Playing Perm : A Cut for the Cup.

Par Xavier Bernier, Olivier Lazzarotti et Jacques Lévy



Illustration : Headball (source : www.lebuteur.com)

Parmi les sujets journalistiques récurrents des Coupes du monde de football, les articles sur les fantaisies capillaires des sportifs figurent désormais en bonne place. Du côté des sportifs, la surenchère semble de mise et la géométrie des coupes de cheveux le dispute à celle des schémas de jeu en 4-4-2 ou en 4-3-3… Mickaël Caiolas, coiffeur attitré du Français Paul Pogba, qui l'a connu dans son salon d'un centre commercial de la banlieue parisienne, n'hésite pas à traverser l'Europe en avion pour exercer son talent sur Cristiano Ronaldo ou Blaise Matuidi – et le Brésilien Neymar Jr. a emmené pas moins de deux coiffeurs dans ses bagages pour le mondial russe de 2018, l'un dédié à la coupe, l'autre aux couleurs… Qu'il s'agisse de Fabien Barthez, le « divin chauve » embrassé rituellement sur le crâne par Laurent Blanc et par Zinédine

Zidane, ses coéquipiers de 1998, ou de l'arbitre italien Pierluigi Collina, la calvitie est elle-même devenue une *signature de tête*. Le régime de visibilité des footballeurs est certes caractérisé par des marqueurs corporels forts. De la musculature abdominale à des tatouages plus ou moins élaborés, ils sont exhibés à l'occasion de célébrations (interdites) pendant lesquelles les joueurs enlèvent leurs maillots. Mais que nous dit cette sophistication croissante de la construction et de la mise en scène capillaire ? Est-ce seulement un récent symptôme de la société du spectacle telle que la voyait Guy Debord, associé à un des sports les plus mondialisés et monétarisés ? Une célébration extériorisée du corps triomphant dans un espace auquel s'intéressent de plus en plus les sciences sociales et qui a ses spécialistes (voir par exemple le récent numéro de la revue *Gégraphie et Cultures*) ? La volonté guerrière exposée avec la tête, comme une arme destinée à marquer les esprits, sinon à faire peur ? Ou se joue-t-il autre chose, à travers de nouveaux codes et conventions dans les relations entre sportifs et spectateurs ?

Distinctions.

Il y a bien sûr d'évidence ici l'expression d'un signe distinctif, susceptible d'individualiser le sportif pris dans une pratique résolument collective. C'est un point de repère et d'ancrage dans le paysage visuel du spectateur. C'est d'autant plus vrai que les plans larges sont fréquents à la télévision et que la vision en hauteur domine dans des stades de plus en plus grands où s'impose la verticalité des tribunes. Dans la sémiosphère footballistique, le crâne est ainsi devenu un point de fixation de l'attention, qui complète le numéro et le nom visibles à l'horizontale. La teinture des cheveux s'inscrit *de facto* dans une charte graphique d'individuation qui tranche sur l'uniformité des maillots et du fond vert de la pelouse. De là une forte valorisation des couleurs et en particulier du très fréquent blond platine… Là où les albums Panini permettaient de collectionner les individus footballeurs identifiés par la face de leurs visages, généralement en catalogues nationaux, les cheveux célèbrent plus que jamais un individu-roi, mais qui, comme Norbert Elias l'a montré, vit de plus en plus *en société*. La coiffure devient alors un objet transitionnel pour s'identifier à un joueur dont le supporteur pourra imiter la coupe. Cette pratique mimétique avait déjà cours

dans les années 1970 avec les « Verts » de Saint-Étienne ou avec les joueurs des clubs italiens. Il n'empêche que la gamme chromatique des teintures s'étend parfois au choix des drapeaux des sélections nationales. Se teindre la chevelure aux couleurs de son pays est toutefois plus fréquent chez les spectateurs, ou comme un étendard après une victoire finale. Cette affirmation identitaire s'exprime aussi, parfois, à l'échelle des clubs. C'est ce qui s'est produit quand le dirigeant de Montpellier, l'emblématique et très territorialisé Louis Nicollin, avait paradé avec une tête bleu-blanc-rouge dans les rues de la ville, après avoir gagné le championnat de France en 2012. Sans aller jusqu'à l'idée que s'exprime à travers les cheveux une géopolitique du sport, il y a sans doute là un élargissement du corpus sémiotique destiné à affirmer une position. D'une manière plus générale, il y a donc plusieurs distinctions possibles, entre ceux qui ont une expression capillaire spécifique et ceux qui se situent dans la norme, mais aussi entre les coiffés et les coiffeurs. L'expression d'« équipe des coiffeurs » est particulièrement édifiante, puisqu'elle désigne les remplaçants dans un groupe de joueurs. Son origine remonterait peut-être à la Coupe du monde tenue en Suède en 1958. L'équipe de France avait alors utilisé seulement quinze des 22 sélectionnés. Les remplaçants avaient d'autant moins de chances de s'imposer à cette époque qu'aucun changement en cours de match n'était autorisé. De là l'hypothèse pour eux de « coiffer » les titulaires pour tuer le temps… une forme d'intégration sociale inaboutie.

Logoïsation ?

Au-delà du message qu'il peut véhiculer, le langage capillaire indique donc un statut. Dans l'imaginaire d'un sport de plus en plus fondé sur une logique capitalistique, il est l'assurance d'une forme de *branding* du sportif et ouvre la perspective de juteux contrats publicitaires. Réalisés à la tondeuse ou au rasoir, des signes et des symboles apparaissent désormais sur les tempes et sur la nuque des joueurs. C'est ici une étoile ou une flèche, là un ballon ou un mot… Les campagnes des différentes marques jouent ainsi de gros plans, qui assurent une notoriété au produit en même temps qu'elles augmentent celle des joueurs. Cette transformation du corps en logo est pourtant à double tranchant. Que les performances du footballeur soient temporairement de moindre valeur et

reproche lui est rapidement fait de travailler davantage son image que son sport – et parce qu'il a poussé l'exercice à son maximum, Pogba a été tout particulièrement victime de ce syndrome les derniers mois. Chez lui la coupe de cheveux est toutefois indissociable de sa création d'événements dansés… C'est donc plus affaire de maîtrise d'une image générale, en lien avec les réseaux sociaux, que de la seule coiffure. La surexposition médiatique, permise par un empilement de signes comme ceux liés à une coiffure excentrique, peut d'autant fragiliser un capital d'image indexé sur la valeur nette du joueur. Les sponsors ne s'y sont pas trompés, qui imposent de plus en plus le port de casquettes de leurs marques, notamment dans les avants et les après-matches… des casquettes qui, par définition, cachent les coiffures et prennent le dessus sur elles. C'est ici le groupe industriel qui prend le pas sur le groupe équipe, la casquette qui fait écran entre le joueur et sa chevelure. Celle-ci perd alors temporairement sa valeur de medium.

Dans les années 1970 et 1980, alors que le football se médiatisait de plus en plus grâce à la télévision, un joueur était souvent identifié à une coupe de cheveux pendant toute sa carrière. Ainsi en était-il allé des cheveux longs et ondulés de l'Argentin Diego Maradona ou du Français Dominique Rocheteau, en conformité, conformiste ou anticonformiste, avec les modes de l'époque. D'aucuns y verraient aussi l'image de puissance d'une chevelure à la Samson… Rapporté à une équipe comme celle des Pays-Bas, la variété têtière symbolisait aussi la diversité d'une société post-coloniale : les dreadlocks de Ruud Gullit ou d'Edgar Davids, le style cheveux raides et frange de Johann Cruyff, la coupe courte de Marco Van Basten composaient un ensemble bigarré, signe d'une société cosmopolite… Le cheveu hollandais comme un assemblage sémiosphérique collectif et comme signal intégrateur, en quelque sorte. C'était quelques années avant le fameux « Black Blanc Beur » français associé, lui, à la diversité des origines sociales et territoriales… Les années 1990 marquent le point de départ d'une période où la signature capillaire devient donc celle d'un individu. En France, Djibril Cissé est l'un des premiers à se faire remarquer par cette stratégie. Le chignon, aux innombrables déclinaisons, confine aujourd'hui parfois au pictogramme chez certains joueurs comme le Suédois Zlatan Ibrahimovi?… Ne sert-il pas d'ailleurs de socle à son arrogance, jusqu'à la caricature ? Parfois caractérisée, ces dernières années, par une véritable

surenchère, cette démarche a conduit à des résultats jugés parfois ridicules, comme ceux du début de carrière du Français Antoine Griezmann ou ceux du Brésilien Ronaldo et de son toupet coupé ras sur l'avant d'un crâne complètement rasé par ailleurs, à l'occasion de la Coupe du monde de 2006… Certains joueurs n'hésitent en tout cas désormais plus à changer très régulièrement de coiffure, avec un renouvellement accéléré, parfois dans la durée d'une même compétition… Plusieurs *coupes par Coupe* en quelque sorte, pour changer de tête, au fil des tours et des phases de l'évènement.

Comment interpréter dans ce contexte les coiffures relativement sages observées dans les équipes féminines de football ? La présence de quelques coupes en brosse ou « à la garçonne » traduirait-elle consciemment ou inconsciemment la revendication d'une place équivalente à celle des hommes ? Il y a ici comme un chassé-croisé des genres. On s'étonne d'une variété capillaire chez les hommes parce que le consensus habituel exige habituellement pour eux une forte retenue en ce domaine, une retenue que les footballeurs-stars, comme ils le peuvent (grâce à leur célébrité) et comme ils le doivent (pour se faire remarquer), remettent en cause. Inversement, les sportives disent parfois leur fatigue qu'on exige d'elles qu'elles « restent féminines » dans l'effort – et leur coupe peut aussi exprimer cette révolte discrète mais déterminée.

Animalisation.

L'animalisation est une autre caractéristique du dispositif capillaire. Au-delà des idées associant, de façon générale, la pilosité à l'animalité, certaines métaphores anciennes continuent d'être utilisées par les commentateurs qui décrivent la « crinière » de tel footballeur habitué à « se battre comme un lion ». Le volume et la forme de la coupe sont aussi l'occasion de parallèles avec de multiples animaux. C'est le cas avec le mouton pour le Colombien Carlos Valderrama, ou avec le coq, à travers la réalisation d'une crête au sommet du crâne. Les animaux apparaissent sur la chevelure de façon explicite, quand le Gabonais Pierre-Emerick Aubameyang prend pour modèle la chauve-souris de Batman ou quand Pogba suggère le léopard grâce à un jeu de teintures… Les réseaux sociaux se chargent même parfois d'identifier des associations avec un

animal qui ne semblaient pas avoir été voulues au départ. C'est le cas de cette coupe de cheveu de Neymar au début du mondial 2018, associée sur Twitter à une perruche ou à un lama, deux animaux très sud-américains – deux façons de renvoyer aussi à une forme d'identité spatiale ?

Depuis que les cheveux disent leur mot sur les terrains de football, on a aussi vu se diffuser la « coupe mulet », courte sur le haut du crâne et sur les tempes et longue vers l'arrière. Le Français Tony Vairelles, l'Allemand Rudi Völler ou l'Anglais Chris Waddle en ont été parmi les représentants les plus connus. La coupe mulet est d'abord perçue et parfois moquée comme le marqueur d'une condition sociale populaire, comme la marque d'un sport particulièrement suivi par les plus modestes. Adoptée et valorisée par des vedettes comme David Bowie ou ensuite dans les milieux musicaux de la Tecktonik, cette coupe sera à nouveau ringardisée à la fin des années 2000. D'une façon ou d'une autre, elle n'a jamais cessé d'être l'expression d'une appartenance communautaire.

Animations.

En somme, les coupes de cheveux, des spectateurs comme des joueurs, ne sont-elles pas les traceurs d'un espace relationnel dans les stades et en dehors, d'une mondialité génératrice de multiples hybrides ? Elles servent à visualiser les trajectoires des uns et des autres, à identifier des communautés ancrées ou des collectifs réversibles. Il s'agit de s'inventer une image en jouant sur le hors-norme, finalement signe d'une nouvelle norme, même si le passage à l'acte reste le privilège de l'élite du football. Les coiffures disent beaucoup sur la société dans son ensemble, tout en permettant certaines formes d'affirmation par le sport. La coupe de cheveux peut être vue comme un *socio style* spécifique, à la fois très sexué et portant sur une partie du corps qui avait peu été associée, depuis deux siècles, à l'affirmation masculine. Cette mise en scène du poil est aussi une esthétique, portée par des footballeurs dont la célébrité repose sur leur statut d'artiste du ballon. Le message est brandi et diffusé par eux *en direct* et signe ainsi l'accomplissement d'une ascension sociale fulgurante, qui alimente le rêve.

Résumé

Why football players' haircuts have gained such prominence on stadiums ? What do they tell us about those who choose them, about those who look at them, and about the relation forged thanks to them ? Numerous and various things turn out to be condensed in little information : the length, the colour, and the arrangement of a haircut.