

RICHARD HAYNES

## Fotbalul și feminismul

### *Fiecare bărbat e un specialist în fotbal*

«Doamna Elizabeth Charlton este o femeie căruntă și frumoasă acum. În Ashington se spune că în copilărie dribla la fel de bine ca majoritatea băieților. Se născuse cu fotbalul în sânge și cunoștea jocul și tertipurile cum amatorii de teatru știu totul despre machiaj și intrările în scenă.»

Doamna Charlton, la care se referă acest fragment, este mama fraților fotbaliști – celebrii, detestabilii – Jackie și Bobby Charlton. Ținând seama de cele de mai sus, faptul că proveneau dintr-o «familie de fotbaliști» (vărul lui Elizabeth era Jackie Milburn de la Newcastle United), nu este deloc surprinzător că frații Charlton au învățat fotbalul cum învață ratele să înoate – restul e de domeniul istoriei. Sau, mai aproape de adevăr, o parte a mitologiei construite din visele băieților, care încep cu șuturi în minge pe o alee din spatele casei și se termină cu jocul pe gazonul sacru din Wembley. Pentru băieții «care nu au reușit să-și împlinească visul», fotbalul contempo-

---

*Richard Haynes, absolvent în 1988 al Universității metropolitane din Leeds este actualmente asistent la Institutul pentru Cultură Populară din Manchester. În ultimii ani, a întreprins o cercetare privind revistele de fotbal (fanzines) și a impactului pe care le au ele asupra unor noi forme de cultură populară. A fost coordonator a două expoziții cu fotografii de arhivă privind activitatea fotbalistică din Anglia: «Football with Attitude» și «Down At The Club». Practică fotbalul în echipa de «old boys» ai echipei Leeds, al cărei susținător fervent este.*

*Fragmentele traduse apar în capitolul «Every man a football artist: Football writing and masculinity», din volumul The Passion and the Fashion. Football Fandom In The New Europe, îngrijit de Steve Redhead.*

ran înseamnă urmărirea spectacolului fotbalistic din fotoliu, ascultând un comentator care le confirmă credința în «jocul de bărbați». Oricare ar fi scenariul, obsesia și pasiunea pe care fotbalul o trezește într-o mare parte a populației masculine britanice nu sunt ușor de ignorat. Cum s-a făcut că Elizabeth Charlton nu a ajuns să joace la Wembley? Și dacă ar fi avut două fiice, ar fi jucat ele fotbal? Răspunsurile la cele de mai sus nu sunt chiar atât de importante, și asta nu ar fi deloc surprinzător. Surprinzător este faptul că pasajul de mai sus a apărut în cartea convingătoare a lui Arthur Hopcraft, *Jucătorul de fotbal* (titlul însuși o scăpare involuntară, care ne spune al cui este jocul !). Mica anecdotă a lui Hopcraft despre doamna Charlton, evident, apare cu titlu de noutate, exact așa cum bărbații vorbesc despre prezența femeilor în fotbal. Cea mai importantă întrebare este de ce bărbații își revendică fotbalul ca domeniu exclusiv și de ce acesta trezește asemenea pasiune și energie? Procedez astfel nu pentru a ignora faptul că multe femei joacă fotbal și urmăresc meciuri de fotbal, probleme la care mă voi întoarce mai târziu, ci pentru a identifica motivația propriei mele analize, anume, că fotbalul formează identitatea masculină. [...]

## *Teorii despre fotbal și masculinitate*

După douăzeci de ani de cercetări sociologice serioase asupra fotbalului, s-ar părea că istoria contemporană (și, în unele cazuri, întreaga istorie) a fotbalului britanic din anii '70 încoace nu este altceva decât o serie de povestiri despre «huliganul de la meciurile de fotbal». Miopia universitară, simptomatică pentru «criza» mai largă a societății în privința «legii și ordinii», a oferit o istorie contemporană distorsionată a fotbalului din această țară. De aceea se simte nevoia unei abordări mai deschise a culturii fotbalistice și a locului ei în societate. Aceasta nu înseamnă abandonarea studiilor anterioare asupra «huliganismului în fotbal», ci solicită includerea acestor idei într-o abordare interdisciplinară a culturii fotbalistice.

Nu întâmplător, studiile dedicate «huliganismului în fotbal» au încercat să analizeze fotbalul și masculinitatea, deși în contextul violenței. Centrul de cercetări în domeniul fotbalului «Sir Norman Chester» este cel mai important centru de cercetare a «huliganismului» în Anglia. Ei au avansat și extins teoriile asupra agresiunii masculine în rândurile muncitorimii, căutând rădăcinile sociale ale «masculinității agresive». Propria lor interpretare se bazează pe o sinteză a teoriilor lui Suttle, privitoare la «segmentarea ordonată» și «cartierul apărat», fiind o contribuție la teoria lui Norbert Elias despre «procesele civilizatoare». Apelând la propriile lor cuvinte, ei au încercat:

«prin intermediul construirii unui model general să arunce o lumină asupra trăsăturilor structurale ale comunităților alcătuite din muncitorimea perifer-

ică, generatoarea bandelor de adolescenți, a stilului agresiv masculin și a legăturilor relativ înguste de identificare. Modelul nu-și propune să țină seama de schimbările sociale sau de nuanțele „experienței trăite”.

Autorii recunosc că asemenea «forme extreme de masculinitate» invadează multe aspecte ale culturii populare, inclusiv presa populară, și susțin că presa «a jucat un rol destul de important în dirijarea comportamentului huliganilor în contextul fotbalistic». Mai recent, «Grupul Leicester» și-a îndreptat atenția spre rolul femeilor în fotbal. În cadrul emisiunii «Trimiteti după surori», al programului de televiziune *World in Action*, Patrick Murphy (însoțit de fiul său în timpul emisiunii) a criticat discriminarea în fotbal:

«În această țară, fotbalul este un teritoriu predominant masculin probabil, una din cele mai atractive trăsături ale jocului pentru huliganii care se manifestă în fotbal. Cred că un aflus de participare feminină ar submina această imagistică masculină și ar schimba atmosfera meciurilor.» (*The Guardian*, 17 ianuarie 1990)

Oricât de bune ar fi intențiile lui Murphy, o astfel de analiză este formulată în contextul huliganismului și influențată de teoria «procesului civilizator». Julie Welch, de la *The Times*, și-a luat revanșa, fiind prima care a reflectat asupra prezenței mai multor femei pentru a pune capăt bătăilor din tribune. Ea susținea că:

«Femeile au o influență civilizatoare la meciurile de fotbal? Care femei? Chiar dacă am vrea să înființăm o „poliție a bunelor maniere”, mă îndoiesc că ar exista un număr suficient pentru un cvorum.»

Este evident că femeile ar trebui tratate ca spectatori de drept și nu folosite necinstit ca mecanism de control social. Perspectiva lui Murphy ignoră aspecte mult mai ample, privitoare la construirea și reproducerea identității masculine în fotbal, în principal, datorită concentrării mai curând asupra agresivității și *macho*-ismului la vedere, decât a discutării nuanțelor subtile ale experiențelor trăite de majoritatea tinerilor și pasiunii lor pentru fotbal.

Mai recent, cercetările întreprinse de Jackie Woodhouse, la Centrul de cercetări în domeniul fotbalului «Sir Norman Chester», se distanțează de relațiile anterioare privind fanii feminini ai fotbalului. În sondajul realizat printre membrele A.S.F. (Asociația Suporterilor de Fotbal), acceptând că eșantionul reprezintă partea mai «activă» a publicului feminin, Woodhouse susține:

«... teoria „feminizării“ se bazează pe stereotipurile trăsăturilor feminine: pasivitate, non-agresiune, etc.»

și continuă:

«... se presupune că „folosirea“ femeilor pentru calmarea publicului masculin la meciurile de fotbal se justifică prin beneficiul adus societății, fără să se ia de loc în calcul efectul pe care îl poate avea asupra femeilor.»

Ampla sinteză adoptată recent de Centrul «Sir Norman Chester» (istoria organizațiilor suporterilor de fotbal a lui Rogan Taylor, publicată cu titlul *Football and Its Fans*, la Leicester University Press, în 1992; sondajele întreprinse de Information Technology Trainees în rândul membrilor ASF și a cititorilor de fan-magazine, cât și orientarea lui John Williams spre o analiză culturală mai largă a fenomenului «huliganilor», recunoscând criticile anterioare) face parte dintr-un domeniu mult mai larg, în continuă dezvoltare, de interes universitar în fotbal. Asupra acestui corp de texte despre fotbal aș vrea să mă aplec acum.

Multiplicarea formelor de cercetare în domeniul fotbalului s-a produs în conjuncție cu explozia fan-magazinelor de fotbal și literaturii diverse legate de fotbal. Fără să ignore continuitatea violenței în incinta și în jurul stadioanelor de fotbal din lungul și latul Insulelor Britanice, fan-magazinele au contribuit la crearea unei noi «structuri a emoției» în rândul fanilor, orientându-se către o imagine pozitivă și distanțându-se de cea a fanilor ca «huligani», îndreptându-se împotriva reprezentărilor distorsionate și lipsei de autenticitate, precumpănitoare în relația dintre presa populară și publicul ei cititor. Totuși, ceea ce încă nu s-a cercetat în privința fenomenului fan-magazinelor și textelor universitare despre fotbal este dacă s-a produs sau nu o schimbare semnificativă a identității masculine, dacă nu cumva noii autori care scriu despre fotbal se înfundă în problema masculinității. La urma urmei, fan-magazinele sunt, în multe privințe, o altă formă de «pălăvrăgeală despre sport», conținutul lor reflectând conversațiile dintre bărbați, pe care le putem auzi în cărciumi, oriunde în țară. Nu suntem naivi să sugerăm că forma și conținutul acestui tip de conversație (discursul fotbalistic) nu s-au schimbat în timp, sau că semnificațiile au rămas aceleași pentru vorbitori. În era post-punkistă masculinitatea a căpătat un sens nou dat de fotbal, iar articularea ei o influență majoră în evoluția recentelor politici sexuale: conștiința modei. Cum susținea Steve Redhead în anii '80:

«Fotbalul, de un secol narcoticul *bărbatului* care muncește, este o descoperire surprinzătoare pentru designerul de îmbrăcăminte masculină și

conotația lui specifică reflectă o criză a masculinității.» (*New Socialist*, no. 47, 1987).

Frank Mort a furnizat, de asemenea, date despre aspectul exterior schimbător al tinerilor bărbați care-și croiesc drum spre ușile turnante:

«Individualitatea este la mare preț, incitată de oferta de mărfuri și bunuri de consum. La blugi: etichetele roșii, marca designerului, salopetele cu lustru de vechitură. La păr: țepăn, cu șuvițe date cu gel; băieții mai duri poartă plete și-și pun un cercei mare să atragă mai mult atenția. Și frânturile de conversație între băieți, pe care le prind, sunt despre cum „să arate mai răi“, la fel ca jocul.»

Redhead reia ultimul punct afirmând că «politica de suprafață a *chic*-ului fotbalistic» din anii '80 și de la începutul anilor '90 a fost martora afirmării și reafirmării stilurilor masculine tradiționale din perioada guvernării conservatoare. Janice Winship formulează clar: «sub numeroasele fețe noi ale modei masculine stă la pândă un lup conservator». În ce măsură persistă aceste «dorințe atavice» în «noul bărbat al fotbalului», membru ASF, în redactorul fan-magazinului și în obișnuitul «bărbat de la peluză» într-o lume post-modernă a *hi-tech*-ului și a consumului lacom?

## *Teoria feministă culturală și fotbalul*

[...] Majoritatea studiilor despre fotbal care au încercat să teoretizeze jocul au simplificat de multe ori multiplele variante care l-au făcut atât de popular în rândul bărbaților. S-a scris mult despre fotbal și relațiile lui de clasă, dar s-a neglijat adesea discursul «nevăzut» și «neuzit» al genului (*gender*) și al sexualității (alături de etnicitate). Formele cele mai timpurii ale feminismului în sport au apărut din dorința de egalizare a șanselor cu bărbații, iar atributele erau esențialmente pragmatice. Asociația de fotbal feminin a desfășurat campanii pornind de la problema șanselor egale, stimulând femeile să pătrundă în teritoriul unui sport masculin prin tradiție. Fără să ignore o astfel de strategie, pozitivă prin influența ei crescută și succesul de a încuraja cât mai multe femei să joace fotbal, perspectivele recente ale feministelor socialiste tind să susțină că ea nu oferă alternative radicale. Fotbalul feminin are într-adevăr un oarecare element «separatist», o ideologie care intenționează să «ofere femeilor acces la cel mai masculinizat sport, să creeze definiții mai cuprinzătoare și să pună la îndemâna femeilor acele experiențe capabile să le coordoneze și controleze propriile activități» (Hargreaves). Așa cum susține tot Hargreaves asemenea «diviziuni necesare» omit:

«să ia în seamă modurile în care bărbații și femeile sunt exploatați *împreună* în sport, cum relațiile de gen se articulează cu relațiile capitaliste.»

Urmând acest raționament, Hargreaves sugerează trei strategii de schimbare în sportul feminin:

1 – Co-optarea într-o sferă masculină de activitate.

2 – O strategie separatistă complet feminină.

3 – O asociere cu bărbații în vederea obținerii unor modele calitativ noi, în care diferențele de sex nu sunt importante.

Aceste strategii, în special ultima, au o importanță capitală în înțelegerea modului în care se constituie identitatea masculină în fotbal. Ea pune în evidență faptul că identitățile fanilor de fotbal, jucătorilor, managerilor etc. nu sunt reducibile doar la singulara logică de clasă. Este important să recunoaștem că, de fapt, «clasa se constituie din gen și genul nostru are clasă» (Rutherford). Masculinitatea heterosexuală scapă de presiunea devenirii obiect al discursului, în special în lumea fotbalului, unde s-a afirmat drept element de prim ordin în viața culturală masculină. Cum se decretează adesea, fotbalul este «ultimul bastion» al identității masculine. Bărbații și femeile care încearcă să schimbe sensurile dominante ale masculinității și mitologiilor patriarhale, se confruntă cu faptul că aceste amenințări îndreptate spre mituri și iluzii de superioritate au ca rezultat o mai puternică cimentare a masculinității. [...]

Întorcându-mă la ideea «feminizării» fotbalului, în sondajul lui Woodhouse din 1991 apare limpede că multe dintre femeile care merg la meci, pe moment, sunt indiferente față de perspectiva înmulțirii numărului de femei care să asiste la meciuri. Acest lucru pune în lumină o altă ironie legată de faptul că «atmosfera masculină a jocului» este crucială pentru trăirea fotbalului. Este oare nevoie să se producă o schimbare fundamentală în joc, în modul în care este jucat, urmărit, organizat etc., pentru a apărea un tip echilibrat și non-sexist al jocului? Există o problemă fundamentală în demersul de a (re)introduce femeile în sporturile predominant masculine și edificate ca domenii masculine. Este oare posibilă deconstruirea fotbalului? Sau este absolut necesar ca femeile să-i provoace pe bărbați în propriile lor jocuri? Woodhouse ajunge la concluzia că sondajul sugerează că:

«... atitudinile masculine în privința relației dintre femei și fotbal ar trebui atacată și schimbată pentru a se produce un progres real.»

Analiza fan-magazinelor și a pletorei de literatură fotbalistică apărută în ultimii ani ar putea da un indiciu referitor la «vreun progres real» în relațiile de gen din interiorul fotbalului.

## *Fotbal, consum, masculinitate*

Joyce Layland scoate în evidență «efectul latent de a vedea cercetarea feminină exclusiv direcționată spre viețile femeilor» și însuși faptul că viețile bărbaților trec neobservate, iar rezultatul, inevitabilă convingere că «masculinul este norma». Layland cere demistificarea puterii și componentelor ei, vina majoră a discursurilor feminine fiind declanșarea «masculinității» și a «comportamentului masculin». Ea susține că:

«... producerea „masculinității” sau „feminității” este, parțial, rezultatul faptului că indivizii sunt descriși ca având posibilități diferite de a reacționa într-o situație socială dată.»

Revistele joacă un rol principal în producerea unor astfel de «posibilități» de a reacționa, influențând cu precădere viețile tinerilor prin intermediul sportului, al muzicii și al modei. Richard Hoggart, în a sa *The Uses of Literacy*, a demonstrat legătura strânsă dintre cultura publică, inclusiv revistele, și structura vieții cotidiene private a individului, a relațiilor de gen și «bunul simț» al comunității. [...]

Această analiză timpurie întreprinsă asupra tineretului și lecturilor lui, care se deplasează de la teoria literară la cea culturală, chiar dacă este uni-dimensională și este pătrunsă de nostalgia unei culturi muncitorești pierdute, i-a îndrumat pe teoreticienii culturii și feminismului spre studiul revistelor pentru fete și femei. Dintr-un motiv sau altul, revistele concepute special pentru bărbați și consumate de aceștia au fost rareori subiect de analiză, dar studiile feministe referitoare la reviste lămuresc și alimentează orice tentativă de constituire a unei critici a revistelor pentru bărbați și a felului cum aceștia se raportează la texte. O temă dominantă care străbate multe din studiile feministe asupra revistelor populare se referă la natura «închisă» sau «deschisă» a textului. Închiderea sugerează statornicirea relațiilor hegemonice de clasă, gen și rasă, în care o formă populară de cultură este vehiculul menținerii sensurilor sociale dominante. De exemplu, studiul lui Pleasance (1991) asupra revistelor feminine evidențiază *modul* în care identitatea feminină apare fixată în reviste prin reprezentări particulare ale consumului. Narațiunile marcate de gen, chiar dacă

aparent oferă alegere și libertate, ascund, de fapt, lipsa alegerii efective pentru femei. Latura frivolă a acestui tip de narațiune marcată de gen apare condensată în noile reviste pentru bărbați, ca *CG*, *Esquire*, *For Him* și *Cosmo for Men*. [...]

Fan-magazinele de fotbal au oferit o nouă schimbare în consumul legat de fotbal. Ele nu numai că diseminează știri, puncte de vedere și anecdote, ele răstoarnă presa dominantă, comercială a fotbalului, pentru că sunt produse de fani pentru fani, servind ceea ce Rowe numește «nevoia de comunicare intens localizată, bazată mai curând pe oralitate decât pe cultura scrisului». Fan-magazinele sunt citate ca una din zonele contestării politice în sport, ceea ce mulți dintre sociologii sportului au crezut că nu este posibil. Totuși, în privința politicii genului, așa cum susține Woodhouse, fan-magazinele sunt invariabil concepute, scrise și citite de bărbați. Un caz de referință este mult elogiatul fan-magazine (sau mai corect, «magazinul de fotbal, pe jumătate decent», cum îi place să se auto-intituleze) *When Saturday Comes*. Publicul-țintă este predominant masculin, un public care a crescut urmărind meciurile de fotbal la finele anilor '60 și începutul anilor '70, era nașterii jocului profesionist «modern» – cum mai este caracterizată –, care a asistat la proliferarea consumului de mărfuri legate de fotbal. Având în minte acest public expert, multe din articolele fan-magazinului conțin referințe culturale cu care bărbații de douăzeci sau treizeci de ani se pot identifica. De exemplu, o sursă de umor sunt televiziunea, moda și muzica anilor '60 și '70, aluzii care trezesc nostalgia după fostele stele și echipe și visul băiatului de a deveni fotbalist. Chiar dacă nu este pe față sexist, *WSC* și fan-magazinele fotbalistice oferă în general o mostră subtilă de solidaritate masculină; o privire asupra scrisorilor dă de gol simțul masculin al jocului. În mod ironic, fan-magazinele oferă o altă formă de aliniere consonantă, mai curând decât prin contrast, cu mesele rotunde televizate, predominant masculine și cu reporterii de presă. Mai mult, conform sondajului lui Woodhouse imaginea masculină și «războinică» a fotbalului în presă apare ca o zonă care are nevoie de schimbare urgentă. Susținând că fanii feminini și jucătoarele de fotbal manifestă un interes autentic și cunoștințe corespunzătoare de fotbal, Woodhouse declară:

«Scriitoarele sunt capabile să ofere o perspectivă alternativă asupra jocului și un vehicol important pentru articularea punctelor de vedere aparținând fanilor feminini. În aceeași măsură, câștigând respect și recunoaștere datorită manierei informate și antrenante de a scrie, astfel de femei pot juca un rol cheie în provocarea lansată atitudinilor macho și imaginii fotbalului britanic.»



Lectura literaturii fotbalistice și aspectele legate de consum au fost strict limitate și nu au oferit nici un fel de concepție privitoare la sensurile complexe și plăcerile pe care tinerii, evident, le trăiesc urmărind acest joc. Am atins doar un aspect al relației bărbaților cu textele revistelor de fotbal. Una este să descrii construcția masculinității în astfel de texte, alta să susții că cititorii se identifică imediat cu fiecare sau se comportă în maniera apărută. Teoriile care se concentrează pe însușirea activă a textelor de către cititori sunt instructive atunci când încearcă să se distanțeze de un concept al ideologiei care presupune că subiecții sunt prostănaci pasivi. Pleasance a subliniat nevoia unei lecturi «postmoderne» a textelor populare, care sunt deschise, incomplete și în permanentă mișcare. Neville Wakefield a asemănat «Zâmbetul care se așterne pe fața celor care citesc *Sunday Sport* cu o formă de „sensibilitate postmodernă“». Prin «hiperbolizarea convențiilor din tabloide», *Sunday Sport* creează un nou «spațiu media». În loc să ne însușim punctul de vedere stângist despre o presă iresponsabilă de canal, este nevoie de simțul «postmodern» al «percepției», unde cititorul refuză să fie «masa prostită» a teoriei sociale. Wakefield crede că *Sunday Sport* aparține:

«unui spațiu intertextual care, prin faptul că ipotechează realitatea, apelează la sensul ironic al jocului... și de asemenea, probabil mai direct, la un simț proaspăt învigorat al comicului... Umorel apare într-o formă care nu este nici elitistă (depinzând de excludere și comunitatea răsului presupusă de o astfel de excludere) nici de „lumpen“, în sensul lipsei de subtilitate sau rafinament.»

Acest tip de intertextualitate, unde practicile culturale se produc prin relaționarea unei varietăți de texte și prin «simțul proaspăt învigorat al comicului», este cheia succesului fan-magazinelor de fotbal. Producțiile fanmagazinelor se bazează pe umorul și amuzamentul create prin exploatarea greșelilor de limbă, prin revitalizarea exprimării convenționale *din presa fotbalistică*, prin folosirea glumelor și a clișeelelor. Fanii de fotbal sunt discriminativi (prin suportul dat unei anume echipe) și productivi. Fiind cititori de fan-magazine, ei sunt producători de cultură, nu numai consumatori. Cuvântul «fan-magazin» (*fanzine*, în engleză) este polisemantic, oferind o varietate de sensuri potențiale care depind de modul în care textul contextualizează experiența socială a fanilor. Popularitatea fotbalului poate fi identificată cu plăcerile care rezistă forțelor exterioare ideologice. [...]

Fotbalul oferă o plăcere obișnuită (*plaisir*) și momente speciale carnavalești (*jouissance*). Plăcerea evaziunii dă forță eului de a se manifesta și creează identitate socială. Reglementările din ce în ce mai numeroase ale jocului și modul în care sunt acestea însușite de media globală i-au determinat pe fani să apere plăcerea și sensurile pe care fotbalul le produce. Mai mult, s-a rezistat și în fața relațiilor de inegalitate a puterii, generate de gen, în cadrul structurii jocului. Cum subliniază Fiske, «politica culturii populare este cea a cotidianului», la nivelul micropolitic constând în «negocieri de la o zi la alta ale relațiilor inegale de putere» [...]

Fan-magazinul oferă un exemplu pozitiv de contestare culturală a ideologiilor dominante ale masculinității în fotbal. O idee mai ingenioasă de a sublinia rolul jucat de femei în fotbal a fost evenimentul denumit *Blowing the Whistle*, un desen animat electronic, care omagiază femeile-fani din toată lumea. Comandat și prezentat de Moviola, un grup de «media arts» din Liverpool și Galeria de Artă Oldham, animația inspirată de o fotografie victoriană, în care o femeie înșiră pe sfoara de rufe 12 tricouri de fotbal, a apărut simultan la Goodison Park, Everton, și Boundary Park, Oldham. [...] Ideile inovatoare sunt încercări vizibile de confruntare a identității masculine, așa cum este ea constituită în fotbal. Într-adevăr, asemenea acțiuni pun în valoare faptul că identitatea homosexuală nu este bătută în cuie. Nu există o «poziție» specială pentru femei și bărbați.

Acest argument duce la problema finală privind construcția discursivă a sexualității în fotbal: homosexualitatea și homofobia. Fotbalul organizat de azi s-a dezvoltat în cadrul mișcării de sprijinire a recreației raționale și din școlile publice ale secolului trecut (Bailey). [...] Scopul dezvoltării rădăcinilor jocului modern este de a arăta cum eforturile raționale de a disciplina corpul și de a întregi populații au fost, cum susține Foucault, răspunsuri la criza urbană a acestei perioade, și că aceste acte de disciplinare își au corespondentul în societatea contemporană, în special în fotbal. Cum am văzut, fotbalul încă întreține viguros sentimentul bărbăției, jucând rolul de reglator al homosexualității, marginalizând-o, catalogând-o drept «perversiune» sau «ciudățenie». Eco, în eseu său polemic despre fotbal, compară primele întâlniri cu jocul cu «un tânăr homosexual terifiat» care se forțează să-i placă fetele. Eco arată de ce unii băieți nu se pasionează de fotbal, unde invariabil sunt etichetați drept «sisi» sau «pufoși».

«Nu-mi place fotbalul pentru că fotbalul nu mă place, căci din copilărie am aparținut acelei categorii de copii sau adolescenți care, în momentul în care lovesc mingea – presupunând că reușesc să o facă – o trimit în propria poartă sau, în cel mai bun caz, o pasează unui adversar, dacă nu cumva, din încăpățănare tenace, o scot afară din teren, dincolo de gardul viu și gardurile stadionului, pierzând-o undeva în vreun subsol sau râu sau printre aromele căruciorului cu înghețată. Așa că este respins de tovarășii de joacă și alungat de la cele mai fericite evenimente competiționale.»

Contrar aversiunii lui Eco față de joc, bărbații homosexuali, fiind crescuți ca băieți heterosexuali, acceptă statutul de bărbați și adesea se comportă ca aceștia, ceea ce presupune jucarea sau urmărirea partidelor de fotbal. Anii '80 au cunoscut «ieșirea în față» a homosexualilor bărbați și femei pentru afirmarea identității lor homo sau lesbiene, un act politic în contradicție cu homofobia guvernării Thatcher. [...] Fotbalul a fost atins de politizarea sexualității, consecință a Secțiunii 28 a Legii Administrației Locale, 1988. Justin Fashnau este primul fotbalist din țară care «a ieșit» să-și declare identitatea homosexuală. Acest act de curaj, din nefericire exploatat în paginile revistei *The Sun*, a fost întărit de Andy Medhurst, un fan homosexual, în paginile revistei *WSC*. [...] Afirmarea politicii homo în fotbal este o replică evidentă și hotărâtă la idealurile solidității creștine din secolul trecut și oferă noi posibilități pentru viitorul jocului. [...]

Deși fotbalul este o formă culturală dominantă, supunându-se factorilor non-discursivi ai formulelor de clasă și criticilor capitalismului târziu (de la fanii peluzelor la membrii din loja oficialilor), el nu condamnă fanul la izolare socială pe viață datorită genului.

În românește de Magda TEODORESCU

Din Richard Haynes, *The Passion and the Fashion. Football Fandom In The New Europe*,  
(volum colectiv editat de Steve Redhead),  
Avebury Ashgate Publishing Ltd, Newcastle upon Tyne