

Mulțumiri

Această carte este rodul muncii a șase ani de cercetare, scriere și editare. Pe parcursul realizării ei, am fost întrebat de numeroase ori – în special de fiica mea – când voi termina cartea „interminabilă” despre Halep. Să pot scrie aceste rânduri, știind că volumul meu va vedea lumina tiparului, este o satisfacție unică, pentru care sunt realmente recunoscător. Mulțumesc pentru răbdare, Yoni!

Îi mulțumesc soției mele, Lili, pentru că a crezut în mine mereu. Știu că nu a fost ușor, dar sper că această realizare este încă o confirmare a încrederii tale. Chiar dacă nu această carte nu îmi va aduce Nobel-ul, sunt sigur că, după o vreme, va produce amintiri frumoase. Te iubesc!

Mulțumesc domnului director al trustului Universul Juridic, Nicolae Cîrstea și doamnei redactor-șef a Editurii Pro Universitaria, Dana Căpriceru, pentru că, din prima clipă, mi-au acceptat, încurajat și susținut demersul.

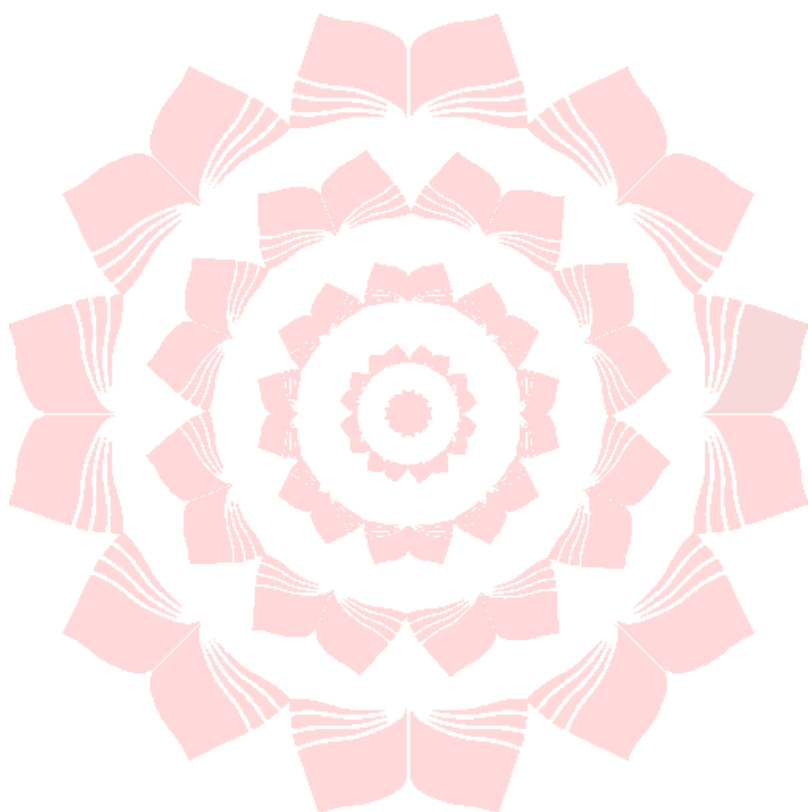
Mulțumesc doamnei prof. univ. dr. Mirela-Luminița Murgescu, îndrumătorul meu de doctorat de la Universitatea București și domnului profesor univ. dr. Bogdan Murgescu, pentru tot sprijinul – moral, administrativ, ideatic. Mulțumesc domnului prof. univ. dr. Carol Căpiță, care a inspirat această nebunie frumoasă – teza mea de doctorat. Mulțumiri domnului conf. univ. dr. Vlad Roșca, de la ASE București, pentru încurajările permanente și sfaturile valoroase din toți acești ani.

Mulțumesc indiferenților – când le-am împărtășit proiectul meu unor nume importante din presa sportivă, au ridicat din umeri. Mulțumesc editurilor care m-au refuzat. Mulțumesc și celor care nu m-au ajutat când le-am cerut sprijinul la documentarea cărții – în special, lui Stere Halep. Cel mai ușor mod de a mă determina să fac ceva, e să îmi spui că nu pot.

Este rar în ziua de azi să găsești oameni care se țin de cuvânt și de idee, care termină lucrurile de care se apucă. Așa cum spunea poetul Charles Bukowski, nu e suficient să ai talent. *Trebuie să faci treaba*. Ca scriitor, mai ales, trebuie să ai o disciplină de fier.

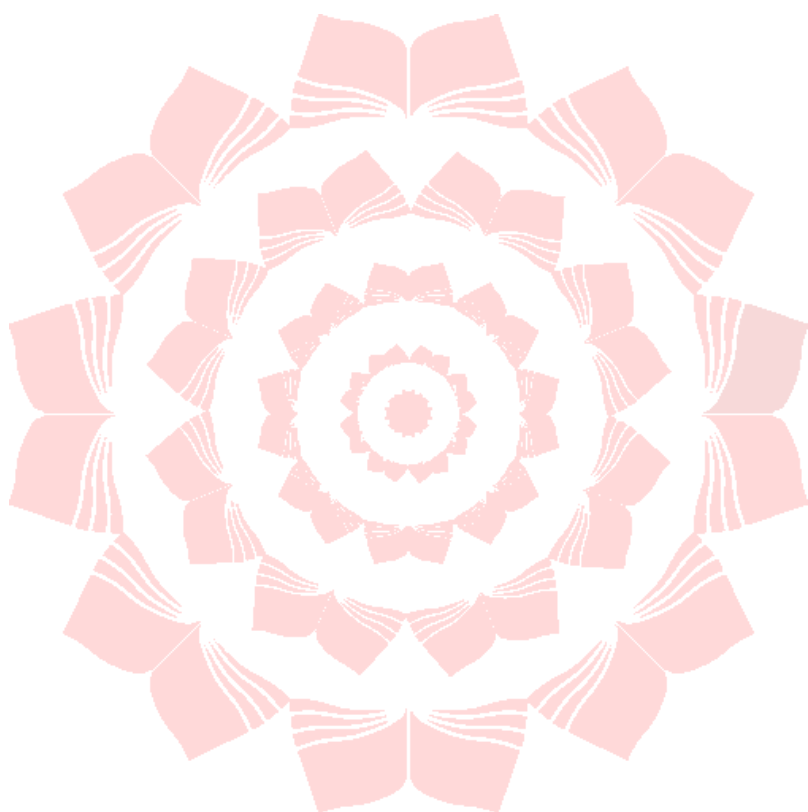
De aceea, nu în ultimul rând, parafrazând o vedetă din muzică, vreau să îmi mulțumesc mie. Pentru că nu m-am lăsat copleșit, pentru că am îndurat incertitudinea, pentru că am depășit obstacolele și m-am ridicat la înălțimea provocării. Poate că va suna arogant, dar pentru tăria mea de caracter și pentru că nu abdic de la valorile mele, sunt propriul meu erou. *Well done, kid!*

Autorul
București, martie 2025



Abrevieri

ATP	– Asociația Jucătorilor Profesioniști de Tenis (Association of Tennis Professionals)
BOR	– Biserica Ortodoxă Română
BT	– Banca Transilvania
CIO	– Comitetul Olimpic Internațional
CNA	– Consiliul Național al Audiovizualului
CNSAS	– Consiliul Național pentru Studierea Arhivelor Securității
COSR	– Comitetul Olimpic și Sportiv Român
CSR	– Responsabilitate Socială Corporativă (Corporate Social Responsibility)
CTP	– Cristian Tudor Popescu
FADERE	– Federația Asociațiilor de Români din Europa
F.I.L.T.	– Federația Internațională de Lawn-Tennis (Fédération Internationale de Lawn-Tennis)
F.R.T.	– Federația Română de Tenis
F.S.S.R.	– Federația Societăților Sportive din România
GSP	– Gazeta Sporturilor
ITF	– Federația Internațională de Tenis (International Tennis Federation)
ITIA	– Agenția Internațională pentru Integritate în Tenis (International Tennis Integrity Agency)
OMS	– Organizația Mondială a Sănătății
ONU	– Organizația Națiunilor Unite
PSD	– Partidul Social Democrat
RFI	– Radio France Internationale
SARS-CoV-2	– Coronavirusul Sindromului Respirator Acut Sever 2
T.C.R.	– Tenis Club Român
UNESCO	– Organizația Națiunilor Unite pentru Educație, Știință și Cultură
WTA	– Asociația Jucătoarelor Profesioniiste de Tenis (Women's Tennis Association)



Cuvânt înainte

Timp de aproape un deceniu, Simona Halep a reprezentat ceea ce s-ar putea descrie drept o *monomanie* a publicului nostru consumator de sport și a presei românești. Indiferent dacă a fost criticată sau adulată, pusă pe un pedestal inatacabil ori „statuile” i-au fost dărâmate cu furie (nu de puține ori, de aceeași care anterior o ridicaseră pe soclu), este de necontestat că Halep a coagulat energiile românilor. Ceea ce nu se poate spune cu ușurință este despre *care* Halep vorbim. Să fi fost oare Halep – eroul sportiv care ne-a umplut de mândrie națională atunci când triumfa la Roland Garros și Wimbledon, în fața unui public partizan și a unei prese străine adesea ostile, alteori vădit rasiste? Să fi fost Halep, figura semi-divină, care ne-a adus aminte de *zeii* noștri sportivi – Nadia, Năstase, Hagi, tripletă sacră pe care ne-am grăbit (scuzabil) să o completăm într-un cvartet regal? Sau a fost vorba despre Simona Halep cea fragilă și umană, care și-a depășit condiția (de constănțeană, româncă, est-europeancă) și care, zburând prea aproape de soarele sportului de elită, ca un Icar modern, și-a frânt aripile și a căzut apoi dureros – și pentru ea și pentru noi?

Această carte, bazată pe teza doctorală a autorului, își propune să ofere unele lămuriri și răspunsuri, fără a furniza însă sentințe. Juriul, cum se spune, încă deliberează, fiind vorba despre istoria recentă, în curs de *așezare*. Un răspuns este că Halep a fost toate cele de mai sus și mai mult. Într-un anumit punct – greu de stabilit cu precizie, doar intuit – Halep a devenit *mai mare decât propria persoană* și nu și-a mai aparținut. A devenit vedetă, erou, bun național, articol de consum, *poster girl* pentru factorii publici și nu numai, obiect de abuz, dar și obiect de adorație pentru fani. Lista poate continua la nesfârșit.

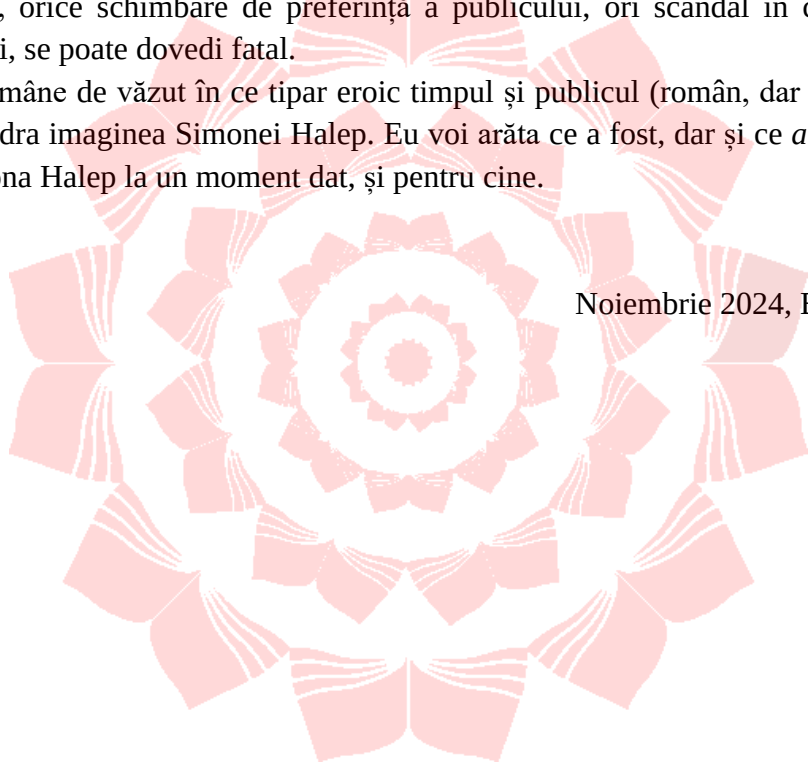
Cartea mea, o sublimare și o condensare a unui subiect în esență științific – *cultul eroului* în România contemporană – propune o perspectivă pe cât de originală, pe atât de provocatoare a subiectului. Voi arăta unde se face delimitarea între celebritate și erou, voi arăta cum Halep n-a apărut din vid, ci călcând pe urmele altor eroi naționali, și cum a fost „construită”, deconstruită, reșapată într-un soi de *vițel de aur* de către media. Voi arăta, de asemenea, cum tenismena plecată de la malul mării să cucerească lumea a căpătat o nouă dimensiune, pe măsură ce succesul ei sportiv a atins orizonturi fără precedent. Instrumentalizată economic, politic și religios, Halep a jucat inclusiv un rol public în perioada pandemiei de COVID-19, semn clar al condiției sale de erou

popular. Cu toate acestea, ea a fost și personaj de *meme*-uri pentru membrii Generației Z, căpătând conotații pe care omul în carne și oase Simona Halep nici nu le-ar fi bănuț. Ce să mai spunem despre (aproape) zeificarea ei publică post-2019?

Din păcate, asemenea multor alte povești de succes, povestea Simonei Halep ascunde și o lecție dureroasă, care poate fi citită ca un avertisment: eroii moderni sunt, cu puține excepții, *de unică folosință*, iar popularitatea lor, pe cât de nezdruccinat poate părea la un moment dat, pe atât de fragilă este în esență. Într-o lume în care zeii sunt produși pe bandă rulantă și au o durată de viață efemeră, orice schimbare de preferință a publicului, ori scandal în care sunt implicați, se poate dovedi fatal.

Rămâne de văzut în ce tipar eroic timpul și publicul (român, dar și străin) vor încadra imaginea Simonei Halep. Eu voi arăta ce a fost, dar și ce *a părut să fie* Simona Halep la un moment dat, și pentru cine.

Autorul
Noiembrie 2024, București



Introducere. De ce o carte despre eroi sportivi?

Eroii sunt un laitmotiv atât al istoriei umane, cât și al lumii contemporane în particular. Iată de ce această carte își găsește un puternic argument în discuțiile actuale, unele dintre ele foarte aprinse, despre eroi, mituri și construcția identității. După cum vom vedea, această conversație se poartă atât în *popular culture* – de la filme și cărți, la *meme*-urile de pe 9GAG, cât și în literatura de specialitate.

Dacă omul este un animal care spune povești¹, merită observat că eroii și antieroi ai acestor povești sunt la fel de importanți precum morala în sine a poveștii. Continuând paralela, orice comunitate umană, de la un mic grup și până la națiune, se definește prin figurile pe care le ridică la rangul de erou. O definiție a eroismului, la care subscriu, este că „eroismul este o percepție în ochii adeptilor, una ce simbolizează dorințele și valorile colectivului pe care eroii îl reprezintă. Eroii nu trebuie să facă obligatoriu dovada nici uneia dintre aceste valori; aspectul definitoriu al eroismului este că discipolii atribuie eroilor statutul simbolic”.² Cu alte cuvinte, cineva – de la Mihai Viteazul, la Simona Halep, la Donald Trump – *devine* erou în mintea observatorului. Când în joc intră dinamica grupului, aceasta joacă un rol activ în selectarea și modelarea individului într-un simbol al idealurilor colective. Mai simplu spus, Halep a fost și este o eroină, datorită calităților care o definesc și care sunt apreciate de admiratorii ei: muncitoare, serioasă, modestă, credincioasă etc.

Felul în care românii, dar și alte popoare, își selectează eroii, m-a fascinat dintotdeauna. Lui Mihai Eminescu la rându-i, o valoare națională, i se atribuie următoarea afirmație, virală pe Internetul anului 2024: „Ca să-ți dai seama de nivelul culturii generale a unei nații, trebuie să vezi ce idoli are”. Ei bine, *branding*-ul nostru național (cel puțin, cel postdecembrist) a mizat foarte mult pe faptul că suntem *țara lui Dracula și a lui Hagi, țara Nadiei și a lui Năstase*. Acest aspect l-a frapat și pe regizorul de film Andrei Negoită, emigrant cu peste două decenii petrecute în SUA. Într-o conversație pe care am avut-o acum câțiva ani, Negoită făcea o paralelă între campaniile turistice ale României și Suediei. Dacă suedezii se promovau ca patria unor simboluri culturale – Greta

¹ J. Gottschall, *The Storytelling Animal: How Stories Make Us Human* (Boston: Mariner Books, 2012).

² S.T. Allison, G.R. Goethals, R.M. Kramer, ed., *Handbook of Heroism and Heroic Leadership* (New York: Routledge, 2017), p.121.

Garbo, Ingmar și Ingrid Bergman, românii preferau să se recomande, clișeic, prin triada Nadia Comăneci – Ilie Năstase – Gheorghe Hagi. Negoită comenta, acid, că acest lucru arăta ce valori are fiecare țară.

Intrigat de acest schimb anecdotic, am reținut discuția și am continuat să ruminez, privind în jur, ce tip de eroi își crea România contemporană. Există oare o coerență în acest proces de eroizare, sau era unul aleatoriu? Iar dacă da, ce forțe (sociale, instituționale, comerciale, mediatice) îl dirijau?

Pentru a discuta despre eroii de azi trebuie să plasăm lucrurile în context, adică în lumea în care trăim. Încă din anii '60, se vorbește despre societatea media sau „satul global”, popularizat de filosoful canadian Marshall McLuhan. În acest așa-zis „sat”, distanțele sunt reduse și anulate de noile tehnologii informaționale (computer și, mai recent, internet, *smartphone*, rețele sociale). Toate acestea au transformat radical comunicarea umană, relațiile interpersonale, răspândirea știrilor, publicitatea produselor, dar și construcția de celebrități și de eroi. Pentru unii comentatori, tehnologia digitală a produs mutații definitive în psihicul uman și natura umană. Sigur, putem dezbate dacă trăim în *mediapolis*³, în *media* și nu *cu media*. Cu toate acestea, ar fi ridicol să susținem că o zi din viața unui om modern tipic nu cuprinde un prânz copios de informații adunate de pe *Internet*. Studiile media de secolul al XXI-lea o confirmă.

Se spune că singura constantă din viața omului contemporan este schimbarea. Într-adevăr, trăim într-o societate a hiper-vitezei, „lichidă”⁴, care are cultul *rating*-ului (TV, sau al *viralității* pe internet). Ne mișcăm într-o *economie a atenției*, în care cel care captează interesul maselor (digitale) se distinge și este adulat ca atare. Efectul? Avem vedete, staruri, eroi, legende, „semi-zei” și „zei” care se nasc și dispar fulgerător. Totuși, inflația de eroi pe care o trăim este înșelătoare. Dacă ar fi să-l credem pe Jean-Francois Lyotard, trăim într-o lume deziluzionată, incredulă în tradiție, în care „a te identifica cu marile nume, cu eroii istoriei contemporane, devine din ce în ce mai dificil”⁵.

Cu riscul de a spune evidentul: în societatea noastră hiper-grăbită, virtuțile și modelele sunt diferite față de cele ale generațiilor anterioare. De ce ne formăm modelele pe care le avem? Poate cel mai remarcabil aspect este că celebritățile moderne, obiect al adorației publice, nu au „nici un impact

³ M. Deuze, *Media Life, Media, Culture & Society* 33, nr. 1 (ianuarie 2011), p. 137.

⁴ M. Deuze, op.cit.

⁵ J.F. Lyotard, *The Postmodern Condition: A Report on Knowledge*, trad. Geoff Bennington (Minneapolis: University of Minnesota Press, 2010), p. 14.

material”⁶ asupra vieților noastre. Acest lucru înseamnă două lucruri: 1. Că atracția este una irațională. 2. Că merită relevat procesul de construcție al idolilor moderni (a se citi: eroii sportivi), luând în calcul factorii culturali și economici care determină această atracție.

Cărțile și studiile despre eroizare au devenit tot mai populare în ultimii ani, ceea ce îi conferă acestei lucrări o relevanță deosebită. Vorbim despre un demers pluridisciplinar și interdisciplinar, de studii culturale, în esență de o carte de istorie, care împrumută extensiv din metodele și tehnicile consacrate în studiile culturale, studiile media și comunicare, din teoriile și conceptele vehiculate în sociologia și antropologia sportului, antropologia religiei și nu numai.

Vorbeam la început despre faptul că eroii sunt la mare căutare, într-o lume tot mai blazată. Acest lucru s-a văzut și la propriu, în decembrie 2019, când motorul de căutare Google a dezvăluit în mod tradițional cei mai căutați termeni ai precedentelor douăsprezece luni. Un clip de peste două minute, creat de gigantul american, a început cu mesajul „De-a lungul istoriei, în vremuri incerte, lumea a căutat eroi. În 2019, căutările de eroi au crescut.” și a evocat eroi de la Einstein sau Dalai Lama, la oameni aparent simpli, precum salvamarii și tații, dar și celebritățile sportive. În acel an pre-pandemic, au proliferat căutările precum „nu toți eroii poartă mantii”, „poate oricine să fie erou?” sau „ce face o persoană erou?”, acestea fiind o dovadă în plus că eroismul preocupă umanitatea.

Sigur, există o diferență între un salvator de vieți omenesti și un sportiv care inspiră oamenii triumfând într-un concurs. Cu toate acestea, tot mai mult în ultimii ani, studiile despre eroism includ eroul sportiv în diversele clasificări ale eroismului. În următoarele capitole vom vedea de ce și vom analiza originile și fațetele eroului sportiv.

Monografii despre construcția eroului sportiv în imaginarul colectiv românesc sunt mai degrabă inexistente, decât rare, în peisajul nostru publicistic. Desigur, au fost scrise cărți celebre care au contestat miturile noastre istorice, încercând să dărâme statui de eroi. În alte lucrări, eroilor sportivi li se dedică pasaje sau poate secțiuni speciale. Preocuparea autorilor este laudabilă, dar incompletă. Pretind așadar, precum navigatorii vechi, „stăpânirea” noului teritoriu. Voi încerca să aduc aici o contribuție imperios necesară și unică la

⁶ E. Cashmore, *Celebrity Culture* (New York: Routledge, 2006), 1. Pentru conceptul original al „elitei fără putere”, vezi F. Alberoni, *The Powerless Elite: Theory and Sociological Research on the Phenomenon of Stars*, *Acta Sociologica* 15, nr. 3 (1972), pp. 222-23.

înțelegerea fenomenului de eroizare a unui sportiv în spațiul românesc. Ea ne sincronizează cu literatura mondială de profil. În plus, privind la un erou al nostru de după 1989, ne uităm într-o oglindă care ne vorbește despre devenirea noastră.

Pâine, circ și eroi. „Gladiatoarea” Halep

Potrivit lui Daniel J. Boorstin, trăim vremurile în care „*Avem Colosseum-ul în sufragerie*”⁷ și, odată cu el, luptătorii din arenă. Aceștia însă, nu mai luptă pe viață și pe moarte, ci pentru premii substanțiale, atenția armatelor de *followeri* și a sponsorilor dispuși să le ofere contracte faraonice. Totuși, deși eroismul pare să se fi demodat, fiind erodat de realități mai cinice, a se citi goana după profit, fascinația umană pentru indivizi cu capacități excepționale rămâne nestinsă. Rămânem captivați de genii, de inventatori, de oamenii care au schimbat și schimbă paradigma în domeniile lor de activitate, fie că vorbim de Mozart, Steve Jobs, Elon Musk sau de Rafael Nadal. Internetul este plin de citate memorabile ale marilor oameni, fie din secole anterioare, fie de origine mai nouă. Filmele biografice – de la Oppenheimer, la Bohemian Rhapsody – au fost *blockbustere*. Nu mai departe de 2020, un erou sportiv, elvețianul Roger Federer, a primit din partea țării natale onoarea rezervată odinioară doar zeilor și regilor: el și-a împrumutat chipul unei monede omagiale, prima dată când Swissmint, monetăria din Țara Cantoanelor, a acordat acest privilegiu unei persoane în viață.

Referința la Federer nu este deloc întâmplătoare. În această carte, mă refer într-adevăr la un erou sportiv, parțial internațional, mai mult național: Simona Halep. Și dacă eroul sportiv se naște în Antichitate, încă dinainte de construcția Colosseumului (să ne gândim doar la eroii olimpici), putem vorbi despre eroi (sportivi) în accepțiunea modernă a conceptului abia în secolul al XX-lea, când cinematograful și sportul profesionist au cunoscut o ascensiune rapidă, sprijinite inevitabil de presă. Cum însă subiectul prezentei cărți este o figură emblematică a „sportului alb”, contextul joacă un rol esențial. Așadar, în capitolul următor voi analiza cum au fost construite eroizările anterioare din tenis/tenisul românesc și ce stereotipuri culturale au intrat în joc odată cu afirmarea Simonei Halep. Mi-am propus să explic (și cred că am reușit) cum, într-un interval de timp bine definit, aproximativ 2013-2021, eroul sportiv Simona Halep a fost imaginat și construit din multiple perspective – narativă, ideologică etc. și de

⁷ D.J. Boorstin, *The Creators* (New York: Random House, 1992), p. 165.