

L'identité footballistique internationale du Brésil utilisée comme instrument de diplomatie et outil de formulation de la politique étrangère

Vera Cíntia Alvarez

Ministério das Relações Exteriores, Brésil

Le football, phénomène social d'importance économique et culturelle, vecteur de promotion de l'image extérieure d'un pays dans l'imaginaire mondial, révélateur de la puissance et du déclin des nations, substitut de la guerre et instrument de diplomatie, a été délibérément utilisé par le Secrétaire d'État aux Affaires Étrangères du Brésil comme un instrument de sa « diplomatie du ballon ». Celle-ci visait à attirer le soutien international pour les candidatures du Brésil à l'organisation deux plus grandes manifestations sportives mondiales, et en particulier celui des pays en développement, qui ont le Brésil comme référence, pour ses efforts de développement avec l'inclusion sociale.

Le football a évidemment été choisi comme moteur des programmes proposés par la nouvelle unité créée au sein de l'orga-

nigramme d'Itamaraty (surnom du Ministère des Affaires Étrangères du Brésil) parce que qu'il est considéré comme la marque brésilienne la plus connue au niveau international, son « *soft power* » dans le langage des chercheurs de la « marque-pays » et du « *soft power* des nations », comme l'affirme Joseph Nye (2004), parmi d'autres. En créant un département spécifique pour le sport, l'Itamaraty n'inventait pas la roue. Historiquement, les États-nations se sont approprié le sport pour promouvoir des politiques tant intérieures qu'extérieures.

De 2003 à 2016, l'agenda de la politique étrangère brésilienne a été clairement influencé par la perspective de préparer, de réaliser et de réussir les futurs méga-événements mondiaux, compte tenu du fait que les deux plus grands méga-événements, la Coupe de la FIFA et les Jeux olympiques, sont des événements culturels, sportifs et économiques de grande envergure, présentant un caractère dramatique intense et un grand attrait populaire international. Les émissions de télévision, leur principal moteur, motivent les sponsors, fidélisent les participants et promeuvent les villes et les pays qui les accueillent.

Ainsi, le football, et les politiques d'inclusion social par le football, ont été utilisés comme stratégie diplomatique pendant la campagne pour pouvoir rejoindre le club restreint des pays capables d'organiser les grands événements sportifs mondiaux : la Coupe de football en 2014, et deux ans plus tard les Jeux olympiques et paralympiques de 2016. Deux occasions extraordinaires pour profiter des avantages exceptionnels donnés par les

méga-événements mondiaux aux hôtes, dans un moment au cours duquel le Brésil est devenu l'une des plus grandes économies du monde, et s'est repositionnée sur la scène internationale.

Dans un passé pas si lointain, les méga-événements mondiaux ont été organisés par des pays centraux riches et possédant une longue tradition d'organisation d'événements de ce type. L'essor économique de pays tels que le Brésil, la Russie, l'Inde, la Chine et Afrique du Sud, le groupe originel des BRICS, a changé le paysage géopolitique international et a inauguré un nouvel ordre mondial avec de nouveaux acteurs sur la scène de l'équilibre des puissances mondiales.

Les Jeux olympiques et paralympiques de 2004 à Athènes ont marqué le début d'une nouvelle ère où les villes hôtes de méga-événements sportifs pouvaient être situées sur de nouveaux territoires : en Chine, les Jeux olympiques et paralympiques de 2008 ; en l'Afrique du Sud, la Coupe du monde de la FIFA 2010 ; en l'Inde, les Jeux du Commonwealth de 2010 ; en Russie, les Jeux olympiques et paralympiques d'hiver de 2014 et la Coupe du monde de la FIFA de 2018 et au Brésil, la Coupe du monde de la FIFA 2014 et Jeux olympiques et paralympiques d'été 2016.



**À partir des Jeux en Athènes, 2004,
de nouveaux acteurs montent sur scène :**



· **Chine**, Jeux Olympiques et Paralympiques de 2008 ;



· **Afrique du Sud**, Coupe de la FIFA 2010 ;



· **Inde**, Jeux du Commonwealth, 2010 ;



· **Russie**, Jeux Olympiques et Paralympiques d'hiver, 2014, et la Coupe de Football FIFA 2018 ;



· **Le Brésil**, Coupe de la FIFA 2014 et Jeux Olympiques et Paralympiques d'été 2016



Diapositives présentées par l'auteur au IIe Colloque International INCT Football, Paris, décembre 2024.

Les états concernés, non centraux et non hégémoniques permettent d'ouvrir de nouveaux espaces de pouvoir symbolique, et de nouveaux territoires pour les grands événements mondiaux. La Chine en a profité pour redorer son blason en Occident, pour faire passer son image de celle d'un pays communiste, sous-développé et autarcique, à celle d'une puissance mondiale, ouverte, moderne et accomplie. La Russie a fait un bon usage de la Coupe du monde de 2018 pour informer l'Occident sur la reconstruction de sa fierté nationale et projeter sa puissance et celle de son dirigeant, Vladimir Poutine. Les deux pays ont bien utilisé le sport pour se légitimer sur la scène internationale et se positionner sur la scène mondiale comme des puissances émergentes, défiant les puissances dominantes, les États-Unis et l'Europe.

La vérité est que les gouvernements nationaux dépensent des

millions pour gérer leur image et s'efforcent d'influencer la façon dont ils sont perçus. Les nations aspirent à projeter leur *soft power*, leur pouvoir d'attraction, à tirer parti de nouvelles opportunités : augmenter le tourisme, attirer les investissements, d'augmentation du commerce international, avoir une politique étrangère saluée et crédible, et, surtout, de façonner une image positive sur l'échiquier mondial.

Le Brésil n'est pas une puissance militaire, et bien qu'il figure parmi les dix plus grandes économies du monde, ce n'est pas non plus une puissance économico-politique. Néanmoins, il participe au système international avec l'idée que son développement, qui est l'un de ses objectifs prioritaires, dépend des relations qu'il entretient avec d'autres pays et d'une diplomatie stratégique et généreuse.

La planification de la campagne brésilienne au sein de l'Itamaraty a été fondée sur deux principes fondamentaux, piliers de la politique étrangère brésilienne : le principe de l'autonomie – c'est-à-dire l'indépendance vis-à-vis des puissances hégémoniques – et le principe de l'universalisme – c'est-à-dire que l'entretien de relations avec tous les pays, indépendamment de leur situation politique ou religieuse, de leur type de régime ou de leur orientation économique.

De plus le Brésil possède un *soft power* lié à son image, à sa culture populaire, à la musique et au football *Bonito*, qui est spontané, et déborde les frontières nationales.

Si le football est un instrument par excellence de construction des identités nationales, dans le cas du Brésil, il s'agit aussi de l'empreinte de son identité internationale. D'autre part, le Brésil pouvait

se targuer d'être une référence pour les autres pays en développement dans quelque chose aussi important : l'expérience de l'inclusion sociale par le football, les programmes dans les favelas et dans les communautés pauvres qui ont été créées à l'époque par le gouvernement et les ONG.

Dès 1958, grâce à ses performances exceptionnelles sur le terrain, le Brésil s'est imposé symboliquement comme le leader du sport le plus populaire de la planète. Ce succès sportif – illustré par son nombre record de titres mondiaux, sa longévité au sommet du classement FIFA et la reconnaissance individuelle de ses joueurs – a permis de diffuser l'image d'un « football bien joué », le football « *Joga Bonito* ». Paradoxalement, bien que le football ait été inventé par les Britanniques, une formule célèbre résume cette réalité : « Si la mode est française, le design est italien et le mode de vie est américain, le football est brésilien ».

Pour les spécialistes du sport – perçu non comme un simple divertissement mais comme un phénomène social et politique – le football brésilien incarne également un outil de construction des identités nationales et d'inclusion sociale. C'est dans cette perspective que l'Itamaraty, sous l'administration du ministre Celso Amorim, a intégré le sport au sein d'une doctrine stratégique, donnant naissance à des initiatives telles que la Coordination Générale des Échanges et de la Coopération Sportives (surnommée « CG-ballon » par mes collègues). Cette unité a élaboré des programmes de coopération destinés à diffuser la passion du « beau jeu » brésilien, tout en préparant le terrain pour l'accueil de méga-

événements internationaux.

Avec le souvenir des excursions de l'équipe du *Santos Futebol Clube* en Afrique, dans les années 1960 et 1970, qui ont interrompu une guerre en cours et atténué les conflits locaux, l'idée que le football brésilien est un produit stratégique pour la diplomatie s'est cristallisée. Il s'agit véritablement du meilleur, du plus efficace et du plus performant ambassadeur du Brésil dans le monde.

Cette idée a pris de l'ampleur avec la décision de promouvoir le Jeu de la paix en Haïti en 2004, dans le contexte de la Mission des Nations Unies pour la stabilisation en Haïti (Minustah), commandée par le Brésil. Le match amical a été conçu comme un geste humanitaire, mais surtout comme un geste diplomatique à fort potentiel.



Photographie autorisée par l'auteur – Diapositive présentée au IIe Colloque International INCT Football, Paris, déc. 2024.

Une autre dimension essentielle de cette stratégie réside dans l'adoption d'une diplomatie publique « peuple à peuple ». Cette approche, qui dépasse la simple relation entre gouvernements, vise à établir des liens directs avec les sociétés civiles et à favoriser les échanges culturels et sportifs. Ainsi, le ministère des Affaires Étrangères brésilien a conçu le sport non seulement comme un instrument de projection internationale, mais également comme un moyen d'inclusion sociale et de lutte contre les discriminations – qu'elles soient raciales, ethniques ou de genre.

L'adoption du football comme objet principal de programmes élaborés par la CG-Ballon d'Itamaraty correspondait au désir de nombreux pays, en particulier africains et asiatiques, de nouer une coopération sportive avec le Brésil. L'idée était d'avoir des programmes de coopération sportive avec le plus grand nombre de pays possible. Au cours de la période, le Brésil a mis en place plusieurs programmes de coopération sportive pour renforcer ses relations internationales. Parmi plus d'une quarantaine, on peut citer quatre initiatives particulièrement réussies :

I - La formation d'entraîneurs étrangers des équipes nationales se préparant pour la Coupe du monde et le football des Jeux Olympiques. En collaboration avec la Fédération de Football de São Paulo, le Brésil a organisé des cours pour former des entraîneurs étrangers au style de jeu brésilien, le fameux « beau jeu ». Des figures légendaires comme Zico ont participé à ces formations constituées

de cours de tactique, de théorie, d'entraînements sur le terrain, de visites de stades célèbres, conférences avec des entraîneurs champions, qui ont répondu aux attentes des invités. Le premier grand cours a été donné aux entraîneurs des pays de la CPLP (Communauté des Pays de Langue Portugaise), à Brasilia. Les autres, qui se sont déroulés sur plusieurs années, ont fait venir des entraîneurs d'endroits aussi éloignés que le Népal.

II – Le soutien aux joueuses palestiniennes : le Brésil a invité l'équipe nationale féminine de football de Palestine à s'entraîner au Brésil, offrant à ces athlètes une opportunité rare de se développer dans un contexte professionnel.

Ils s'agissait de la première activité menée dans le cadre du Protocole d'accord sur la coopération dans le domaine du sport, signé lors de la visite du Président Lula dans les territoires palestiniens occupés. Les joueuses qui souffraient de ne pas avoir d'endroit pour jouer – parce que même quand un terrain existait, c'était aux joueurs masculins de s'entraîner –, comme on nous l'a dit, ont reçu un véritable « *shoot* d'estime de soi ». Avec le bureau du maire local, nous les avons fait défiler à travers la ville de Santos dans l'ancien tramway touristique, sous les applaudissements du public composé notamment d'enfants et de jeunes élèves des écoles publiques.

III – Les dons d'équipements sportifs : le Brésil a fourni des équipements sportifs, notamment des ballons de football fabriqués dans le cadre de programmes sociaux d'inclusion au Brésil, à des pays africains, renforçant ainsi les liens de solidarité internationale.

IV – L'appui institutionnel aux « Premiers Jeux mondiaux des

peuples autochtones », à Palmas, capitale de l'État du Tocantins, situé dans la région Nord du Brésil, en 2015 : le soutien d'Itamaraty a été crucial avec des invitations faites à des équipes de peuples autochtones de plus de soixante-dix pays. Nous avons dû négocier avec le ministère de l'Agriculture et de l'Élevage, l'entrée par les frontières brésiliennes de matière organique, de plumes, d'os, de parures somptueuses ou d'usage courant par les visiteurs étrangers.

LE FOOTBALL COMME AMBASSADEUR DE LA PAIX

L'analyse de l'instrumentalisation du football et des méga-événements sportifs par le Brésil révèle une stratégie de politique étrangère innovante, fondée sur la valorisation du football et du *soft power*, et sur une diplomatie publique résolument tournée vers l'inclusion sociale. Loin de se limiter à la simple organisation d'événements, le Brésil a su transformer le sport en un outil diplomatique d'envergure, capable de renforcer son image, d'attirer des investissements, de dynamiser son marché intérieur et de promouvoir des valeurs universelles. Ainsi, l'expérience brésilienne offre un exemple instructif de la manière dont un pays, considéré à la fois comme une grande économie et comme un acteur « périphérique » sur la scène internationale, peut redéfinir son rôle dans un ordre mondial en constante évolution. Le *soft power* brésilien, fondé sur le football, la musique et une diplomatie multilatérale, fondée sur l'indépendance diplomatique et l'universalisme a permis au pays d'affirmer son rôle de leader régional et de promoteur de la paix et du développement.

RÉFÉRENCE BIBLIOGRAPHIQUE

NYE, Joseph. 2004. *Soft Power : The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs.