonne préparation des joueurs et une opinion publique «unanime et enthousiaste» pour les soutenir. La presse sportive devait se «confiner à encourager les joueurs sélectionnés, établir autour d'eux, un environnement de solidarité morale dont ils ont vraiment besoin pour jouer [...]» (Pinheiro et Coelho, 2012: 122.)

5.2. Au Cap-Vert, au début du XXI e siècle

Le Cap-Vert a atteint un grand événement sportif international en 2013, à la CAN (Coupe d'Afrique des Nations). Ainsi, l'équipe nationale a remporté le soutien unanime de la population, sans aucune implication politique, contrairement à ce qui s'est passé au Portugal, au début du XX^e siècle. Le football devient «l'unité» ou «union de la nation du Cap-Vert», comme l'affirmait le Président de la Fédération de Football du Cap-Vert de (journal, *Expresso das Ilhas*, 06.02.2013:

3). Et c'est une source de joie : «Nous savons que les gens sont heureux, les gens sont unis », dit le capitaine, Nando (ibid., 4) en se référant au discours habituel qui est celui de surmonter l'infériorité sur le plan footballistique: «Nous sommes petits, mais nous sommes forts.»

En général, les *médias* mettent l'accent sur les dimensions analysées dans la presse sportive, comme nous pouvons l'observer avec la *dimension identitaire*: «l'équipe nationale est le reflet du Cap-Vert dans le monde» (Magazine, *Nós Genti* , 2,2013 : 85) et «plus que pour le football du Cap-Vert, cette participation à la CAN 2013 a été une victoire importante pour le pays lui-même»(ibid.: 87), la *dimension hédoniste* ou de succès: «l'euphorie et la satisfaction ont été ressenties à travers le pays »(ibid. : 85), la *fonction pédagogique* par la voix du président de la FCF: «Nous avons passé le message à tous les citoyens qu' avec l'effort, le sacrifice, l'organisation du travail et le sérieux on peut réaliser beaucoup de choses, en dépit de ne pas avoir les ressources que les autres ont.» (*Nós Genti* 2, 2013 : 87), en terminant avec une vision globale : «le triomphe du football national a une très grande signification pour le Cap-Vert réel, et cela est bon pour tous» (ibid.: 90)

À travers le sport émerge une vision internationale de la politique et de l'histoire, comme on peut le constater dans l'extrait qui suit:

«Quand le Cap-Vert sera sur le terrain ce samedi pour jouer les quarts de finale de la CAN contre le Ghana, on se rappellera de deux dirigeants africains qui ont marqué le XX^e siècle. On se rappellera d'Amílcar Cabral, un homme qui rêvait d'un Cap-Vert grand et Kwame Nkumah, du Ghana, le précurseur d'une Afrique unie. Ironie de l'histoire, le duel a lieu dans le pays d'un autre combattant de la liberté de son peuple, Nelson Mandela. " (*A Nação*, de 31/1 à 6/2 - 2013)

Pour conclure: sport, rhétorique et démocratie

Avec l'expansion et la vulgarisation des clubs sportifs, tout le monde partage l'espace de la rhétorique essentielle. Historiquement réservée aux leaders dans les forums, parlements, associations, groupes politiques ... avec le sport, la rhétorique appelle tout le monde à devenir un agent de communication, soit comme émetteur soit comme récepteur, et les rôles sont réversibles.

Le sport par son organisation et son langage apparaît comme la continuation de la guerre et de l'environnement militaire. En effet, il est l'endroit de l'exercice, des grandes valeurs de sacrifice, du dépassement de soi-même jusqu'à la mort. Dans les deux cas, le sport et la guerre, il est essentiel de se battre, soit contre les autres soit contre soi-même, en partageant l'organisation, la discipline, le geste, la posture, le vocabulaire et la parole. Le prix de la victoire est toujours et seulement la couronne de laurier, qu'elle soit physique ou morale, pouvant atteindre la déification par le mythe et la légende, d'un simple mortel.

En l'absence de guerre ou face à sa peur, l'espace de l'héroïsme est diminué. Dans ce contexte, le XXe siècle embrasse le sport comme moyen ou besoin de créer des héros, des demi-dieux de cette nouvelle religion, le "sport", dont l'essence est linguistique, rhétorique, discursive!

Rhétoriquement la distance de chaque individu - sportif, citoyen, spectateur, journaliste ... - au phénomène sportif est la même. Tout le monde se rapporte à lui, il suffit de choisir son rôle. C'est pourquoi le sport (se) démocratise et il élimine les frontières, il augmente la citoyenneté et il construit le caractère de l'homme, il crée des identités et change ou maintient les régimes politiques.

Et tout cela...en rhétorique. Ainsi, le sport prend un statut semblable à ceux de la publicité et de la littérature, comme domaine privilégié de la rhétorique aujourd'hui.

Bibliographie

- A Nação* (jornal), 31.1 – 6.2. 2013.
Coelho, João Nuno, 2001. *Portugal. A Equipa de todos nós. Nacionalismo, Futebol e Media*. Porto: Edições Afrontamento.
Coelho, Paulo Vinicius, 2009. *Jornalismo Esportivo*. São Paulo: Editora Contexto.
Expresso das Ihas (jornal) 6.2.2013.
Montalbán, Manuel Vazquez, 2005. *Fútbol. Una religión en busca de un Dios*. Barcelona: Debate.
Nós Genti (revista), 2.2013.
Pinheiro, Francisco, Coelho, João Nuno, 2012. *República, Desporto e Imprensa*. Porto: Edições Afrontamento.
Rei, José Esteves, 1998. *Retórica e Sociedade*. Lisboa: Instituto de Inovação Educacional.