

Cuprins

Mulțumiri	13
Abrevieri	15
Cuvânt înainte	17
Introducere. De ce o carte despre eroi sportivi?.....	19
Pâine, circ și eroi. „Gladiatoarea” Halep	22
Întrebările fundamentale ale cărții	23
„Drumul eroului”: Halep	25
O cercetare neconvențională?	26
De la istorie la mit: Crearea eroilor în conștiința colectivă.....	27
Eroi sau celebrități?.....	33
Eroul cu o mie de definiții.....	34
Eroul în societate: Ancoră identitară.....	41
Nu toți eroii sunt egali: tipuri de eroi.....	42
În umbra eroilor: Celebrități, staruri, influenceri.....	42
Eroul carismatic: O privire asupra carismei.....	46
Povestea cercetării mele: armonizarea perspectivelor	48
Provocări și limite	50
Concluzii preliminare.....	52
I. Istoria „sportului alb”, în lume și în România	53
Tenisul în România: începuturile și perioada interbelică	56
Tenisul comunist și „Epoca de Aur” Țiriac-Năstase	58
Tenisul feminin în comunism. Prima generație de campioane.....	60
Reculul din anii '80-'90 și a doua generație a tenisului feminin românesc	61
După 2000: O nouă „generație de aur” a tenisului feminin.....	61
Simona Halep: O stea se naște.....	63
II Construirea mediatică a eroului: De la adulare la demonizare.....	67
Reguli, stereotipuri și tendințe mediatice în portretizarea sportivelor.....	67
Simona Halep în Gazeta Sporturilor (2012-2020): O analiză a reprezentării	69
Pre-celebritatea (2012). Teme de interes mediatic	69
Afirmarea pe marea scenă (2013-2017): evoluția portretizărilor și criterii de selecție a articolelor.....	70
Anul 2013: Halep, văzută exclusiv ca sportivă	71

Anul 2014: diversificarea portretizării.....	72
Anul 2015: Halep devine simbol național	74
Anul 2016: eroul dezamăgește	75
Anul 2017: Sportiva Halep revine în prim-plan	80
Anii 2018-2019: Halep – „zeița media” și evoluția portretizărilor.....	84
Anul 2018: intrarea în conștiința publică. Halep – model al „României pozitive”	84
Anul 2019: Apogeul eroic. Halep în panteonul sportiv al României	94
Anul 2020: reculul mediatic și reconfigurarea imaginii lui Halep în registru monden	102
Simona Halep și analiștii media	105
Cristian Tudor Popescu – inginerul îndrăgostit de tenisul Simonei Halep	105
Radu Banciu – jurnalistul care persiflează eroul națiunii	109
Caricatura din Charlie Hebdo: satiră sau afront rasist la adresa națiunii?	113
III Simona Halep și instrumentalizarea economică, politică și religioasă	119
Simona Halep și exploatarea sa în marketing și publicitate	120
Scurt istoric al publicității și endorsement-ului sportiv	120
Personajul-garant feminin: tipologii în reclama românească	123
Simona Halep în campaniile publicitare	125
Valori asociate de publicitari imaginii Simonei Halep	126
Halep ca exponentă a valorilor tradiționale feminine: campaniile Vodafone, Dedeman, Rexona, Dorna și Avon.....	131
Campania Vodafone (2014-2016): între sexism și glocalism.....	132
Locul femeii este acasă – Halep în campaniile Dedeman (2015-2018).....	134
Campania Rexona și reconfigurarea imaginarului feminin: între fragilitate și autonomie (2018).....	138
Campania Avon Her Story (2020): Halep – simbol al feminității și al emancipării în spațiul public.....	139
Halep în campaniile Dorna (2015-2020): Susținerea copiilor născuți prematur și ecologism.....	145
Simona Halep – simbol al națiunii.....	148
Pariul pe etnocentrism: campaniile Banca Transilvania, Dedeman și Vodafone cu Simona Halep.....	148

Campaniile Banca Transilvania cu Simona Halep, 2018-2020:	
Instrumentalizarea patriotismului și a retoricii naționale.....	148
Autohtonismul – element central în campaniile BT – Simona Halep	151
Campania „Hai să facem treabă, România!”, 2018	152
Clipul Hai să facem treabă, România! #curaj, noiembrie 2018, TV și online.....	153
Clipul La mulți ani, România! și variantele sale, noiembrie 2019, online.....	155
Scurtmetrajul 3mm, 2020, TV și online.....	156
Dedeman – Instrumentalizarea nostalgiei și etnocentrismului	157
Simona Halep și instituțiile politice și administrative	159
Anexarea politică a sportului și a eroului sportiv	161
Halep și „Cartierul Campionilor” al Primăriei Bușteni	164
O omagiere curioasă: Halep la Călărași.....	167
Halep la Cluj-Napoca: o anexare politică de succes	168
Halep la București: încercarea eșuată de anexare a eroului.....	170
Steaua României pentru Simona Halep – între recunoaștere și simbol politic.....	172
Apolitismul lui Halep – o iluzie?	173
Simona Halep – vector de imagine al statului român în pandemia COVID-19.....	173
Simona Halep și instituțiile religioase	174
Statutul religiei și al Bisericii în România	174
Relațiile dintre religie și sport.....	175
De la creștinism la „sportinism”: Modelul Billy Graham.....	176
Simona Halep și primirea Crucii Sfântului Andrei din partea Arhiepiscopiei Tomisului (2018) – Halep, „cel mai bun ambasador al BOR”	177
Halep, „românul total” de la „turneul ortodox” Wimbledon 2019 – viziunea Episcopului de Huși.....	181
Apogeul instrumentalizării religioase: Crucea Patriarhală pentru Simona Halep (2019)	182
Asocierea dintre BOR și Simona Halep în viziunea mass-media.....	187
I. Halep reinterpretată de fani: meme-urile @SimoReactions.....	189
Noi perspective în studiul fanilor. Cum „braconează” fanii textele despre sport	190

Sportul și rețelele sociale în România. Twitter, platformă „de nișă”	
pentru fanii sportului.....	192
Creativitate digitală: Fanii sportului pe Twitter.....	194
De la expresii culturale la glume digitale: O scurtă istorie	
a meme-ului	195
Precizări metodologice	198
Etnografia contului de Twitter @SimoReactions.....	199
Tipologii de meme-uri @SimoReactions	202
Meme-uri despre meciuri și comunitatea de fani.....	204
Meme-uri despre echipa Halep și familia Halep.....	205
Meme-uri despre „hateri”	205
Meme-uri parodie.....	206
Meme-uri pentru cunoscători („inside joke”)	206
Meme-uri despre adversarele lui Halep	207
Meme-uri despre presă.....	207
Meme-uri de tip „When you...” („Atunci când...”).....	208
Meme-uri despre viața de tânără femeie	208
Meme-uri romantice.....	210
Meme-uri de „empowerment”	210
GIF-ul, un element de impact pe @SimoReactions	212
Emoji-ul „face with tears of joy”: Manipularea subtilă a mesajului	212
Absența hashtag-urilor: Un detaliu semnificativ	213
„Lurking” pe urmele lui Halep: Observare tăcută, participare activă	214
@SimoReactions: Între cont de autor și comunitate de fani	216
De ce Twitter? O alegere cu miză.....	218
@SimoReactions și cultura participativă a fanilor	219
@SimoReactions: Unde tenisul și feminitatea se întâlnesc pentru	
a defini identitatea.....	221
O „cameră cu ecou” dedicată lui Halep: între idealizare și tribalism	224
Moștenirea digitală a @SimoReactions: De la original la replici	225
II. Eroul sportiv în vremuri de criză: Simona Halep în pandemia	
COVID-19.....	229
Istoricul pandemiei de COVID-19.....	229
Sportul în pandemie: între relevanță și identitate pierdută	231
Tenisul în vremea COVID-19: Evoluții și provocări.....	231
Sportul în criză: capriciu sau necesitate esențială?	233

Pandemia și eroismul: sportivii, în afara narativului?	235
Fanii și media în pandemie: o nouă dinamică.....	235
De pe pedestal în umbră: Efectele pandemiei asupra celebrităților	239
Simona Halep în pandemia COVID-19.....	240
Simona Halep și căutările pe Google în pandemie	241
Vizibilitatea Simonei Halep în Gazeta Sporturilor în primul an al pandemiei	242
Simona Halep și rolul său în campania oficială anti-COVID-19 din România	243
Eroi și antieroi din sport în timpul pandemiei	245
III. De la Glorie la controversă: Epilogul carierei Simonei Halep.....	248
Suspendarea din tenis pentru dopaj: O lovitură greu de digerat.....	249
... și pedeapsa redusă după apel	250
„Cântecul de lebedă” al lui Halep.....	250
Simona Halep: O moștenire controversată	251
Concluzii.....	254
Anexe	262
Anexa nr. 1. Cronologie Simona Halep.....	262
Anexa nr. 2. Interviu cu Lorand Boți Balint, Managing Director al Publicis Sport & Entertainment România, 20 iulie 2019.....	264
Anexa nr. 3. Interviu cu ÎPS Teodosie Tomitanul, aprilie 2019.....	266
Anexa nr. 4. Interviu cu fanul Lorena Popa, creatoarea contului de Twitter @SimoReactions, aprilie-iunie 2020	273
Surse primare	275
Documente de arhivă	275
Interviuri de istorie orală – autor: Teodor Burnar	275
Materiale audiovizuale.....	275
Surse secundare.....	278
Cărți	278
Literatură academică.....	289
Presă și mass-media	308
Webografie.....	310