



**Institutul “Ovidiu Șincai”**

**Raport asupra alegerilor locale  
din România**

**Se dorește o schimbare?  
Ce schimbare se dorește? Ce urmează?**

**București, iunie 2004**

**Bucuresti, str. Atena nr. 11, sector 1, tel. 230. 24.34, 230.24.74, 231.55.22  
fax: 231.55.23, e-mail: [isd@rdsnet.ro](mailto:isd@rdsnet.ro), [www.fisd.ro](http://www.fisd.ro)**

## Cuprins

<b>I. Ce și cum măsurăm; cine a câștigat alegerile? .....</b>	<b>3</b>
<b>II. Cadrul legal al desfășurării alegerilor .....</b>	<b>4</b>
<b>III. Organizarea alegerilor: probleme și puncte pozitive .....</b>	<b>5</b>
<b>IV. Rolul mass-media în campania electorală .....</b>	<b>6</b>
<b>V. Analiza strategiilor electorale .....</b>	<b>8</b>
<b>VI. Rezultatele alegerilor: sursele voturilor .....</b>	<b>11</b>
<b>VII. Mesajul electoratului. Problema generală .....</b>	<b>17</b>
<b>VIII. Pierderea de imagine a PSD .....</b>	<b>19</b>
<b>IX. Capacitatea de a forma alianțe .....</b>	<b>23</b>
<b>X. Concluzii .....</b>	<b>24</b>
<b>XI. Recomandări.....</b>	<b>27</b>

# Se dorește o schimbare? Ce schimbare se dorește? Ce urmează?

Odată cu încheierea alegerilor locale România a intrat în a doua jumătate a anului electoral 2004. Cum se explică rezultatele electorale, care sunt câștigătorii, ce semnale a dat votul de acum pentru competiția electorală de la toamnă sunt câteva din întrebările la care Raportul de analiză politică al Institutului „Ovidiu Șincai” încearcă să dea un răspuns.

## I. Ce și cum măsurăm; cine a câștigat alegerile?

Există încă în viața publică românească dispute în legătură cu “cine a câștigat alegerile?” Pentru a da un răspuns corect la această întrebare trebuie întâi lămurite lucrurile din punct de vedere metodologic. Astfel, pentru a putea compara performanța partidelor este necesar să fie cuantificate voturile obținute **în urma competiției directe dintre acestea**. Votul pentru consiliile județene exprimă opțiunile politice, fiind, în sistemul românesc, un predictor important pentru orientarea votului la alegerile generale, în timp ce numărul de primari obținuți de fiecare partid indică forța organizațională la momentul alegerilor.

Voturile obținute de un partid la consiliile județene nu pot fi comparate cu cele ale unei coaliții post-electorale, așa cum este AD.A. Dacă AD.A. ar fi candidat în toate circumscripțiile electorale ar fi obținut, poate, un număr mult mai mare de voturi, sau mult mai puține. Nu există argumente solide pentru a susține nici una din ipoteze. Ca atare, voturile obținute de PSD trebuie comparate separat cu cele ale fiecărui partid aflat în competiția electorală.

A doua problemă de ordin metodologic este cea legată de modul în care se face raportarea fiecărui partid față de sine, dacă a câștigat, a stagnat sau a pierdut. Singurul criteriu valid de comparație a rezultatelor votului sunt performanțele aceluși partid față de precedentele scrutine electorale la care a participat. Sondajele de opinie pre-electorale nu sunt un indicator relevant pentru măsurarea dinamicii electorale. De exemplu, dacă un partid are ca obiectiv câștigarea a 80% din mandate, iar unele sondaje pre-electorale indică acest lucru, dar el nu

**Observații metodologice: dinamica electorală trebuie analizată prin compararea rezultatelor obținute în mod direct, iar raportarea fiecărui partid trebuie făcută în funcție de precedentele rezultate**

obține decât 60% din mandate, nu înseamnă că acel partid ar fi pierdut, pentru că el a câștigat majoritatea absolută. **Iată de ce dinamica electorală trebuie analizată prin compararea rezultatelor obținute în mod direct, iar raportarea fiecărui partid trebuie făcută în funcție de precedentele rezultate.**

## II. Cadrul legal al desfășurării alegerilor

Campania electorală pentru alegerile locale din 6 iunie 2004 a fost reglementată în principal prin Legea nr. 215/23 aprilie 2001 a administrației publice locale și prin Legea nr. 67/25 martie 2004 pentru alegerea autorităților administrației publice locale. De asemenea, față de precedentele alegeri au intervenit modificări prin apariția unei noi legi a partidelor politice și o nouă lege privind finanțarea activității partidelor politice și a campaniei electorale.

Ca urmare a scăderii populației din România, numărul total de consilieri județeni și locali s-a diminuat față de anul 2000, dar în același timp a crescut numărul de unități administrative, respectiv comune, în care s-au organizat alegeri.

Una din premierele absolute ale acestei campanii pentru alegerea autorităților la nivel local este introducerea unui prag electoral de 5%. Dacă la precedentele alegeri locale și-au găsit reprezentare în consiliile județene un număr mare de partide (25 în urma alegerilor din 4 iunie 2000), în 2004 efectul pragului a fost devastator. Practic, cu câteva mici excepții nu au mai rămas decât 6 forțe politice la nivelul României (PSD, PNL, PD, PRM, PUR, UDMR). Din punctul de vedere al calității vieții politice se poate aprecia că aceasta va crește ca urmare a scăderii numărului de jucători, se va evita fragmentarea și va crește responsabilitatea în fața alegătorilor. Un alt efect al introducerii pragului electoral de 5% este și greutatea creării de majorități în cadrul consiliilor locale și județene. Partidele mari, în condițiile unui vot relativ echilibrat, trebuie să se alieze pentru a constitui majorități care să asigure guvernarea locală. Or, acest lucru ar trebui să determine creșterea capacității de a negocia în scopul realizării de alianțe.

O altă schimbare în formatul desfășurării alegerilor a fost reducerea campaniei electorale de la 45 la 30 de zile. Cu toate că înaintea alegerilor se anticipa o creștere a intensității dezbaterilor politice, acest lucru nu s-a produs. Singurele formațiuni care au fost dezavantajate de această reducere au fost formațiunile mici care au avut un acces mai redus la posturile radio - TV. Teoretic, acestea ar trebui să mizeze mai mult pe o campanie de contact direct cu cetățenii. Legislația

**Introducerea pragului electoral de 5%, scurtarea duratei campaniei, reducerea numărului de mandate**

electorală românească din acest moment este astfel construită încât favorizează partidele cu reprezentare parlamentară. Acest lucru are efecte pozitive, deoarece determină micșorarea numărului de partide, dar acționează și în sens conservativ, fiind practic imposibilă apariția unor noi partide. În alte state europene (de ex. în Franța) accesul la posturile publice de televiziune și radio se face plecând de la ideea egalității de șanse a tuturor participanților la competiția electorală, indiferent dacă au reprezentare parlamentară sau nu.

### **III. Organizarea alegerilor: probleme și puncte pozitive**

Calitatea unei democrații este legată în mod direct și de modul în care sunt organizate alegerile, dacă electoratul își poate exprima liber opțiunile sau nu. Monitorizarea scrutinelor electorale de după 1990 indică o serie de probleme în buna organizare a consultărilor electorale. Alegerile din 6 și 20 iunie nu au fost scutite de astfel de probleme organizatorice. Cele mai importante slăbiciuni în desfășurarea alegerilor sunt următoarele: numărul insuficient de urne de vot, mai ales în marile orașe (București); buletine de vot imprimare pe o hârtie de proastă calitate; numărul insuficient de ștampile de vot și calitatea proastă a tușului.

Alte probleme constatate în desfășurarea alegerilor sunt legate de încercările unor candidați de a continua campania electorală și în ziua scrutinului, lipirea afișelor și în secțiunile de votare sau în imediata apropiere a acesteia, unele încercări de folosire a mitei electorale.

Așa cum demonstrează și rapoartele de monitorizare a alegerilor realizate de Asociația Pro Democrația, L.A.D.O., sau observatorii străini acreditați, erorile semnalate nu au fost sistematice și nu au influențat corectitudinea alegerilor. Merită semnalată, datorită schimbărilor din legislația electorală, dispariția acuzațiilor de folosire incorectă a urnei mobile. De asemenea, încercările de folosire a „mitei electorale” au fost puține și nu au influențat rezultatul procesului de votare.

Pentru prima dată în România după 1989 au fost anulate alegerile din două localități (Costinești, jud. Constanța; Coștulenii, jud. Iași), ca urmare a constării fraudei electorale la alegerile din 6 iunie, prin existența în urnele de vot a mai multor buletine de vot decât numărul votanților. Repetarea alegerilor în cele două localități s-a desfășurat în bune condiții.

O altă deficiență în organizarea alegerilor este și publicarea târzie a rezultatelor finale ale votului, la 10 zile după scrutin (16 iunie). De asemenea, Biroul Electoral Central a dat directive contradictorii, cea mai importantă fiind interdicția

**Au existat probleme de organizare, dar acestea nu au influențat rezultatele votului: alegerile locale din iunie 2004 au fost libere și corecte**

pentru presă de a exprima opinii electorale cu o zi înainte de alegeri. Această decizie s-a bazat însă pe prevederile Legii alegerilor locale, astfel încât responsabilitatea aparține tuturor partidelor parlamentare care au votat adoptarea noii legi, chiar dacă decizia a fost luată de BEC.

**În ciuda problemelor de organizare, alegerile locale din iunie 2004 au fost libere și corecte, infirmând speculațiile pe această temă lansate de PNL, PD, PRM, PUR și alte partide de opoziție. Continuarea speculațiilor pe tema falsificării alegerilor nu ar face decât să creeze noi probleme de percepție negativă a României. Pentru a evita problemele în organizarea alegerilor este nevoie de instituirea *de facto* a Autorității Electorale Permanente.**

#### **IV. Rolul mass-media în campania electorală**

Nici o campanie electorală modernă nu mai poate fi realizată fără o componentă mediatică semnificativă. Unul din punctele pozitive ale campaniei electorale a alegerilor locale este faptul că, potrivit legii, publicitatea electorală a fost gratuită la posturile de radio și tv. Acest lucru a creat condiții pentru prezentarea ofertei electorale și pentru partidele sau candidații independenți care nu se bucură de un sprijin financiar semnificativ.

Spre deosebire de campania electorală din audio-vizual, legea permite publicitatea plătită în presa scrisă. Această situație a determinat existența a două campanii paralele: una la radio-tv și alta în presa scrisă. Reglementările în materie electorală ale Consiliului Național al Audio-vizualului au fost binevenite, chiar dacă au fost percepute de unii actori implicați în campanie ca restrictive. Interzicerea difuzării unor spoturi electorale mai lungi de 30 de secunde a creat premisele egalității de șanse în competiția electorală. De asemenea, stoparea difuzării unor clipuri (de exemplu cel al PUR) a dat un semnal semnificativ în direcția unui comportament decent în campania electorală, cetățenii trebuind să aleagă între programe alternative, nu între acuzațiile de natură personală între candidați și/sau partide.

Presa scrisă a fost locul în care partidele au încercat să-și aplice lovituri sub centură, promovând, în regim de publicitate, acuzații între competitorii politici. Acest lucru a luat amploare în campania pentru turul al doilea al alegerilor, partidele încercând să schimbe rezultatul alegerilor prin campanii negative.

Rezultatele monitorizării realizate de CNA asupra prezenței în audiovizual indică faptul că, per total, AD.A. a fost avantajată, chiar dacă criticile legate de subordonarea televi-

**Au existat două tipuri de campanie: în mass-media electronică și în presa scrisă**

ziunilor au fost constant prezente în ultimele luni. La postul public **România 1**, cu un rating mediu în prime-time 5-7% din public situația se prezintă astfel: pe primul loc – AD.A. cu 30%, urmată de PSD - 19,3%, PRM - 12,4%, PUR - 8,4% și UDMR - 1,6%.

La **PROTV** cu un rating mediu în prime-time 7-10%, CNA a tras următoarele concluzii: pe primul loc se află AD.A. - 32,3%, pe locul doi PSD cu 25%, pe locul trei - PRM cu 12%, pe locul patru PUR cu 8,2%. UDMR nu a beneficiat de nici un fel de materiale.

La **Antena 1**, cu un rating mediu în prime-time 7-10% situația se prezintă astfel: AD.A. - 37,5%, PUR - 27,8%, PSD - 19,5%, PRM - 11,6%. Nici aici UDMR nu a avut nici o acoperire. Dintre partidele neparlamentare doar PNTCD a beneficiat de acoperire de 3,4%.

La **Radio România Actualități**, post public cu acoperire națională, partidele parlamentare au beneficiat de următoarea mediatizare pentru alegerile din 6 iunie: AD.A. - 31,5%, PSD - 28%, PRM - 18,2%, PUR - 16% și UDMR - 2,7%.

**Aceste rezultate indică faptul că AD.A., deși are o pondere parlamentară cumulată mai mică decât partidul de guvernământ, a beneficiat de o prezență mediatică superioară PSD. Aceste date infirmă, totodată, speculațiile în legătură cu presupusul control exercitat de partidul de guvernământ asupra mass-media. Mai mult, scorurile importante obținute de AD.A. în mediul urban mare trebuie relaționate cu o prezență superioară cantitativ în mass-media. Echilibrarea competiției politice din România s-a realizat pe fondul unei preponderențe a partidelor de opoziție în mass-media în timpul campaniei electorale.**

### **Tendințe de “berlusconizare” a presei**

Relația Dan Voiculescu - Partidul Umanist - Antena 1 - Jurnalul Național reprezintă un caz tipic al modului în care un grup de interese încearcă să dobândească și mai multă putere, prin folosirea în scopuri partizane a unor canale mass-media. Acest lucru s-a manifestat în cel puțin două moduri: 1) favorizarea candidaților PUR și 2) atacarea contracandidaților PUR, în special cei ai PSD. Pe întreaga durată a campaniei electorale candidații PUR au fost favorizați atât prin atitudinea față de ei cât și prin crearea unor contexte favorabile în emisiunile electorale (întrebări mai simple, filmarea din unghiuri mai favorabile, blocarea întrebărilor incomode etc.). Cel mai flagrant exemplu al încălcării regulilor imparțialității

**AD.A. a avut o mediatizare superioară PSD**

**Antena 1 și Jurnalul Național au fost folosite în mod partinitor în campania electorală**

mass-media este cel legat de atacarea primarului orașului Bacău, Dumitru Sechelariu (de exemplu în emisiunile *Observer* din 10-12 iunie), contracandidatul lui Romeo Stavarache. Candidatului nu i s-au adus acuze în mod direct, nici dovezi pentru faptele incriminate, ci s-au sugerat anumite concluzii. Antena 1 a încălcat deontologia profesională prin faptul că nu a prezentat probe pentru afirmațiile făcute și nu a prezentat și punctul de vedere al celui acuzat.

Prin această strategie de „berlusconizare” a mass-media din România se aduc grave atingeri democrației, fiind afectată însăși esența acesteia, folosindu-se mijloacele de informare, presupus independente, pentru a realiza campanie electorală mascată unei forțe politice. Această formă de manipulare este periculoasă, deoarece induce confuzie în rândul electoratului, instituie o competiție neloială, cei atacați neavând posibilitatea de a-și apăra dreptul la imagine.

## V. Analiza strategiilor electorale

### a) Partidul Social Democrat

Competiția electorală a plecat de la premisa că, în calitate de cel mai mare partid din România, PSD va reuși să recâștige cea mai mare parte a mandatelor pe care le deținea la începutul anului 2004 și să fructifice electoral rezultatele bune obținute în administrarea localităților de majoritatea primarilor și consilierilor săi. De aceea, PSD nu a dorit o politizare, inutilă, a competiției electorale, ci a dorit ca în campania electorală candidații săi să-și explice proiectele pentru viitorul comunităților din care fac parte. Așa se explică de ce, sub impactul acuzațiilor AD.A., s-a creat impresia că PSD ar dori să evite confruntarea electorală. Cei de la PSD au fost conștienți de faptul că, în condițiile unei campanii puternic mediatizate și politizate, candidații partidului de guvernământ s-ar putea afla în situații dificile, deoarece în loc să fie o competiție asupra unor proiecte administrative, ar trebui să răspundă unor acuzații legate de situații reale sau imaginare ale unor „baroni”. Practic, competiția electorală s-a desfășurat între niște candidații care doreau să solicite analiza rațională a electoratului asupra realizărilor și proiectelor și niște politicieni care cereau pedepsirea primilor pentru lucruri care nu le puteau fi imputate direct.

Al doilea punct al strategiei de campanie a PSD a constat în reacția la provocarea lansată de opoziție, intrând în competiția electorală două nume importante din Executiv, dar care candidau pentru niște posturi pe care partidul de guvernământ nu le-a deținut niciodată. A fost un gest care a comportat riscuri. Intrarea în bătălia electorală a lui Mircea

**PSD nu a dorit  
politizarea  
campaniei  
electorale**

Geoană și a lui Ioan Rus a determinat o polarizare a competiției, între candidații PSD și cei ai AD.A.

## **b) Alianța D.A. PNL-PD**

Principala idee de campanie a PNL și PD a fost creșterea mizei campaniei electorale, prin aruncarea în bătălie a unor politicieni, context care să determine creșterea interesului pentru competiție, printr-o filozofie specifică jucătorului de cărți, „totul sau nimic”.

În perioada de precampanie AD.A. a recurs la un război de uzură, încercând și reușind să atragă PSD într-un cerc vicios al acuzațiilor denigratoare. Din acest război a avut de câștigat doar Alianța. **Preluând o parte a mesajului justițiar tipic PRM, AD.A. a reușit să eclipseze formațiunea lui Vadim Tudor, astfel încât singura imagine reprezentativă a PRM la nivel național a fost „cercul electoral” practicat de Dumitru Dragomir, candidat la Primăria Capitalei.** În acest fel, A D.A. a reușit să se identifice drept singura alternativă reală la PSD.

Folosirea intensă a temei fraudării alegerilor a reușit să creeze o stare de suspiciune la adresa puterii, reacțiile venite din partea PSD mai degrabă alimentând temerile legate de acest subiect. Legată direct de tema corupției, activitatea PNA a fost atacată foarte dur, mizându-se pe diminuarea încrederii într-o instituție simbol a credibilității campaniei anti-corupție a Guvernului.

Pe măsura apropierei de 6 iunie, AD.A. a mizat pe creșterea intensității atacurilor legate de corupția politică la nivel local și central. **AD.A. a încercat să identifice corupția și baronii locali cu cauza sărăciei.**

Campania negativă a opoziției a fost axată pe acuzații legate de controlul PSD asupra administrației, mass-media și școlilor. Această strategie a avut succes în mediul urban cu peste 80-100.000 locuitori.

## **Studiu de caz: Anca Boagiu versus Neculai Onțanu**

Cel mai elocvent caz al strategiei politice a Alianței PNL-PD este atacul lansat împotriva primarului PSD de la Sectorul 2 din București, Neculai Onțanu. Acesta a fost acuzat, cu patru zile înaintea turului II al alegerilor, că ar fi implicat în vânzarea de copii. Candidatul AD.A. a prezentat „dovezi” ale presupusei vânzări de copii, o poză cu un copil. Candidatul a prezentat „dovezile” la mai multe televiziuni la care a participat alături de contracandidatul său. Ulterior, cotidianul „Adevărul” (18 iunie 2004) a demonstrat falsitatea acuzațiilor la adresa candidatului PSD. Din acest episod al

**AD.A. a preluat  
mesajele PRM**

campaniei electorale semnificative rămân următoarele aspecte: apelul AD.A. la o strategie de denigrare, printr-un șantaj emoțional asupra alegătorilor, după ce Traian Băsescu a „garantat” de mai multe ori, în mod public, că nu va recurge la campanii murdare. Pe scurt, strategia de campanie a AD.A. a fost de a recurge la acuzații nefondate, cu un mare grad de emotivitate (vânzarea copiilor), pentru a ataca contracandidatul, mai bine poziționat. Această strategie nu a dat rezultate, candidatul PSD reușind să câștige un nou mandat de primar. Același lucru s-a înregistrat și în cazurile similare de la alte sectoare.

### **c) Partidul România Mare**

Analiza strategiei electorale urmată de PRM în campania electorală pentru alegerile locale din 2004 trebuie să țină cont în primul rând de acțiunea de schimbare a mesajului ideologic petrecută în lunile de dinaintea alegerilor, schimbare dintre cele mai radicale într-o perioadă scurtă de timp, efectuată de un partid politic post-decembrist. Operațiunea de deraționalizare a mesajului PRM a limitat capacitatea acestuia de abordare a temelor sale clasice de campanie electorală, în același timp inducând confuzie în rândul electoratului sau tradițional.

Una din caracteristicile campaniei electorale la alegerile locale ale PRM o constituie lipsa personalităților care să funcționeze ca “locomotive” imagologice. În campania din 2004, prin propunerea candidaturii lui Mitică Dragomir, s-a încercat depășirea acestui handicap. Odată cu intrarea lui Mircea Geoană în campania pentru primăria Municipiului București șansa ca PRM să intre în turul al II-lea a dispărut, astfel că strategia s-a reorientat. În loc să propună mesaje pozitive, Mitică Dragomir s-a axat pe lansarea de atacuri la adresa lui Mircea Geoană, Traian Băsescu fiind protejat. Cu toate că a încercat menținerea unui mesaj justițiar de tip radical, în final acesta nu a diferit esențial de cel al AD.A.. Practic, PRM se află într-o criză de identitate ideologică, alunecând spre un mesaj de tip idealist, fără a propune o serie de alternative concrete ci, mai degrabă, mesaje abstracte. Suprapunerea peste mesajul justițiar al AD.A., coaliție care, în plus, oferea candidați mai credibili și o strategie mult mai coerentă, a dus la o limitare drastică a succesului mesajului PRM. Unul din rezultatele acestui tip de campanie este acela că la alegerile locale din 2004 PRM nu a reușit să obțină decât voturile nucleului dur al electoratului său.

Al doilea element important pentru PRM este acela că a pierdut postul de primar al Clujului, Gheorghe Funar fiind eliminat din competiția electorală încă din primul tur. Această situație va avea, probabil, consecințe semnificative și asupra scorului PRM de la alegerile generale din Transilvania.

**PRM nu are  
candidați credibili**

## **d) Partidul Umanist din România**

Având la dispoziție suportul unuia dintre cele mai puternice trusturi de presă, PUR a reușit să recupereze în perioada de dinainte de alegeri deficitul de notorietate de care suferea. La fel ca PRM, PUR nu a beneficiat de aportul unor personalități locale, cu excepția unor traseiști politici recuperați de la alte partide. Spre deosebire de PRM, PUR a beneficiat de lipsa unui profil comunicațional de partid bine definit, astfel că și-a permis o adaptare fără costuri foarte mari a mesajelor electorale. Din punct de vedere al publicului țintă, acesta a încercat să atragă fostul bazin electoral al ApR-ului și clasa de mijloc.

În perioada de precampanie și în prima parte a acesteia, principala direcție de comunicare a constat în promovarea PUR ca partid al managerilor, spre partea a doua accentuându-se dimensiunea de partid al noului, dominat de tineri și femei, emblematic fiind sloganul „Ofensiva tinerilor”. Ținând cont de tipul confruntării între PSD și AD.A., PUR a fost nevoit să promoveze un mesaj mai puțin ideologizat, accentuând dimensiunea tehnocratică a ofertei. Prin candidatura Monicăi Tatoi, o femeie manager, întruchipare femeii de succes în România, PUR a încercat impunerea unei imagini radical diferite față de PSD și AD.A. În mare parte, candidații PUR au încercat să sugereze că reprezintă o clasă politică cu totul nouă. Dat fiind că era destul de clară poziția de minorat a partidului, PUR a încercat o delimitare cât mai clară față de PSD, în același timp lăsând să se înțeleagă că ar prefera mai degrabă alianțe post-electorale cu AD.A.

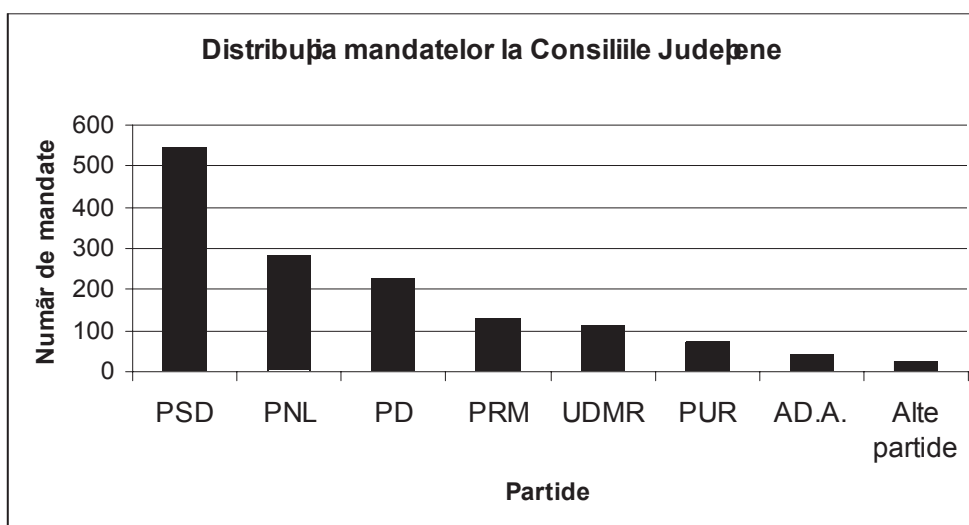
În special în ultima parte a campaniei, necesitatea distanțării imagologice față de PSD a dus la o concentrare a atacurilor la adresa partidului de guvernământ, efectuate atât prin vocea candidaților, dar și prin intermediul organelor de presă controlate de președintele PUR, Dan Voiculescu. Câștigarea primăriei de la Bacău, singura realizare notabilă, a conferit legitimitate acestui tip de mesaj și a confirmat succesul acestei strategii.

## **VI. Rezultatele alegerilor: sursele voturilor**

Statisticile oficiale furnizate de Biroul Electoral Central indică faptul că la consiliile județene **PSD** a obținut cele mai multe mandate 543, urmat de **PNL** cu 281 mandate, **PD** – 229

**Scopul PUR în campania pentru alegerile locale a fost să-și crească gradul de notorietate și să-și impuna candidatul pentru alegerile generale**

mandate, **PRM** – 129, **UDMR** – 112, **PUR** - 73 mandate, **Alianța D.A.** – 43 mandate, **alte partide** – 26 mandate.



Dacă analizăm rezultatele votului direct de la 6 iunie 2004 în comparație cu cele ale alegerilor locale din 4 iunie 2000 (vezi tabelul 1) constatăm modificări semnificative față de opțiunile de vot de acum patru ani. Cea mai importantă creștere o are PNL, care a reușit să-și dubleze numărul de mandate. Pe locul al doilea se situează PSD care a reușit, în condițiile unei firești erodări ca urmare a participării la guvernare, să obținută cu peste 700.000 de voturi mai mult decât atunci când a fost partid de opoziție. În ordinea creșterii numărului de voturi urmează PD și PUR. Partidul România Mare a avut o creștere de două procente față de precedentele alegeri, iar UDMR nu a fost afectată în mod semnificativ de apariția unui concurent, Consiliul Național Maghiar.

**Toate partidele politice parlamentare au crescut în raport cu precedentele alegeri**

**Tabel 1: Rezultatele comparative la alegerile din 2000 și 2004, Consiliile Județene**

Partid	2000	2004	Diferențe
PSD	28,87	37,81	+8,93
PD	11,3	15,95	+4,65
PNL	9,1	19,57	+10,47
PRM	8,32	8,98	+0,66
PUR	1,8	5,08	+4
UDMR	7,86	7,8	-0,06
A.D.A.*	-	2,99	+2,99

\* Rezultate în București și Cluj-Napoca

Din datele prezentate se ajunge la o concluzie aparent paradoxală: **toate partidele politice au crescut în raport cu precedentele alegeri**. Situația devine explicabilă dacă ținem cont de faptul că, față de 2000, au dispărut de pe harta politică românească două partide, Alianța pentru România și PNȚCD, care au avut împreună la alegerile precedente aproape 20% din mandate. Acest electorat a fost disputat și împărțit între partidele aflate în competiție: PNL a beneficiat masiv de electoratul PNȚCD, situație care explică dublarea numărului de mandate. Cei care au votat cu ApR în 2000 s-au orientat la ultimele alegeri spre PUR, PD și PSD. Acest lucru este dovedit de faptul că Romeo Stavarache înainte a de fi membru PUR a fost în ApR, iar primarul Brașovului, George Scripcaru, a fost și el unul din membrii acestui partid.

Rezultatele votului pentru primari indică faptul că PSD a obținut cele mai multe mandate de primari, fiind urmat de PNL, PD și UDMR (vezi tabelul 2). Aceasta demonstrează faptul că PSD are cea mai bine organizată structură politică, acolo unde votul nu a fost politizat, unde omul a contat înaintea imaginii, a obținut rezultate bune.

**Tabel 2: Rezultatele alegerii primarilor la nivel național, 6 și 20 iunie 2004**

Partid	Tur I	Tur II	Total
<b>PSD</b>	899 (69,52)	796 (43,51%)	<b>1695</b>
<b>PD</b>	71 (5,49%)	305 (16,71%)	<b>376</b>
<b>PNL</b>	107 (8,27%)	553 (18,36%)	<b>442</b>
<b>AD.A.</b>	1 (0,07%)	10 (0,55%)	<b>11</b>
<b>PRM</b>	7 (0,54%)	74 (4,05%)	<b>81</b>
<b>UDMR</b>	148 (11,44%)	38 (2,08%)	<b>186</b>
<b>PUR</b>	12 (0,92%)	109 (5,97%)	<b>121</b>
<b>Alții</b>	9 (3,78%)	160 (8,76%)	<b>209</b>
<b>Total</b>	1293	1825	<b>3120</b>

Alegerile locale confirmă o tendință de reșezare a fiefurilor tradiționale ale PSD. Chiar dacă în marea majoritate a județelor PSD au obținut un scor electoral mai bun decât în 2000, prin reducerea numărului de partide care au depășit pragul de 5%, rezultatele arată faptul că PSD a pierdut și în județe în care domina net, cum ar fi Tulcea, dar și în cele în care a existat o tensiune între Consiliul Județean și primarul reședinței, cum ar fi Timișoara.

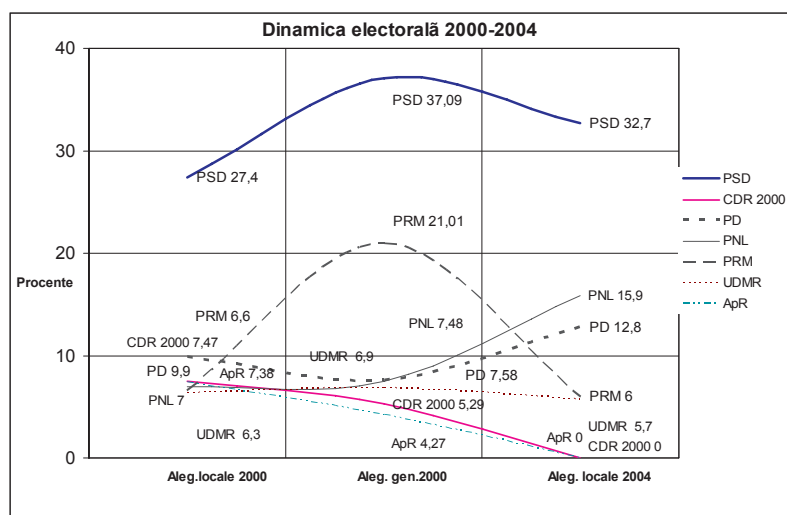
Cu toate că nu a reușit să câștige majoritatea primăriilor din reședințele de județ, PSD a reușit să obțină un procent mult mai mare de primari de comune și orașe mici, atât în primul cât și în cel de-al doilea tur de scrutin.

Cea mai clară tendință care poate fi identificată la aceste alegeri este reprezentată de rezultatele slabe ale PSD în Ardeal și Banat, în special în orașele mari, în paralel cu menținerea predominanței partidului de guvernământ în fieșurile sale tradiționale din Muntenia, Moldova și Oltenia. În Dobrogea, PSD a câștigat la un scor foarte mare un Consiliul Județean, Primăria Constanța și alte câteva orașe, dar a și pierdut într-o serie de localități.

Pentru a înțelege dinamica și traseul ultimelor voturi este important să avem în vedere distribuția acestora încă de la alegerile locale și generale din anul 2000 (vezi tabelul 3). și aceste statistici indică faptul că PSD are performanțe superioare în alegerile generale, în timp ce partide care au avut un scor mediu la alegerile locale nu au reușit să intre în Parlament în condițiile polarizării votului. Situația ApR din anul 2000 arată că partidele nou apărute și care nu au avut reprezentare parlamentară sunt fragile în condițiile unui vot politizat între două mari forțe politice. Din acest punct de vedere Partidul Umanist este cel mai vulnerabil, intrarea sa în parlament în acest an fiind sub semnul întrebării. În felul acesta, cercetarea poate stabili care a fost sursa voturilor pentru marile formațiuni politice.

**Tabel 3: Dinamica voturilor de la alegerile locale la cele generale în 2000**

Partid	Alegeri locale	Alegeri generale	Diferență voturi
<b>PSD</b>	27,4%	37,9%	<b>+10,5%</b>
<b>CDR2000</b>	7,47%	5,29%	<b>-2,18</b>
<b>PD</b>	9,9%	7,58%	<b>-2,32</b>
<b>PNL</b>	7,0%	7,48%	<b>+0,48</b>
<b>PRM</b>	6,6%	21,01%	<b>+14,41</b>
<b>UDMR</b>	6,30%	6,90%	<b>+0,6</b>
<b>ApR</b>	7,38%	4,27%	<b>-3,11</b>



## a) Sursa voturilor PSD

De regulă, PSD i se face reproșul că își extrage sprijinul electoral cu precădere din mediul rural sau din orașele mici cu mentalități provinciale, respectiv din mediile mai puțin educate, apatice, îmbătrânite și refractare la modernitate. Prin contrast, s-a acreditat ideea că oponentii democrației ai PSD – în prezent, în special, AD.A. – se bucură de susținerea electoratului tânăr, dinamic, modern și educat care locuiește în orașele mari (București și alte capitale de județ). O asemenea apreciere extrapolează observații făcute în democrațiile occidentale, care de secole au dezvoltat o solidă civilizație urbană. Ea este discutabilă, însă, în cazul unei societăți încă predominant rurale, precum cea românească.

Neîndoielnic, marile aglomerări urbane ale României sunt, ca pretutindeni, mai cosmopolite decât comunitățile rurale. Ele cunosc, însă, și o poluare intelectuală și socială mult mai mare. Caracteristicile populației marilor orașe românești sunt consecința industrializării forțate din perioada totalitarismului ceaușist. Acolo colectivismul (negativ) trebuie distins net de comunitarismul (pozitiv) care a mai supraviețuit în spațiul rural. În același timp, dezrădăcinarea și confuziile de tot felul domină populația marilor orașe, unde mesajul limbajului de lemn al comunismului real, succedat de formulele liberalismului anarhic post-totalitar, au fost acceptate, dar nu au avut răgazul de a fi asimilate și de a produce o nouă mentalitate. De aici, nervozitatea, absenteismul, ambiguitatea și nihilismul agresiv din București, Cluj și alte capitale județene.

**Privind lucrurile dintr-o atare perspectivă, se poate conchide că sursa tradițională a voturilor PSD (precum-pănitul rurală) nu este un semn de slăbiciune, ci unul de forță.** În România resursele de vigoare se găsesc, încă, în lumea satelor, acolo unde, din variate motive, spiritul de răspundere mai este viu și unde se mai practică un fel de democrație participativă, în timp ce în marile orașe excluderea (inclusiv auto-excluderea) culturală este semnificativă.

## b) Caracterul votului exprimat în favoarea AD.A.

În măsura în care AD.A. (respectiv PNL și PD) pare a fi devenit în urma alegerilor pe care le analizăm un nou pol (cel puțin de facto) al spectrului politic românesc, o contrapondere a PSD, se pune întrebarea pe ce se bazează creșterea sa electorală? Ce a făcut electoratul să se deplaseze către AD.A.?

Exceptând campania excelentă a lui Traian Băsescu, se poate spune că AD.A., practic, nu a candidat. În mod constant, de-a lungul întregii campanii, observatorii au subliniat

**AD.A. a capitalizat votul de protest. Mesajul electoratului a fost pentru o schimbare internă în PSD**

lipsa de mesaj și de nerv a partidelor opoziției democratice. Chiar și în cazul lui Traian Băsescu, argumentația în favoarea „schimbării” a fost aproape inexistentă. Dimpotrivă, el a insistat pe nevoia continuității („Eu continui!”), fără ca măcar să detalieze convingător ce anume va continua. Răspunzând chemării de a se da primarului general „toate” mijloacele spre a-i completa arsenalul în vederea „terminării a ceea ce a început” (!?), alegătorii au demonstrat că sunt mai sensibili la argumentele continuității decât la cele ale schimbării (mai degrabă folosite în discursul candidatului-simbol al PSD – Mircea Geoană, dar și de către Ioan Rus). **Votul pentru AD.A. poate fi văzut, așadar, ca un vot pentru neschimbare. Mesajul electoratului a fost pentru o schimbare internă în PSD, pentru o accelerare a modernizării acestuia, decât pentru o schimbare a politicilor de guvernare și a sensului acesteia.**

### c) Sensul deplasării electoratului PRM

Performanță electorală a PRM din 2000 a dus acest partid la nivelul a aproximativ 25% din totalul voturilor (după ce, în alegerile locale din același an obținuse cu puțin sub 7%). Unde s-au dus acum aceste voturi? La un nivel de absenteism oarecum egal în 2004 cu cel din 2000 și în condițiile în care creșterea PSD a fost mult sub nivelul creșterii însumate a PNL și PD (AD.A.), ar apărea ca rezultată deplasarea majorității voturilor pierdute de PRM către AD.A. **Așadar, cel puțin din punct de vedere aritmetic, rezultă că beneficiara voturilor pierdute de PRM a fost AD.A., iar nu PSD.**

**Această ipoteză contrazice, evident, prejudecata conform căreia electoratul PRM ar fi mai apropiat de cel al stângii social-democrate decât de cel al dreptei liberale.** O analiză mai atentă confirmă calculele seci. Într-adevăr, ca partid național-populist, PRM are în bagajul retoricii sale o serie de teze care trimit la doctrina și politica obișnuite stângii. Însă, **fondul principal de idei al mesajului PRM nu a inclus preocuparea pentru coeziunea socială, ci pe cea pentru lege și ordine, pentru creșterea rolului statului și a intervenției lui autoritare, pentru revenirea la valorile familiei tradiționale, pentru exaltarea autohtonismului și a unei mentalități sociale clericaliste. Este vorba despre un set de idei specifice drepte conservatoare. O dreaptă spre discursul căreia s-a deplasat încetul cu încetul AD.A., începând cu focalizarea asupra justițiarismului și reducerea priorităților în lupta anti-corupție (în ciuda prezenței în rândurile sale a numeroși oligarhi aflați în relații cordiale cu „baronii” partidului de guvernământ) și terminând cu jurămintele pe Biblie privind refuzul pactizării cu „străinii” – a se citi „inamicul ereditar” maghiar.**

Sintetizate, aceste observații indică faptul că între bazi-  
nul electoral al AD.A. și cel al PRM există o cale directă de  
comunicație. În condițiile în care Vadim Tudor va intra în  
con competiția electorală și va avea o bună prestație electorală  
este de presupus că va lua din voturile AD.A. la alegerile ge-  
nerale.

## VII. Mesajul electoratului. Problema speranței

Se pune întrebarea **cum trebuie interpretat votul** dat de  
cetățeni la 6 și 20 iunie; care este semnificația mesajului  
transmis de electorat? **A spune că votul indică dorința de  
schimbare este insuficient.** Dorește, oare, electoratul **schim-  
barea politicii de guvernare** sau doar **schimbarea felului de  
a face politică?** Dorește electoratul **schimbarea partidului  
de guvernământ** sau vrea **schimbări în interiorul partidu-  
lui de guvernământ?** Indiferent de răspunsul dat ultimelor  
două întrebări, rămâne de văzut dacă PSD ar putea veni în  
întâmpinarea dorinței de schimbare a electoratului prin  
schimbări interne în partid?

Cu toate nemulțumirile este **greu de presupus că s-ar dori  
o schimbare a politicii guvernamentale**, adică a sensului  
transformărilor din societate și economie. Principalele motive  
pentru o asemenea afirmație sunt următoarele:

- dacă este adevărat că indicatorii macroeconomici nu spun  
mare lucru cetățeanului obișnuit, tot atât de adevărat este fap-  
tul că omul de rând nu este foarte îngrijorat de caracterul  
nedurabil al revirimentului economic (creșterii economice)  
spre a îl sancționa;
- în plan existențial situația cetățenilor s-a îmbunătățit –  
veniturile au crescut, puterea de cumpărare s-a întărit, locurile  
de muncă s-au înmulțit, inflația este mai bine controlată,  
autoritatea publică s-a consolidat;
- oponentii PSD nu au prezentat nici un program alternativ  
ci, dimpotrivă, părănd că nu fac decât să repete prioritățile și  
proiectele partidului de guvernământ, ei nu au oferit nici o  
posibilitate electoratului să identifice o politică sau un proiect  
de pus în locul celor actuale;
- a devenit limpede că politica guvernului român (oricare  
ar fi el) este și va fi cea convenită cu marii parteneri externi –  
în special UE – astfel încât schimbarea guvernului nu rezolvă  
nici o problemă sub aspectul agendei politice.

Sondajele de opinie și focus-grupurile arată că **perfor-  
manțele pe linia integrării României în UE sunt decisive în  
opțiunile unui număr mare de alegători.** Din acest punct de

**Electoratul nu  
dorește  
schimbarea  
politicii  
guvernamentale**

vedere, știrile venite în perioada alegerilor au fost, în general, pozitive. **Contextul extern al alegerilor a fost favorabil.** Aceasta ar duce la concluzia că, în mod firesc, votul politic ar fi trebuit să confirme satisfacția față de succesele europene ale guvernului. În mod paradoxal, însă, este posibil ca tocmai veștile bune să fi ridicat nivelul speranței care la rândul său a mărit așteptările. Or, **creșterea așteptărilor conduce la spori- rirea nervozității, adesea manifestată printr-o irațională dorință de schimbare.** În măsura în care opoziția este per- cepută – pe drept sau pe nedrept – ca bucurându-se de mai multă încredere în occidentul european și ca fiind mai convin- să de nevoia reformelor cerute de acesta, pe măsură ce șanse- le integrării europene par a crește, teama că guvernul ar putea fi un impediment în calea atingerii țintei sporește. Această neliniște nu dă, totuși, semne că s-ar fi amplificat suficient spre a prevala asupra prudenței tradiționale a electoratului român, prudență recomandând păstrarea echipei de conducere în faza finală a unui proces pe care ea a învățat deja să îl ges- tioneze. (A se vedea semnificația proverbului potrivit căruia „Nu se schimbă caii când căruța trece vadul”.)

Dorința de schimbare, în condițiile arătate mai sus, pare a indica faptul că oamenii vor:

- i. respect mai mult decât milă** (protecție / pomană);
- ii. speranță / perspectivă mai mult decât gestiune / bunăstare;**
- iii. cordialitatea și solidaritatea liderilor politici mai mult decât excelența acestora;**
- iv. cinste mai mult decât competență.**

### **Problema speranței**

Speranța se naște din viziune. Fără viziune nu există per- spectivă iar fără perspectivă nimic (inclusiv bunăstarea) nu este durabil – sau, cel puțin, durabilitatea nu poate fi evaluată și, deci, percepută. O stare ( chiar și bunăstarea) a cărei dura- bilitate nu poate fi evaluată este generatoare de incertitudine și, în consecință, de disconfort. Acest disconfort transformă speranța ca așteptare calmă – întrucât este rațională – într-o așteptare anxioasă, nervoasă până la isterie. Prin urmare, **gu- vernul care oferă îmbunătățiri dar nu și perspective, este perceput instinctiv ca (posibilă) frână în valorificarea oportunităților născute din progresul pe care el însuși l-a produs și, de aceea, ca sursă a riscului ca așteptările cres- cânde induse de același progres să fie infirmate, nesatisfă- cute.** Din nou, se manifestă paradoxul potrivit căruia cu cât situația curentă este mai bună cu atât ea devine mai inaccept- abilă. În concluzie, **un guvern care produce rezultate dar nu oferă speranțe este susceptibil de a fi schimbat cu ocazia alegerilor.**

**Oamenii doresc respect, speranță, solidaritate, cinste**

**Guvernele care produc rezultate dar nu oferă speranțe sunt schimbate cu ocazia alegerilor**

Aceasta poate fi una din explicațiile „votului pentru schimbare” la alegerile locale din iunie 2004: **PSD a performat tehnic la guvernare dar, pe de o parte, nu se știe cât din aceasta este meritul său și cât meritul străinătății (UE, NATO, FMI etc.) care i-a monitorizat deplasarea potrivit „foii de parcurs” impusă de ea, iar pe de altă parte, nu se vede ce perspective oferă el societății odată integrarea europeană (de acum prezentată ca sigură) și euro-atlantică încheiate.**

**Dacă va dori să schimbe tendința votului, PSD va trebui:**

**i.** să demonstreze că politica în România nu este doar operă de execuție a unui proiect străin, desfășurată sub supraveghere străină, ci un proiect românesc înglobând **o viziune românească asupra ordinii europene, euro-atlantice și globale**, proiect pentru care guvernul se bate cu străinătatea;

**ii.** să formuleze **un proiect convingător postintegrare europeană**, proiect care să creeze noi ținte populare și care să fie bazat pe și justificat prin opțiunea pentru anumite valori (în mod similar se pune problema și cu NATO, unde simpla calitate de membru nu înseamnă mare lucru dacă obținerea ei nu este continuată cu lupta pentru dobândirea unei poziții influente în cadrul Alianței, luptă care presupune abilități speciale);

**iii.** PSD este obligat să construiască **un echilibru mai realist între prezentarea succeselor și a sfidărilor**, a oportunităților și a pericolelor;

**iv.** să vorbească despre un **proiect inspirat de ideologia sa** (valorile promovate potrivit acestei ideologii și opțiunea în favoarea lor ar urma să marcheze diferența față de posibile proiecte alternative ale altor partide) și care reușește să îmbine **performanța curentă**, adică cea obținută în marginile sistemului economico-social existent în România, cu **performanța reformistă sau revoluționară** constând în schimbări fundamentale aduse sistemului însuși spre a-l face nu doar compatibil cu valorile social-democrate ci și promotor activ al acestora.

## VIII. Pierderea de imagine a PSD

Dacă statistica electorală indică faptul că PSD este partidul cel mai puternic din sistemul politic românesc, aspectul sub care partidul de guvernământ a suferit o pierdere incontestabilă, este cel al imaginii. Este vorba nu despre încredere, susținere sau simpatie, ci despre așteptare. Înaintea alegerilor, mulți dintre români – chiar și aceia care nu ar fi votat cu PSD – se așteptau ca partidul de guvernământ să câștige conforta-

**În ciuda  
succeselor  
economice și de  
politică externă,  
PSD a avut de  
suferit de pe  
urma imaginii de  
partid corupt**

bil. În atari împrejurări, mai ales nehotărâții – și nu sunt puțini – ajunși în fața urnelor ar fi votat pentru PSD, potrivit cu raționamentul votului util. Din orgoliu sau din calcul, mulți alegători nu vor să își irosească votul dându-l unor formațiuni care le sunt simpatice, dar care nu au șanse să ajungă la putere. Votul dat celui perceput ca mai puternic are meritul de a concentra puterea și, astfel, de a o face mai eficientă. Or, cetățeanul are nevoie de o administrație eficientă. Tocmai această sursă de voturi se pierde atunci când așteptările asupra victoriei tale scad.

**Principala slăbiciune strategică a politicii de imagine a PSD stă tocmai în succesul ei tactic.** PSD deține, potrivit sondajelor de opinie, cele mai multe personalități situate în fruntea topului de notorietate, încredere și popularitate din politica românească. O atare performanță se bazează, inevitabil, în primul rând, pe aparențe, întrucât puțini cetățeni obișnuiți au competența sau informația necesară spre a evalua corect un lider politic sau altul. Cu cât un demnitar are o activitate mai depărtată de privirile și de viața publicului, cu atât el este mai simpatic (a se vedea exemplul devenit clasic al miniștrilor de externe). Acolo unde, însă, încrederea este hipertrofiată și dezamăgirea este devastatoare. Dacă publicul descoperă că în spatele aparenței înșelătoare se ascunde o realitate diferită față de așteptările sale, el se simte păcălit și pune lipsa sa de perspicacitate pe seama unor presupuse manevre dolozive ale politicianilor. În special despre români – un popor răbdător dar orgolios – se poate spune că pot fi gata să accepte răul dar nu acceptă minciuna (ori ceea ce li se pare a fi minciună).

Pierderea de imagine a PSD s-a realizat și în contextul în care a cheltuit sume mult mai mari decât celelalte partide pentru a fi sigur de victorie. A contribuit la afectarea imaginii PSD și păstrarea anumitor lideri locali pe listele de candidați, în pofida notorietății negative pe care o aveau aceștia. Acolo unde cei acuzați de înfăptuirea unor acte ilegale au fost înlocuiți, PSD a obținut rezultate bune și foarte bune. Însă, în cazurile în care anumiți primari s-au aflat un timp îndelungat la conducerea administrației, fiind acuzați de comportament arogant sau corupție, partidul de guvernământ a avut pierderi neașteptate.

Dezavantajul rezultat pentru PSD din această pierdere de imagine se poate transforma, totuși, într-un avantaj. **În perioada următoare, mulți dintre oportuniștii atrași de așteptarea ca PSD să se eternizeze la putere vor părăsi corabia. Cei care vor rămâne vor fi mai puțini, desigur, dar mai onești, mai motivați, mai hotărâți, mai mobili, mai tenaci și, lucru important, mai idealști.**

## Riscurile dezideologizării

Dezideologizarea este o caracteristică a tuturor partidelor politice din România. Ea caracterizează și multe democrații consolidate. Partidele de stânga sunt, însă, cele mai dezavantajate de pierderea identității ideologice, întrucât fiind prin natura lor partide ale schimbării (adesea revoluționare) au cucerit adeziunea populară prin ideile pe care le-au lansat. Mai apropiat de formula partidului de masă, PSD are nevoie mai mult decât partidele de cadre de idei care să-i mobilizeze electoratul, punându-l în acțiune.

Una din marile probleme ale liderilor PSD este aceea de a fi fost percepuți ca oameni competenți, pricepuți, dar nu au fost identificați cu anumite valori. Or, chiar și oamenii cei mai necăjiți – sau tocmai ei – vor să li se dea o perspectivă luminată de un ideal. Un lider politic nu este suficient să gestioneze; el trebuie să și inspire prin viziunea pe care o întruchipează. Mândri de a fi format cel mai coerent și mai eficient guvern de după 1990, **liderii PSD s-au comportat pur și simplu ca niște tehnocrați, conferind partidului imaginea paradoxală de partid „tehnocrat de masă” și lăsând adversarilor lor politici șansa de a apărea ca niște idealști în luptă cu corupția.** De aceea, o consecință a „amendei” electorale plătite, ar fi întărirea dimensiunii ideologice a PSD și astfel, prin asocierea cu valorile principiale, creșterea imunității față de acuzele de corupție care au acționat devastator în lipsa anticorpilor reprezentați de convingerile superioare.

## Imaginea de „partid-stat”

**Un alt element care a afectat imaginea PSD este cel al exercitării unei puteri excesive.** În perioada scursă de la alegerile din anul 2000 și până la începerea alegerilor din 2004, PSD a înregistrat o creștere a reprezentării sale în conducerea administrației locale de la aprox. 30% până la aprox. 75%. Această creștere a avut, pe lângă efectele pozitive ținând de coerența administrației, două efecte negative și anume: instalarea unei stări de autoliniștire la nivelul conducerii PSD, direct proporțională cu creșterea sa în putere; **instalarea unei stări alergice la nivelul populației, generată de teama că PSD – acuzat constant de a fi devenit un „partid-stat” – este prea puternic și, de aceea, capabil de abuzuri.**

PSD a suportat **acțiunea legii eficienței regresive a puterii excesive.** Potrivit acestei legi, exercitarea puterii – respectiv a presiunii circumscrise de ea – dincolo de anumite limite, mărește hotărârea de a rezista mai repede decât dorința de a capitula. Dincolo de un anumit plafon, rezistența scade invers proporțional cu presiunea (după ce până acolo a scăzut direct

**PSD a dobândit imaginea de „partid tehnocrat de masă”**

**PSD a fost perceput ca un partid prea puternic**

proporțional cu ea). Dacă PSD s-ar fi limitat să primească în rândurile sale consilieri și primari de la alte partide până la, să zicem, maximum 60% din totalul administrației locale, influența exercitată de puterea astfel dobândită, asupra electoratului ar fi fost mai mare decât s-a dovedit a fi la nivelul de 75%.

Se impune a fi subliniat faptul că **PSD a avut de suferit în alegeri efectele perverse ale hiperputerii pe care a acumulat-o**. Pe de o parte, ele au constatat în **victimizarea partidelor opoziție și exacerbarea fricii față de o posibilă scăpare de sub control a PSD**. Unii au votat cu actuala opoziție și pentru că au dorit să arate solidaritatea – din milă, din admirație sau din ambele – față de cei care au părut a fi victime ale persecuțiilor „partidului-stat”. (Cazul lui Traian Băsescu este ilustrativ pe pentru greșeala de a-l critica și acuza vehement și fără probe perceptibile, de-a lungul întregului mandat. Băsescu a devenit simpatic, nu prin ceea ce a făcut pentru bucușteni, ci pentru că a apărut ca un idealist capabil să suporte persecuția.) Alții au socotit că **reducerea puterii PSD este imperios necesară pentru rațiuni de echilibru politic** și, prin urmare, au dat votul opoziției, indiferent de prestația electorală – mai degrabă neconvingătoare – a acesteia.

## Relația PSD cu intelectualitatea

Pierderea de imagine a PSD s-a realizat în contextul scăderii suportului acordat de intelectualitate, în special de cea umanistă și care este activă social. În Europa democratică, majoritatea intelectualității este de stânga. În România, în mod tradițional, intelectualitatea are tendințe de dreapta. În România post-comunistă intelectualitatea este pur și simplu derutată. Ea este puternic lovită de consecințele lipsei de protecție a statului, consecutivă promovării unor politici economice neo-liberale. De aceea, ea reclamă un intervenționism politic și un protecționism social specifice stângii. Oricum ar fi, însă, intelectualitatea românească – de stânga, de dreapta sau dezorientată – ea este în mod firesc predispusă la reflecție și dezbateră. **În consecință, crearea unei intelectualități de stânga autentice trebuie să fie una din prioritățile imediate ale PSD.**

Actuala situație, în care intelectualitatea non-tehnică este predominant anti-PSD, se poate modifica în măsura în care actualul partid de guvernământ nu mai este privit ca adversarul societății civile, iar alte partide și grupuri profesionale ca apărătoarele sale.

O problemă pe această coordonată o va constitui, însă, incompatibilitatea funciară între o intelectualitate autentică – inclusiv cea de primă generație ori cea cu vicii de caracter –

**PSD trebuie să se reideologizeze**

și parvenitismul noilor îmbogățiți, a îmbogățiților de tranziție. Costul atragerii intelectualității în politică, în general, va include, deci, costul limitării rolului oligarhilor.

## IX. Capacitatea de a forma alianțe

Dacă rezultatele de la alegerile locale se vor repeta și la alegerile generale, devine evident faptul că viitoarea guvernare va fi constituită dintr-o coaliție de partide. Alegerile locale din iunie 2004 au confirmat caracterul de **partid-pivot al PSD în viața politică românească**. Această concluzie se bazează pe numărul voturilor obținute, dar este consolidată și de capacitatea PSD de a-și completa puterea rezultată din sufragiul popular, prin realizarea de alianțe. În 1996, deși câștigător al majorității relative, PSD nu a avut nici un spațiu de manevră politică și nu a putut constitui coaliții parlamentare sau guvernamentale. În 2000 nu a avut nevoie de o coaliție guvernamentală. În 2004 asemenea coaliții par și necesare și posibile. AD.A. se arată a fi mai puțin capabilă a le realiza.

**PSD rămâne  
partidul-pivot al  
sistemului politic  
românesc. Are  
cea mai mare  
capacitate de a  
realiza alianțe  
post-electorale**

Cum se explică faptul că PSD, partid de guvernământ, este mai în măsură să găsească aliați decât principalul său rival, AD.A.? Principalele explicații sunt următoarele:

1. PSD este în situația de a garanta echilibrul unui sistem economic transpartizan, care armonizează interesele economice ale exponenților tuturor principalelor partide. Deși deține controlul unor importante active economice, AD.A. și alte partide opuse PSD nu au reușit să structureze și să interrelaționeze în aceeași măsură relațiile economice la nivel național.

2. PSD a dovedit că își poate ține promisiunile față de aliați și că știe să facă sacrificii spre a menține echilibrele într-o coaliție. În acest sens, colaborarea cu UDMR este exemplară, mai ales, dacă se compară cu concurența neloială dintre membrii coaliției CDR-PD-UDMR de la sfârșitul anilor '90.

3. PSD este un partid care și-a dovedit capacitatea de a desfășura o acțiune unitară, coerentă, în raporturile cu aliații. În contrast, AD.A. este de cele mai multe ori în situația de a nu-și putea îndeplini angajamentele asumate față de partenerii săi, întrucât PD este un partid prea nervos și prea oportunist (el practicând un pragmatism fără repere morale), în timp ce PNL este prea eterogen (liberalii de dreapta și cei de stânga se confruntă permanent, iar spre a tranșa bătălia în favoarea unuia sau altuia, obișnuiesc să-i implice pe aliați,

creând crize în rândurile acestora). În acest sens, pentru doritorii de aliați, PNL nu convinge, iar PD sperie.

## Vulnerabilități ale AD.A.

**România are nevoie de un viitor guvern stabil, pentru finalizarea pregătirilor de aderare la Uniunea Europeană.** Problema coalițiilor de guvernare nu constă în existența sau nu a unor protocoale de guvernare, ci ține de caracterul liderilor și de proporția dintre partidele aflate în coaliție. Situația actuală nu s-a schimbat în mod esențial față de perioada 1996-2000: din AD.A. fac parte două partide cu o pondere relativ egală, care se luptă unul cu altul pentru supremație. Principala luptă politică în perioada 1996-2000 nu a fost între putere și opoziție, ci în interiorul puterii, între PNȚCD și PD. A fost mai întâi o luptă pentru „algoritm”, adică pentru împărțirea funcțiilor și privilegiilor și apoi o ceartă pentru atribuirea răspunderii guvernării. PNL a preluat rolul PNȚCD, încercând să-și exercite supremația asupra aliatului său, în timp ce pediștii speră ca Băsescu să obțină o negociere cât mai bună pentru ocuparea mandatelor parlamentare.

**Raportul de forțe din interiorul AD.A. creează premisele unui conflict politic prelungit.** Conflictul este determinat, în acest moment, de pretenția lui Traian Băsescu de a avea o putere de decizie cât mai mare în interiorul coaliției, ca urmare a succesului sau în București și de dorința partidului mai mare, PNL, de a controla AD.A. **O altă sursă de conflict este strategia politică a lui Traian Băsescu, „totul sau nimic”,** poziție care este incompatibilă cu funcționarea eficientă a unei alianțe electorale. Este de presupus că vor crește în intensitate conflictele interne dintre PNL și PD pentru realizarea listei electorale, iar dacă ar câștiga alegerile, același lucru s-ar manifesta pentru desemnarea primului-ministru și împărțirea funcțiilor. Prin toată cariera sa Traian Băsescu a demonstrat că este omul politic care nu este interesat decât de succesul său personal (a transformat campania națională a PD în una pentru București; a început să-și jignească în mod public partenerii de coaliție). **Existența politică a lui Traian Băsescu este legată de conflicte: atunci când este în luptă cu adversarii, președintele PD are succes, când trebuie să gestioneze un eșec, este în căutarea vinovaților;**

**Raportul de forțe din interiorul AD.A. creează condițiile unui conflict politic prelungit**

## X. Concluzii

1. Din punct de vedere statistic (aritmetic) rezultatul alegerilor locale nu dă un învingător clar între PSD și AD.A. (excepție fac posturile de primari în privința cărora PSD este câștigătorul).

2. Din punct de vedere al mizei reprezentate de puterea pusă în joc, prin asocierea capacității de a mobiliza votul cu capabilitatea de a forma alianțe, câștigător este PSD.

3. Din punct de vedere al imaginii și al așteptărilor induse de ea, PSD a suferit un recul.

**4. Reechilibrarea raportului de forțe în spectrul politic românesc este una dintre consecințele pozitive ale alegerilor locale din 2004.** Această reechilibrare trebuie văzută din două puncte de vedere și anume:

- reducerea numărului partidelor relevante pe scena politică românească;
- egalizarea ponderii între PSD și AD.A., deși, nu trebuie uitat, aceasta din urmă este doar o coaliție destul de eterogenă din toate punctele de vedere, pe care lupta pentru deposedarea de putere a PSD o poate uni, dar lupta pentru împărțirea puterii cu siguranță o va dezbină.

**5. Reducerea ponderii PRM, respectiv a național-populismului în politica românească** este a doua consecință pozitivă a alegerilor locale. Mesajul internațional al acestui eveniment este extrem de important. El poate avea, însă, și consecințe interne. Dacă o nouă generație de lideri PRM se va impune în urma acestei înfrângeri și dacă ea va înțelege sensul voinței electoratului, spre a păstra ceea ce i-a mai rămas din bazinul său electoral, va trebui să transforme partidul dintr-unul național-populist, de extremă dreaptă, într-unul de dreapta, popular;

**6. Este de așteptat însă ca PRM să-și îmbunătățească scorul la alegerile generale** – ținând seama că până atunci electoratul se va mai obișnui cu noua sa retorică și, totodată, că partidul va beneficia atunci de aportul liderului său carismatic – fără a mai atinge, însă, recordul de la alegerile generale din 2000 și fără a mai ajunge al doilea partid parlamentar;

**7. PSD a devenit tot mai neo-liberal în plan economic și tot mai tehnocrat (adică neutru) în planul discursului ideologic. AD.A. a confiscat însă tot mai mult discursul PRM – național-populist, în măsura în care a exprimat tot mai apăsător revolta (doar retorică) împotriva sărăciei.** Mai mult, AD.A. a scos în prim plan, din puținătatea liderilor și pseudo-liderilor săi, pe cei cu imagine de stânga – inclusiv de stânga populistă – precum Theodor Stolojan (om politic cu discurs și comportament de stânga) sau Traian Băsescu (om politic cu retorică și comportament populist). Față de această,

discursul și ținuta unui Mircea Geoană evocă, mai degrabă, imaginea unei drepte tehnocrate, deci dezideologizate. Riscul cel mai important constă în crearea unei confuzii politice generalizate, din care să câștige, până la urmă, forțele politice extremiste;

**8. Prin votul care a plasat partidul de guvernământ sub nivelul estimărilor și aspirațiilor sale, electoratul a dorit să sancționeze PSD – fără ca neapărat să dorească înlocuirea lui de la putere – iar nu să premieze AD.A., sau opoziția, în general;**

**Electoratul a dorit să sancționeze PSD, nu să premieze AD.A.**

**9. Până la alegerile generale AD.A. se va confrunta cu un număr sporit de sfidări decât până în prezent.** Astfel, AD.A va trebui:

a) să dea consistență politică, ideologică și organizatorică demersului său, astfel încât să se transforme dintr-o pseudo ori, în cel mai bun caz, cvasi-alternativă la guvernare, într-o alternativă reală;

b) să depășească posibilele rivalități interne generate de chiar rezultatele pozitive obținute în alegerile locale, în condițiile în care, deși prestigiul și coerența politică ale PNL sunt superioare, succesele tactice, mult mai personalizate, au fost reputate de liderii PD (PNL are relativ mai multe resurse; PD are relativ mai mulți lideri);

c) să demonstreze că este capabilă să administreze mai bine decât foștii primari și consilieri PSD, unitățile teritoriale a căror conducere au câștigat-o. Dacă AD.A. nu va reuși să dea răspunsuri potrivite tuturor acestor sfidări, ea nu va reuși să transforme rezultatul conjunctural de la alegerile locale într-o victorie politică utilă la alegerile generale;

10. Dacă tendința votului manifestată la alegerile locale va continua și la alegerile generale, următoarele consecințe alternative pot fi pronosticate:

a) PSD își va păstra rolul de partid-pivot în viața politică românească, dar va putea fi obligat să guverneze într-o coaliție, ceea ce va diminua eficiența sa în actul de guvernare;

b) PSD nu va mai reuși să adune suficiente forțe în cadrul unei coaliții spre a avea o majoritate parlamentară solidă (ex. va fi greu de așezat alături PRM și UDMR; PNL ar putea prefera să rămână în opoziție spre a se consolida ca partid de centru-dreapta etc.), ceea ce îl va face să guverneze într-o „coaliție minoritară” cu consecințe încă și mai grave pentru stabilitatea și eficiența guvernamentală;

c) PSD va trece în opoziție (păstrând, totuși, majoritatea relativă), ceea ce va însemna că România își schimbă guver-

nul în sens politic și organizatoric, într-un moment decisiv pentru integrarea sa în UE și pentru finalizarea reformelor structurale începute în 1990 și accelerate constant din anul 2000, după mai multe încercări de accelerare eșuate în anii precedenți.

**Rezultă că înfrângerea în alegeri ar putea reprezenta pentru PSD șansa reformei interne, dar același eveniment ar putea fi pentru România neșansa unei schimbări la vârf exact în momentul în care țara are nevoie de continuitate, ca și de competențe și de lideri pe care AD.A nu a demonstrat încă a le avea.**

## **XI. Recomandări**

**1. Toate partidele trebuie să renunțe la campaniile negative și populiste**, deoarece prin acestea se poate cuceri puterea, dar nu se asigură stabilitatea și eficiența guvernării. La fel ca și în 1996, coaliția de partide de dreapta de acum atacă partidul de guvernământ cu mijloace specifice zonei politice de la stânga acestuia;

**2. Toate partidele trebuie să respecte mandatul primit de la electorat, iar cei care au câștigat locuri de consilieri trebuie să renunțe la funcțiile deținute anterior.** Parlamentarii care au obținut mandate de consilieri județeni trebuie să renunțe nu la mandatul de consilier, ci la cel de deputat sau senator. Dintre cazurile de înșelare a electoratului cel mai semnificativ este cel al lui Gh. Flutur, șeful campaniei electorale a PNL, deputat, care a renunțat la mandatul de consilier județean;

**3. Pentru a evita conflictele din interiorul coaliției electorale AD.A., PNL și PD trebuie să fuzioneze.** Deoarece PD a renunțat la identitatea sa social-democrată și are un statut marginal în Internaționala Socialistă, cel care ar trebui să joace rolul de integrator este PNL. Absorbția PD de către PNL ar crea un partid puternic de centru dreapta, realizându-se în acest fel și legătura cu familia europeană liberală. Marea problemă a fuziunii PNL cu PD o pune aripa conservatoare a PNL care, pentru moment, nu are nici unde se duce, nici cum forma un alt partid, însă, este principalul contributor financiar al partidului. Fuziunea dintre PNL și PD ar elimina ambiguitatea doctrinară care există în interiorul AD.A.: în interiorul coaliției există de la adepți ai liberalismului clasic, de tip laissez-faire, până la adepți ai intervenționismului puternic al statului. Consolidarea unui partid de centru-dreapta ar fi o excelentă soluție pentru a evita confuzia electoratului;

**Respectarea mandatului primit de la electorat**

**PNL și PD trebuie să fuzioneze**

**4. Într-un stat democratic nu orice alianță politică este permisă.** Liderii coaliției AD.A. ar trebui să fie conștienți că nu se pot realiza alianțe pre- sau post-electorale numai de dragul cuceririi puterii. **AD.A. a inițiat o strategie de legitimare democratică a Partidului România Mare și a liderului său, Corneliu Vadim Tudor.** O eroare similară a realizat în perioada interbelică și Iuliu Maniu, care a încheiat un „pact de neagresiune electorală” cu mișcarea totalitară „Legiunea Arhanghelului Mihail”. Consecințele acestui gest au fost grave: Legiunea a ajuns la putere, comițând grave crime împotriva elitelor democratice ale României;

**5. Parlamentul trebuie să adopte o lege, după modelul polonez, prin care să se interzică crearea unor carteli de presă: proprietarii unui post public de televiziune nu pot deține un cotidian cu audiență națională.** Astfel, se pot evita tendințele de „berlusconizare” a mass-media;

**6. Ca urmare a rezultatelor electorale de la 6 și 20 iunie, PSD ar trebui să accelereze modernizarea internă,** să realizeze un sistem al alegerilor interne pentru desemnarea tuturor candidaților la funcțiile publice eligibile, să continue atragerea tinerilor și să implice într-o măsură și mai mare femeile în viața politică;

**7. Pentru refacerea popularității, PSD ar trebui:**

a) să continue cu curaj, la nivel guvernamental, politica de reforme necesară integrării europene și, astfel, va înregistra progresul necesar în timpul prevăzut;

b) să adopte măsuri statutare menite a promova deschiderea, transparența, răspunderea și, în general, pluralismul democratic în interiorul partidului;

c) să își consolideze dimensiunea ideologică și să pună în acord imaginea liderilor săi cu valorile pe care le promovează în discursul său;

**8. PSD trebuie să-și îmbunătățească strategiile de comunicare,** pentru a pune mai bine în evidență realizările din perioada 2001-2004. În același timp, trebuie să prezinte cu onestitate promisiunile pe care nu le-a putut îndeplini;

**9. PSD trebuie să construiască o nouă relație cu mass-media.** Avansul AD.A. s-a realizat la nivelul electoratului mare consumator de mass-media. Pentru acest lucru trebuie îmbunătățită aplicarea Legii privind liberul acces la informațiile de interes public, astfel încât să se creeze condițiile unei mai corecte informări a populației, prin intermediul presei. De asemenea, este necesară finalizarea anchetelor legate de cazurile în care au fost agresați jurnaliști.

**PSD trebuie să continue modernizarea internă, să construiască o nouă relație cu presa**