

Buletin de analiză politică

Anul II, nr. 14 (21), 18 iulie 2003

Buletin editat de Institutul Social Democrat “Ovidiu Șincai”
Reproducerea integrală sau parțială a textelor este permisă numai cu acordul ISD

SUMAR

I. Analiza politică internă

● Analiză comparativă între strategiile politice ale PNL, PD și PRM	3
--	---

Conținut:

A. Sfârșit de ciclu politic	3
B. Tipuri predilecte de electorat	3
C. Tipuri predilecte de mesaje	4
D. Vectori politici	6
E. Atuuri și vulnerabilități	9
F. Alianța PD-PNL	12
G. Recomandări	10

● Revenirea în politică a lui Emil Constantinescu	14
---	----

I. Analiza politică internă

Analiză comparativă între strategiile politice ale PNL, PD și PRM

A. Sfârșit de ciclu politic

Viața politică din România este la sfârșitul unui ciclu politic marcat de înlocuirea liderilor tradiționali ai tuturor partidelor importante, cu excepția PRM și UDMR. Schimbările de leadership politic sunt o expresie a transformărilor pe care le suferă societatea românească, a epuizării tipului de resurse politice care au legitimat clasa politică românească post-revoluționară și care a înregistrat un succes parțial (aceasta a propus proiectul politic al tranziției societății românești de la societatea socialistă la o societate care să prezinte cât mai multe din elementele pozitive ale capitalismului). Transformările de la conducerile partidelor sunt însoțite de un proces mai puțin vizibil, dar esențial, de redefinire a clivajelor și a stilurilor politice.

Clivajul comunism-anticomunism s-a epuizat în 1996, iar cei care au căutat să mai folosească electoral această opoziție au pierdut alegerile (CDR 2000). Temele politico-ideologice ale „neo-comunismului”, „monarhiei”, sau „restaurației” sunt epuizate.

Al doilea clivaj important, reformism-antireformism este pe cale să dispară odată cu schimbările de la vârful PSD, în care conducerea nu mai poate fi acuzată de „anti-reformism” sau „anti-europenism”. Problema concretă pentru PSD este următoarea:

care sunt resursele politice care pot fi folosite pentru a realiza trecerea de la un vot preponderent negativ, de care a beneficiat în 2000 dar a pierdut în 1996, la un vot pozitiv în 2004?

Așteptările populației se redefinesc treptat, de la temele politice spre cele administrative: este previzibil crepusculul marilor bătălii ideologice și dezvoltarea unui stil politic centrat pe capacitatea de a genera acțiune și a produce rezultate concrete. În aceste condiții, principalul clivaj care pare a se impune și pe care PSD îl poate folosi electoral este capacitatea-incapacitatea de a realiza acțiuni politice și administrative.

B. Tipuri predilecte de electorat

În urma analizei ultimelor sondaje de opinie, s-au conturat câteva tendințe de transformare a bazinelor electorale ale partidelor, care fluctuează în funcție de tipurile de mesaje lansate de către liderii principalelor partide, precum și de evenimentele care le-au produs schimbări în nivelul de viață .

Profilul electoratului PNL

Votanții PNL sunt reprezentați preponderent de segmentul participativilor, foarte receptivi la un mesaj care promovează valorile liberalismului și ale capitalismului, pro-occidentali prin excelență, cu nivel ridicat de

informare și instruire; ei fac parte din categoria întreprinzătorilor, intelectualilor, etc. și se împart în două categorii:

Prima categorie, „*liberalii radicali*”, este reprezentată, pe de o parte, de zona oamenilor de afaceri și a întreprinzătorilor privați, cu vârste cuprinse între 25-45 de ani și care constituie nucleul electoral.

A doua categorie, „*liberalii moderați*”, este reprezentată de persoane cu vârste cuprinse între 18-25 de ani și 30-45 de ani, persoane cu nivel de educație și venituri cel puțin medii; ei pot fi studenți, intelectuali, simpatizanți ai tipului de lider „tehnocrat”, auster și reformist. Deși votul lor este rațional, lipsa de specificitate a mesajului PNL îi determină să fie inconsecvenți și să reacționeze conjunctural, în funcție de evoluția din ultimele săptămâni ale campaniei.

Profilul electoratului PD

Votanții PD sunt cel mai eterogen segment electoral fiind reprezentați în primul rând de persoane foarte tinere, cu vârste cuprinse între 18-25 de ani, dar și între 30-45 de ani, receptivi la un mesaj preponderent conflictual și antiguvernamental, mobilizați în jurul figurii carismatice a lui Traian Băsescu. Trăsăturile lor se regăsesc în trei profile sociologice: *taciții*, *opozanții* și *participativii*, apropiindu-se – prin preferința pentru mesajul conflictual – de profilul votanților PRM, pe de o parte și, prin mesajul ideologic, de profilul votanților PNL.

Lipsa de coeziune din interiorul partidului și exagerarea conflictualității liderului PD cu PSD conduce la scăderea credibilității și a consistenței mesajului politic al PD. Apartenența la aceeași familie ideologică cu PSD și totodată conflictul deschis cu acesta, pe de o parte, precum și deplasarea spre centru a PD, prin încercările de

alianță cu PNL, îi conferă imaginea unui partid fără identitate politică, fluctuant și oportunist. Aceste deficite de imagine se transferă și asupra segmentelor de alegători, în interiorul cărora nu se mai poate vorbi de un nucleu dur.

Profilul electoratului PRM

Votanții PRM aparțineau în 2000 preponderent *opozanților* și *taciților* (având vârste cuprinse între 20-35 de ani, educație cel puțin medie și venituri medii, predominant din zonele periferice ale mediului urban); însă ultimele sondaje de opinie arată o deplasare spectaculoasă a acestui segment spre zona *tăcuților*, ale căror trăsături se apropie foarte mult de cele ale electoratului tradițional al PSD. Spre deosebire de votanții PSD însă, aceștia au studii primare spre medii, venituri cel mult medii, sunt ceva mai tineri, având vârste cuprinse între 35-54 de ani. Fiind cei mai afectați de reformă, aceștia își exprimă nemulțumirea și acordă un vot negativ guvernării. Având un nivel de educație și un consum mediatic superior votanților tradiționali ai PSD, opțiunile lor electorale se cristalizează în ultimele săptămâni ale campaniei și sunt concentrate, în general, spre un partid antisistem, cum este PRM-ul.

C. Tipuri predilecte de mesaje

Teme generale

Temele generale abordate de partidele de opoziție sunt **corupția** și **sărăcia**. Cea mai puternică critică vine din partea **PRM**, care își axează discursul asupra legăturii dintre Putere și corupție în timpul oricărei guvernări. De asemenea, sărăcia este prezentată ca un rezultat direct al guvernării maligne. În acest scop, discursul PRM are o construcție dihoto-

mică (bine-rău), înfățișând o corupție generalizată a guvernului în contrast cu bunele intenții ale lui Vadim Tudor. Comunicarea PRM se realizează prin intermediul liderului său, Vadim Tudor, și, mai puțin prin intermediul vectorilor secundari. Principala caracteristică a acestui tip de comunicare este specularea componentei afective în rândul populației prin crearea unei senzații empatice (identificare cu masele).

Spre deosebire de PRM, PNL adoptă un alt tip de discurs. Liberalii încearcă să inducă o percepție particularizată asupra corupției și sărăciei. Principalele motive ale acestor fenomene, din perspectiva PNL, sunt derivate din lipsa unei reforme de tip neo-liberal pe care ei o susțin și care vine în opoziție cu dominantă social-democrată a guvernului. Astfel, se emite un mesaj adversativ prin care populația este încurajată să aleagă alternativa liberală celei social-democrate, prezentată ca principala răspunzătoare de amploarea corupției și sărăciei. Comunicarea PNL se realizează prin intermediul mai multor vectori de imagine a partidului. Totuși, ea nu are același impact ca în cazul PRM, deoarece se bazează mai mult pe elemente raționale.

În cazul PD, discursul este mai individualizat. Principalii răspunzători de corupția și sărăcia din țară sunt membrii PSD, atât considerați individual, dar și în ansamblu, ca partid. Spre deosebire de PNL, accentul nu este pus atât de mult asupra componentei ideologice, cât asupra ineficienței de a pune în aplicare politici social-democrate. Această perspectivă este determinată de concurența pe care PD încearcă să o creeze pe segmentul ideologic social-democrat. Totuși, această componentă nu este foarte importantă, PD preferând temele conjuncturale. Comunicarea PD se realizează prin intermediul liderului, Traian Băsescu, dar și a unor vectori secundari autonomi. Ea se bazează pe o combinație

între elemente afective și raționale.

Teme specifice

În ceea ce privește temele specifice, fiecare din cele trei partide abordează un registru diferit. PNL se concentrează mai mult pe problemele economice (sistemul fiscal, finanțele publice) și juridice (legate de proprietatea privată, administrația publică locală, separația puterilor în stat). În aceste domenii soluțiile promovate sunt complet ideologizate, încercând să creeze o confuzie între economie de piață și liberalism, sau între democrație liberală și democrație consolidată. Problemele sunt abordate diferențiat prin intermediul unor vectori specializați, ceea ce creează imaginea unui partid multilateral.

PD se bazează pe problema identității sale în raport cu PSD. Se încearcă inocularea ideii că PD este o victimă a PSD, mai ales după plecarea unora din membrii săi marcanți către acesta din urmă. Se mizează pe elementul afectiv al simpatiei populației pentru competitorul mai slab, după modelul David și Goliat. Prin această strategie este utilizat orice prilej față de adversarul politic pentru a trage foloase electorale. Registrul PD este foarte variat în acest sens, mergându-se de la teme specifice social-democrate (protecția socială, educație, sănătate) până la teme de natură economică și juridică. Acest registru este preluat în mod general de vectorii comunicaționali, de unii dintre ei.

Temele specifice PRM, devenite deja tradiționale, sunt lipsa de autoritate a statului, în special în domeniul justiției, antagonizarea minorităților de orice fel (în special etnice) și exacerbarea naționalismului. În acest ultim domeniu, tonul PRM a devenit mai ponderat, datorită succeselor incontestabile ale guvernului în relațiile cu UE și NATO. În domeniul justiției fiecare caz, oricât de neînsemnat este, se adaugă la viziunea de ansamblu de nefuncționare a acestui domeniu. În cazul mino-

rităților, principalul mesaj vizează alianța dintre PSD și UDMR. După cum se observă, temele specifice PRM sunt punctuale față de cele ale altor partide și tind să fie reperate mai ușor decât temele specifice ale celorlalte formațiuni. Totodată, ele sunt comunicate în mod unitar. Totuși, ele creează și anumite limite, prin neglijarea altor domenii, cum ar fi cel economic, atribuind partidului o tentă unilaterală.

Teme conjuncturale

Temele conjuncturale abordate de cele trei partide din opoziție tind să fie asemănătoare, ceea ce a dus, cel mai frecvent, la apropierea dintre ele. În cazul PNL acestea vizează reforma sistemului de pensii, dreptul la informare publică, mesaje moderat naționaliste, problemele din domeniul sănătății și educației și protecția socială. Aceste teme sunt abordate, de obicei, alături de celelalte partide, transmițând un mesaj de opoziție față de guvernare prin orice mijloace. PNL nu insistă pe aceste mesaje, încercând, în general, să se individualizeze față de celelalte partide.

PD abordează o multitudine de probleme conjuncturale, ceea ce face ca registrul său specific să devină destul de eterogen. În toate problemele din dezbatere PD adoptă un comportament obstrucționist față de PSD, pe care îl consideră principalul adversar politic. Disputele au un caracter individualizat încercând să sugereze că atât la nivel individual, cât și în ansamblu, calitatea membrilor PD este mai bună. Totuși, abordarea atâtor teme duce și la contradicții, ceea ce reliefează o tendință tot mai accentuată spre populism.

Problemele conjuncturale abordate de PRM se aseamănă cu cele abordate de PD. În cazul PRM aceste teme sunt subsumate unor teme mai largi (corupția, sărăcia, lipsa de

autoritate) pe care PRM încearcă să le prezinte ca teme specifice. Totuși, apropierea de PD și PNL duce la o imagine slabă, lipsită de originalitate, a PRM, în urma căreia impactul asupra publicului este mult scăzut. PRM încearcă să suplinească acest minus prin efervescența discursului liderului său

De ce neagă PNL progresele în integrarea europeană?

Focalizarea PNL asupra problemei integrării europene se explică prin dorința de a delegitima PSD în unul din punctele sale forte: politica externă.

Negarea succeselor legate de integrare este pentru a acredita ideea că „România se integra în UE cu sau fără PSD”, într-un mod similar de abordare cum a fost intrarea în NATO („responsabil pentru extinderea NATO au fost evenimentele de la 11 septembrie 2001”).

Dacă România va încheia negocierile cu UE până la sfârșitul lui 2004, acest succes ar putea fi un important atu pentru PSD, mai ales în ceea ce privește electoratul urban (din orașele mari), care este votant PSD într-o mai mică măsură, dar care este sensibil la problema integrării europene. În acest sens, sloganul pentru campania electorală a PSD din 2004 ar putea fi „**CONTINUITATE PENTRU EUROPA**”, mesajul central fiind acela că partidul are capacitatea de a integra România în UE.

D. Vectori politici

Partidul Național Liberal

Vectorul principal al PNL este **Theodor Stolojan**. Identitatea pe care și-o creează se sprijină pe imaginea Stolojan=tehnocrat, pe care acesta a acceptat-o cu bună știință ca pe o etichetă a activității sale politice. Este

probabil că Stolojan vizează să se distanțeze astfel de imaginea clasică a politicianului inefficient. Alte resorturi ale construcției de identitate sunt seriozitatea, responsabilitatea, pragmatismul (accentul pe concret și acțiune), disciplina. Toate acestea sunt operaționalizate de către Stolojan, în sensul că el intenționează să le transfere asupra partidului. Ca urmare, Stolojan încearcă să se definească pe sine în partid (PNL) și nu încearcă să acapareze partidul, așa cum fac Băsescu și Vadim Tudor. Dintre cei trei, relația vector-partid este cea mai echilibrată în cazul Stolojan-PNL.

Stolojan are un discurs extrem de concret, probabil unul care se îndepărtează mult de accepțiunea în care este gândită politica în România (multe vorbe, puține fapte). Acest lucru se poate dovedi fie un avantaj (asociat imaginii de tehnocrat pe care Stolojan și-o construiește), fie un dezavantaj: într-un peisaj politic în care funcționează actori comunicaționali „vocali”, precum Băsescu sau Vadim Tudor, Stolojan poate fi perceput ca un actor „șters”.

Tematic, Stolojan abordează cu predilecție teme de interes general, cum ar fi cele economice sau cele legate de corupție sau justiție. În ultima perioadă, Theodor Stolojan a speculat faptul că nici un partid din opoziție nu abordase tema integrării europene, o temă care poate aduce câștiguri și în care guvernul poate fi atacat cu siguranță de către opoziție până cel puțin la data aderării.

Vectorii secunzi. În PNL avem de-a face cu o situație inversă decât la PD. Deschiderea structurii partidului și modul în care a fost reglementat accesul la „vocea” partidului au făcut să existe mai mulți vectori care să aspire la rolul de secunzi. PNL are un purtător de cuvânt în persoana lui Eugen Nicolăescu, care este însărcinat cu formularea reacției „brute” a partidului față de evoluțiile

din sistem. La etajele superioare ale mecanismului de gestionare a comunicării se află politicieni axați fiecare pe unul sau câteva domenii (nu foarte multe), ei constituind reacția „documentată” a PNL. De pe acest palier se recrutează vectori de campanii de opinie (Mona Muscă, Ludovic Orban, Paul Păcuraru). În această configurație, Theodor Stolojan are un rol de patron discursiv: el nu se face marca discursului PNL, așa cum Băsescu procedează cu discursul PD, ci subliniază periodic cele mai importante chestiuni tratate de vectorii secundari, pentru a indica elementele centrale pe care PNL dorește să le transmită electoratului. Astfel, strategia se bazează pe un mecanism relativ bine reglat de utilizarea lui Nicolăescu și o protecție relativă a lui Stolojan. Această strategie este în acord cu dezideratul non-expunerii lui Stolojan.

Partidul Democrat

Vectorul principal este Traian Băsescu, ajutat de poziția politică de primar al Bucureștiului. În plan secund, după eliminarea opoziției interne (Duvăz, Sassu, Roman, Pană) rămân figuri care aparțin așa-numitei echipe a tinerilor, pe care Băsescu a încercat să o impună, fără a reuși întotdeauna. Numele care se remarcă și care ar putea fi folosite pe post de vectori secundari ar putea fi Emil Boc – mai sigur, Anca Boagiu – mai puțin sigur.

Traian Băsescu este un vector axat pe un discurs adversativ, permanent în conflict cu unul sau altul dintre actorii/partenerii din sistemul politic. Imaginea lui Băsescu se bazează deci pe expunerea personală și pe conflictul cu PSD și, din punctul de vedere al modului de comunicare, pe comunicarea-eveniment. Structura discursului este organizată pe runde, formate din perechi inițiere – răspuns. Băsescu a acaparat poziția de voce a

partidului – el este șef al PD dar și purtător de cuvânt – dar nu în favoarea partidului. Bănescu apare ca un vector pentru imaginea sa personală și nu pentru partid. Astfel, PD ajunge să fie asociat exclusiv cu activitatea șefului său, iar unele teme/acte personale (anchetarea lui Bănescu) să devină astfel teme prin care PD este identificat. Implicit, unele teme pe care Bănescu nu le abordează nu sunt asociate de către electorat cu PD-ul.

Actorul politic care s-a identificat cel mai mult cu rolul de vector secundar este **Emil Boc**. Din punctul de vedere al relației cu partenerii, adversarii și electoratul, Boc și Bănescu prezintă imaginea unui tandem complementar. Spre deosebire de Bănescu, Boc are un comportament comunicațional caracterizat prin circumscriere tematică și proiectarea competenței, concretețe și concizie și acțiune intra-sistemică. Promovarea lui Emil Boc face parte din încercarea de a limita pagubele produse prin identificarea excesivă a PD cu președintele său.

Partidul România Mare

Principalul vector al partidului este **Corneliu Vadim Tudor**. Nu există vectori secundari în PRM, în sensul că acțiunea lor comunicațională să o completeze și să o susțină pe cea a președintelui. Există însă mai mulți vectori sectoriali de imagine care acționează în zone foarte restrânse și care nu chestionează domeniul general de competență al lui Corneliu Vadim Tudor.

În cazul lui Vadim Tudor, aria pe care se mișcă discursul acestuia este vastă, însă există unele teme predilecte, care sunt scoase în evidență – corupția, injustiția, sărăcia. El nu ignoră, totuși, precum Traian Bănescu anumite teme discursive, ci exploatează orice posibilitate de a se angaja într-un schimb discursiv care să îi aducă un profit politic.

Spre deosebire de Bănescu și Stolojan, legitimitatea pe care și-o construiește Corneliu Vadim Tudor diferă prin faptul că el se prezintă ca actor extrasistemic raportat la sistemului politic și, în sens restrâns, la convențiile care girează comunicarea în spațiul public (lansarea de informații și acuzații care frizează absurdul, asocieri de subiecte în mod normal neasociabile, cum ar fi sexul și politica etc.). Pe de altă parte, el se plasează în afara sistemului, prin apel direct la societate și nu prin apelul mediat de instituțiile și regulile sistemului politic, prin care voința populară este transpusă politic. De altfel, se poate probabil observa statistic faptul că electorii lui Corneliu Vadim Tudor se recrutează dintre cei care au o opinie negativă despre activitatea instituțiilor democratice (parlament, partide etc.) și o opinie pozitivă despre instituțiile ca armata și biserică și doresc scurt-circuitarea ciclului transiterii voinței populare, prin recurgerea la formule autoritare de tip mână forte și de transmitere directă a puterii.

Vectori secundari. În PRM există mai mulți membri de rang secund, dar nici un vector secundar. Potențialul vector secundar pe care îl are PRM este primarul clujean **Gheorghe Funar**. Acesta nu este însă un veritabil vector secundar în raport cu Vadim Tudor. Temic și comportamental Funar nu este complementar cu Vadim Tudor, ci i se suprapune. Funar se păstrează ca actor distinct, datorită legitimității pe care o revendică pentru discursul său, care nu derivă din cel al lui Vadim Tudor. Aria sa de competență și de notorietate este restrânsă și nu se remarcă niciodată ca actor la centru, ci doar periferic, atât geografic, cât și politic (în partid).

Deși, de o oarecare notorietate, parlamentarii PRM (Corneliu Ciontu, Daniela Buruiană, Ion Dolănescu, Irina Loghin, Lucian Bolcaș) nu pot fi considerați vectori secun-

dari. Discursul lor nu se suprapune peste cel al lui Vadim Tudor, ci îl preia pur și simplu. Astfel, acești politicieni pot fi transmițători ai mesajului lui Vadim Tudor, nu vectori ai Partidului România Mare.

E. Atuuri și vulnerabilități

I. Atuuri

Partidul Național Liberal

Organizare:

- La centru, conflictul dintre persoane și grupuri a fost eliminat fie prin retragerea în planul doi a celor direct implicați (Valeriu Stoica, Dinu Patriciu), fie prin cooptarea în structuri de conducere a membrilor fostelor „tabere” liberale. Theodor Stolojan a reușit să se valideze ca autoritate supremă în partid, în condițiile în care ramura parlamentară a PNL este foarte activă comunicațional. Resursa pe care Stolojan a cultivat-o este relația cu organizațiile locale ale PNL.

PNL are o coerență organizațională în creștere la nivelul organizațiilor locale, în pofida recentelor absorbții dintre care cea mai importantă este cea a UFD. Creșterea coerenței organizaționale poate fi pusă pe seama politicii de întărire a PNL din teritoriu promovată de Theodor Stolojan.

Imagine:

- PNL este creditat ca fiind singurul partid cu creștere reală din ultima perioadă. Un rol important îl joacă aici proclamarea PNL ca unic reprezentant al dreptei cu șanse electorale;

- Este singurul partid din opoziție care a articulat un program relativ coerent ca alternativă la PSD;

Vectori:

Th. Stolojan:

- Capital rezidual de încredere care

poate fi convertit electoral;

- Plasarea în afara tiparului a omului politic român;

- Mesaj pozitiv (în sensul că nu este totalmente reactiv și dependent de context).

Vectori secundari (cu excepția lui Nicolăescu):

- Complementaritate a mesajelor;
- Specializare și aprofundare a mesajelor;

- Amortizare a eventualelor atacuri la adresa lui Stolojan.

Partidul Democrat

Organizare:

- În ciuda plecării din partid a numeroase persoane, PD și-a păstrat o infrastructură funcțională în numeroase județe. Partidul Democrat este încă puternic în orașele de mărime medie din Muntenia și Transilvania;

- PD dispune încă de resurse financiare pentru purtarea unei campanii electorale.

Imagine:

- Catalizator al nemulțumirii față de PSD;

- A supraviețuit în ciuda presiunilor la care a fost supus de PSD.

Vectori:

- Stilul comunicațional intra-sistem, critic, competent, non-populist și relativ specializat (dar nu cantonat) îl face pe Boc un actor comunicațional care se pretează foarte bine transmiterii de programe politice și mai puțin de atitudini politice tranșante pentru care să fie un vector principal;

- Se pare că modul de exprimare politică a lui Băsescu spune deocamdată electoratului mai mult decât un eventual program po-

litic, ceea ce este, deocamdată, un atu pentru Băsescu;

- Boc și Băsescu sunt percepuți ca politicieni „eficienți”.

Partidul România Mare

Imagine:

- **În situația actuală, dependența de criză pe care o are acest partid este un atu.** PRM nu are altă alternativă decât să se alimenteze din criză, pe care o speculează în cazul în care aceasta există, sau o creează dacă nu există. În prima ipostază, o situație benefică pentru PRM este aceea în care mass-media duce campanii susținute față de guvern cu privire la teme de larg interes public: corupție generalizată, situație economică dezastruoasă etc. Discursul PRM nu face altceva decât să paraziteze discursul crizei deja existent în media. Dacă criza sau percepția sa nu există, PRM recurge la gesturi spectaculoase cu scopul de a-și mări vizibilitatea. Un exemplu recent este retragerea PRM de la votarea proiectului de revizuire a Constituției. În același sens trebuie amintită campania electorală din anul 2000, când provocarea crizei sau evenimentul spectaculos a fost instrumentul predilect. Unul dintre ele a fost utilizarea, în condițiile unei penurii financiare în partid, a unor mijloace foarte eficiente de a face campanie electorală: mașini cu portavoci sau difuzoare, procesiuni, concerte de muzică populară etc. Acest gen de campanie are avantajul că nu costă foarte mult și satisface exact genul de contact pe care Vadim îl vizează, cel direct, cu populația.

Organizare:

- Disciplină internă strictă. Datorită rolului scăzut pe care îl au secunzii, orice „dezertare” din PRM are impact minim.

Vectori:

Corneliu Vadim Tudor are următoarele

atuuri:

- Discurs larg, nediferențiat tematic, dar individualizat prin persoana emițătorului;

- Mesaj bazat pe propoziții simple, ușor de reținut datorită componentei afective puternice;

- Modul în care se adresează unor categorii diverse de receptori, fără a-și segmenta mesajul pentru fiecare în parte, de aici rezeptabilitatea mare pe care o are acest discurs.

II. Vulnerabilități

Partidul Național Liberal

Organizare

- La începutul mandatului său de președinte al PNL, Stolojan a mizat pe reconstrucția organizațională la centru și în teritoriu. În privința organizațiilor teritoriale, el a subliniat foarte clar că principiul după care se va ghida va fi autonomia organizațiilor față de centru, autonomie care va include alcătuirea la nivel local a listelor electorale, deci fără ingerințe din partea centrului. Riscul major pentru PNL este ca acest principiu pe care Stolojan și-a cucerit legitimitate în partid să nu funcționeze în momentul alegerilor și, astfel, Stolojan să piardă capitalul de simpatie din teritoriu. Există indicii că în mai multe organizații locale vor fi impuși candidați de la nivel central;

- De asemenea, un alt risc pentru PNL ar fi disensiunile din teritoriu între PNL și PD în eventualitatea unei alianțe electorale între aceste partide. Există multe indicii în sensul că relațiile în teritoriu nu sunt la fel de bune precum cele de la vârf;

- Slăbiciunea organizațiilor din mediul rural. Slaba capacitate de mobilizare a unor resurse semnificative pentru o campanie electorală directă.

Imagine, vectori:

● Între Stolojan și PNL există o neconcordanță din punct de vedere al recepției mesajului; dacă PNL îi vizează pe cei care îl susțin deja, mizând pe o creștere lentă și sigură, Stolojan este receptat în zone care nu se identifică total cu electorii PNL. Categoriile cărora li se adresează explicit Stolojan sunt largi, el nu are un discurs sectorial, spre deosebire de discursul PNL, care vizează grupuri relativ restrânse: oamenii de afaceri, micii întreprinzători, liber-profesioniștii (avocați, medici). Sunt ignorate categorii foarte largi (pensionari, cei ocupați în agricultură), pentru care nu există nici măcar enunțate intenții serioase de atragere electorală înspre PNL. Singurul mijloc de acțiune electorală eficient este corelarea cu discursul larg al lui Stolojan. Sarcina electorală pentru acesta (din punctul de vedere al comunicării) va fi adaptarea temelor liberale la discursul perceput pozitiv nu doar de cei care votează cu PNL, în scopul atragerii electorale a acestora. Aceasta va fi o sarcină dificilă, deoarece în decursul campaniei electorale discursul lui Stolojan se va personaliza (omul politic Stolojan și competențele sale vor fi scoase în evidență și aliniat cu ceilalți competitori și astfel se vor distanța de PNL). Ca urmare, până la momentul alegerilor, liberalii și Stolojan au de rezolvat problema cuplării acestor două discursuri și a convertirii capitalului de popularitate al lui Stolojan (care nu a fost dobândit de el în calitate de liberal) în voturi pentru partid. În cazul în care alegerile se decalcă, situația descrisă nu mai este valabilă decât parțial.

Partidul DemocratOrganizare:

● Spre deosebire de PNL, în PD evoluția organizatorică a partidului după preluarea de către Băsescu a mers înspre centralizare. Această strategie este explicabilă din perspectiva evidentă că Băsescu avea nevoie

de o poziție în partid care să-i asigure o vizibilitate maximă în disputa sa cu PSD, văzută ca principal mijloc de a menține partidul în atenția electoratului;

● În ultima vreme mai mulți membri PD s-au înscris în PSD. În aceste condiții, Băsescu este constrâns să continue efortul de creștere a coerenței organizaționale și de a se asigura de loialitatea celor din conducerea partidului. Unul dintre indiciile relațiilor pe care Băsescu le are cu ceilalți membri de frunte ai partidului este recenta mobilizare a acestora pentru alegerile locale. Astfel, Băsescu încearcă să impună șefilor organizațiilor locale și partidului propria conduită electorală: candidatură la locale, apoi candidaturi la parlamentare. Mobilizarea în acest fel a resurselor partidului arată că PD nu este coerent la nivel organizațional și că duce o lipsă acută de resurse umane, financiare și de imagine;

● Aceleași riscuri ca în cazul PNL în eventualitatea unei alianțe (neînțelegeri în teritoriu)

Imagine:

● Datorită configurației particulare de la vârful PD, vulnerabilitățile vectorilor corespund aproape perfect cu vulnerabilitățile pentru partid. Ca urmare, în cazul unui insucces la alegerile locale pentru Băsescu, partidul riscă să scadă accentuat până la alegerile generale tocmai datorită identificării mari dintre Băsescu și partid;

● PD a fost perceput ca fiind concentrat doar pe București, asupra disputei identitare cu PSD și neglijând construirea unui mesaj pozitiv. De asemenea, o altă consecință negativă este că PD a fost perceput ca neavând un public electoral țintă, de vreme ce discursul PD nu are o tematică centrală bine definită, ci este construit ca reacție la discursuri anterioare (PSD).

Vectori:

- Băsescu nu are un mesaj pentru anumite categorii importante numeric (exemplu, cei care nu locuiesc în București). Aceste grupuri nu se regăsesc în ceea ce transmite Băsescu, care are un discurs prea general și care nu este concentrat pe o tematică distinctă și relevantă pentru ele;

- Emil Boc are profilul comunicațional al unui vector de idei mai mult decât al unuia de atitudine într-un partid care și-a legat identitatea politică de atacarea permanentă a PSD și a neglijat construirea unui mesaj care să nu fie în atât de mare măsură legat de ceea ce face partidul de guvernământ.

Partidul România Mare

Organizare, imagine, vectori:

- Partidul nu este pregătit să existe într-un mediu non-criză;

- Ca și în cazul PD, inexistența unui program politic pozitiv;

- Nedisponibilitatea altor partide spre alianțe cu PRM și, deci, izolarea acestuia; ca urmare, inexistența oricărei speranțe de a ajunge la guvernare;

- Inexistența unor grupuri de opinie bine structurate, care să susțină inițiative ale partidului;

- PRM a putut avea succes în 2000, deoarece tactica sa de a provoca crize acționa împotriva unei puteri care nu mai avea o susținere semnificativă; de asemenea, PRM acționa în sensul în care o făcea și cel mai bine cotate partid (PDSR). Acum situația s-a schimbat radical: PRM acționează împotriva unei puteri cu o largă susținere și nu are legături cu celelalte partide de opoziție.

F. Alianța PD-PNL

Principala problemă ar fi justificarea existenței sale în câmpul politic. Această jus-

tificare ar interesa atât coaliția care s-ar forma, cât și personalitățile implicate în alcătuirea ei. La nivelul coaliției, principalul efort va fi direcționat înspre descrierea spectrului politic în așa fel încât să includă coaliția ca element legitim. O astfel de descriere ar fi în termeni polari ca: polul democrației (PNL și PD) *versus* polul dictaturii/autoritarismului etc. (PSD și PRM). Categorizarea în acești termeni a scenei politice este una care poate furniza legitimitate și sens unei coaliții care are antecedente descurajante (CDR).

Vectori în noua coaliție:

- Alianța PD PNL ar rezolva problema vectorilor secundari: PD nu are secunzi, cu excepția lui Emil Boc. PNL-ul are mai multe voci secundare care vizează uneori deschis, alteori tacit poziții mai proeminente: Paul Păcuraru, Mona Muscă, C. P. Tăriceanu, V. Vosgianian.

În ceea ce privește vectorii principali, vom asista la o distribuție a sarcinilor. Theodor Stolojan va fi „elementul constructiv”, cel care va merge pe construcția unui proiect politic alternativ și va avea dificila sarcină de a contrazice discursul economic și social guvernamental, deoarece, spre deosebire de CDR în 1996, opoziția la PSD este lipsită de capitalul simbolic dat de susținerea unei Europe față de care PSD s-ar putea defini ca antieuropean. Actualmente PNL încearcă reluarea tematicii „PSD ca opus Europei”, care a funcționat în cazul CDR în 1996.

Eventualul program al acestei coaliții are nevoie de un vector de imagine, în condițiile în care:

1. intră în competiție cu un program bine articulat și coerent (cel guvernamental), bazat pe experiența recentă a guvernării;

2. trebuie să îi convingă chiar pe adepții celor două partide, care nu au încredere într-un program bilateral.

Stolojan poate îndeplini funcția de vector de imagine pentru un astfel de program, dată fiind încrederea crescută de care beneficiază. De asemenea, Emil Boc ar putea să îl secondeze pe Stolojan în această direcție.

Pe de altă parte, Traian Băsescu este posibil să fie „elementul ofensiv”, cel care își va exploata notorietatea câștigată în lupta de uzură cu PSD. Aceasta cere, evident, continuitate în folosirea mijloacelor prin care această notorietate a fost câștigată. Drept pentru care este puțin probabil ca Băsescu să se replieze pe niște aliniamente comunicaționale „normale” și este cel mai probabil că va continua modul de comunicare – eveniment de până acum.

Cu o mai mică probabilitate, se poate asista la o distribuție mixtă a acestor două funcții, cea „constructivă” și cea „ofensivă”, în sensul că fiecare lider le va exercita pe ambele în funcție de situație.

Mai este de îndeplinit o sarcină dificilă, stabilirea relațiilor din interiorul tandemului, fără de care acesta ar putea fi perceput ca o structură bicefală fără funcționalitate, mai ales în cultura politică românească obișnuită cu personalizarea accentuată a puterii. Până acum, toate tandemurile câștigătoare în România au fost constituite ierarhic, între un „senior” și un „junior” (Iliescu - Roman, Iliescu - Năstase). Rezolvarea problemei relațiilor dintre membri în cadrul tandemului va aduce date noi și în ceea ce privește comunicarea de ansamblu a tandemului.

G. Recomandări

1. Strategia lui Vadim Tudor este de a fi cât mai puțin prezent în disputele politice, astfel încât la momentul alegerilor să creeze impresia unui „nou candidat”. Relația PRM

cu PSD creează imaginea falsă a unei „opoziii constructive” care nu mai constituie un pericol în alegeri. De fapt, PRM este unul dintre cei mai periculoși „pretendenți” pentru electoratul PSD în condițiile erodării imaginii partidului la guvernare. Trebuie evidențiate carențele PRM în gestionare unei situații concrete ;

2. În cazul în care PNL și PD vor folosi tema polului dictaturii, PSD trebuie să se distanțeze explicit de asocierea cu PRM. **O posibilă cale ar fi ca PSD să se refere la PD, PNL și PRM ca la „opozitia unită”, bazându-se pe cooperarea existentă uneori între aceste partide în parlament;**

3. Utilizarea unui discurs al normalității, asemănător cu cel din 1996 (forță și echilibru), care să submineze discursul de criză al PRM;

4. Miniștri cu responsabilități directe în integrarea europeană și negociere (Hildegard Puwak și Vasile Pușcaș) ar trebui să reacționeze mai frecvent la acuzațiile PNL potrivit cărora România nu îndeplinește criteriile de integrare. PNL poate fi acuzat de politizare a temei integrării, fapt care este defavorabil procesului de integrare.

5. Continuarea discursului delegitimator la adresa PD. Mai ales în cazul în care alianța cu PNL se concretizează, PSD poate să-și asume mai deplin rolul de unic partid social democrat și să impute (pe baze ideologice) PD-ului alianța conjuncturală cu PNL;

6. În cazul formării unei alianțe PD PNL, rememorarea imaginii alianței CDR (sau pe cea a guvernării CDR-PD).

II. Analiza comunicării politice

Revenirea în politică a lui Emil Constantinescu

Actori vechi și actori noi

La Congresul de constituire al Partidului Acțiunea Populară (PAP) din 11-12 iulie a.c. s-au regăsit foști miniștri (Decebal Traian Remeș și Vlad Roșca), fostul șef al SIE (Cătălin Harnagea), ex-consilierul prezidențial (Zoe Petre), alături de alți foștii parlamentari (George Șerban, Max Badin, Dănuț Cornea), toți aceștia primind funcții de vicepreședinți. Emil Constantinescu a devenit atât președinte al partidului cât și coordonator al Consiliului Național de Coordonare Politică. Pe lângă promovarea în funcții de conducere a unor oameni apropiați lui Emil Constantinescu, PAP urmează să preia în structurile sale și gruparea lui Vasile Lupu, facțiune din PNȚCD, și anume, Partidul Popular Creștin. Reflectat în presă mai mult ca un congres al „foștilor”, PAP susține că 50% din membrii săi sunt oameni care nu au mai făcut niciodată politică, iar jumătate dintre aceștia sunt tineri sub 35 de ani.

Mesajul politic

Temele discursului PAP sunt comune cu subiectele de atac politic folosite și de celelalte partide de opoziție: „corupția”, „sărăcia”, „sistemul educațional”, „situația sateilor românești”, „viitorul tinerilor” etc. Diferența semnificativă față de celelalte partide

politice este aceea că PAP se prezintă ca o formațiune nouă (semnificativ este faptul că Emil Constantinescu nici nu folosește numele de partid pentru organizația pe care o conduce). Principalul adversar politic declarat al Acțiunii Populare și al lui Emil Constantinescu este PSD, pe care îl integrează temelor generale de atac, alături de recurența tematică a luptei împotriva dușmanului ideologic, „neo-comuniștii”. Astfel, întregul mesaj al PAP se concentrează pe o axă dihotomică de tip „ei” vs. „noi”, în jurul unor termeni-cheie, care și-au pierdut actualitatea, atât prin conținutul lor, cât și prin modul în care construiesc discursul:

- PSD este „partid-unic, hegemonic, cu mentalitate comunistă” vs. PAP este „partid modern, reformator, după model european”, „promotor al unui nou gen de politică”;

- „PSD, partidul-stat, oligarhic” vs. „PAP, promotor al capitalismului popular, democratic”;

- „PSD, grup de mafioți, cancerul care macină” vs. „PAP, expresia ...voinței de libertate a poporului, soluții...pentru renaștere morală”.

Cu toate acestea, printre conceptele programatice ale PAP (solidaritate, dreptate, egalitate, construcția unei societăți cu drepturi egale, capitalismul popular) nu se regăsesc elementele concrete ale noului tip de politică pe care îl promovează, ele fiind temele

comune ale unui partid de tip *catch-all* (fără o identitate politică specifică), cu ușoare reminiscențe creștin-democrate. **Atacurile dure ale liderului său la adresa guvernării nu sunt însă decât o încercare de legitimare a PAP ca actor cu relevanță politică.** Prin apariția sa, PAP încearcă să preia un rol ce revenea până acum exclusiv PNL, acela de coagulare a dreptei în vederea constituirii unei alternative la guvernare. PNL a salutat apariția Acțiunii Populare, indicând însă faptul că așteaptă ca acest partid să i se alăture în viitor, mesajul implicit fiind acela al unei fuziuni prin absorbție. Dacă liberalii nu au grija trecerii pragului electoral pentru a intra în parlament, țărăniștii lui Victor Ciorbea au primit cu iritare revenirea lui Constantinescu în politică. Din punctul de vedere al PNȚCD, Acțiunea Populară nu este decât o „mișcare schismatică”, care trebuie să se integreze, cât mai curând posibil, în partidul condus de Victor Ciorbea.

Electoratul țintă

Este evidentă intenția PAP de a încerca să-și recâștige electoratul pe care îl captase în urma campaniei din 1996: electorat preponderent tânăr, nehotărât și dezamăgit de guvernarea PDSR, provenit din orașele mari, cu nivel ridicat de educație și statut social înalt. Prezent în fruntea unui nou partid, născut pe fondul unei „crize profunde”, fostul președinte încearcă să reactiveze valorile moralității pe care a mizat când a câștigat alegerile din 1996, uitând totuși că nu mai are nici una din calitățile discursului său din trecut (credibilitate, relevanță, relație afectivă cu electoratul, resurse simbolice). Încercările de captare a electoratului nehotărât vor fi îngreunate, în condițiile în care cel mai periculos adversar nu este nici PNȚCD, nici PSD sau PNL, ci

presa, care va amplifica deficiențele mesajului și va cultiva o imagine contrară celei prezentate de fostul președinte.

Concluzii

Percepția transmisă de presă spre opinia publică și implicit spre potențialul electorat pe care PAP încearcă să-l capteze este că „noul tip de partid” vine cu niște pretenții exagerate față de realitatea politică prezentă, mai ales în condițiile în care nu are nici un atu care să-i permită o poziție stabilă pe eșichierul politic românesc. Prin urmare, soluțiile politice pe care spune că le are pentru modernizarea și reconstrucția unui alt tip de relație, de natură morală, cu electoratul sau comunitatea politică, nu aduc noutatea, ci, dimpotrivă, relevă un partid în criză de strategii și de soluții.

Partidul Acțiunea Populară are principalii competitori politici în formațiunile politice care aparțin dreptei politice: PNL, PNȚCD. De aceea, în viitor Emil Constantinescu se va afla, probabil, în situații conflictuale și cu liberalii și cu țărăniștii.

În încercarea de a căpăta vizibilitate este foarte probabil ca în perioada următoare Emil Constantinescu să atace cu virulență PSD. Liderii partidului de guvernământ ar trebui să trateze cu detașare acuzațiile PSD și să intre cât mai puțin în jocul conflictualității provocat de Emil Constantinescu. Abordarea lui Constantinescu ca un actor lipsit de relevanță pentru PSD va demonta încercările acestuia de a se prezenta în fața opiniei publice ca un adversar redutabil pentru PSD. În această situație, presa vine în sprijinul PSD, ridiculizând ideile liderului PAP și devalorizându-i acțiunile, prin prezentarea lor într-o manieră ironică sau chiar parodică.