Jean FIRICĂ; Cristian Manuel FIRICĂ

Centrul Universitar Craiova
Universitarian Centre of Craiova

Construcţia identităţii europene prin fotbal

The European identity construction through football

The article focuses on EU-Football diplomacy, defined both as positive impact of football on European society integration and as discursive handling by the EU of football's popularity. Presented as a combination of ordinary, classic and extra-ordinary, new discourses, the EU-strategy appears to perfectly fit into the surrounding festive atmosphere. The analyzed campaign relies basically on self-designation ("I am Europe") and promotes an interactive model and European political socialization through learning.

Keywords: communication, identity, football, globalisation

Institution's address: str. A. I. Cuza nr. 13, Craiova, Romania, tel.: +40 251 414398, fax: +40 251 411688

Personal e-mail: *firicajean@yahoo.com*

Concurenţa globală şi fotbalul

Fotbalul este un fenomen mondial şi reprezintă singurul factor de globalizare care scapă de sub patronajul american, după cum au remarcat O. Vallet[1] şi P. Boniface (2002: 78). După părerea celui din urmă, lumea este unipolară, iar Europa este o *hiperputere incontestabilă* în materie de fotbal. Supremaţia Europei fotbalistice a fost confirmată la Campionatul Mondial din 2006, când primele patru echipe clasate sunt din UE – Italia, Franţa, Germania şi Portugalia. Înaintea finalei dintre Italia şi Franţa de pe 9 iulie 2006, a fost postat pe sit-ul web al Reprezentanţei în Germania a Comsiei europene: ... *nu ne rămâne decât să constatăm, miraţi sau admiraţi, că Europa, cel puţin pe gazon, nu are nici o problemă în a face faţă concurenţei globale. Iar dacă Germania poate lua exemplu din neoboseala, prospeţimea şi spiritul de echipă al unsprezecelui său naţional, Europa ar trebui să facă acelaşi lucru...*(*Europäischer Fussball schon jetzt Weltspitze,* Reprezentanţa Comisiei europene în Germania, iulie, 2006).

Un astfel de caz a fost dezbătut în anul 1995 pe marginea Hotărârii Bosman venită de la Curtea de Justiţie a Comunităţii Europene, care a deschis calea către libera circulaţie a jucătorilor, asemenea forţei de muncă din celelalte domenii de activitate. Europa fotbalistică şi Europa comunitară se extind şi se dezvoltă în paralel. Teama de diluare a identităţii naţionale rămâne un simptom comun la ambele niveluri şi intervine în timpul dezbaterilor despre aprofundarea uniunii politice, dar şi în momentul legat de ratificarea Tratatului de instituire a unei Constituţii sau posibilitatea de angajare a unui număr nelimitat de jucători străini cu cetăţenie europeană la echipele de club din UE.

De multe ori fotbalul este asociat cu sentimentul naţional şi studiat în raport cu acesta. Richard Giulianotti (2002) remarcă globalizarea fotbalului, crede că federaţiile naţionale de fotbal semănă cu actorii statali şi realizează o analogie între recrutarea unui antrenor suedez de către Federaţia engleză conform căreia statele suverane nu se simt dezarmate de globalizare şi promovează activ firmele multinaţionale mai ales la nivel regional. Acest aspect este problematic, deoarece fotbalul este strâns legat de ideea de identitate naţională. În anul 2000 ministrul de interne britanic a propus fuzionarea celor patru echipe naţionale – Anglia, Scoţia, Ţara Galilor şi Irlanda de Nord pentru ca echipa britanică să obţină mai multe succese la nivel internaţional. Această sugestie a fost dur criticată în „The Gurdian" şi a fost socotită drept o „propunere absurdă"[2]. Corespondentul la Paris al publicaţiei germane „Berliner Zeitung" realizează într-un articol o interpretare sociologică a înfrângerii suferită de echipa Franţei la CM din 2002 şi a estimat că eşecul poate diminua în egală măsură şi speranţa într-un „alt fel de republică"[3].

În cursul *Enjeux politiques,* apărută la Institutul de Ştiinţe Politice din Paris, specialistul în „teoriilor deliberării" Bernard Manin susţine că fotbalul este asemănător religiilor şi îl consideră „*o modalitate de reconstituire a solidarităţii demult dispărute*".

În Sociologia sportului, Jean-Philippe Turpin răspunde discursurilor „ritologice" în modul său caracteristic şi apreciază că *preoţii* [fotbalului] *sunt mai degrabă în faţa tribunalelor decât a altarelor. Sportul amăgeşte din ce în ce mai rar. Valorile pe care se presupune că le vehiculează se măsoară astăzi în arginţi, [...] magia se epuizează [...] însă, continuând să caute, observatorul distanţat va putea identifica întotdeauna practici ritualice, ba chiar religioase: de aici la a propune cadre pentru a se elibera, calea e încă lungă. Dezbaterea române deschisă*[4]. După CM din 2006, vicepreşedintele Federaţia Internaţională a Fotbalului Amator (FIFA), Jack Warner este cercetat pentru fraudă[5], deoarece acesta ar fi vândut bilete cu un preţ de patru ori mai mare la meciuri prin firma fiului său.

Fotbalul şi ştiinţele sociale

În studiul său etnologic Christiatin Bromberger constată că fotbalul a devenit „bagatela cea mai serioasă din lume"[6] şi a primit o „legitimitate universitară"[7] în Anglia anilor `70, iar astăzi a devenit un obiect de studiu articulat.

Înainte de CM o revistă din Paris prezintă date speciale despre fotbal, aspecte cu privire la raporturile acestuia cu societăţile locale şi îl consideră un sport mondial[8]. După unii fotbalul este sportul cel mai practicat din lume[9] şi este prezentat ca un *fapt social în care joacă actori multipli, printre care şi publicul, care nu este aşa de pasiv pe cât se crede dacă am caracteriza tezele Şcolii de la Frankfurt* şi ca o *manifestare a culturii de masă*[10].

Primele studii realizate de în special de jurnaliştii sportivi s-au preocupat de legendele şi de istoria fotbalului ca pasiune planetară[11]. Cercetătorii caută să înţeleagă impactul social şi politic pe care îl poate avea fotbalul, structura şi modul de funcţionare zilnică, cu scandalurile caracteristice din întreaga societate. Încă din anii `70 în mediul universitar se încearcă să se stabilească un punct de vedere, dar fără a se putea vorbi despre o „fotbalogie oficială"[12].

În mod deosebit, Psihologia socială şi etnografia se ocupă de aspectele legate de „reanimarea naţionalismelor", de identitatea socială, de dinamica dintre grupuri, de fenomenele huliganice ale suporterilor şi de participarea acestora la „dezordinea colectivă"[13]. Alte studii despre fotbal se ocupă de aspectul său economic, de migraţia forţei de muncă[14], mai exact de migraţia jucătorilor englezi între 1945 şi 1995. În prezent fotbalul a devenit un subiect predilect al studiilor din comunicarea, mass media şi este socotit fenomen mondial, ca „stadiu suprem al globalizării"[15]. Broadcastingul difuzează mult fotbal şi *entertaintment* apolitic cu accent pe marketing. În Italia, de exemplu, Premierul ar fi reuşit să schimbe cultura mediatică italiană dacă renunţa la predominantele emisiuni de educaţie politică.

Datorită acestor motive nu vom împărtăşi în totalitate uimirea filozofului german Ehrhart, după care ştiinţa politică ar fi ignorat aproape în totalitate aspectele politice ale fotbalului. Încă de la prima ediţie a lucrării *Sociologia politică a sportului* din 1976, Brohm a cercetat fotbalul din punct de vedere al aspectelor sale socio-politice şi a încercat ca sociologia sa politică a sportului să devină un stimulent intelectual pentru întreaga generaţie de cercetători şi profesori, un factor de critici şi polemici în formarea cunoştinţelor teoretice. Mai târziu, în prefaţa cele de a doua ediţii din 1992 autorul scria: *Am legitimat sociologia politică a sportului impunând ideea că sportul este întotdeauna politic* (Jean-Marie Brohm, 1992*)*.

După Bromberg discursurile la modă despre fotbal sunt de multe ori reductoare, de la „complet apolitic" la „întotdeauna politic", iar spectacolul fotbalistic este privit ca un *drog* pentru public, ca o regresie psihologică, ca o resurgenţă a arhaismelor, dar ca şi o practică specifică pentru o anumită clasă socială. Tot după părerea sa, cercetătorii neglijează potenţialul rol al fotbalului de *„ciment cultural şi simbolic"*.

Înainte de CM, cu prilejul campaniilor de presă care prezentau sportul ca factor de formare identitară, în ziarul german „Die Zeit", C. Seils afirma că *„La Berlin guvernează fotbalul"* şi scria în continuare pe un ton ironic: *Microbistul fuge îngrozit. Sentimente adevărate nu există decât pe teren, în momentul victoriei sau al înfrângerii*[16]. De asemenea, consideră că multimedia de campanii derulate de actori publici şi politici, reprezentate de fundaţii şi organizaţii pentru studii politice, de muzee şi de partide poate fi explicată prin faptul că aceştia nu reuşesc să se împace cu statutul de „fuguranţi".

Se presupune că fotbalul poate reprezenta un factor de mobilizare în serviciul exclusiv al statelor sau al logicii comerciale. De asemenea, credem că la nivelul UE un eveniment simbolistic asemănător Cupei mondiale de fotbal contribuie la diminuarea distanţei de separaţie resimţită între instituţiile europene de cetăţeni-suporteri.

Campania de pe durata Campionatului mondial a inclus şi alegorii fotbalistice pentru desemnarea UE. Metaforele sportive au fost susţinute de mecanismul spaţial şi de cadrul simplu asemănător cu accesibilitatea şi simplitatea jocului de fotbal. În susţinerea acestor afirmaţii a venit şi Bromberg cu declaraţia: *„putem juca fotbal peste tot – pe stradă, într-o curte, pe un teren viran, pe un câmp, pe o plajă unde am amenajat sumar porţile; în plus, fotbalul necesită instrumente puţine: o minge sau un înlocuitor de minge, ţinută vestimentară de zi cu zi este suficientă, pe când în alte sporturi de echipă, mai violente, e nevoie de elemente de protecţie."* Această amenajare sumară a cadrului de joc reprezintă un teren de fotbal pe care se pot instala o masă uriaşă pentru fotbalul de masă între opt jucători, gradene pentru suporteri şi odihna celor care aşteaptă rândul la fotbal de masă. Pe covorul sintetic de sub masa de fotbal sunt trasate contururile unor terenuri de fotbal, iar centrele terenurilor sunt marcate de stelele steagului european.

Cu prilejul celor şase meciuri jucate la Berlin autorităţile au simţit nevoia de sporire a intensităţii atmosferei de spectacol şi au angajat un jongler pentru atragerea mai multor vizitatori în centrul Europei. Centrul de informare a avut reacţie de adaptare şi la suporteri, datorită vestimentaţiei, a accesoriilor purtate şi experienţei lor corporale. Pe trupurile fanilor întâlnim adevărate imagini de artă corporală: coafură, tatuaje şi picturi după modelul şi drapelului echipei naţionale. La Berlin s-a încercat să se atribuie fanilor două identităţi: doritorii tatuaţi cu drapelul ţării preferate obţineau şi unul cu drapelul european. Cu toate că tatuajele europene au reprezentat deviza nerostită a acţiunii speciale din timpul Campionatului mondial de fotbal, ele s-au epuizat cel mai greu.

Cu ocazia Campionatului mondial instituţiile UE au depus eforturi în obţinerea unui avantaj comparativ de crearea sensului (*to make sense*) şi în construirea de credinţe despre semnificaţia evenimentului: „*Fotbalul este ceva foarte european, împărtăşim valorile de fairplay, toleranţă, energie competitivă, spirit de echipă şi internaţionalitate*" (*Special Activities of the German Information Office during the World Cup 2006,* raport realizat de Biroul german de informare al Parlamentului european). Acesta a fost mesajul principal pe care *Service-Punkt Europa* din Berlin s-a bazat în cadrul activităţilor sale legate de Campionatul mondial de fotbal şi a urmărit să profite de acest context neobişnuit pentru a transmite informaţii esenţiale despre instituţiile europene şi despre UE.

Am remarcat modul cum a fost pusă în scenă socializarea politică europeană prin intermediul discursului interactiv adaptat la contextul fotbalistic de către antenele berlineze ale UE.

Chiar dacă Campionatul de fotbal a avut caracterul de promotor de integrare şi de formator de identitate al întâlnirilor sportive în contextul UE şi al unui spectacol concentrat în timp evenimentul nu a avut un ecou mediatic puternic, efectele asupra politizări indivizilor au fost perceptibile. Funcţionarii europeni desemnaţi să realizeze campania nu au reuşit să întocmească o revistă specială a presei. Campania a urmărit stimularea unor componente decisive pentru anularea dezinteresul crescut al cetăţenilor faţă de formele tradiţionale de angajament politic.

Concluzii

În contextul fotbalistic obişnuit şi în cadrul de referinţe politice specializate legate de UE, vizitatorii au fost puşi să discute despre Europa şi să exprime păreri fără teama că se fac de râs sau că vor intra în conflict cu interlocutori insistenţi. Sloganul „Oricine se pricepe la fotbal" s-a transformat în „orice opinie e luată în considerare" sau „orice întrebare despre UE poate fi pusă", iar conflictele de interpretare au fost bine venite. În timp ce *„Participaţi şi câştigaţi"* a transmis îndemnul la construirea unei Europe mai democratice prin participarea cetăţenilor, un vizitator care nu ştia istoria exactă a victoriilor Germaniei de la finala Cupei mondiale a intrat în jocul învăţării prin schimb de argumente şi a adresat unui consilier UE: „*Avem fiecare ceva de învăţat de la celălalt*". Altul a deplâns faptul că un „*spaţiu cool*" nu există şi în ţara lui de baştină, Spania. Un turist american a solicitat detalii instituţionale şi economice despre acest „obiect politic neidentificat" care părea a fi pentru el UE. Mulţi s-au întrecut în a răspunde întrebărilor de cunoştinţe UE pentru a câştiga mingi de fotbal sau alte premii.

Cu prilejul Cupei mondiale, preşedintele FIFA, Joseph S. Blater, a acordat ziarului german un interviu: „Nici un alt eveniment nu a fost prezentat atât de emoţional şi atât de global. Aceasta este cea mai buna Cupă mondială a tuturor timpurilor". În acelaşi ziar Franz Beckenbauer afirma: „Totul a fost perfect. La petrecerile fanilor, rase şi religii diferite au stat alături. Aşa îşi imaginează bunul Dumnezeu lumea, chiar dacă în realitate mai avem încă 100 000 de ani până atunci", (*Beste WM aller Zeiten*, in „Frankfurter Allgemeine Zeitung", 09/2006).

În final, *socializarea politică europeană* a individului a fost realizată prin combinarea unei *logici de implicare,* prin participarea la activităţile special concepute, cu una de *competenţe* rezumate în cunoştinţe despre UE. Campania analizată se înscrie în dublul demers necesar actorilor publici: redimensionarea locului politicului în societate şi reluarea modului de comunicare cu publicul.

Bibliografie:

Boniface, Pascal, *La terre est ronde comme un ballon. Geopolitique du football / The world is round as a ball. Geopolitics of football*, Seuil, Paris, 2002.

Brohm,Jean-Marie, *Sociologie politique du sport / Political sociology of sports*, Nancy 1992.

Bromberger, Christiani, *Football, la bagatelle la plus serieuse du monde / Football, world's most important trifle*, Bayard, Paris, 1998.

Chancel, Jules, Bureau, Jerome *L'amour foot: une passion planetaire / Love for football: a planetary passion*, Autrement, Paris, 1993

Compagnon, Olivier *Sciences sociales et ballon rond / Social Sciences and the Round Ball*, in „Histoire et societes", no. 06, 2006

Ehrhart, Hans-Georg *Fußball und Völkerverständigung / Football and Social Comprehension*, in „Aus Politik und Zeitgeschichte", 19/2006

Giulianotti, Richard, *Soœr Goes Global*, in „Sociology", vol. 36

Larrochelle, Jean-Jacques *La FIFA repousse sa decision concemant son vice-president / FIFA maintains the decision regarding its vice-president*, in „Le Monde", 2006

Poli, Raffaele *Les politiques migratoires dans le football europeen. Quotas et naturalisations dans une optique geopolitique / The migratory politics in European football. Naturalizations in a geopolitical view,* in „Histoire et societes" , no 18-19, 2006

Seils, Christoph, *Fußball ist überall / Football is overall*, in *„Die Zeit"*, June, 2006

Stott, Clifford, Hutchison, Paul and Drary, John *'Hooligans' abroad? inter-group dynamics, social identity and participation incollective 'disorder' at the 1998 World Cup Finals,* in „British Journal of Social Psychology", 40, 2001, p. 359-384

Turpin, Jean-Philippe, *Le Sport: une religion decadente... / Sport, a decadent religion...,* in „Corps et Culture", Etudes critiques, 2005

Vassort, Patrick, *Football et politique. Sociologie historique d'une domination / Football and politics. Historical sociology of a domination*, L'Harmattan, Paris, 2005

*** *Beste WM aller Zeiten / The All-Times Best Championship ,* in Frankfurter Allgemeine Zeitung, 20.09.2006

Note:

1. Odon Vallet, *Le football entre religion et politique* în P. Boniface (ed), Geopolltiquc du Football, 1998, cit. in Hoehn şi Szymanski, 1999.
2. „Această propunere absurdă nu poate veni decât de la cineva care şi-a pierdut uzul raţiunii şi şi-a trăit jumătate din viaţa pe Saturn sau în pădurea amazoniană", *Cit. in* Pasca! Boniface, *La terre est ronde comme un ball on. Geopolitique du football,* Seuil, Paris, 2002, p. 14.
3. Revista săptămânală de presă a Ambasadei Franţei în Germania, iunie 2002
4. Jean-Philippe Turpin, *Le Sport: une religion decadente...,* în „Corps et Culture", Etudes cntiques, ianuarie 2005
5. Jean-Jacques Larrochclle, *La FIFA repousse sa decision concemant son vice-president,* în „Le Monde", 17.09.2006
6. Christiati Bromberger, *Football, la bagatelle la plus serieuse du monde,* Bayard, Paris, 1998.
7. Olivier Compagnon, *Sciences sociales et hallon rond,* în „Histoire et societes", No. 06 / 2006, p. 6.
8. *Foolball, sport mondial et societes locales,* Dossier special în „Histoire et societes", no. 18-19, 2000
9. Patrick Vassort, *Football et politique. Sociologie historique d'une domination*, L'Harmattan, Paris, 2005.
10. Olivier Compagnon, *op.cit. p. 5*
11. Jules Chancel, Jerome Bureau, *L'amour foot: une passion planctaire,* Autrement, Paris, 1993.
12. Olivier Compagnon, *op,cit ,p,* 4.
13. Clifford Stott, Paul Hutchison, John Drary, 'Hooligans' abroad? înter-group dynamics, social identity and particîpation in collective disorder' at the 1998 World Cup Finals, în „British Journal of Social Psychology", 40, 2001, p. 359-384.
14. Patrick McGovern, Les politiques migratoires dans le football europeen. Quotas et naturalisalions dans une optique geopolitique, in „Histoire et societes" no. 18-19, 06, 2006.
15. Pascal Boniface, *op. cit. p.* 11.
16. Christoph Seils, *Fußballt ist überall*, in „Die Zeit", 14, 06..2006.