

► EDITORIAL

Alexandru Radu

► ALEGERI PREZIDENȚIALE
2014

Sabin Drăgulin

Silvia Rotaru

Dan Mihalache

Iulia Huiu

Daniel Buti

Florin Grecu

Adrian-Cosmin Basarabă

Gherghina Boda

Mihai Covaci

Tasente Tănase

Oana Băluță

Dumitru-Cătălin Rogojanu

Radu-Ioan Opreș

Andreea-Iustina Tuzu

Adrian-Cosmin Canae

Ionela Gavril

Viorel Mionel

Sfera Politicii

REVISTĂ DE ȘTIINȚE POLITICE

EDITATĂ DE FUNDAȚIA „ORIENT EXPRES”

APARIȚIE TRIMESTRIALĂ



[Grandville]

VOLUM XXIII

NUMĂRUL

1 (183)

IAN.-MAR. 2015

Alegeri prezidențiale 2014

Sfera Politicii este prima revistă de știință și teorie politică apărută în România, după căderea comunismului. Revista apare fără întrerupere din 1992.

Sfera Politicii a jucat și joacă un rol important în difuzarea principalelor teme de știință și teorie politică și în constituirea și dezvoltarea unei reflecții politologice viabile în peisajul științific și cultural din România.

Sfera Politicii pune la îndemâna cercetătorilor, a oamenilor politici și a publicului, analize, comentarii și studii de specialitate, realizate pe baza paradigmatelor teoretice și metodologice ale științei și teoriei politice actuale.

Sfera Politicii își face o misiune din contribuția la consolidarea și dezvoltarea societății democratice și de piață în România.

**Revista *Sfera Politicii*
a fost editată din anul 1992 de:**



Fundația
Societatea Civilă

INDEXĂRI INTERNAȚIONALE:

- Central and Eastern European Online Library (CEEOL)
- DOAJ - Directory of Open Access Journals
- International Political Science Abstract / Association internationale de science politique (IPSA/AISP)

INDEX  COPERNICUS
I N T E R N A T I O N A L

EBSCO
PUBLISHING

ProQuest

 **SCIOPIO**
SCIENTIFIC PUBLISHING & INFORMATION ONLINE

Sfera Politicii respectă Ordinul nr. 4691 din 26 iulie 2011 al Ministrului Educației, Cercetării, Tineretului și Sportului privind aprobarea standardelor minime necesare și obligatorii pentru conferirea titlurilor didactice din învățământul superior, a gradelor profesionale de cercetare-dezvoltare.

EDITORIAL BOARD

Călin Anastasiu

Consilier Principal al Președintelui Societății Române de Radiodifuziune, București, România

Daniel Chirot

University of Washington, Seattle, Washington, USA

Dennis John Deletant

Professor, University College, London, United Kingdom

Alexandru Florian

Profesor, Facultatea de Științe Politice, Universitatea Creștină „Dimitrie Cantemir”, București
Institutul Național pentru Studierea Holocaustului din România „Elie Wiesel”

Anneli Ute Gabanyi

Cercetător asociat al Institutului German pentru Probleme Internaționale și de Securitate (Stiftung Wissenschaft und Politik), Berlin, Germania

Gail Kligman

Professor, University of California, Berkeley, USA

Steven Sampson

Professor, Lund University, Lund, Sweden

Gisèle Sapiro

Directrice de recherche au CNRS, Directrice du Centre européen de sociologie et de science politique (CESSP), Université Paris-Panthéon-Sorbonne/CNRS/EHESS

Michael Shafir

Profesor, Facultatea de Studii Europene, Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca, România

Lavinia Stan

Professor, Department of Political Science, St. Francis Xavier University, Canada

G. M. Tamas

Budapest, Hungary

Katherine Verdery

Professor, City University of New York Graduate Center, USA

REDACTOR ȘEF

Alexandru Radu

Profesor, Facultatea de Științe Politice, Universitatea Creștină „Dimitrie Cantemir”, București

SECRETAR GENERAL DE REDACȚIE

Florin Grecu

REDACȚIE

Alexandru Climescu

Nicolae Drăgușin

Aurora Martin

Ioana Paverman

Camelia Runceanu

Cecilia Tohăneanu

TEHNOREDACTOR

Liviu Stoica

Sfera Politicii

VOLUMUL XXIII, NUMĂRUL 1 (183), ianuarie-martie 2015

Editorial

Alexandru Radu

Un model al mecanismului electoral prezidențial românesc 3

Alegeri prezidențiale 2014

Sabin Drăgulin, Silvia Rotaru

*Alegerile prezidențiale 2014 – Președintele României și eșecul previzionării.
O abordare analitică* 10

Dan Mihalache, Iulia Huiu

Alegerile prezidențiale din 2014 – rezultat surpriză sau strategie..... 29

Daniel Buti

Limitele electorale ale PSD în alegerile prezidențiale. Cazul 2014..... 40

Florin Grecu

Actorii politici și nepolitici din campania electorală prezidențială 2014 50

Adrian-Cosmin Basarabă

*Modele de vot și clivaje sociale la alegerile prezidențiale din anul 2014
în Banat* 68

Gherghina Boda

Alegerile prezidențiale 2014 în județul Hunedoara..... 78

Mihai Covaci

Factorul Facebook în alegerile prezidențiale din 2014 85

Tasente Tănase

*The electoral campaign through Social Media.
Case Study – 2014 Presidential elections in Romania* 92

Oana Băluță

Gen, politică și mass-media: reprezentări stereotipizate. Cum tragem linia? 105

Dumitru-Cătălin Rogojanu

*Alegeri prezidențiale 2014 - Klaus Iohannis și condamnarea
trecutului comunist* 120

Radu-Ioan Opreș

*Opțiunile de politică externă și de securitate ale României în viziunea lui
Klaus Iohannis* 127

Andreea-Iustina Tuzu

Retrospectiva alegerilor prezidențiale din România anului 2014 134

Adrian-Cosmin Canae

*Alegerile prezidențiale din România, noiembrie 2014 – o luptă acerbă
între stânga și dreapta*..... 142

Ionela Gavril

*Alegerile prezidențiale din 2014 și impactul lor asupra regimului
premier-prezidențial din România* 152

Viorel Mionel	
<i>Politica și Biserica. Mariaj segregacionist cu impact asupra integrității naționale</i>	162
Index de autori	169
Summary	171

Un model al mecanismului electoral prezidențial românesc

■ ALEXANDRU RADU

[„Dimitrie Cantemir“ Christian University]

Abstract

The paper proposes a comparative analysis of the 2014 presidential election with the previous six to outline a pattern of Romanian electoral practice in the field. Landmarks of the analysis are the electoral formula, popular and political participation, representativeness index and the competitiveness of elections.

Keywords

Romanian presidential elections; majoritarian elections; representativeness; electoral monopoly

- A legerilor prezidențiale din
- 2-16 noiembrie 2014, în ur-
- ma cărora Klaus Iohannis,
- candidatul Alianței Creștin Liberale
- (PNL-PDL), a devenit al patrulea titular
- al mandatului de Președinte, au repre-
- zentat cel de al șaptelea exercițiu elec-
- toral de acest fel după 1989. Totodată,
- desfășurat la 25 de ani de la căderea co-
- munismului, acest scrutin prezidențial
- este și cel care încheie, sub aspect elec-
- toral, primul sfert de veac al regimului
- postcomunist din România, încununând
- astfel o importantă experiență electo-
- rală. Pornind de aici, o analiză compa-
- rată a acestui ultim scrutin prezidențial
- cu cele șase anterioare ne va permite
- să conturăm liniile unui model al prac-
- ticii electorale românești în domeniu.
- Punctele de reper ale analizei vor fi for-
- mula electorală, participarea populară
- și politică, indicele reprezentativității și
- gradul de competitivitate a alegerilor.
- Începem cu câteva remarci referi-
- toare la mecanismul electoral prezi-
- dențial. Mai întâi, să precizăm că toate
- cele șapte ediții ale alegerilor prezi-
- dențiale postcomuniste – din 1990, 1992,
- 1996, 2000, 2004, 2009 și 2014 – s-au
- desfășurat în baza aceluiași mod de
- scrutin, spre deosebire de cazurile ale-
- gerilor parlamentare și locale, în care au
- fost experimentate în acești ani formule
- electorale diferite. Explicația pentru
- stabilitatea excepțională a scrutinului
- prezidențial este simplă. Caz singular în
- sistemul electoral românesc, modul de

scrutin pentru alegerea Președintelui este stipulat chiar de Constituție. Mai mult, revizuirea constituțională din 2003 nu a afectat articolul cu privire la modalitatea de alegere a președintelui României¹, acesta păstrându-i conținutul adoptat în 1991, care, trebuie adăugat, îl relua într-o formulare cvasi-identică pe cel din Decretul-lege nr. 92/1990. A rezultat astfel o continuitate perfectă a modului de scrutin prezidențial.

Să reamintim însă cum definește Constituția formula electorală practică pentru alegerea Președintelui: „Este declarat ales candidatul care a întrunit, în primul tur de scrutin, majoritatea de voturi ale alegătorilor înscrși în listele electorale. În cazul în care nici unul dintre candidați nu a întrunit această majoritate, se organizează un al doilea tur de scrutin, între primii doi candidați stabiliți în ordinea numărului de voturi obținute în primul tur. Este declarat ales candidatul care a obținut cel mai mare număr de voturi.”² Se remarcă de îndată că textul constituțional descrie un mod de scrutin majoritar absolut (sau cu două tururi)³, în general utilizat pentru alegerea directă a unui președinte de republică⁴.

În mod firesc, condițiile de desfășurare a alegerilor prezidențiale în baza scrutinului majoritar au fost reglementate detaliat prin intermediul legii electorale, aceasta cunoscând, după adoptarea Constituției, două forme juridice distincte: Legea nr. 69/1992 – care a guvernat alegerile din 1992, 1996 și 2000 – și Legea nr. 370/2004 – valabilă începând cu scrutinul prezidențial din 2004. Totuși, exceptând decretul-lege deja amintit, alte 12 acte normative, din care jumătate au fost ordonanțe guvernamentale de urgență emise în anii electorali, au acționat în acest domeniu. Dintre acestea, atrage atenția OUG nr. 95/2009, care, dincolo de ample modificări și adăugiri aduse legii 370/2004, a reluat textul constituțional mai sus citat, deși nu în mod identic. Principala modificarea se referă la înlocuirea sintagmei „liste electorale” cu formula „liste electorale permanente”. Lăsând pe seama juriștilor să aprecieze dacă o lege, fie ea și organică, poate face adăugiri textului constituțional, vom sublinia că modificarea nu este deloc minoră, ea conducând la schimbarea bazei de calcul pentru stabilirea câștigătorului alegerilor. În acest fel, dincolo de efectul tehnic direct generat⁵, modificarea a introdus o inegalitate de desemnare între președinții aleși până în 2004 și cei aleși începând cu 2009.

Pe de altă parte, fiind vorba despre alegerea unei funcții monocratice, modul de scrutin majoritar a fost asociat cu votul uninominal. Altfel spus, alegerile prezidențiale se desfășoară într-o unică circumscripție, de tip național, chiar dacă o mențiune expresă în acest sens lipsește din legislația electorală. Totuși, suprapunerea alegerilor prezidențiale cu cele parlamentare, până în anul 2004 inclusiv, a

1 Revizuirea a vizat, în schimb, prelungirea mandatului prezidențial de la 4 la 5 ani, măsură care, fără a afecta direct modalitatea de alegere a președintelui României, și-a făcut simțite efectele în modul de funcționare a sistemului politic, dar aceasta excede tema de față.

2 Art. 81, alin. (2) și (3), *Constituția României 2003* (București: Monitorul Oficial al României, Partea I, nr.767 din 31 octombrie 2003).

3 În știința politică întâlnim și denumirea de scrutin cu „majoritate majoritară”, formulare care, deși poate părea pleonastică, subliniază faptul că o majoritate absolută reprezintă o majoritate în adevăratul sens al cuvântului – cf. Giovanni Sartori, *Ingineria constituțională comparată* (București: Mediterana 2000, 2002), 19.

4 Acest tip sistem electoral este folosit de 78 de țări pentru alegerea președintelui – cf. Aristide Cioabă, „Sisteme electorale majoritare. Caracteristici și forme actuale”, în C. Nica, A. Cioabă, B.-M. Popescu (coord), *Sisteme electorale și sisteme democratice* (București: ISPRI, 2009), 20 –, cazul european cel mai cunoscut reprezentându-l Franța (Republica a V-a), unde este practicat și pentru alegerile parlamentare.

5 Cel puțin teoretic, vorbim despre facilitarea câștigării alegerilor prezidențiale din primul tur de scrutin, având în vedere că numărul celor înscrși în listele electorale permanente este mai mic decât cel al românilor cu drept de vot, din varii motive. Spre exemplu, cei omiși din listele electorale permanente, deși sunt trecuți într-un tabel electoral, nu sunt luați în calcul la stabilirea numărului total al alegătorilor (cf. art. 9 și 51 ale normei juridice invocate).

făcut ca publicul larg să asocieze scrutinul prezidențial cu circumscripțiile electorale (județene) utilizate pentru alegerea deputaților și senatorilor. Ulterior, odată cu introducerea circumscripției nr. 43 pentru alegerile parlamentare, care îi reunește pe votanții din diapora, s-a indus ideea departajării între ceea ce am putea numi circumscripția națională și cea internațională, departajare încurajată și de importanța politică acordată voturilor din diaspora în ecuația generală a alegerilor. Astfel, este un fapt că rezultatul alegerilor prezidențiale din 2014 a fost decis de votanții români aflați în afara granițelor țării, deși nu direct (în fapt, numărul acestora a fost sub 400.000 în turul al doilea), ci indirect, printr-un efect de bulgăre de zăpadă. În context, trebuie subliniat că, în corelație cu evidența deficitară a cetățenilor cu drept de vot, administrarea voturilor exprimate în străinătate se dovedește a fi devenit principala problemă a managementului electoral românesc.

„Pentru că președinția este cel mai mare premiu politic care poate fi câștigat”⁶, utilizarea unui scrutin de tip majoritar apare firească în condițiile în care scopul urmărit este acela de a asigura cel mai ridicat nivel posibil al reprezentativității rezultatului electoral. De aici și condiția majorității absolute a voturilor, prin raportare fie la numărul total al cetățenilor cu drept de vot (turul I), fie la numărul total al voturilor valabil exprimate (turul al II-lea). Dar deși un astfel de scrutin asigură majorității câștigătoare superioare celor produse de scrutinele de tip pluralitar și, deci, un grad sporit de reprezentativitate, nu întotdeauna câștigătorul alegerilor este susținut de majoritatea absolută a votanților. Cazul românesc verifică această realitate.

În 2014, Klaus Iohannis a câștigat cel de al doilea tur al alegerilor prezidențiale cu 6.288.769 voturi, reprezentând 54,43% dintre voturile valabil exprimate.⁷ Totuși, prin raportare la numărul total al cetățenilor înscrși în listele electorale, aceste voturi corespund unei majorități relative, după cum ne arată indicele reprezentativității astfel calculat, de numai 34,40%⁸. Cu alte cuvinte, condiția formală a majorității a fost satisfăcută, dar fără ca rata reprezentativității să atingă acest nivel. Oricum, reprezentativitatea rezultată din alegeri a președintelui Iohannis se menține la nivelul mediei din perioada 1992-2014, când de fiecare dată rezultatul alegerilor s-a decis în turul al doilea. Prin excepție, numai în 1990 președintele a fost ales din primul tur, adică cu majoritatea absolută a votanților înscrși în listele electorale: atunci Ion Iliescu a primit 12.232.498 voturi, corespunzător unei majorități de 85,07% din voturile valabil exprimate și unui indice de reprezentativitate de 71,12%. În ansamblul celor șapte ediții ale alegerilor prezidențiale din România postcomunistă, majoritatea câștigătoare este bazată, în medie, pe 7.153.118 voturi, valoarea ce corespunde unei mediane a ratei reprezentativității de 40,81%. Punând sub semnul întrebării definiția general acceptată a democrației ca societate condusă prin decizia majorității cetățenilor, aceste cifre ne semnalează tendința postcomunistului românesc de transformare a democrației în oligarhie.

Nivelul reprezentativității câștigătorilor alegerilor prezidențiale este corelat, în sens direct proporțional, cu rata participării populare. În 2014, prezența cetățenilor la vot (turul al II-lea) a atins cel mai ridicat nivel de după 1996. Astfel, la urne au venit 11.719.244 de cetățeni, adică 64,11% dintre românii cu drept de vot. În cifre absolute, participarea a fost cu aproape 1,1 milioane mai mult decât

6 Arend Lijphart, *Modele ale democrației* (Iași: Polirom, 2000), 151.

7 Dacă ne raportăm la totalitatea voturilor exprimate, cuprinzându-le deci și pe cele nule în număr de 166.192, atunci procentul câștigător se reduce la 53,66%, rămânând însă majoritar absolut.

8 E foarte adevărat că cifra cetățenilor înscrși în listele electorale are ca bază oficială recensământul din 2001 (deși un nou recensământ a avut loc în 2011, dar datele acestuia nu au fost încă validate) și, deci, este firesc să o apreciem ca fiind în dezacord cu tendința demografică românească, însă chiar dacă ne raportăm la un nivel mai realist al românilor cu drept de vot, de circa 17 milioane, indicele de reprezentativitate rămâne sub 40%.

În 2009, când, de asemenea s-a înregistrat o creștere, deși mai modestă, de circa jumătate de milion de votanți, față de precedentele două ediții. Similar, cuantumul voturilor valabil exprimate a sporit cu circa 1,5 milioane de voturi peste nivelul din 2009, respectiv cu peste 1 milion de voturi comparativ cu alegerile din 2004 și 2000. În același timp, rata participării a fost mai mare cu 6-9 procente comparativ cu precedentele trei ediții electorale prezidențiale, deși avem motive întemeiate să credim o creștere procentuală mai mare în realitate. Aceasta pentru că, așa cum deja am amintit, baza de calcul, respectiv numărul total al cetățenilor cu drept de vot, este supraapreciată. Oricum, rămâne realitatea unui ultim scrutin prezidențial caracterizat printr-o prezență sporită a cetățenilor, ajunsă la o cotă apropiată de cea înregistrată la alegerile din urmă cu 18 ani. Și chiar dacă numărul românilor care și-au exprimat votul n-a atins la nivelul mediului al anilor electorali 1990, 1992 și 1996, de 78,44%, trebuie subliniată premiera marcată de alegerile din 2014, respectiv ruperea tendinței descrescătoare a participării populare instalată după scrutinul din 1990. De aici și aprecierea generală cu privire la popularitatea sporită a acestor ultime alegeri, deseori cuprinsă în formulări din care calificativul excepțional nu a lipsit.

Și în ceea ce privește participarea politică, aspect analitic complementar participării populare, alegerile din 2014 s-au evidențiat prin note specifice. Întâi, să precizăm că numărul candidaților înscrși oficial în cursa electorală a depășit media perioadei (11 candidați), fără însă a fi atins cel mai înalt nivel. Astfel, cu 14 participanți, competiția electorală din 2014 a reprezentat al doilea cel mai disputat scrutin prezidențial, după cel din 1996, când au fost înregistrate 16 candidaturi. Totodată, doi din cei 14 candidați au fost femei, raport care poate fi considerat ca reprezentând o premieră, chiar dacă participarea feminină a mai fost înregistrată și în 2004, dar atunci numai printr-o singură competitoră. Totuși, nici una dintre cele două candidate din 2014, deși susținerea lor electorală a crescut substanțial comparativ cu 2004, nu a avut acces în turul secund al alegerilor, astfel că, în continuare, competiția prezidențială a rămas una masculinizată. Pe de altă parte, și în 2014 majoritatea candidaturilor au fost partizane – 10 din 14 –, acestea provenind atât din partea partidelor parlamentare, cât și din partea unor partide neparlamentare, acestea din urmă în număr egal cu cel al candidaturilor independente.

În ansamblu, toate aceste cifre par să confirme consolidarea caracterului deschis al competiției prezidențiale din România. Totuși, datele specifice celui de al doilea tur al scrutinelor prezidențiale vin să contureze mai degrabă realitatea unei competiții electorale cartelizate, caracterizată prin monopolul principalilor actori politici. Astfel, în actul al doilea al alegerilor s-au calificat de fiecare dată numai candidați partizani. Mai mult, aceștia au reprezentat un număr restrâns de formațiuni politice parlamentare. Concret, candidații calificați în turul al doilea au provenit de 7 ori de la PSD (FSN/FDSN/PDSR), de câte 3 ori de la PNL și PDL (PD), cu mențiunea că în 2004 și în 2014 aceste partide au avut candidat comun, de 2 ori de la PNȚCD (CDR, incluzând și PNL în 1996) și o dată de la PRM, în total numai 5 formațiuni politice distincte propunând candidaturi pentru turul decisiv al alegerilor. Tot așa, câștigătorul alegerilor a fost întotdeauna un candidat partizan, reprezentant al partidului major: candidatul PSD a câștigat de 3 ori (în 1990, 1992 și 2000), cel al PDL (PD) de 2 ori (în 2004 și 2009), iar candidații PNȚCD (CDR) și PNL (ACL) câte o dată (în 1996, respectiv în 2014), rezultând că președinții României au fost recrutați numai din patru medii partizane, trei dintre acestea având o prezență parlamentară continuă, ca și o existență organizațională neîntreruptă⁹. Practic, acestea trei – PSD, PDL și PNL – sunt partidele dominante în competiția prezidențială, dar și în viața politică în general.

9 Reamintim că PNȚCD (CDR) și-a pierdut statutul de formațiune politică parlamentară începând cu alegerile din 2000, moment care a marcat și debutul unei perioade de destabilizare organizațională. Pe de altă parte, deși PNL a pierdut alegerile din 1992, candidând împotriva CDR, liberalii au avut reprezentare parlamentară atât prin dizidențele liberale, cât și ca efect al fenomenului migrator.

Totuși, alegerile din 2014 au marcat o anume schimbare în acest sens, dacă avem în vedere resorturile victoriei, surprinzătoare pentru foarte mulți, a competitorului cu șansa a doua. Spre deosebire de Victor Ponta, Klaus Iohannis a fost un candidat cu o inserție partizană redusă. A venit în PNL cu numai doi ani înainte de scrutinul prezidențial și deși a acces direct în fruntea partidului liberal, și-a păstrat în bună măsură imaginea unui outsider. În contextul electoral specific campaniei pentru turul al doilea, această postură care ar fi constituit un handicap pentru orice candidat partizan s-a transformat în principalul său atu, Iohannis devenind alegerea firească pentru acei votanți pe care îi putem defini ca „votanți antisistem”, nemulțumiți în special de prestația PSD, dar și de prestația în general a partidelor din mainstream-ul politicii românești. Pe scurt, Klaus Iohannis a fost receptat de o parte importantă a electoratului ca un candidat cvasi-independent¹⁰ și votat ca atare¹¹. Desigur, rămâne de văzut dacă prezidențialele din 2014 au marcat debutul unei tendințe contrare cartelizării vieții politice sau dacă victoria unui cvasi-independent a fost doar consecința unei situații conjuncturale.

În fine, pentru a închide cercul analizei, ne întoarcem la formula electorală majoritară pentru a puncta o ultimă caracteristică a alegerilor prezidențiale ce decurge din specificul acesteia. Așa cum o arată practicarea sistematică a acestui tip de scrutin în Franța, „turul secund a permis dezvoltarea sistemelor de alianță”¹², având scopul de a modela rezultatul final al alegerilor pe baza informațiilor obținute în urma primului tur. Altfel spus, partidele se folosesc de strategia alianțelor electorale dintre tururi urmărind să maximizeze șansele aceluia candidat al alianței cel mai bine plasat în turul întâi, chiar dacă nu pe prima poziție. În România, debutul alianțelor electorale strategice l-a reprezentat scrutinul prezidențial din 1996, când constituirea alianței dintre CDR, USD (PD+PSDR) și UDMR a condus la victoria candidatului CDR, plasat pe poziția secundă în primul tur. O strategie similară a fost vizată și în 2009 de PSD și PNL, dar rezultatul nu a fost cel scontat, deși candidatul PSD avea de recuperat o diferență minoră față de primul clasat. Alegerile din 2014 au reactivat strategia alianțelor dintre tururi, însă în condiții diferite față de precedentele două cazuri. Astfel, inițiatorul strategiei a fost candidatul plasat pe prima poziție, scopul acțiunii fiind acela de a consolida ierarhia din turul întâi, și nu de a o răsturna. Oarecum surprinzător, nici această strategie nu a funcționat, Victor Ponta adăunând numai 5 procente celor 40 obținute în turul întâi, victoria revenind lui Klaus Iohannis care, și din motivul mai sus invocat, a reușit performanța, fără precedent în istoria electorală a postcomunismului românesc, de a primi un plus de 24 de procente față de turul anterior. Așadar, practica electorală românească vine să confirme teza că strategia alianțelor dintre tururile reprezintă în fapt un instrument electoral, e drept important, dar a cărui valoare acțională este limitată de factori politici contextuali.

Tragând linie, alegerile prezidențiale din 2014 s-au evidențiat printr-o serie de note particulare, unele chiar premiere, precum inversarea tendinței descrescătoare a participării populare sau victoria categorică a unui outsider, însă fără a reprezenta un moment de ruptură în raport cu practica electorală anterioară, ale cărei coordonate principale rămân tendințele de oligarhizare și cartelizare, subsumate filosofiei majoritariste specifice acestor alegeri, ca și deficitul de management electoral.

10 S-ar putea argumenta că și Emil Constantinescu, câștigătorul prezidențialelor din 1996, provenea din mediul nepolitic (universitar, activist civic) fiind, deci, un cvasi-independent, însă inserția sa partizană era mult mai pregnantă, de altfel, în acord cu specificul momentului.

11 Pentru a întregii imaginea schimbării, adăugăm că Iohannis este primul președinte al României care aparține deopotrivă unei minorități etnice și uneia religioase.

12 Pierre Martin, *Sistemele electorale și modurile de scrutin* (București: Monitorul Oficial, 1999), 125.

Anexa

Datele statistice principale ale practicii electorale prezidențiale

	TAILE	TAPV	Rata participării	TVVE	Majoritatea câștigătoare		Indicele reprezentativității
					nr. abs.	% din TVVE	
1990	17.200.722	14.826.616	86,20	14.378.693	12.232.498	85,07	71,12
1992	16.597.508	12.153.810	73,23	12.034.636	7.393.429	61,43	44,55
1996	17.230.883	13.078.883	75,90	12.972.485	7.057.906	54,41	40,96
2000	17.711.757	10.184.715	57,50	10.020.870	6.696.623	66,83	37,81
2004	18.316.104	10.112.262	55,21	10.008.314	5.126.794	51,23	27,99
2009	18.303.224	10.620.116	58,02	10.481.568	5.275.808	50,33	28,82
2014	18.280.994	11.719.344	64,11	11.553.152	6.288.769	54,43	34,40
Media	17.663.001	11.813.678	67,17	11.636.674	7.153.118	60,53	40,81

Nota: TAILE – total alegători înscriși în listele electorale; TAPV – total alegători prezenți la vot; TVVE – total voturi valabil exprimate; Datele sunt preluate din surse oficiale precum Monitorul Oficial al României sau comunicate BEC; Indicele reprezentativității este calculat prin raportarea majorității câștigătoare la TAILE.

BIBLIOGRAFIE

LIJPHART, Arend, Modele ale democrației. Forme de guvernare în funcționare în treizeci și șase de țări, traducere de C. Constantinescu, Iași, Polirom, 2000.

MARTIN, Pierre, Sistemele electorale și modurile de scrutin, traducere de M. N. Singer București, Monitorul Oficial, 1999.

NICA, Constantin, CIOABĂ Aristide, POPESCU Bogdan-Mihai (coord), Sisteme electorale și sisteme democratice, București, ISPRI, 2009.

SARTORI, Giovanni, Ingineria constituțională comparată, traducere de C. Dan și I. M. Stoica, ediție îngrijită de Gh. L. Stoica și G. Tănăsescu, București, Mediterana 2000, 2002.

Monitorul oficial:

Colecția Monitorul Oficial al României.

Resurse online:

www.roep.ro

Alegerile prezidențiale 2014 – Președintele României și eșecul previzionării.

O abordare analitică

■ SABIN DRĂGULIN

[„Dimitrie Cantemir“ Christian University]

■ **SILVIA ROTARU**

[„Dimitrie Cantemir“ Christian University]

Abstract

The study below aims to provide an analytical image over the electoral campaign of the candidate Klaus Iohannis, at the presidential elections in November 2014. The authors have structured the study on two panels. The first one regards a short political history of the events that led to the candidacy of Klaus Iohannis and the second one analyzes the evolution of the opinion polls for the first two candidates with chances to enter in the second round of the elections: Victor Ponta and Klaus Iohannis.

Keywords

electoral campaign; political
alliance; political parties; elections

Introdurre

Spațiul politic românesc post-decembrist a fost influențat decisiv de apariția Frontului Salvării Naționale (FSN) și urmașii săi politici cunoscuți astăzi cu titulaturile: Partidul Social Democrat (PSD) și Partidul Democrat Liberal (PD-L). Partidele istorice care au renăscut după decembrie 1989, Partidul Național Liberal (PNL) și Partidul Național Țărănesc (PNȚ)/Partidul Național Țărănesc Creștin și Democrat (PNȚCD) au reușit cu greu să se impună pe eșichierul politic autohton. După anul 2000, care a însemnat încheierea guvernării Convenției Democratice din România (CDR), singurul partid istoric care și-a menținut prezența în Parlamentul României a fost PNL. Dificultățile cu care acesta s-a confruntat au fost enorme, pornind de la campania provocată de Ion Iliescu, liderul PSD și a stângii pentru un deceniu și jumătate, la începutul anilor '90, și continuând cu procesul paralel de fragmentare politică pe parcursul celor 25 de ani de istorie postcomunistă. Ultimele două rupturi importante au fost acelea reprezentate de aripa liberală (februarie 2006), ulterior organizată în Partidul Liberal Democrat (PLD) care s-a aliat cu PD, și desigur aceea a grupului de miniștri și parlamentari (februarie 2014) care au lansat platforma Partidului

Liberal Refomator (PLR), partid încă în curs de înregistrare. Interesant este că în fruntea acestor aripi care s-au desprins din PNL, s-au aflat doi foști președinți ai partidului: Theodor Stolojan și Călin Popescu Tăriceanu.

În plan extern, o dificultate majoră cu care s-a confruntat PNL la nivelul Uniunii Europene (UE) s-a datorat schimbării doctrinei PD, care în septembrie 2006 s-a înscris în Partidul Popular European (PPE). Practic, PD a părăsit Alianța Progresistă a Socialiștilor și Democraților Europeni (S&D) unde concura din punct de vedere doctrinar pe stânga politică cu actualul PSD, pentru a se re poziționa pe dreapta, unde avea ca singur contracandidat: PNL.

Aceste realități au influențat politica de alianțe a liberalilor, care au migrat spre dreapta, odată cu constituirea și funcționarea Alianței Dreptate și Adevăr (ADA: 2003-2007), s-a re poziționat spre stânga odată cu înființarea Uniunii Social Liberale (USL: 2011-2014), și a revenit spre centru-dreapta prin constituirea Alianței Creștin Liberale (ACL: 2014) și părăsirea grupului parlamentar Alianța Democrată a Liberalilor Europeni (ALDE) din Parlamentul European și intrarea în Partidul Popular European (PPE).

Contextul politic

Apariția lui Klaus Iohannis în prim planul politicii românești nu poate fi disociată de sistemul de alianțe promovat de către PNL.

Primul pas în conturarea viitoarei alianțe cu PSD a fost acela al susținerii candidaturii lui Mircea Geoană, de către liberali, în turul al II-lea de scrutin în cadrul alegerilor prezidențiale din anul 2009. A fost primul moment în care numele lui Iohannis a fost vehiculat de către PNL, în negocierile avute cu PSD. Practic, Biroul Politic Național (BPN) al PNL a decis „susținerea candidatului PSD Mircea Geoană pentru turul doi al alegerilor prezidențiale și demararea negocierilor pentru crearea unei majorități parlamentare care să susțină un guvern condus de Klaus Iohannis.”¹ Eșecul candidatului PSD în fața președintelui Traian Băsescu a înlăturat posibilitatea creării unui guvern Iohannis.

Al doilea pas premergător în constituirea unei alianțe dintre PNL și PSD a fost acela al înființării Alianței de Centru – Dreapta (ACD) între PNL și Partidul Conservator (PC).

În data de 5 februarie 2011, apropierea dintre cele două partide s-a concretizat prin semnarea de către președinții PSD și PNL, Victor Ponta și Crin Antonescu a protocolului prin care ACD² și PSD formau USL.

Principalele elemente ale programului USL au fost următoarele: luarea deciziilor politice prin „consultare și consens”, propunerea de candidați comuni la alegerile parlamentare, desemnarea unui candidat comun pentru funcția de Președinte al României, urmând ca funcția de Prim Ministru să fie deținută de reprezentantul partidului din care nu a provenit candidatura la funcția prezidențială, împărțirea pe principiul parității a funcțiilor în noul guvern”.³ Prin natura alianței, principalii actori politici erau liderii celor două mai partide politice. Din această cauză Iohannis a trecut în planul doi.

1 „PNL și UDMR îl sprijină pe Mircea Geoană în turul II, dacă PSD susține un guvern Iohannis”, *Antena 3*, 24 noiembrie 2009, <http://www.antena3.ro/politica/pnl-si-udmr-il-sprijina-pe-mircea-geoana-in-turul-ii-daca-psd-sustine-un-guvern-iohannis-85806.html>.

2 În data de 9 ianuarie 2011 a fost semnat protocolul de formare a ACD, prin crearea unei alianțe politice între PNL și Partidul Conservator.

3 Dana Ilie, *Ponta și Antonescu au semnat protocolul de înființare a Uniunii Social-Liberale*, 5 februarie 2011, <http://www.romanialibera.ro/politica/instituti/ponta-si-antonescu-au-semnat-protocolul-de-infiintare-a-uniunii-social-liberale-215820>.

Alianța dintre PNL și PSD a fost contestată destul de mult, atât la nivelul activului de partid cât și în mass-media, de aceea nu a fost un proces ușor de realizat. Deși, intenția celor două partide era foarte clară, inițial alianța nu a avut o mare credibilitate în fața opiniei publice avizate din cauza poziționărilor doctrinare diferite, considerându-se că PNL cunoaște o alunecare periculoasă spre stânga. Un alt motiv al neîncrederii față de acest proiect politic a fost lupta politică tradițională dintre cele două partide. Au existat voci importante care au susținut cu tărie că USL „nu va avea viață lungă”⁴, criticii din interiorul partidului axându-se pe măsurile economice promovate de PSD, considerate a fi mult prea de stânga.⁵

Au existat temeri fundamentate referitoare la crearea unui bloc imens care avea să afecteze semnificativ structura viitorului legislativ⁶ și să răstoarne brusc și brutal balanța de putere și status quo-ul instaurat după ce-a de-a doua alegere a lui Traian Băsescu în funcția de Președinte al României. Premisele ruperii USL au existat încă de la începutul creării sale, însă acestea s-au accentuat odată cu eșecul referendumului din 2012, iar falia dintre cele două partide a devenit din ce în ce mai mare, prin semnarea „Pactului de coabitare” dintre Traian Băsescu și Victor Ponta, fără ca liderul PNL Crin Antonescu să fie, la rândul său semnat al acestuia.⁷ De facto, USL era deja desființat prin însăși eliminarea scopului pentru care a fost realizată și anume demiterea Președintelui, dat fiind faptul că în discursul public al liderilor dezideratul acesta devenise un laitmotiv.

Un al doilea moment dificil pentru USL a fost așa-numita „Marțea neargă” (10 decembrie 2013) când partea social-democrată a majorității parlamentare a încercat trecerea fulger a Legii amnistiei și grației, cele două modificări ale Codului Penal, Legea minelor și Legea lobby-ului.

Partea cea mai importantă a legii amnistiei prevedea: „se amnistiază infracțiunile pentru care Codul Penal sau legile speciale prevăd o pedeapsă privativă de libertate până la 7 ani inclusiv sau amenda. Amnistia înlătură răspunderea penală pentru infracțiunea săvârșită, în toate formele ei de participare penală, autor, coautor, instigator, complice și participație improprie. Dacă intervine după condamnare, ea înlătură și executarea pedepsei pronunțate, precum și celelalte consecințe ale condamnării”.⁸

Referindu-se la grație, inițiatorul legii (PSD) a dorit să impună grațierea „în întregime a pedepselor cu închisoare de până la 6 ani inclusiv, pedepsele complementare ale acestora, precum și pedepsele cu amenda, aplicate de instanța de judecată”.⁹

Cele două modificări ale Codului Penal „ au schimbat definiția *conflictului de interese*, au scos actele administrative din sfera sa, au micșorat pedeapsa maximă de la 5 la 3 ani, au scos parlamentarii, președintele și profesiile liberale din rândul funcționarilor publici, au micșorat termenul prescripției speciale și au mărit

4 Vezi declarația lui Ludovic Orban citată în *HotNews.ro*, 5 februarie 2011.

5 Vezi declarația lui Varujan Vosganian, „Nu târâți PNL în Internaționala Socialistă”, în *Ziare.com*, 1 august 2011, <http://www.ziare.com/varujan-vosganian/pnl/vosganian-il-ataca-pe-pont-a-nu-tarati-pnl-in-internationala-socialista-1111408>.

6 „Fost vicepreședinte al Autorității Electorale, Alexandru Radu: Numărul parlamentarilor ar putea să crească o sută”, *Adevărul.ro*, 16 septembrie 2012, http://adevarul.ro/news/politica/fost-vicepresedinte-autoritatii-electorale-alexandru-radu-numarul-parlamentarilor-putea-crest-e-suta-1_50ae279c7c42d5a6639a1705/index.html

7 Vezi prevederile Pactului de coabitare în „«Pactul de coabitare» Băsescu – Ponta este public. Vezi documentul”, în *Radio România Actualități*, 19 decembrie 2012, http://www.politicaromaneasca.ro/pactul_de_coabitare_basescu_ponta_este_public_vezi_documentul-12644.

8 Pentru o informare completă vezi <http://www.hotnews.ro/stiri-esential-16174068-exclusiv-cum-arata-noua-forma-legii-amnistiei.htm>.

9 Ibidem.

perioada în care un inculpat care își acoperă prejudiciul integral poate beneficia de reducerea pedepsei”.¹⁰

Prin legea minelor se stabilea cadrul legal prin care exploatarea auriferă de la Roșia Montană putea să fie deschisă de către Roșia Montana Gold Corporation.

În fine, prin Legea Lobby-ului inițiatorii au încercat să delimiteze această activitate de traficul de influență.

Ca urmare a conflictului deschis dintre cele două partide a fost primul moment când, în discursul public al liderilor PNL s-a instalat aluzia divorțului politic.

Paradoxal, presiunea mediatică s-a simțit mai mult asupra PNL decât asupra PSD-ului și avea ca rădăcini chiar declarațiile lui Crin Antonescu prin care a lăsat să se înțeleagă că partidul al cărui președinte era, nu a fost informat asupra intențiilor de semnare a unui pact de coabitare și ulterior nu a fost părtaș la planurile pentru adoptarea legilor privind amnistia și grațierea, exploatarea minieră, lobby-ul.¹¹

Antonescu a simțit că partidul său își pierde statutul de egal al PSD-ului în cadrul uniunii din cauza diluării pozițiilor guvernamentale prin introducerea mai multor posturi de secretar de stat sau de subsecretar de stat, dar și divizarea unor ministere puternice alocate PNL.¹²

Exemplele sunt următoarele:

A) – Ministerul Transporturilor (PNL)

– Ministru delegat pentru Proiecte de Infrastructură și investiții străine (PSD)

B) Ministerul Mediului:

– Ministerul Mediului și schimbărilor climatice (PSD)

– Ministru Delegat pentru Ape, Păduri și Piscicultură (PNL)

C) Ministerul Finanțelor:

– Ministerul Finanțelor Publice (PNL)

– Ministru Delegat pentru buget (PSD)

D) Ministerul Economiei

– Ministerul Economiei (PNL)

– Ministru delegat pentru energie (PSD)

E) Ministru Dezvoltării Regionale și Turismului

– Ministerul Dezvoltării Regionale și Administrației Publice (PSD)

– Ministru delegat pentru IMM-uri, mediu de afaceri și turism (fostul Ministru delegat pentru mediul de afaceri la care s-a adăugat și turismul) –(PC)

Politicile liberale din programul de guvernare, precum neimpozitarea profitului reinvestit și reducerea CAS, au fost amânate. Neimpozitarea profitului reinvestit

10 <http://www.hotnews.ro/stiri-politic-16174669-parlamentarii-elimina-definitia-functionarului-public-parlamentarii-presedintele-profesiile-liberale-schimba-conflictul-interese.htm>. Așa cum se arată și în articolul publicat pe Hotews.ro, „prin scoaterea parlamentarilor din rândul funcționarilor publici aceștia nu vor mai putea fi cercetați de DNA sau Parchet pentru fapte de corupție care se aplică funcționarilor publici, cum ar fi abuzul în serviciu, dar și alte fapte cum ar fi conflictul de interese... Scoțând actele administrative din sfera conflictelor de interese, practic aceasta instituție juridică a fost golită de conținut ... Un contract de achiziție publică (care sunt acte administrative bilaterale), o hotărâre de consiliu, o dispoziție de primar, ordin de ministru sau un contract administrativ așa cum sunt majoritatea celor încheiate de autoritățile publice, intră toate în categoria „actelor administrative”, care tocmai au fost scoase din sfera conflictelor de interese...”

11 Pentru a înțelege mai bine firul evenimentelor vezi „Filmul evenimentelor, cum s-a ajuns la „Marțea neagră” a Parlamentului României: Ședință decisivă în biroul lui Zgonea, cu Hrebenciuc, Ghiță și Fenechiu”, în *HotNews.ro*, 13 decembrie 2013, <http://www.hotnews.ro/stiri-politic-16201397-filmul-evenimentelor-cum-ajuns-marțea-neagra-parlamentului-romaniei-sedinta-decisi-va-biroul-lui-zgonea-hrebenciuc-ghita-fenechiu.htm>.

12 „Cabinetul Ponta II are 27 de miniștri. Lista oficială a membrilor noului guvern propuși pentru investire în funcții”, *Alba24.ro*, <http://alba24.ro/componenta-guvernului-ponta-ii-lista-oficiala-a-ministrilor-propusi-pentru-investire-in-functii-155772.html>.

a intrat în vigoare cu 1 iulie 2014,¹³ în timp ce măsura reducerii cu cinci puncte procentuale a CAS-ului la angajatori fost aplicată începând cu 1 octombrie 2014.¹⁴

Din punctul de vedere al raporturilor din interiorul guvernului Ponta s-a observat o fidelizare a unui număr important din membrii liberali guvernului pentru puterea social-democrată, fapt ce s-a verificat după ieșirea de la guvernare a PNL. Mai exact, patru foști miniștri liberali au părăsit partidul, înființând PLR și sprijinind guvernul Ponta III.¹⁵

Au existat voci atât din exterior, cât și din interior care au încercat să-l prevină pe Antonescu că PSD pregătește candidatura lui Victor Ponta pentru alegerile prezidențiale și acest lucru ar fi implicat în mod evident ruperea USL și o candidatură seaparată a PNL. Argumentele erau credibile și reale, întrucât cel mai mare partid din România nu avea să rateze șansa de a promova un candidat pentru funcția de Președinte al României. Dincolo de acest aspect, exista o acumulare de tensiuni în PSD, datorată insuccesului legii amnistiei și grațierii, dar și o dorință ca un social-democrat să ocupe locul de la Cotroceni după eșecurile succesive din 2004 și 2009.

Momentul cheie al ruperii USL l-a reprezentat remanierea guvernamentală propusă de PNL și agreată ca principiu de PSD. Astfel, liberalii au propus înlocuirea a patru persoane care ocupau funcții de ministru. Klaus Iohannis, prim-vicepreședintele PNL a fost propunerea pentru ocuparea funcțiilor de Ministru de Interne și Vicepremier, conform formulei guvernamentale de la acea vreme. A urmat refuzul clar al lui Victor Ponta de a accepta solicitarea liberalilor oferind acestora ca alternativă, funcția de ministru al finanțelor pentru Klaus Iohannis.

Rezultatul a fost că nici Crin Antonescu și nici Victor Ponta nu au cedat.¹⁶ Jocul de putere dintre aceștia prelunga scandalul mediatic. Miza era aruncarea vinei pentru ruperea alianței. Cei doi actori politici erau conștienți că acela care va face pasul decisiv spre ruperea USL va pierde capital electoral. Inevitabilul s-a produs. În Delegația Permanentă a PNL, din 25 februarie¹⁷ s-a decis ieșirea partidului de la guvernare, cu puțin timp înaintea alegerilor europarlamentare.

13 Vezi, Guvernul a aprobat normele metodologice pentru neimpozitarea profitului reinvestit, *Mediafax.ro*, 11 februarie 2015, <http://www.mediafax.ro/economic/guvernul-a-aprobat-norme-le-metodologice-pentru-neimpozitarea-profitului-reinvestit-12638793>.

14 Elena Voinea, Reducerea CAS se aplică începând cu salariile din octombrie, *Avocatnet.ro*, 30 septembrie 2014, http://www.avocatnet.ro/content/articles/id_37629/Reducerea-CAS-se-aplic-a-incepand-cu-salariile-din-1-octombrie.html. Referindu-ne la momentul în care aceste măsuri cu caracter economic au fost adoptate, nu putem să nu observăm că pe parcursul Guvernului Ponta II, a fost imposibil ca măsurile cerute de liberali să fie aplicate datorită refuzului primului ministru care și-a legitimat decizia pe criticile promovate de FMI. După plecarea PNL de la guvernare și promovarea de către PSD a ideii că „USL trăiește” prin cooptarea grupului liberal dizident condus de Călin Popescu Tăriceanu, aceste măsuri au fost implementate deși FMI a continuat să se opună.

15 Cei patru foști miniștrii liberali sunt Andrei Gerea, ministrul Economiei, Radu Stroe, ministru de Interne, Daniel Chițoiu, ministrul Finanțelor Publice și Daniel Barbu, fostul ministru al Culturii. Vezi „SCINDAREA PNL. Tăriceanu și-a lansat Inițiativa Liberală. „PLECĂM dacă se realizează fuziunea cu PDL”, *RomaniaTv.net*, 12 iunie 2014, http://www.romaniatv.net/scindarea-pnl-tariceanu-si-a-lansat-initiativa-liberala-plecam-daca-se-realizeaza-fuziunea-cu-pdl_151685.html

16 Cristian Andrei, „Ziua în care Victor Ponta a trimis PNL la grupa mică, alături de PC, tocmai când Crin Antonescu era pregătit să intre la guvernare. Culisele negocierilor din USL”, în *Gândul.info*, 11 februarie 2015, <http://www.gandul.info/politica/ziua-in-care-victor-ponta-a-trimis-pnl-la-grupa-mica-alaturi-de-pc-tocmai-cand-crin-antonescu-era-pregatit-sa-intre-la-guvernare-culisele-negocierilor-din-usl-12065659>.

17 Cristian Andrei, Sorina Ionașc, „USL S-A RUPT. PNL a votat ieșirea de la guvernare. Antonescu: Mi s-a părut onest să nu prelungim un festival de ipocrizie și să avem curajul să constatăm că USL nu există”, în *Gândul.info*, 25 februarie 2014, <http://www.gandul.info/politica/usl-s-a-rupt-pnl-a-votat-iesirea-de-la-guvernare-antonescu-mi-s-a-parut-onest-sa-nu-prelungim-un-festival-de-ipocrizie-si-sa-avem-curajul-sa-constatam-ca-usl-nu-exista-ultima-ora-12147310>

Premisele candidaturii lui Klaus Iohannis. O scurtă istorie politică

Aducerea lui Klaus Iohannis în politica mare a fost un deziderat personal al lui Crin Antonescu încă din 2009 când acesta a fost propunerea opoziției pentru funcția de Premier după căderea guvernului Boc II (9 februarie 2012). Eșecul demersului nu avea să-l oprească totuși pe Antonescu în a spera că Iohannis poate avea un viitor politic la nivel înalt alături de PNL.

Doi ani mai târziu, același Antonescu l-a convins pe primarul Sibiului să vină la București. Așa cum am menționat și anterior, președintele PNL a intenționat să echilibreze balanța de putere din USL prin aducerea unui figuri puternice și credibile la vârful partidului. Astfel, Congresul PNL din 23 februarie 2013 nu a adus doar reconfirmarea lui Antonescu, ci l-a ales pe Klaus Iohannis prim-vicepreședinte, acesta devenind al doilea om în partid.¹⁸

Un an mai târziu, Klaus Iohannis devine propunerea PNL pentru unul dintre cele mai importante funcții din guvern, Ministerul de Interne. În același timp, această funcție presupunea și îndeplinirea funcției de vicepremier. Refuzul lui Victor Ponta și insistența lui Crin Antonescu pe acest subiect, au generat, așa cum am arătat anterior ruperea USL în 25 februarie 2014, cu doar trei luni înaintea alegerilor europarlamentare din 25 mai.

Guvernarea nu a fost afectată din cauza deciziei liberalilor, majoritatea era confortabilă în Parlament pentru PSD, alături de UNPR, PC și UDMR. Acest aspect a determinat demisia lui Crin Antonescu din funcția de Președinte al Senatului în cadrul unor dezbateri parlamentare aprinse, la începutul lunii martie. Demisia președintelui PNL a avut loc la momentul în care se vota investirea Guvernului Ponta III. Considerând caducă existența USL, Crin Antonescu l-a provocat pe Victor Ponta declarând de la tribuna Parlamentului că: „Eu demisionez de la președinția Senatului pe care mi-a dat-o USL, dumneavoastră din funcția de prim-ministru pe care v-a dat-o USL-ul”.¹⁹

PSD începuse din timp să își creeze o majoritate parlamentară prin absorția în grupurile PSD, PC sau UNPR a parlamentarilor ce proveneau din Partidul Poporului – Dan Diaconescu(PP-DD). Încă din luna octombrie în presă apăruse informația conform căreia, PSD-ului îi lipsea un singur parlamentar pentru a putea să realizeze o majoritate parlamentară fără PNL.²⁰

O săptămână mai târziu, Crin Antonescu a încercat să pună presiune în propriul partid, însă fără să-și dea seama, a generat premisa ieșirii sale din scena politică, prin lansarea în joc electoral cu demisia pe masă, în cazul în care PNL nu ar fi obținut 20% din voturile exprimate la alegerile europarlamentare. Atingerea pragului electoral de 20% pentru partid ar fi reprezentat cel mai important procent din istoria postdecembristă.²¹

18 Adi Manciuc, „Congresul PNL: LISTA completă a conducerii PNL propusă de Crin Antonescu. A început VOTUL pentru noua conducere a partidului”, *Mediafax.ro*, 11 februarie 2015, <http://www.mediafax.ro/politic/congresul-pnl-lista-completa-a-conducerii-pnl-propusa-de-crin-antonescu-a-inceput-votul-pentru-noua-conducere-a-partidului-10590804>.

19 „Crin Antonescu și-a anunțat demisia din funcția de președinte al Senatului”, *Unirea*, 4.03.2014, <http://www.ziarulunirea.ro/crin-antonescu-si-a-anuntat-demisia-din-functia-de-pre-sedinte-al-senatului-248483.html>.

20 „PSD, la un parlamentar distanță de a atinge majoritatea parlamentară fără PNL”, *B 1.Politică*, 10 octombrie 2013, <http://www.b1.ro/stiri/politica/psd-la-un-parlamentar-distan-a-de-a-atinge-majoritate-parlamentara-fara-pnl-67141.html>.

21 Sorin Ionașcu, „Schimb de replici dure între Crin Antonescu și Mihai Gâdea. Președintele PNL acuză „propaganda pesedistă” de la Antena 3”, *Gândul.info*, 3.03.2014, <http://www.gandul.info/politica/schimb-de-replici-dure-intre-crin-antonescu-si-mihai-gadea-presedintele-pnl-acuz-a-propaganda-pesedista-de-la-antena-3-12188967>.

Scăderea sprijinului acordat de electorat pe care a înregistrat-o Antonescu după acest moment²² s-a datorat dezamăgirii unei importante părți a electoratului USL, care a considerat că liderul liberal este principalul vinovat pentru ruperea alianței.²³ Efectul s-a resimțit în rezultatul electoral. Marele câștigător al alegerilor a fost PSD cu un scor de 37,8%, urmat de PNL cu 15% și PD-L cu 12,23%.²⁴

În dimineața zilei următoare, PNL a anunțat trecerea de la ALDE la PPE și a început negocierile cu PD-L în vederea stabilirii unor obiective comune pentru dreapta politică din România.

Aproape simultan, Klaus Iohannis și-a prezentat public demisia din funcția de prim-vicepreședinte al partidului, motivând eșecul înregistrat de PNL în Sibiu, deși obținuse un scor peste cel național, și anume 17,91%. La câteva ore, Crin Antonescu, forțat de gestul secundului său își anunță și el demisia din fruntea PNL, iar împreună cu acesta, întreg biroul de conducere.²⁵

În zilele următoare PNL și PD-L au continuat negocierile, declarându-și intențiile pentru unificarea dreptei sub sigla unui singur partid. La masa discuțiilor a fost cooptat și Mihai-Răzvan Ungureanu, președintele Forței Civice. Pentru statuarea deciziei de fuziune, alegerea noii conduceri și pentru desemnarea prezidențiabilului, s-a organizat Congresul PNL în data de 28 iunie. Klaus Iohannis a fost ales președinte al partidului primind votul a 1334 de delegați, în timp ce, contracandidatul său senatorul Ioan Ghișe a primit doar 144.²⁶

La Congres, o parte a participanților se aștepta ca evenimentul să marcheze candidatura noului lider pentru funcția de Președinte al României. Surpriza a venit însă, tot de la Crin Antonescu care acceptă propunerea unor delegați din sală și revine în postura de prezidențiabil PNL, deși anterior declarase că renunță la aceasta.²⁷

Astfel, în 21 iulie decizia desemnării candidatului PNL ajunge pe masa Delegației Permanente a partidului care i-a acordat încă o dată încrederea lui Klaus Iohannis în urma unor evaluări interne.²⁸

22 Conform unor sondaje realizate de INSCOP, Crin Antonescu avea în decembrie 2014 o cota de încredere de 30%, în ianuarie 29,7%, în martie 26 %, în mai 23, 9 %, iar în septembrie 15%. Aceste cercetări sunt disponibile online la adresa: <http://www.inscop.ro/category/studii/>

23 Un sondaj realizat de CSCI cu o zi înaintea ruperii USL și ieșirii PNL de la guvernare, relevă faptul că electoratul, în proporție de 35%, îl percepea pe Crin Antonescu ca principal vinovat al disensiunilor din cadrul alianței, pe când Victor Ponta era învinovățit de doar 14% dintre respondenți. Vezi Ovidiu Albu, „Sondaj CSCI: Crin Antonescu, principalul VINOVAȚ pentru ruperea USL”, în *EVZ.ro*, 24 februarie 2014, <http://www.evz.ro/sondaj-csci-crin-antonescu-principalul-vinovat-pentru-ruperea-usl-1083925.html>. De asemenea, sondajul INSCOP realizat în luna martie 2014 arată același trend, 24 % dintre respondenți considerându-l pe Crin Antonescu vinovat, în timp ce doar 17% pe Victor Ponta. Vezi sondaj INSCOP, martie 2014, „Ruptura USL” <http://www.inscop.ro/wp-content/uploads/2014/03/INSCOP-mar.2014-RUPTURA-USL.pdf> accesat 12 februarie 2015.

24 Date oficiale furnizate de Autoritatea Electorală Permanentă disponibile în data de 10.02.2014 la adresa: http://www.roaep.ro/bec_europ2014/wp-content/uploads/2014/05/Situatia-voturilor-valabil-exprimate.pdf

25 Ana-Maria Adamoaie, Carmen Vintilă, Andreea Udrea, „HAOS ÎN PNL. Tăriceanu a fost dat afară din ședința PNL. Antonescu și Iohannis au demisionat”, *EVZ.ro*, 26 mai 2014, <http://www.evz.ro/crin-antonescu-face-declaratii-de-presa-la-ora-1000.html>.

26 „Congres PNL – Klaus Iohannis este noul lider al liberalilor. Partidul rezultat din fuziunea cu PDL se va numi PNL”, *Business Magazin*, 28 iunie 2014, <http://www.businessmagazin.ro/actualitate/congres-pnl-klaus-iohannis-este-noul-lider-al-liberalilor-partidul-rezultat-din-fuziunea-cu-pdl-se-va-numi-pnl-12851803>.

27 Claudiu Zamfir, „Congresul PNL: Klaus Iohannis, un președinte de partid ignorat de sală, votat de urne: „Efectul de sinergie”, „PNL a setat direcțiile”. Crin Antonescu, „cu sfială”, back în business pentru Cotroceni”, *HotNews.ro*, 29 iunie 2014, <http://www.hotnews.ro/stiri-politic-17573548-congresul-pnl-klaus-iohannis-presedinte-partid-ignorat-sala-votat-urne-efectul-sinergie-pnl-setat-directiile-crin-antonescu-sfiala-back-business-pentru-presedintie.htm>.

28 Conform unui sondaj realizat de IRSOP pentru PNL a rezultat că Iohannis ar beneficia de

La începutul lunii august, o nouă platformă de dreapta intitulată Alianța Creștin Liberală (ACL) își lansează sigla.

Conform protocolului stabilit între PD-L și PNL are loc o competiție internă pentru numirea prezidențiabilului ACL. În cursă a intrat democrat-liberalul Cătălin Predoiu și liberalul Klaus Iohannis, iar în data de 8 august forul de conducere al ACL a stabilit că cele mai multe șanse pentru câștigarea alegerilor le are primarul Sibiului.

Alianța electorală ACL este înregistrată oficial la Biroul Electoral Central în 10 septembrie, iar zece zile mai târziu Klaus Iohannis își depune candidatura.

În 26 septembrie, primarul Sibiului anunță ieșirea de sub tipar a volumului său autobiografic „Pas cu pas”, despre care spune: „Am crezut că cea mai potrivită formă pentru a-i lăsa pe oameni să mă cunoască a fost să scriu despre mine.” Pe fond, cartea s-a dovedit a fi un instrument electoral de succes, având în vedere că până la jumătatea lunii decembrie se vânduse în aproximativ o sută de mii de exemplare.²⁹

Lansarea oficială a campaniei, a mesajelor electorale și vizuale pentru public și membrii de partid are loc în 27 septembrie, în cadrul unui miting în Piața Victoriei din București.

Discursul candidatului ACL din startul campaniei este definitoriu pentru că acesta sintetizează toate mesajele care au fost promovate ulterior pe durata campaniei electorale. Astfel, Klaus Iohannis s-a profilat ca un candidat aflat în afara „jocurilor politice de la București” poziționându-se în antiteză cu președintele Traian Băsescu, cu principalul său contracandidat, Victor Ponta și cu întreaga clasă politică.

- Antiteza cu Traian Băsescu s-a concretizat prin mesajele: „sunt un om al promisiunilor onorate, nu al scandalului și spectacolului... un om care construiește nu care distruge”.
- Antiteza cu Victor Ponta a avut în vedere loialitatea acestuia în calitate de partener al PNL în cadrul USL: „Dacă ai niște valori, le ai oriunde. Dacă nu ai valori și nu crezi în nimic când ești la Palatul Victoria, n-o să ai valori și n-o să crezi în nimic nici la Palatul Cotroceni.”
- Antiteză cu întreaga clasă politică: „sunt un om al faptelor, nu al vorbelor goale”.

De asemenea, în cadrul aceluiași discurs și-a exprimat foarte clar orientarea pro-vest, lansând un mesaj de încredere și susținere pentru partenerii europeni și americani. Astfel, referindu-se la viziunea sa despre România, Klaus Iohannis arată că aceasta trebuie să fie: „O țară care merge înainte pe drumul ei european și euroatlantic.”

Încă de la începutul campaniei sale, Iohannis a încercat să atragă simpatia electoratului tânăr, care în general este împotriva practicilor politice ale unei părți importante din clasa politică din România. Sondajele de opinie arătau că tinerii alcătuiesc cea parte a populației care refuză să meargă la vot, cu un mesaj mai amplu și apoi vârstnicilor cu un mesaj mai puțin complex.³⁰ Acesta a fost momentul în care sloganul de campanie intitulat: „România lucrului bine făcut” a devenit oficial.

votul a 21% dintre alegătoriicare s-ar prezenta la urne, în timp ce Antonescu ar primi doar 6%. Din simulările ce au privit Turul II de scrutin acestea au reliefat următoarele date: Ponta vs Iohannis (49% – 43%), Ponta vs. Antonescu (53% – 29%). La variabila privind potențialul de creștere în bazinul electoral, Iohannis deținea procentul de 38%, în timp ce Antonescu se limita la cifra de 19%, practic la jumătate.

29 Vezi site-ul editurii Curtea Veche Publishing <http://www.curteaveche.ro/blog/tag/tiraj-carte-klaus-iohannis/>

30 Vezi Discursul susținut în cadrul mitingului ACL pentru lansarea candidaturii la Președinția României de către Klaus Iohannis, 27 septembrie 2014 <http://www.iohannispresedinte.ro/ro/noutati/discursuri-si-interviuri/discursul-sustinut-in-cadrul-mitingului-acl-pentru-lansarea-candidaturii-la-presedintia-romaniei>

Pe data de 29 septembrie, la Palatul Parlamentului candidatul ACL și-a lansat programul prezidențial. Acesta trata diferite problematice de interes național, în 11 capitole ce priveau agenda prezidențială.³¹

Pe tot parcursul campaniei, Klaus Iohannis a efectuat un turneu de forță, organizând miting-uri în marile orașe (Craiova – 4 octombrie, Constanța – 11 octombrie, Iași – 18 octombrie, Cluj – 25 octombrie, Timișoara – 24 octombrie, Sibiu – 31 octombrie) și evenimente de mai mică anvergură în orașele mai mici cu activul de partid.

Evenimentul principal pentru prezentarea imaginii proprii a „omului” Klaus Iohannis a fost lansarea volumului „Pas cu pas”. Acesta a avut loc în București, în data de 13 octombrie, fiind moderat de actorul Victor Rebengiuc. De altfel, Klaus Iohannis a reușit să atragă în jurul său și alte personalități din viața publică precum: Emil Hurezeanu, Andrei Pleșu, Alina Mungiu-Pippidi sau Gheorghe Piperea.

Elemente ale campaniei dintre cele două tururi de scrutin

Turul I al alegerilor prezidențiale din 2 noiembrie i-a adus candidatului Alianței PSD-UNPR-PC, Victor Ponta, un procent de 40,44% (3.836.093) din voturi, în timp ce Klaus Iohannis, candidatul ACL a obținut 30,37% (2.881.406) din numărul voturilor valabil exprimate, la o prezență de 53,18%. (9.732.232).³² Victoria clară din primul tur de scrutin a lui Victor Ponta, care a sancționat o diferență de 10 puncte procentuale, a părut în ochii multor reprezentanți ai mass-media o diferență insurmontabilă.

Cu toate acestea, pentru un observator fin al evenimentelor ce au început să se desfășoare cu data de 2 noiembrie, se puteau identifica elemente de campanie electorală care să conducă la o basculare a situației. Tema principală a fost aceea a politicii guvernului de Ponta de a nu permite executarea dreptului la vot a acelei categorii a electoratului care nu vota cu candidatul PSD.

Pe tot parcursul zilei de 2 noiembrie, mass-media a prezentat imagini de la secțiile de votare din străinătate, unde alegătorii stăteau la cozi imense pentru a putea să își exprime dreptul constituțional.³³ Același lucru s-a întâmplat și în campusurile studențești.

Senzația a fost întărită după ce rezultatele finale prezentate de Biroul Electoral Central (BEC) au sancționat victoria lui Klaus Iohannis în diaspora, unde a obținut un scor de 46, 2% în comparație cu Victor Ponta care a primit doar 15,9 procente din voturi.³⁴

Refuzul Guvernului de a prelungi programul secțiilor de votare din străinătate a stârnit reacții înverșunate, iar oamenii s-au mobilizat prin intermediul rețelelor de socializare³⁵ cu un singur scop: răsturnarea rezultatului în turul al doilea. Efectul a fost unul de domino, pentru că imaginile prezentate în mass-media și pe internet,

31 Vezi Programul prezidențial al lui Klaus Iohannis <http://www.iohannispresedinte.ro/ro/program-prezidential>.

32 Vezi Biroul Electoral Central www.bec2014.ro

33 „Cozi de sute de oameni la secțiile de votare. Diaspora și studenții așteaptă ore întregi să voteze” în *Gândul.info*, 2 noiembrie 2014, <http://vreaupresedinte.gandul.info/news/cozi-de-sute-de-oameni-la-sectiile-de-votare-diaspora-si-studentii-asteapta-ore-intregi-sa-voteze-13485720>

34 OFICIAL BEC: Rezultate finale turul 1, alegeri prezidențiale 2014; Tari în care am fi avut presedinte din turul 1; statistici, probleme și soluții pentru turul 2, 4 noiembrie 2014, http://www.euractiv.ro/uniunea-europeana/articles%7CdisplayArticle/articleID_26706/OFICIAL-BEC-Rezultate-finale-turul-1-alegeri-prezidentiale-2014;-Tari-in-care-am-fi-avut-presedinte-din-turul-1;-statistici-probleme-si-solutii-pentru-turul-2.html

35 Vezi pagina evenimentului de protest din 2 noiembrie 2014 „Solidari cu diaspora” <https://www.facebook.com/events/596245327148751/>

conversațiile românilor din diaspora cu familiile de acasă, toate acestea au dus la o schimbare surprinzătoare de situație.

Reacția cetățenilor români din diaspora care au avut loc în seara și noaptea din 2 noiembrie a adus nu doar proteste la multe din secțiile de votare din străinătate unde sute de oameni nu apucaseră să voteze, deși stăteau la cozi de ore întregi, ci și în fața sediului Ministerului Afacerilor Externe. Acolo protestatarii au cerut demisia ministrului de externe Titus Corlățean.

Ulterior au urmat zeci de proteste de amploare în toată țară. Valul emoțional se crease deja, iar cetățenii în piață sau formatorii de opinie din mass-media au cerut demisia ministrului de externe, a Guvernului, a Premierului și organizarea de secții suplimentare în diaspora.

Presiunea mediatică din țară a generat în 7 noiembrie demisia lui Titus Corlățean. În locul său a fost numit Teodor Meleșcanu.³⁶

Pe parcursul celor două săptămâni dintre cele două tururi de scrutin, rând pe rând candidații care rataseră intrarea în turul al doilea și-au anunțat susținerea pentru unul dintre cei doi competitori. Astfel, Victor Ponta a fost susținut de Călin Popescu Tăriceanu, Teodor Meleșcanu, Corneliu Vadim Tudor și Dan Diaconescu.

În schimb, Klaus Iohannis, contrar „tradițiilor” politice din ultimii 25 de ani, a refuzat să negocieze convins fiind că tehnica transferului de imagine nu va funcționa în acest caz, alegerile prezidențiale fiind centrate cu precădere pe candidat, și mai puțin pe partid.

Totuși, în 5 noiembrie ceilalți reprezentanți ai dreptei ce au candidat în primul tur de scrutin, respectiv Monica Macovei și Elena Udrea și-au anunțat public susținerea candidatului ACL. Ulterior, Klaus Iohannis a beneficiat și de susținerea lui Laszlo Tokeș.

Revenind la tensiunea socială creată de situația din diaspora, amintim că demisia lui Corlățean nu a liniștit apele, astfel că protestele au continuat în toată țara. Ca și în alte cazuri, oamenii s-au mobilizat prin intermediul rețelelor de socializare, iar mesajele venite dinspre societatea civilă erau din ce în ce mai ferme și mai dure împotriva guvernării PSD.

În tot acest timp, am avut de-a face cu o altă situație atipică pentru o campanie de prezidențiale. A existat o așteptare majoră din partea alegătorilor și a presei pentru o dezbatere electorală televizată, așa cum cere cutuma, însă aceasta întârzia să apară.

Klaus Iohannis a propus o dezbatere pe o platformă neutră la Timișoara corélând evenimentul cu comemorarea a 25 de ani de la Revoluția anticomunistă, în timp de Victor Ponta a propus patru dezbateri, la televiziuni diferite, respectiv: *România TV*, *Realitatea TV*, *Antena 3* și *B1 TV*.

În 7 noiembrie, reprezentanții celor două echipe de campanie s-au întâlnit la Palatul Parlamentului pentru a negocia formatul și detaliile dezbaterii. Cu toate acestea, cele două părți nu au ajuns la un acord.

În cele din urmă, forțat de presiunea mediatică, Klaus Iohannis a acceptat două dintre propunerile lui Victor Ponta. Astfel, prima dezbatere a avut loc în 11 noiembrie, la *Realitatea TV* avându-l ca moderator pe jurnalistul Rareș Bogdan care anterior își manifestase deschis susținerea față de candidatul ACL, iar cea de-a doua confruntare a avut loc la *B1 TV*, o zi mai târziu.

36 Teodor Meleșcanu, fost membru PNL a demisionat cu puțin timp înaintea campaniei din fruntea Serviciului de Informații Externe pentru a candida la alegerile prezidențiale. Deoarece, nu a reușit intrarea în turul al doilea de scurtă durată, în mod paradoxal și-a anunțat susținerea pentru candidatura lui Victor Ponta.

CSCI										
	August		Septembrie		13 octombrie		30 octombrie		13 noiembrie	
	Victor Ponta	Klaus Iohannis	Victor Ponta	Klaus Iohannis	Victor Ponta	Klaus Iohannis	Victor Ponta	Klaus Iohannis	Victor Ponta	Klaus Iohannis
Tur I	46	24	42	27	37	29				
Tur II	58	42	57	43	53	47	55	45	54	46
CCSCC										
				Septembrie		Octombrie		Noiembrie		
				Victor Ponta	Klaus Iohannis	Victor Ponta	Klaus Iohannis	Victor Ponta	Klaus Iohannis	
Tur I				38	32	36	30			
Tur II				52	48	50	50	50	50	
INSCOP										
				Septembrie		Octombrie				
				Victor Ponta	Klaus Iohannis	Victor Ponta	Klaus Iohannis			
Tur I				41,1	28,8	40,6	28,8			
Tur II				54	46	53,5	46,5			

Cu o zi înaintea încheierii campaniei electorale Klaus Iohannis a reușit să genereze un nou val de simpatie prin intonarea imnului național în direct în cadrul ultimei conferințe de presă organizate în calitate de candidat. De menționat că, Victor Ponta a fost criticat deoarece în 13 noiembrie, invitat fiind la emisiunea „Sinteza Zilei” la *Antena 3*, în încercarea de a arăta că este „un bun român” a greșit unul dintre versurile imnului, în timp ce-l recita.³⁷

Analiza datelor statistice

Datele statistice pe care le putem identifica din analiza previziunilor oferite de institutele de sondare a opiniei publice sunt importante pentru a înțelege evoluția susținerii de către cetățeni a primilor doi candidați; Victor Ponta și Klaus Iohannis.

Pentru a avea o imagine cât mai completă vom analiza datele a trei institute de sondare a opiniei publice: Centrul de Studii și Cercetări Infopolitic (CSCI), Centrul de Cercetări și Studii Calitative și Cantitative (CCSCC) și INSCOP Research.

CSCI este condus de directorul executiv al Fundației Multimedia, domnii Bogdan Teodorescu și Dan Sultănescu. Acesta din urmă a deținut în anul 2014, funcția de consilier al Primului Ministru Victor Ponta.³⁸ În perioada lunilor august – noiembrie a desfășurat o serie de șase sondaje în lunile august, septembrie, în luna octombrie două, în zilele de 13 și 30, iar ultimele două au avut loc pe 5 și respectiv 13 noiembrie 2014.

Sondajul CCSCC din luna octombrie prefigurează o prezență la vot de 50% pentru primul tur, iar cel realizat în noiembrie previzionează prezența a 55% din alegători, pentru turul al doilea.

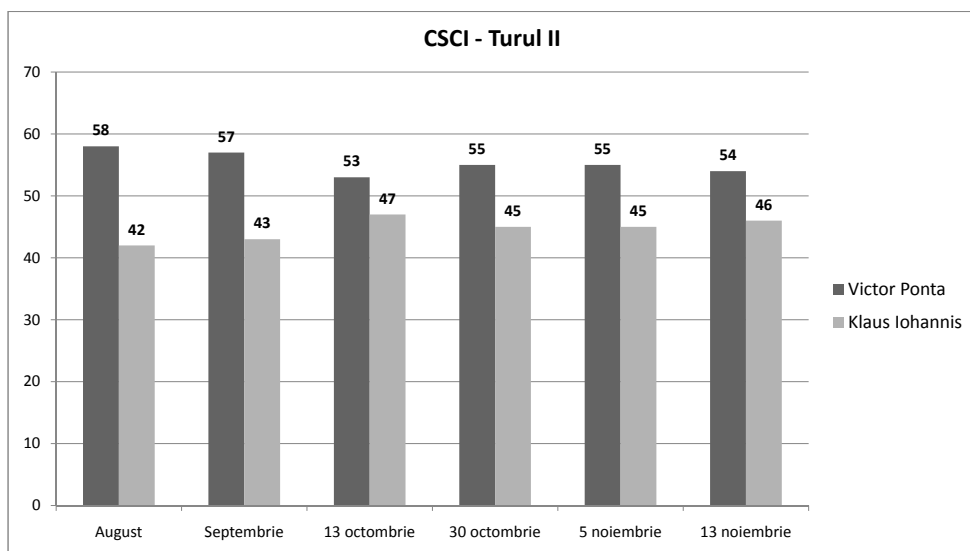
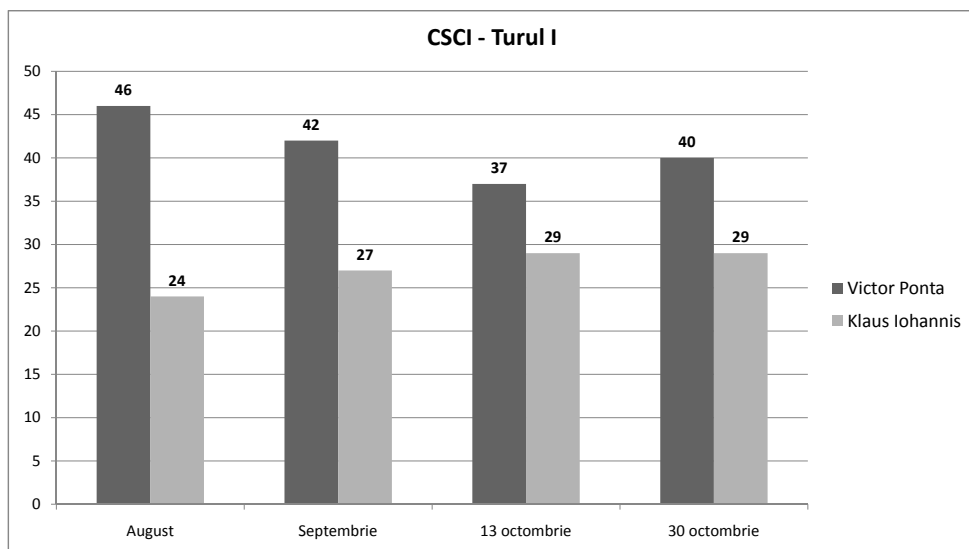
În luna august, conform datelor prezentate pentru turul I de scrutin, acestea prezintă o diferență majoră de 46% la 24% în favoarea lui Victor Ponta. Este vorba de 22 puncte procentuale. Pentru turul II diferența este de 58% la 42%, adică 16 puncte procentuale. Raportul se menține în luna septembrie, în primul tur diferența se reduce la 15 puncte procentuale, iar în al doilea tur la 14 puncte. Luna octombrie este interesantă deoarece, în data de 13 la turul I, aceasta se reduce spectaculos la 8 puncte procentuale, iar pentru turul II la doar 6. În 30 octombrie diferența crește, însă nesemnificativ, la 11 puncte procentuale pentru primul tur, iar în al doilea tur la 10 puncte. Pentru noiembrie avem date doar pentru al doilea tur de scrutin. În data de 5 noiembrie pentru turul doi se păstrează diferența de 10 puncte procentuale, iar pe 13 noiembrie acesta se reduce la 8 puncte.

CCSCC este deținut de doamna Cosmina Foia Ardelean și este apropiat de cercuri liberale. Institutul a realizat trei sondaje în lunile septembrie, octombrie și noiembrie.

În luna septembrie, la primul tur de scrutin, conform datelor prezentate pentru turul I se prezintă o diferență relativ mică 38% – 32 % în favoarea lui Victor Ponta, de doar 6 puncte procentuale. La turul II, aceasta se reduce la doar 4 puncte procentuale: 52% – 48%. O lună mai târziu, datele pentru primul tur sunt aceleași, și anume: de 6 puncte procentuale. Pentru turul doi, institutul raportează o egalitate perfectă: 50% – 50%. În luna noiembrie nu mai există date pentru primul tur, dar egalitatea se menține în turul II.

37 „GAFĂ. Ponta a greșit Imnul Național în direct la Antena 3 | VIDEO”, *Pagina de Politică*, 14 noiembrie 2014 <http://www.paginadepolitica.ro/gafa-ponta-a-gresit-imnul-national-in-direct-la-antena-3-video/>

38 Iordăchescu Ionuț, „Sondaj CSCI: Ponta îl bate pe Iohannis în primul tur”, *DC News*, 6 iunie 2014, http://www.dcnews.ro/sondaj-csci-ponta-il-bate-pe-iohannis-in-primul-tur_445273.html.

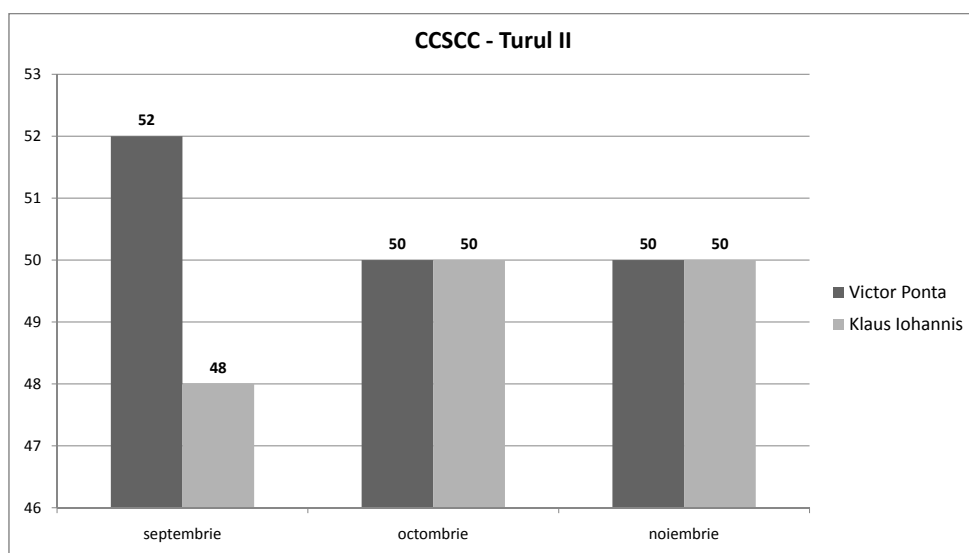
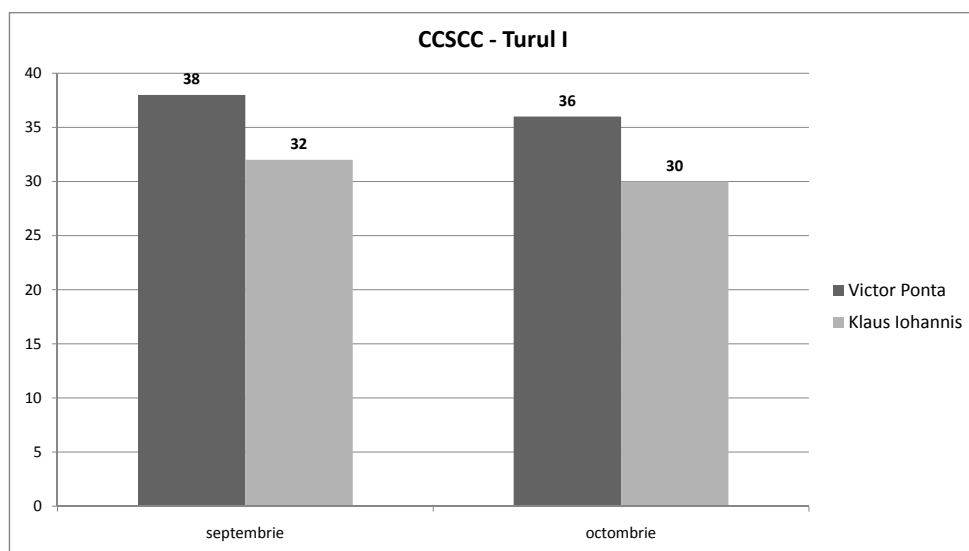


INSCOP Research este condus de domnul Remus-Ioan Ștefureac, fost consilier al fostului director SRI, George Maior.³⁹

Pentru acest institut de sondare a opiniei publice avem două rezultate pentru lunile septembrie și octombrie. În luna septembrie, raportul pentru primul tur de scrutin dintre cei doi candidați este de 41,1% la 28,8%, diferența fiind de 12,3 puncte procentuale în favoarea lui Victor Ponta. În turul II, decalajul se reduce la 8 puncte procentuale: 54% – 46%. O lună mai târziu, acesta se reduce nesemnificativ la 8 puncte procentuale pentru primul tur de scrutin și la 7 pentru turul II.

Cercetarea INSCOP în luna septembrie susține că 55,7% dintre electori se vor prezenta la urne în turul I, în timp ce luna octombrie aduce o creștere a interesului

³⁹ Cătălin Prisăcariu, „Ce legătură există între ultimele sondaje de opinie și șeful SRI”, în *România Liberă*, 18 august 2013, <http://www.romanialibera.ro/special/investigatii/ce-legatura-exista-intre-ultimele-sondaje-de-opinie-si-seful-sri-310277>.



față de procesul electoral, arătând o prezență de 59% tot pentru primul tur de scrutin.

Conform rezultatelor oferite de Biroul Electoral Central prezența la urne pentru turul I a fost de 53,7%,⁴⁰ iar pentru turul II de 64,1%.⁴¹

În prima etapă putem realiza o analiză comparată pentru lunile septembrie și octombrie dintre cele trei institute de sondare a opiniei publice, deoarece avem date furnizate de CSCI, CCSCC și INSCOP.

În luna septembrie pentru turul I, la CSCI diferența este de 15 puncte procentuale, la CCSCC, 6 puncte, iar la INSCOP apar 12, 3 puncte. Pentru turul al II-lea,

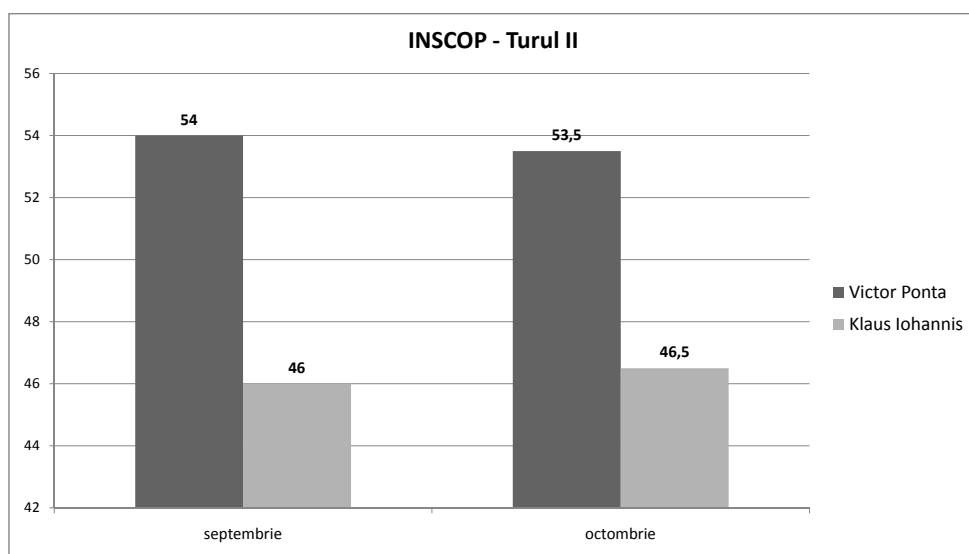
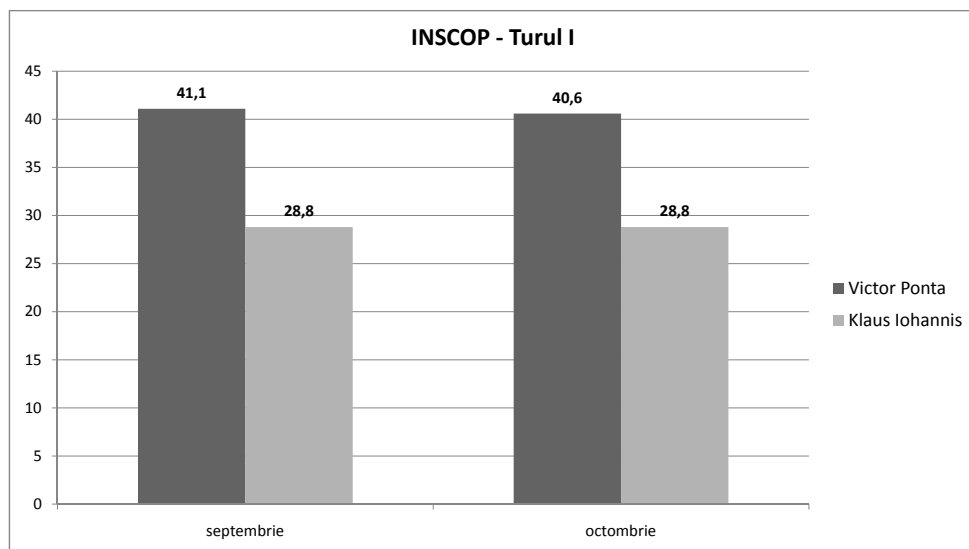
⁴⁰ Vezi Procesul verbal privind rezultatul votării pentru Președintele României din 2 noiembrie 2014, http://www.bec2014.ro/wp-content/uploads/2014/11/proces_verbal_PR.pdf.

⁴¹ Vezi Procesul verbal privind rezultatul votării pentru Președintele României din 16 noiembrie 2014, <http://www.bec2014.ro/rezultate-finale-16-noiembrie/>.

studiul CSCI relevă o diferență de 14 puncte, CCSCC 4 puncte, iar INSCOP 8 puncte. Observăm că atât pentru turul I cât și pentru turul II, CSCI și INSCOP dau diferențe mari în raport cu CCSCC.

În luna octombrie, cele două rezultate oferite pe 13 și 30 octombrie ne arată următoarea situație:

- în data de 13 octombrie, pentru turul I, în cercetarea CSCI există o diferență de 8 puncte și se observă o înjumătățire a procentului din luna septembrie;
- CCSCC arată un decalaj de doar 6 puncte, procentul rămânând același;
- INSCOP ne indică o distanță electorală de 10.5 puncte, deci o reducere nesemnificativă, sub 2 puncte procentuale;
- Pentru turul al doilea, CSCI arată o diferență de 6 puncte, ceea ce reprezintă o reducere majoră cu 8 puncte procentuale;
- CCSCC relevă o paritate;
- INSCOP susține existența unui decalaj 7 puncte, înregistrându-se o scădere insignifiantă de doar 1 punct.



Pentru data de 30 octombrie ne putem referi doar la cel de-al doilea tur de scrutin din perspectiva analizelor CSCI și CCSC. În cercetarea CSCI există o diferență de 10 puncte procentuale, în timp ce la cea CCSC se menține paritatea verificată în 13 octombrie.

În luna noiembrie avem doar date furnizate de CSCI. Astfel, pentru turul II există o distanță de 10 puncte procentuale, în studiul dat publicității pe 5 noiembrie, iar în cel publicat pe 13 noiembrie, între cei doi candidați se observă o diferență de 8 procente.

Rezultatele din primul tur de scrutin care a fost organizat în data de 2 noiembrie 2014 i-au rezervat lui Victor Ponta 40,44% și lui Klaus Iohannis 30,37% din voturile exprimate, pentru ca în turul II, să apară o schimbare radicală. Astfel, Ponta a primit 45,56% (5.264.383) din numărul total de voturi, în timp ce Iohannis a fost beneficiarul a 54,43% (6.288.769).⁴²

Analizând toate datele observăm că CSCI și INSCOP au „ghicit” diferența la turul I de scrutin din sondajul din 30 septembrie (în jur de 11 puncte procentuale), însă au greșit total previziunile pentru turul II de scrutin. În luna octombrie, CSCI acorda o diferență de 10 puncte procentuale în favoarea candidatului Victor Ponta, previziune pe care și-a menținut-o și pe 5, respectiv 13 noiembrie. Datele finale pentru turul II, ne relevă o inversare a procentelor între cei doi candidați. Diferența între previziune și datele finale este de aproximativ 20 de puncte procentuale, pentru CSCI și 14 pentru INSCOP.

Cea mai mică eroare a realizat-o CCSC, în care pentru lunile septembrie și noiembrie valorile sunt pare între cei doi candidați. Față de realitatea din 16 noiembrie, diferența procentuală este majoră totuși de 10 puncte procentuale. Pentru primul tur de scrutin diferența Ponta vs Iohannis a fost de 10 puncte în timp ce previziunile ne arătau 6 puncte procentuale.

Concluzii

Rezultatul consemnat la încheierea turului al II-lea de scrutin din data de 16 noiembrie 2014 pentru alegerile prezidențiale a adus cu sine o serie de noutăți.

Prima dintre acestea este dat de faptul că pentru prima dată în istoria sa de 140 de ani, candidatul PNL câștigă alegerile prezidențiale. În anul 2004, ca urmare a rocadei Stolojan – Băsescu, candidatul PD a devenit președinte.

A doua este dată de profilul candidatului. Klaus Iohannis este candidatul atipic, deoarece și-a construit imaginea politică în provincie, ca primar al orașului Sibiu, este ardelean, fiind primul candidat al PNL pentru această funcție ce provine din Transilvania, nu este de rit ortodox, ceea ce a fost o aparentă vulnerabilitate în viziunea echipei de campanie a lui Victor Ponta și mai ales este etnic german. Din acest punct de vedere este primul lider PNL de confesiune reformată ce a îndeplinit funcția de Președinte al partidului și pentru prima dată în istoria republicană a României, un etnic german candidează și câștigă alegerile prezidențiale.

A treia noutate este dată de schimbarea majoră a preferințelor populației între primul și al doilea tur de scrutin. Din punct de vedere procentual, dacă în primul tur Iohannis se afla cu 10 puncte în urma lui Victor Ponta, la turul din 16 noiembrie situația s-a inversat dramatic, Iohannis s-a regăsit cu 10 puncte înaintea candidatului PSD. A apărut deci, o diferență de 20 de puncte procentuale. Așa cum am arătat anterior CSCI și INSCOP au identificat corect diferența procentuală la primul tur de scrutin dintre Victor Ponta și Klaus Iohannis, însă nici un sondaj nu a reușit să prevadă evoluția candidatului PNL și diferența zdrobitoare la încheierea numărării voturilor.

42 Vezi Biroul Electoral Central www.bec2014.ro.

BIBLIOGRAFIE

Resurse online :

ADAMOAE Ana-Maria, Carmen Vintilă, Andreea Udrea, „HAOS ÎN PNL. Tăriceanu a fost datafără din sedința PNL. Antonescu și Iohannis au demisionat”, *EVZ.ro*, 26 mai 2014, <http://www.evz.ro/crin-antonescu-face-declaratii-de-presa-la-ora-1000.html>.

ALBU Ovidiu, „Sondaj CSCI: Crin Antonescu, principalul VINOVAȚ pentru ruperea USL”, în *EVZ.ro*, 24 februarie 2014, <http://www.evz.ro/sondaj-csci-crin-antonescu-principalul-vinovat-pentru-ruperea-usl-1083925.html>

ANDREI Cristian, „Ziua în care Victor Ponta a trimis PNL la grupa mică, alături de PC, tocmai când Crin Antonescu era pregătit să intre la guvernare. Culisele negocierilor din USL”, în *Gândul.info*, 11 februarie 2015, <http://www.gandul.info/politica/ziua-in-care-victor-ponta-a-trimis-pnl-la-grupa-mica-alaturi-de-pc-tocmai-cand-crin-antonescu-era-pregatit-sa-intre-la-guvernare-culisele-negocierilor-din-usl-12065659>.

ANDREI Cristian, Ionaș Sorina, „USL S-A RUPT. PNL a votat ieșirea de la guvernare. Antonescu: Mi s-a părut onestă un prelungim un festival de ipocrizie și să avem curajul să constatăm că USL nu există”, în *Gândul.info*, 25 februarie 2014, <http://www.gandul.info/politica/usl-s-a-rupt-pnl-a-votat-iesirea-de-la-guvernare-antonescu-mi-s-a-parut-onest-sa-nu-prelungim-un-festival-de-ipocrizie-si-sa-avem-curajul-sa-constatam-ca-usl-nu-exista-ultima-ora-12147310>

Biroul Electoral Central www.bec2014.ro

„Cabinetul Ponta II are 27 de miniștri. Lista oficială a membrilor noului guvern propuși pentru investirea în funcții”, *Alba24.ro*, <http://alba24.ro/componenta-guvernului-ponta-ii-lista-oficiala-a-ministrilor-propusi-pentru-investire-in-functii-155772.html>.

„Congres PNL-Klaus Iohannis este noul lider al liberalilor. Partidul rezultat din fuziunea cu PDL se va numi PNL”, *Business Magazin*, 28 iunie 2014, <http://www.businessmagazin.ro/actualitate/congres-pnl-klaus-iohannis-este-noul-lider-al-liberalilor-partidul-rezultat-din-fuziunea-cu-pdl-se-va-numi-pnl-12851803>.

„Cozi de sute de oameni la secțiile de votare. Diaspora și studenții așteaptă ore întregi să voteze” în *Gândul.info*, 2 noiembrie 2014, <http://vreaupresedinte.gandul.info/news/cozi-de-sute-de-oameni-la-sectiile-de-votare-diaspora-si-studentii-asteapta-ore-intregi-sa-voteze-13485720>.

„Crin Antonescu și-a anunțat demisia din funcția de președinte al Senatului”, *Unirea*, 4.03.2014, <http://www.ziarulunirea.ro/crin-antonescu-si-a-anuntat-demisia-din-functia-de-presedinte-al-senatului-248483.html>.

Cercetări realizate de INSCOP Research disponibile online în data de 12 februarie 2014, la adresa <http://www.inscop.ro/category/studii/>

Date oficiale furnizate de Autoritatea Electorală Permanentă disponibile în data de 10.02.2014 la adresa: http://www.roaep.ro/bec_europ2014/wp-content/uploads/2014/05/Situatia-voturilor-valabil-exprimate.pdf

Discursul susținut în cadrul mitingului ACL pentru lansarea candidaturii la Președinția României de către Klaus Iohannis, 27 septembrie 2014,

<http://www.iohannispresedinte.ro/ro/noutati/discursuri-si-interviuri/discursul-sustinut-in-cadrul-mitingului-acl-pentru-lansarea-candidaturii-la-presedintia-romaniei>

Editura Curtea Veche Publishing <http://www.curteaveche.ro/blog/tag/tiraj-carte-klaus-iohannis/>

„Filmul evenimentelor, cum s-a ajuns la marșea neagră a parlamentului României: Sedință decisivă în biroul lui Zgonea, cu Hrebenciuc, Ghiță și Fenechiu”, în *HotNews.ro*, 13 decembrie 2013, <http://www.hotnews.ro/stiri-politic-16201397-filmul-evenimentelor-cum-ajuns-marșea-neagra-parlamentului-romaniei-sedinta-decisiva-biroul-lui-zgonea-hrebenciuc-ghita-fenechiu.htm>.

„Fost vicepreședinte al Autorității Electorale, Alexandru Radu: Numărul parlamentarilor ar putea scădea cu o sută”, *Adevărul.ro*, 16 septembrie 2012, <http://adevarul.ro/news/poli->

tica/fost-vicepresedinte-autoritatii-electorale-alexandru-radu-numarul-parlamentarilor-pu-tea-creste-suta-1_50ae279c7c42d5a6639a1705/index.html

„GAFĂ. Ponta a greșit Imnul Național în direct la Antena 3 | VIDEO” 14 noiembrie 2014 <http://www.paginadepolitica.ro/gafa-ponta-a-gresit-imnul-national-in-direct-la-antena-3-video/>.

„Guvernul a aprobat normele metodologice pentru neimpozitarea profitului reinvestit!”, *Mediafax.ro*, 11 februarie 2015, <http://www.mediafax.ro/economic/guvernul-a-aprobat-normele-metodologice-pentru-neimpozitarea-profitului-reinvestit-12638793>.

ILIE Dana, *Ponta și Antonescu au semnat protocolul de înființare a Uniunii Social-Liberale*, 5 februarie 2011, <http://www.romanialibera.ro/politica/instituti/ponta-si-antonescu-au-semnat-protocolul-de-infiintare-a-uniunii-social-liberale-215820>.

IONAȘCU Sorin, „Schimb de replici dure între Crin Antonescu și Mihai Gâdea. Președintele PNL acuză „propaganda pesedistă” de la Antena 3”, *Gândul.info*, 3.03.2014, <http://www.gandul.info/politica/schimb-de-replici-dure-intre-crin-antonescu-si-mihai-gadea-presedintele-pnl-acuza-propaganda-pesedista-de-la-antena-3-12188967>.

IORDĂCHESCU Ionuț, „Sondaj CSCI: Ponta îl bate pe Iohannis în primul tur”, *DC News*, 6 iunie 2014, <http://www.dcnews.ro/sondaj-csci-ponta-il-bate-pe-iohannis-in-primul-tur-445273.html>.

MANCIU Adi, „Congresul PNL: LISTA completă a conducerii PNL propusă de Crin Antonescu. A început VOTUL pentru noua conducere a partidului”, *Mediafax.ro*, 11 februarie 2015, <http://www.mediafax.ro/politic/congresul-pnl-lista-completa-a-conducerii-pnl-propusa-de-crin-antonescu-a-inceput-votul-pentru-noua-conducere-a-partidului-10590804>.

„OFICIAL BEC: Rezultate finale turul 1, alegeri prezidentiale 2014; Tari in care am fi avut presedinte din turul 1; statistici, probleme si solutii pentru turul 2”, 4 noiembrie 2014, http://www.euractiv.ro/uniuneaeuropeana/articles%7CdisplayArticle/articleID_26706/OFICIAL-BEC-Rezultate-finale-turul-1-alegeri-prezidentiale-2014-Tari-in-care-am-fi-avut-presedinte-din-turul-1-statistici-probleme-si-solutii-pentru-turul-2.html.

„«Pactul de coabitare» Băsescu – Ponta este public. Vezi documentul”, în *Radio România Actualități*, 19 decembrie 2012,

http://www.politicaromaneasca.ro/pactul_de_coabitare_basescu_ponta_este_public_vezi_documentul-12644.

„PNL și UDMR îl sprijină pe Mircea Geoană în turul II, dacă PSD susține un guvern Iohannis”, *Antena 3*, 24 noiembrie 2009, <http://www.antena3.ro/politica/pnl-si-udmr-il-sprijina-pe-mircea-geoana-in-turul-ii-daca-psd-sustine-un-guvern-iohannis-85806.html>.

PRISĂCARIU Cătălin, „Ce legătură există între ultimele sondaje de opinie și șeful SRI”, în *România Liberă*, 18 august 2013, <http://www.romanialibera.ro/special/investigatii/ce-legatura-exista-intre-ultimele-sondaje-de-opinie-si-seful-sri-310277>.

Procesul verbal privind rezultatul votării pentru Președintele României din 2 noiembrie 2014 http://www.bec2014.ro/wp-content/uploads/2014/11/proces_verbal_PR.pdf

Procesul verbal privind rezultatul votării pentru Președintele României din 16 noiembrie 2014, <http://www.bec2014.ro/rezultate-finale-16-noiembrie/>

Programul prezidențial al lui Klaus Iohannis, <http://www.iohannispresedinte.ro/ro/program-prezidential>.

„PSD, la un parlamentar distanță de a atinge majoritatea parlamentară fără PNL”, *B 1.Politică*, 10 octombrie 2013, <http://www.b1.ro/stiri/politica/psd-la-un-parlamentar-distanta-de-a-atinge-majoritate-parlamentara-fara-pnl-67141.html>.

„SCINDAREA PNL. Tăriceanu și-a lansat Inițiativa Liberală. „PLECĂM dacă se realizează fuziunea cu PDL”, *RomaniaTv.net*, 12 iunie 2014, http://www.romaniatv.net/scindarea-pnl-tariceanu-si-a-lansat-initiativa-liberala-plecam-daca-se-realizeaza-fuziunea-cu-pdl_151685.html

„Solidari cu diaspora” <https://www.facebook.com/events/596245327148751/>

VOINEA Elena, „Reducerea CAS se aplică începând cu salariile din octombrie”, *Avocatnet.ro*, 30 septembrie 2014, http://www.avocatnet.ro/content/articles/id_37629/Reduce-re-a-CAS-se-aplica-incepand-cu-salariile-din-1-octombrie.html.

VOSGANIAN Varujan, „Nu târâți PNL în Internaționala Socialistă”, în *Ziare.com*, 1 august 2011, <http://www.ziare.com/varujan-vosganian/pnl/vosganian-il-ataca-pe-ponta-nu-ta-rati-pnl-in-internationala-socialista-1111408>.

ZAMFIR Claudiu, „Congresul PNL: Klaus Iohannis, un președinte de partid ignorat de sală, votat de urne: „Efectul de sinergie”, „PNL a setat direcțiile”. Crin Antonescu, „cu sfială”, back in business pentru Cotroceni”, *HotNews.ro*, 29 iunie 2014, <http://www.hotnews.ro/stiri-politic-17573548-congresul-pnl-klaus-iohannis-presedinte-partid-ignorat-sala-votat-ur-ne-efectul-sinerjie-pnl-setat-directiile-crin-antonescu-sfiala-back-business-pentru-presedintie.htm>.

<http://www.hotnews.ro/stiri-esential-16174068-exclusiv-cum-arata-noua-forma-legii-amnistiei.htm>.

<http://www.hotnews.ro/stiri-politic-16174669-parlamentarii-elimina-definitia-functionarului-public-parlamentarii-presedintele-profesiile-liberale-schimba-conflictul-interese.htm>.

Alegerile prezidențiale din 2014 – rezultat surpriză sau strategie

■ DAN MIHALACHE

[„Dimitrie Cantemir“ Christian University]

■ IULIA HUIU

[National School of Political and Administrative Studies Bucharest]

Abstract

The presidential elections in Romania which took place in November 2014 were won by Klaus Iohannis, who clearly defeated the incumbent prime-minister Victor Ponta by 10%. The result was considered by many a surprise, as none of the opinion polls were able to predict it. This article reveals a part of the strategy of Klaus Iohannis's campaign and it offers a few clues about how this result was possible, without having the aim to explain it fully. As the authors were accountable for strategy and political message in the electoral campaign for Klaus Iohannis, the scientific approach is combined with the inside view, to provide the reader a better understanding of the November 2014 events.

Keywords

presidential elections; strategy;
target groups; political
communication; social media

Preambul

Rezultatul alegerilor prezidențiale din 2014 a fost considerat de mulți observatori și chiar de către public o surpriză, în condițiile în care niciunul dintre sondajele de dinainte de alegeri nu previzionase nici rata de participare la vot în turul II, nici victoria lui Klaus Iohannis (ci indicau în cel mai bun caz o luptă strânsă) și cu atât mai puțin caracterul ei categoric.

Articolul de față vine cu o abordare care îmbină elementele de analiză și expertiză, cu informațiile din interior și experiența proprie a autorilor, care au răspuns de strategia campaniei prezidențiale a lui Klaus Iohannis. El își propune să dezvăluie câteva din elementele de strategie pe care s-a construit campania candidatului Alianței Creștin – Liberale¹, Klaus Iohannis și să ofere câteva indicii despre cum s-a ajuns la acest rezultat, fără a avea pretenția că îl explică pe deplin. Pentru a avea o imagine mai clară se impune și referirea la întreg contextul anului 2014, dar și la strategia contracandidatului Victor Ponta.

1 La 22 iulie 2014, Partidul Național Liberal și Partidul Democrat Liberal, care se aflau în proces de fuziune, au recurs la soluția unei alianțe electorale pentru susținerea unui candidat comun la alegerile prezidențiale. Aceasta s-a numit Alianța Creștin Liberală și a funcționat doar pentru alegerile din noiembrie 2014.

Despre această campanie se vor scrie multă vreme de acum înainte analize, studii și chiar volume, care vor încerca să identifice resorturile politice, sociale, psihologice din spatele victoriei lui Klaus Iohannis. În fața unui asemenea rezultat este foarte tentantă asumarea de merite sau hiperbolizarea anumitor decizii, acțiuni sau contribuții. Victoria lui Klaus Iohannis a fost mai degrabă rezultatul unui complex de factori care s-au îmbinat perfect precum piesele unui puzzle, dar toate în jurul unui candidat.

Contextul anului 2014

Nu putem trece la o analiză asupra alegerilor prezidențiale din noiembrie 2014 fără a prezenta elementele definitorii ale contextului politic în care au avut loc și fără a vorbi despre momentele decisive ale anului 2014. Întreg anul 2014 a fost marcat de instabilitate politică, evoluții neanticipate și spectaculoase, care au făcut ca niciuna dintre realitățile politice ale începutului de an să nu mai fie valabilă la finele acestuia. Pentru un observator neavizat, 2014 pare un „an miraculos” și poate cu ușurință intra în categoria anilor istorici, care au adus schimbări majore și turnuri decisive pentru sisteme și chiar regimuri politice. Într-un fel așa a și fost. Pentru un analist atent sau pentru un participant direct, o parte dintre mutările care s-au consumat în acest interval puteau fi anticipate sau măcar luate în calcul ca ipoteze. Cu toate acestea însă, probabil nimeni nu ar fi crezut în ianuarie 2014 că, peste doar 10 luni, Klaus Iohannis, susținut de PNL și PDL, proaspăt fuzionate², avea să îl învingă, la o diferență de peste 1 milion de voturi, pe Victor Ponta în competiția prezidențială. Din acest punct de vedere, lecția anului 2014, nespunsă, dar extrem de valoroasă este aceea că în politică nimic nu e imposibil, că într-o societate democratică jocurile nu sunt niciodată făcute până în ziua votului și că nimic nu poate substitui voința exprimată la urne.

La debutul anului, guvernarea era asigurată de Uniunea Social Liberală, în timp ce PDL se afla în opoziție, cu toate că între PSD și PNL se resimțea o tensiune crescândă. Candidatul încă oficial al USL la Președinția României era președintele PNL de la acea dată, Crin Antonescu, deși nu era deloc un secret că PSD își dorea un candidat propriu, iar tot mai multe voci din zona social-democrată avansau această idee.

Candidatura lui Klaus Iohannis la Președinția României a fost rezultatul unui complex de decizii și realități politice, legate printr-o relație de cauzalitate, începând de la ruperea USL, continuând cu rezultatul alegerilor europarlamentare și consecințele lui politice și mergând până la proiectul unificării dreptei și susținerii unui candidat comun.

În acest parcurs, trei momente s-au dovedit decisive. Primul dintre ele s-a consumat în februarie 2014, când PNL a luat decizia ieșirii de la guvernare și ruperii Uniunii Social Liberale³. Deși PNL a fost cel care a asumat deschis această opțiune, ea era în realitate confirmarea unei stări de fapt și recunoașterea rupturii între principalii doi parteneri de guvernare. PNL avea să deconteze politic această decizie la alegerile europarlamentare din luna mai. Dacă ar fi să facem un exercițiu de istorie contrafactuală, am putea spune că decontul a venit exact la momentul potrivit și că absența deciziei de rupere a USL sau amânarea ei ar fi condus la un deznodământ

2 Reprezentanții PDL și PNL au aprobat pe 26 iulie, în unanimitate, într-un congres comun, protocolul de fuziune prin contopire și statutul noului partid, iar pe 5 august au depus documentele la Tribunalul București. <http://www.hotnews.ro/stiri-politic-18249777-tribunalul-bucuresti-admis-fuziunea-prin-contopire-dintre-pnl-pdl.htm>.

3 <http://www.gandul.info/politica/usl-s-a-rupt-pnl-a-votat-iesirea-de-la-guvernare-antonescu-mi-s-a-parut-onest-sa-nu-prelungim-un-festival-de-ipocrizie-si-sa-avem-curajul-sa-constatam-c-a-usl-nu-exista-ultima-ora-12147310>.

diferit în noiembrie 2014. Al doilea moment decisiv a fost reprezentat de alegerile europarlamentare din 25 mai și de rezultatul lor. Intenția anunțată a președintelui PNL, Crin Antonescu, de a se retrage de la conducerea partidului în cazul unui rezultat sub 20% a ridicat miza acestor alegeri și a schimbat relevanța lor pentru dinamica politică internă. Perioada imediat postelectorală a adus câteva decizii politice majore, cu impact asupra parcursului ulterior: retragerea lui Crin Antonescu de la conducerea PNL⁴, trecerea PNL la PPE și începerea discuțiilor cu PDL pentru unificarea dreptei și desemnarea unui candidat comun la alegerile prezidențiale. Al treilea moment decisiv s-a consumat în iunie 2014, atunci când Crin Antonescu a anunțat că renunță la candidatura la președinția României.⁵

La data de 11 august 2014, Klaus Iohannis a fost desemnat oficial candidat la Președinția României din partea PNL și PDL, constituite în Alianța Creștin – Liberală.⁶

Strategia de campanie

Campania prezidențială din 2014 a prilejuit înfruntarea între două strategii fundamentale diferite. Cea a lui Victor Ponta, candidatul PSD, a apelat la metodele „clasice” – o puternică propagandă mediatică, bazată pe principiul că un mesaj repetat suficient de mult devine adevărat, publicitate masivă, campanie negativă, stârnirea deliberată de emoții (pozitive la adresa propriului candidat, negative la adresa oponentului). Victor Ponta beneficia de un avantaj mediatic, de partea sa poziționându-se net unele posturi de televiziune.

În ceea ce privește campania lui Klaus Iohannis, putem afirma că obținerea unui rezultat dincolo de ceea ce era predictibil nu ar fi fost posibilă în absența unei gândiri strategice și cu atât mai puțin a unei viziuni.

Noutatea a venit din abordarea diferită, atipică atât pentru peisajul politic românesc, cât și pentru „rețetele de marketing politic” și din pariul pe alte metode și practici de campanie decât cele uzuale în spațiul politic românesc. Literatura de specialitate distinge mai multe tipuri de partide/ candidați în funcție de raportarea la piața politică.⁷ „Orientarea către piață” (*market oriented*) reprezintă tendința cea mai nouă în materie de marketing politic și se referă la faptul că un „produs politic” este conceput pornind de la așteptările votanților, identificate în urma cercetărilor de piață și răspunde nevoilor și preocupărilor acestora. În asemenea situații, prima etapă a oricărei strategii este tocmai cercetarea pieței, de la care se construiește un produs politic, fie că este vorba despre un partid sau un candidat anume. Din acest punct de vedere, se poate spune că nu am avut de-a face cu o strategie de tip „*market-oriented*” în această accepție, deși s-a apelat la instrumentele care țin de orientarea către piață (cum ar fi segmentarea electoratului, cercetările sociologice, mesaje pentru grupuri țintă etc).

Strategia lui Klaus Iohannis a pornit nu doar de la un obiectiv pe care l-a atins în termeni numerici, ci mai ales de la câteva chestiuni de principiu. Deciziile strategice nu au fost determinate de reacția la o stare de fapt, ci de acestea din urmă. Cercetările sociologice au fost folosite pentru a avea o evaluare realistă, pentru a înțelege percepția publică, pentru a vedea ce lipsește, pentru a ști unde se află candidatul în raport cu obiectivul final, nu pentru a determina decizii majore,

4 <http://www.hotnews.ro/stiri-politic-17359847-liderii-pnl-discuta-despre-demisia-bloc-conducerei-partidului-surse.htm>.

5 <http://www.mediafax.ro/politic/crin-antonescu-renunta-la-candidatura-la-prezidentiale-12668090>.

6 <http://www.evz.ro/pdl-si-pnl-desemneaza-azi-candidatul-acl-la-prezidentiale.html>.

7 Vezi Jennifer Lees – Marshment, *Political Marketing. Principles and applications* (Routledge: London and New York, 2009), 43-47.

poziții politice sau construcția de imagine. De pildă, primele cercetări de tip calitativ arătau faptul că însăși o parte a publicului favorabil aștepta de la Klaus Iohannis să vorbească mai mult și să apară la televizor mai des, să fie mai ofensiv și să răspundă la atacuri.⁸ Campania însă a încercat să îl arate publicului pe candidat așa cum este el, în mod autentic. Într-o logică pură de tip *market-oriented*, tentația ar fi fost aceea de a schimba sau modela profilul candidatului după prejudecăți sau așteptări ale publicului, rezultate din experiențe anterioare. În schimb, campania lui Klaus Iohannis, și prin mesaj și prin metodele folosite, a funcționat după un mecanism invers: a încercat să modeleze ea percepțiile publicului cu privire la politic și la ceea ce este posibil în spațiul public românesc.

A fost o campanie făcută altfel, cu un candidat altfel. Poate de aici și elementul de surpriză, din infirmarea teoriilor și practicilor despre care, prin prisma trecutului, se credea că fac o campanie de succes. Ea a inclus opțiunea pentru autenticitate, care însemna și absența spectacolului retoric, pentru o campanie curată și neagresivă, refuzul mesajelor negative și chiar răspunsurilor la atacurile adversarilor, absența compromisului de orice fel – de la cel de limbaj, la cel politic, de negociere a susținerii –, încrederea în capacitatea alegătorilor de a evalua toate aceste lucruri și în potențialul de mobilizare al tinerilor, precum și folosirea comunicării online. Au fost chestiuni asumate, deși puțină lume le dădea sorți de izbândă. Întrebat într-o conferință de presă de la finalul campaniei de ce nu a dorit să folosească atacuri la familia competitorului politic, în același fel în care a fost el însuși atacat, Klaus Iohannis a răspuns: „Decât să *fiu mârlan, mai bine pierd*”.⁹ Răspunsul sintetizează pe cât de simplu, pe atât de elocvent, o convingere interioară, transformată în principiu de campanie, păstrat cu consecvență indiferent de circumstanțe.

La finele lui august 2014 se conturau deja direcțiile strategice de campanie ale principalilor competitori, respectiv Klaus Iohannis și Victor Ponta. Acesta din urmă pornea drept favorit, nu doar prin prisma sondajelor de opinie, ci și a altor factori. Principalele avantaje de care se bucura Victor Ponta țineau de calitatea de prim-ministru, respectiv accesul la o poziție de putere, la un anumit tip de expunere publică și la resurse, de sprijinul celui mai puternic partid din România, incluzând aici reprezentanții acestuia în administrația publică locală, precum și de o masivă susținere mediatică, în special pe televiziuni. Acestora li se adăuga avantajul psihologic vizibil din răspunsul la așa-numita „întrebare de climat” din sondajele de opinie. Indiferent de opțiunea lor particulară, majoritatea românilor considerau că Victor Ponta va câștiga oricum alegerile, ceea ce îi conferea un ascendent semnificativ.¹⁰

Profilarea lui Klaus Iohannis în conștiința publică și ca challenger s-a făcut treptat și nu a fost lipsită de dificultăți. Klaus Iohannis avea de recuperat un ecart important de notorietate, dar și de percepție, aprecierea față de activitatea sa ca primar al Sibiului netranslatându-se în mod nemijlocit în intenție de vot pentru funcția supremă în stat. O parte a electoratului nu auzise de Klaus Iohannis (19% în iulie 2014), iar o altă parte semnificativă nu avea o părere bine conturată. Această necunoaștere se traducea într-o anumită rețineră, inclusiv din partea votanților PNL-PDL. De altfel, în vară, sondajele de opinie arătau că doar cca 60% dintre susținătorii PNL și PDL erau votanți cerți ai lui Klaus Iohannis, restul fiind mai degrabă în expectativă, așteptând noi dovezi care să le fixeze opțiunea de vot.

Contraponderea lipsei de notorietate o reprezenta absența asocierii cu clasa politică. Deși președinte al unui partid politic, Klaus Iohannis avea avantajul semnificativ de a nu fi identificat cu establishment-ul, de a nu fi unul dintre politicienii

8 Observații pe baza unui set de focus grupuri realizat la Cluj la începutul lunii septembrie.

9 <http://www.digi24.ro/Stiri/Digi24/Special/COTROCENI+2014/Klaus+Iohannis+Decat+sa+fiu+marlan+mai+bine+pierd>.

10 Într-un sondaj CCSCC realizat în perioada 31 iulie-5 august 2014, 67, 4% dintre români estimau că Victor Ponta va câștiga alegerile.

tipici și de a nu genera aceleași reacții ca restul clasei politice. În acest context, Klaus Iohannis reușea să adune în jurul său alte segmente de electorat, din zone diverse, – electorat de dreapta non PNL sau non PDL, electorat maghiar, alte grupuri mai radicale, electorat care nu votează la alte alegeri.

Grupuri țintă

Primul grup țintă l-a reprezentat, fără îndoială, pentru fiecare dintre candidați electoratul partidelor, respectiv alianțelor proprii. Încă din vara lui 2014, sondajele arătau că Victor Ponta reușește să maximizeze votul politic și să adune în jurul său un electorat relativ stabil. La întrebarea „credeți că în noiembrie veți vota cu candidatul pe care îl susțineți acum sau s-ar putea să vă schimbați părerea”, 84% dintre votanții lui Victor Ponta declarau că îl vor susține sigur și în noiembrie. De cealaltă parte, electoratul lui Klaus Iohannis era mai eterogen și mai volatil, procentul votanților certți fiind în aceeași perioadă de 61%.¹¹

Ambii candidați aveau însă nevoie de mai mult decât le puteau oferi apartenența la o construcție politică, organizarea și aparatele de partid. Victor Ponta avea nevoie să mobilizeze la maxim votanți, inclusiv prin intermediul administrației locale. În plus, avea nevoie de alegători non-PSD, pe care a căutat să-i atragă din mai multe zone: în primul rând din rândul electoratului fost-USL, cu reacții profunde anti-Băsescu. Din acest motiv, invocarea luptei cu Traian Băsescu și menținerea temelor cu care se identificase în spațiul public USL („dreptate până la capăt”, „schimbare până la capăt”) vizau păstrarea acestui electorat. Aceeași direcție strategică s-a mai concretizat nu doar prin mesajul „USL trăiește”, care fusese utilizat și în campania de la europarlamentare, ci și prin acțiune politică. Între cele două tururi de scrutin, PSD, UNPR și PC au semnat cu așa-numitul Partid Liberal Reformator, respectiv cu Călin Popescu-Tăriceanu, o declarație politică de refacere a USL, într-un demers care a fost numit USL 2.0. Călin Popescu-Tăriceanu obținuse la primul tur al alegerilor prezidențiale peste 5% din voturi, clasându-se al treilea, după Victor Ponta și Klaus Iohannis.

Președintele PSD a încercat, de asemenea, să se adreseze și altor categorii de public, non-PSD, fie recurgând la promisiuni punctuale, pe care le avea la îndemână prin prisma calității de premier, fie apelând la mesaje pe teme sensibile. Miza candidatului social-democrat era să obțină în primul tur un rezultat de peste 40%, la o diferență cât mai mare de contracandidatul său, care să facă imposibilă recuperarea ecartului între cele două tururi. Pentru turul II, Victor Ponta conta pe electoratul ex-USL care în primul tur ar fi optat pentru alți candidați, în speță pentru Călin Popescu-Tăriceanu.

De cealaltă parte, Klaus Iohannis avea nevoie să construiască pe mai multe fronturi simultan. Țintele măsurabile ale campaniei lui Klaus Iohannis au fost obținerea unui rezultat de peste 30% din voturi în primul tur de scrutin¹² (ceea ce putea însemna între 2.800.000 și 3.000.000 voturi în funcție de prezență) și a 51% din voturi în cel de-al doilea tur (5.100.000-5.200.000 de voturi în condițiile unei creșteri de prezență între cele două tururi). La alegerile europarlamentare, PNL și PDL obținuseră împreună peste 1.500.000 voturi¹³, în condițiile unui interes scăzut, ceea ce însemna că pe vot politic candidatul susținut de cele două partide putea aduna spre 2.000.000 de voturi. Calculele interne de la începutul verii

11 Sondaj CCSC 31 iulie – 5 august 2014.

12 În 2009 s-au prezentat la urne în primul tur peste 9.900.000 alegători, iar în turul II aproape 10.500.000.

13 PNL și PDL au obținut împreună la alegerile europene 1.516.384 voturi

indicau faptul că exista un număr de cca 300.000 de alegători non PNL sau PDL pe care Klaus Iohannis îi mobiliza singur, aceștia provenind din diferite medii și având opțiuni politice diverse. Acestora li se adăugau câteva sute de mii de alegători (cca 800.000) care aveau o opinie favorabilă lui Klaus Iohannis, dar nu erau încă votanți cerți ai acestuia. Intrarea în cursa prezidențială a mai multor competitori, mai ales a Monicăi Macovei, avea să complice acest tabloul politic la începutul campaniei.

Așadar, candidatul Alianței Creștin – Liberale avea nevoie în primul rând de o maximizare a voturilor din bazinele PNL și PDL, în al doilea rând de o fidelizare a acestui electorat, precum și a votanților proprii din celelalte grupuri și nu în ultimul rând de câștigarea unei zone de nehotărâți sau non-votanți.

După desemnarea oficială a lui Klaus Iohannis drept candidat al Alianței Creștin-Liberale s-au întâmplat câteva fenomene. În decurs de o lună, gradul de favorabilitate a crescut de la 38%, în iulie, la 42%, în august, notorietatea a crescut la rândul ei cu cca. 3%. Dar cele mai importante evoluții au fost creșterea proporției alegătorilor PNL-PDL, care au devenit alegători cerți ai lui Klaus Iohannis și consolidarea susținerii pentru acesta (ponderea celor care îl susțin puternic și afirmă că sigur îl votează a crescut de la 61% la 77%). La depunerea candidaturii, în 23 septembrie, Klaus Iohannis reușise să strângă peste 2.200.000 de semnături.

Nici în timpul campaniei nu a fost un secret faptul că, strategic, Klaus Iohannis a mizat pe mobilizarea la vot a alegătorilor tineri, între 18-30 de ani, activi în mediul online, din mediul urban. Pariul pe tineri a fost unul câștigat și a infirmat teoria absenteismului și lipsei de interes pentru viața politică în rândul acestora.¹⁴

În afară de tineri însă, la care se putea ajunge mai degrabă prin *social media*, candidatul ACL s-a adresat și celorlalte categorii de public. Aici putem menționa oamenii activi, între 35-45 de ani, din urbanul mic și mediu, cu studii medii sau superioare. Având în vedere dificultățile de acces pe televiziuni, comunicarea directă și prezența candidatului în mijlocul acestora devenea esențială.

Direcțiile de comunicare

Direcțiile de comunicare au fost rezultatul celor două abordări strategice divergente. Una dintre întrebările cheie ale unei campanii este: despre ce sunt aceste alegeri, care este miza lor. Este vorba de fapt de bătălia actorilor politici pentru direcționarea agendei publice și pentru a impune o anumită direcție dezbaterii. Din punctul de vedere al comunicării, în cazul de față a fost o bătălie între mesaje despre trecut sau prezent și mesaje despre viitor. Discursurile de lansare ale celor doi candidați reușesc să redea esența mesajelor principale de campanie.

Candidatul PSD a încercat să convingă electoratul că bătălia prezidențială este despre Traian Băsescu și sfârșitul regimului său. Eroarea strategică a lui Victor Ponta la acest capitol este aceea de a fi aplicat aceeași rețetă în contexte politice diferite – respectiv în 2014 după doi ani de guvernare și eșecul USL, la fel ca în 2012 – și de a fi folosit repetarea și agresivitatea mesajului pentru a atenua schimbările survenite între timp.

Cercetările noastre interne, cantitative și calitative, arătau că pentru o bună parte a electoratului, cu excepția unui grup captiv, „tema Băsescu” nu mai era nici

14 Klaus Iohannis: „Vă spun, în premieră, că tinerii sunt grupul țintă la care mă uit cel mai mult. La ultimele alegeri am constatat că tinerii din pacate au votat foarte puțin. Eu doresc să schimb această stare, vreau să mă adresez cu mesaje speciale tinerilor. Voi face acest lucru prin metode clasice, televizor, prin campanie clasică, acum lucrez la o campanie pe care o voi face online care e destinată în special tinerilor care trebuie să înțeleagă că votul lor e important. E exact categoria de nehotărâți pe care contez”. http://revistapresei.hotnews.ro/stiri-radio_tv-17873726-iohannis-tinerii-grupul-tinta-care-uit-cel-mai-mult-categoria-nehotarati-care-contez.htm.

la fel de actuală, nici la fel de emoțională, fiind surclasată în ierarhia preocupărilor publice de altele care țineau de viața de zi cu zi. Mai mult decât atât, aceleași cercetări îl arătau pe Traian Băsescu într-o revenire de formă¹⁵, pe fondul estompării amintirii referendumului din 2012, dar și al sfârșitului USL.

Nici mesajele propagandistice prin care se încerca lipirea lui Klaus Iohannis de imaginea negativă a lui Traian Băsescu nu aveau impact în rândul votanților, ele nefiind crezute nici măcar de întreg electoratul lui Victor Ponta, ci doar de o parte a nucleului dur al fostului USL.¹⁶

În schimb, Victor Ponta reușise contraperformața, confirmată apoi de rezultatul alegerilor, de a fi dezamăgit categorii întregi de alegători, în special pe cei din generația sa, care îl văzuseră inițial mai apropiat de aspirațiile și preocupările lor. Cercetările calitative efectuate în mai multe orașe din țară în luna septembrie 2014 indicau două percepții comune cu privire la Victor Ponta: dezamăgirea, generată de faptul că „minte” și nu își respectă promisiunile și aceea că este „manevrat din umbră”, fără a fi clar de către cine.¹⁷

Campania lui Victor Ponta a păstrat și mesajul PSD din alegerile europarlamentare „mândri că suntem români”, care apela la un tip de emoție colectivă.

Singura noutate în materie de comunicare a reprezentat-o ideea de unire – sintagma „președintele care unește”, respectiv „marea unire”, care se dorea și o asociere cu faptul că în timpul următorului mandat prezidențial România împlinește 100 de ani de la Marea Unire din 1918. Dar și această temă era de fapt o declinare a celei dintâi, în sensul contrastului cu cei 10 ani de mandat ai lui Traian Băsescu.

*„Aș vrea să nu vă aduc mult aminte de regimul cu care ne-am luptat. Îl știți cu toții, dar vreau să spun că am învățat ceva foarte important de la Traian Băsescu: am învățat ce să nu fac dacă ajung președintele României... Vreau să fiu acel președinte cu care dumneavoastră toți să vă mândriți, dar vă propun ceva și mai important, și mai dificil: vreau să ne schimbăm cu toții, nu doar președintele țării, vreau să fim încrezători, să fim mândri să facem împreună acea schimbare și acea Mare Unire care ne dă speranța în viitor.”*¹⁸

Pe de altă parte, comunicarea lui Klaus Iohannis a venit în acord cu profilul politic al acestuia. Prima dintre temele sale de campanie a fost sintetizată de expresia „se poate”.

*„Aud foarte des că „în România nu se poate, că la noi e altfel”. Eu nu cred în mitul că România este o excepție... Sibiul pe care l-am condus ca primar din anul 2000 este dovada vie că și în România se poate: se poate o administrație corectă și eficientă. Se poate face politică decent, fără scandaluri și înjurături. Se poate construi consens în jurul unor obiective comune... Dacă se poate în Sibiul, se poate în toată România.”*¹⁹

15 Potrivit unui sondaj CCSCC realizat în perioada 21-24 octombrie 2014, 21% dintre alegători declarau că au o opinie favorabilă despre Traian Băsescu.

16 Într-un sondaj CCSCC din perioada octombrie 2014, deci după luni de zile de repetare a acestui mesaj, 23% din alegători erau în acord total cu ideea că „Klaus Iohannis e omul lui Traian Băsescu”.

17 Aceste percepții au apărut la toate grupurile de alegători participanți la focus grupuri, indiferent de vârstă, studii sau locație geografică.

18 Citat din discursul susținut de Victor Ponta cu ocazia mitingului de pe Arena Națională, București, 20 septembrie 2014. <http://www.mediafax.ro/politic/victor-ponta-si-a-lansat-candidatura-la-presedintie-pe-arena-nationala-azi-la-42-de-ani-ma-simt-pregatit-sa-fi-u-presedintele-romanilor-video-galerie-foto-13309970>.

19 Citat din discursul susținut de Klaus Iohannis la desemnarea sa oficială drept candidat al Alianței Creștin Liberale, 11 august 2014. <http://www.mediafax.ro/politic/victor-ponta-si-a-lansat-candidatura-la-presedintie-pe-arena-nationala-azi-la-42-de-ani-ma-simt-pregatit-sa-fi-u-presedintele-romanilor-video-galerie-foto-13309970>

A doua mare temă a lui Klaus Iohannis a vizat schimbarea modului de a face politică, în sensul „mai puțină gălăgie și mai puțin scandal, mai multă seriozitate și aplecare spre problemele oamenilor”, care s-a concretizat mai departe în „România lucrului bine făcut.”

„La urma urmei, despre ce sunt alegerile din noiembrie? Foarte simplu. Vrem încă 5 ani de scandal? Sau vrem un președinte care dă o direcție, care vine cu o viziune și așează oamenii la masa dialogului? Eu cred în democrație și libertate, cred în politica făcută cu seriozitate și respect, pentru oameni, cred în lege și corectitudine, cred în lucrurile bine făcute și cred în România. Acestea sunt valorile mele. Acestea sunt angajamentele mele. Cu ele vin în fața dumneavoastră. Și împreună vom construi România Lucrului Bine Făcut!”²⁰

Comunicarea online și comunicarea directă

Denis W. Johnson vorbește despre „revoluția online” și descrie comparativ două modele diferite de campanie: modelul secolului XX și modelul secolului XXI. Creșterea semnificativă a importanței mediului online, a vitezei de campanie și conectarea mai puternică a campaniei cu activiștii și cetățenii reprezintă elemente majore de diferențiere între cele două modele. „Televiziunile vor continua să fie un canal important pentru publicitatea de campanie. Dar, poate transformarea fundamentală este explozia comunicării în moduri cu totul noi de a ajunge la votanți. Presa liberă, limitată odată la televiziuni, radio și ziare, acum găsește loc nelimitat pe You Tube și alte site-uri video. La posibili alegători se ajunge acum prin publicitate pe internet, RSS feed, podcasturi, site-uri interactive, platforme social media, bloguri, microbloguri, mesaje text și email.”²¹

Una dintre opțiunile strategice ale campaniei lui Klaus Iohannis a fost importanța acordată comunicării online, care devenea astfel instrumentul principal nu doar pentru a compensa precaritatea acoperirii mediatice pe televiziuni, ci pentru a ajunge la un anumit tip de public – tineri, mediul urban și pentru a încuraja participarea. Mediul online permitea detașarea de zgomotul de fond specific campaniei și spațiului politic românesc.

„Datorită comunicării online, votanții pot avea mai mult experiența participării într-o campanie. Pot fi mobilizați, se pot mobiliza singuri, pot întâlni activiști care gândesc la fel, pot contribui mai ușor cu timp, bani și energie la o campanie. Dintre toate aspectele modelului de campanie al secolului XXI, acesta este cel mai promițător pentru a conduce la o mai mare participare.”²²

Un rol foarte important l-a jucat și comunicarea directă, în afară de eforturile făcute de militanți și activiști în teritoriu. Spre deosebire de Victor Ponta, care a preferat televiziunile și acțiunile făcute din postura de prim-ministru, Klaus Iohannis a participat la mitinguri și întâlniri electorale, a vorbit cu oamenii direct, s-a aflat în mijlocul lor. Campania însăși a fost precedată de un tur făcut de Klaus Iohannis în toată țara. Acesta a avut ca rol pe de-o parte creșterea notorietății, în condițiile menționate mai sus, iar pe de altă parte mobilizarea și fidelizarea activiștilor și

20 Citat din discursul susținut de Klaus Iohannis cu ocazia mitingului de lansare a campaniei din 27 septembrie, Piața Victoriei, București. http://adevarul.ro/news/politica/alegeri-prezidentiale-2014-klaus-iohannis-isi-lanseaza-candidatura-presedintie-intr-un-miting-acl-fata-guvernului-1_542666700d133766a87717d4/index.html

21 Dennis W. Johnson, *Campaigning in the Twenty-first century. A Whole New Ballgame?*, (Routledge: New York and London, 2011), 9.

22 Dennis W. Johnson, *Campaigning*, 10.

electoratului propriu. Campania propriu-zisă a cuprins mai multe mitinguri regionale (Craiova, Constanța, Iași, Timișoara, Cluj), dar și zeci de mitinguri în toată țara, în urbanul mediu și mic mai ales.

Între 2 – 16 noiembrie

Perioada dintre cele două tururi de scrutin poate face ea însăși obiectul unui studiu aparte. Pentru Klaus Iohannis cheia câștigării alegerilor o reprezenta creșterea participării. Având în vedere modul în care se redistribuiau voturile acordate candidaților ieșiți din cursă, președintele PNL avea nevoie să mobilizeze în favoarea sa cel puțin 200.000-300.000 de alegători, care nu se prezentaseră în turul I. De asemenea, orice creștere de participare se reflecta favorabil în dreptul lui Klaus Iohannis, bazinul de voturi posibile pentru Victor Ponta fiind limitat. Cu alte cuvinte, cu cât mai mulți alegători în plus la turul II față de turul I, cu atât mai multe șanse de victorie pentru Klaus Iohannis.

Un candidat și o campanie trebuie să stârnească emoție – este una dintre convingerile larg răspândite în spațiul politic, vehiculată nu doar printre specialiști, ci și la nivelul publicului. Oricine a fost vreodată conectat la o campanie electorală sau a urmărit-o, fie și ca simplu alegător, va fi de acord că alegerile nu se pot câștiga fără emoție. De cele mai multe ori, frica este cel mai răspândit tip de emoție pe care actorii politici și strategii lor încearcă să o alimenteze și transforme în mobilizare la urne, respectiv în vot negativ. Ce nu spune această axiomă este cine, ce și cum poate stârni emoție. Ea nu ne spune nici care sunt limitele dincolo de care efectul este contrar celui așteptat, nici că un actor politic trebuie să fie credibil pentru ca mesajele sale să aibă impact și nici că, în fapt, contextul este decisiv. Întreaga campanie electorală, Victor Ponta a mizat pe emoții. Pe de o parte a apelat la una pozitivă, cu tentă naționalistă, respectiv „mândria de a fi român”, pe de altă parte a avut un întreg mecanism de propagandă menit a genera „emoție negativă” împotriva candidatului său.²³ Încercarea de a provoca emoție la „comandă” n-a avut succes, iar utilizarea acestui arsenal s-a întors în bună parte chiar împotriva lui Victor Ponta.

Emoția reală a acestei campanii s-a născut în ziua primului tur de scrutin, odată cu imaginile cu zeci și sute de români din diaspora stând la cozi ore în șir pentru a vota și cu ușile închise ale ambasadelor în fața cetățenilor care nu apucaseră să-și exercite dreptul de vot. Această emoție, propagată prin mediul online, a crescut și a ajuns la intensitate maximă în ziua votului.

Chiar înainte de turul I și între cele două tururi au existat câteva semnale ale echilibrării bătăliei politice și inversării de trend pentru cei doi candidați. În ce privește climatul, la sfârșitul lui octombrie, deja scăzuse sub 50% procentul celor care considerau că indiferent de opțiunea lor, Victor Ponta va câștiga alegerile.²⁴ De asemenea, în sondajele interne, înainte de turul I și între cele două tururi, exista aproape o egalitate statistică între cei doi candidați, ceea ce indica faptul că meciul se va juca până în ultima clipă. Înaintea dezbaterilor televizate, 42% dintre intervievați considerau că cel care va ieși câștigător din aceste confruntări va fi Klaus Iohannis, iar 36% Victor Ponta, restul neavând o evaluare.²⁵

23 O multitudine de teme de atac au fost vehiculate împotriva lui Klaus Iohannis, politice și mai ales personale, de către Victor Ponta și de către purtătorii săi de cuvânt. Printre tacticile folosite în campania PSD împotriva candidatului ACL s-a numărat, spre exemplu, exploatarea temerii pensionarilor de a nu le fi tăiate pensiile. Astfel, odată cu fluturașul de pensie venit prin poștă, pensionarilor li s-a înmănat un pliant cu mesajul „Klaus Iohannis vă taie pensiile”.

24 Potrivit unui sondaj CCSCC realizat în perioada 21-24 octombrie 2014, la întrebarea „Indiferent de cum veți vota dumneavoastră, cine credeți că va câștiga alegerile prezidențiale din noiembrie 2014, 45% spuneau Victor Ponta, 40% Klaus Iohannis, restul neavând o opinie.

25 Sondaj CCSCC realizat în perioada 7-10 noiembrie 2014.

Timpul era prea scurt pentru ca emoția generată de modul în care s-au desfășurat alegerile în diaspora la primul tur să se reflecte în intenția de vot. Dar existau indicii ale interesului față de subiect, ale creșterii valului de emoție și ale mobilizării. Într-un sondaj realizat între cele două tururi, 91% dintre respondenți știau că românii din străinătate au stat la cozi și au fost împiedicați să voteze, iar 59% împărtășeau ideea că „Ponta și guvernul PSD au încercat să blocheze votul românilor din afara țării.” 84% dintre cei chestionați declarau că îi interesează cine va fi următorul președinte. Iar la întrebarea „pentru dumneavoastră cât de importante sunt alegerile pentru funcția de președinte al României din noiembrie 2014” 29% spuneau că sunt extrem de importante, 25% foarte importante și 30% destul de importante.²⁶

Concluzii

Dincolo de cifre sunt însă întotdeauna oameni. Și în afară de datele măsurabile au existat și alte manifestări care anunțau o schimbare de trend și de atitudine în raport cu participarea, fără să îi poată anticipa însă și dimensiunile. Activismul pe zona online a crescut masiv și a atras inclusiv oameni anterior neinteresați de fenomenul politic. Tot prin intermediul internetului s-au organizat mitinguri și manifestări de stradă în aproape toate orașele țării, chiar în fiefuri ale PSD, fapt care indica deja o altă stare de spirit.²⁷ Toate acestea au fost expresia unei reacții de solidaritate cu românii din diaspora.

Amplarea acestui fenomen a fost o surpriză și sunt multe aspecte de care trebuie ținut cont și care împreună au făcut diferența. Nu trebuie neglijat însă faptul că această emoție s-a concretizat într-un vot pentru că alegătorii au găsit o alternativă reală spre care să-și îndrepte speranțele și încrederea, respectiv Klaus Iohannis.

Deznodământul este cunoscut. La primul tur de scrutin Klaus Iohannis a obținut 2.881.406. voturi (30,37%), iar la turul al doilea 6.288.769 (54,43%).

BIBLIOGRAFIE

Cărți:

JOHNSON W. Dennis, *Campaigning in the Twenty-first century. A Whole New Ballgame?*, Routledge, New York and London, 2011.

MARSHMENT- Lees, Jennifer, *Political Marketing. Principles and applications*, Routledge, London and New York, 2009.

Resurse online :

<http://www.hotnews.ro/stiri-politic-18249777-tribunalul-bucuresti-admis-fuziunea-prin-contopire-dintre-pnl-pdl.htm>.

<http://www.gandul.info/politica/usl-s-a-rupt-pnl-a-votat-iesirea-de-la-guvernare-antonescu-mi-s-a-parut-onest-sa-nu-prelungim-un-festival-de-ipocrizie-si-sa-avem-curajul-sa-constatam-ca-usl-nu-exista-ultima-ora-12147310>.

<http://www.hotnews.ro/stiri-politic-17359847-liderii-pnl-discuta-despre-demisia-bloc-conducerei-partidului-surse.htm>.

²⁶ Sondaj CCSC realizat în perioada 7-10 noiembrie 2014.

²⁷ http://adevarul.ro/news/politica/alegeri-prezidentiale-2014-klaus-iohannis-isi-lanseaza-candidatura-presedintie-intr-un-miting-acl-fata-guvernului-1_542666700d133766a87717d4/index.html

<http://www.mediafax.ro/politic/crin-antonescu-renunta-la-candidatura-la-prezidentiale-12668090>.

<http://www.evz.ro/pdl-si-pnl-desemneaza-azi-candidatul-acl-la-prezidentiale.html>

<http://www.digi24.ro/Stiri/Digi24/Special/COTROCENI+2014/Klaus+Iohannis+Decat+sa+fiu+marlan+mai+bine+pierd>.

http://revistapresei.hotnews.ro/stiri-radio_tv-17873726-iohannis-tinerii-grupul-tinta-care-uit-cel-mai-mult-categoria-nehotarati-care-contez.htm

<http://www.mediafax.ro/politic/victor-ponta-si-a-lansat-candidatura-la-presedintie-pe-arena-nationala-azi-la-42-de-ani-ma-simt-pregatit-sa-fiu-presedintele-romanilor-video-galerie-foto-13309970>.

<http://www.mediafax.ro/politic/victor-ponta-si-a-lansat-candidatura-la-presedintie-pe-arena-nationala-azi-la-42-de-ani-ma-simt-pregatit-sa-fiu-presedintele-romanilor-video-galerie-foto-13309970>

http://adevarul.ro/news/politica/alegeri-prezidentiale-2014-klaus-iohannis-isi-lanseaza-candidatura-presedintie-intr-un-miting-acl-fata-guvernului-1_542666700d133766a87717d4/index.html

http://adevarul.ro/news/politica/alegeri-prezidentiale-2014-klaus-iohannis-isi-lanseaza-candidatura-presedintie-intr-un-miting-acl-fata-guvernului-1_542666700d133766a87717d4/index.html

Limitele electorale ale PSD în alegerile prezidențiale. Cazul 2014

■ DANIEL BUTI

[„Dimitrie Cantemir“ Christian University]

Abstract

The article represents an analysis of the 2014 presidential elections, trying to highlight the primary cause for the outcome of electoral competition, in which the certain favorite (the candidate of the SDP-NUPR-CP electoral alliance) failed to win. Beyond the sociological explanations of the final results, one of the reasons for which Victor Ponta repeated the experience of former presidents of the SDP (M. Geoană and A. Năstase) concerns the ability of the party's structure to attract votes. Given the current organizational structure, as well as the current relations and internal operating mechanisms, the SDP has reached, on November 16, 2014, its maximum electoral potential.

Keywords

presidential elections; electoral mobilization; party organizational structure; electoral pool; political representation

Deși România are un sistem politic parlamentar cu tentă prezidențială¹, motiv pentru care miza electorală majoră ar trebui să fie reprezentată de alegerea deputaților și senatorilor, în realitate, alegerea președintelui republicii generează cea mai mare efuziune electorală. Modul de scrutin folosit și cultura politică specifică contribuie la personalizarea excesivă a momentului electoral și la transformarea unei funcții de reprezentare, cu atribuții instituționale limitate și cu o relevanță politică relativă, într-o adevărată piatră de hotărâre pentru destinul societății². O demonstrează gradul diferit de mobilizare a electoratului în cazul celor două tipuri de alegeri, parlamentare, respectiv prezidențiale, aspect pus în evidență după revizuirea Constituției, în 2003, prin separarea celor două procese electorale, în urma creșterii mandatului președintelui de la patru la cinci ani. Astfel, în 2008, la alegerea deputaților și senatorilor au participat 39,20% din totalul cetățenilor cu drept de vot, în

1 Pentru detalii vezi Alexandru Radu, Daniel Buti, *Sistemul politic românesc* (București, Ed. Pro Universitaria, 2010), 165-169

2 O analiză comparată a „puterii prezidențiale” realizează Dan Pavel în „Prezidențialismul românesc și alegerile. De la Iliescu la Băsescu”, *Sfera politicii* 143 (2010): 3-12.

timp ce, un an mai târziu, candidații la președinție au scos la vot, în primul tur, 54,37% dintre alegători, iar în turul al doilea 58,02%. La fel au stat lucrurile și la următorul ciclu electoral: în 2012, la alegerile parlamentare, participarea a fost de 41,76%, în vreme ce, peste doi ani, la prezidențiale, s-au prezentat la vot, în primul tur de scrutin, 53,17% dintre alegători, iar în cel de-al doilea tur, 64,10%.

Despre ultimele alegeri prezidențiale, cele din noiembrie 2014, există deja în spațiul public, câteva certitudini, dincolo de rezultat. Una dintre acestea postulează că Victor Ponta a pierdut competiția pe fondul valului emoțional creat de gestionarea defectuoasă a votului din Diaspora, fapt ce a generat o participare electorală masivă (este vorba despre mobilizarea unui electorat indecis sau cu o opțiune electorală insuficient de conturată pentru a genera participare, care s-a hotărât să voteze în ultimul moment)³. Într-adevăr, candidatul alianței electorale PSD – UNPR – PC era favorit la câștigarea alegerilor. Motivele pentru care competiția electorală a avut un alt deznodământ pot fi identificate pe toate palierele unei campanii electorale. Ele nu se rezumă la simpla și facilă explicație a valului de participare „anti” sau „pro”, chiar dacă un astfel de fenomen a existat.

Contextul electoral

Alegerile prezidențiale din 2014 au pus punct celor două mandate succesive ale lui Traian Băsescu. Ele veneau după o adevărată „domnie a președintelui-jucător”, adică după 10 ani de intervenție extinsă a șefului statului în viața politică, în virtutea unei interpretări personale, de multe ori la limita Constituției, dată de Traian Băsescu rolului Președintelui României. Consecința directă a modului în care fostul președinte a înțeles să-și exercite funcția a fost aceea a unei amplificări, fără precedent, a conflictului politic. În mandatele lui Traian Băsescu, România a trecut printr-o perioadă politică agitată, cu multe dispute și controverse, care au antagonizat scena politică. Dovadă stau cele două suspendări ale președintelui, din 2007 și 2012.

Pe acest fond, alegerile prezidențiale din 2014 au fost văzute ca un moment de resetare a jocului politic și de depășire a conflictelor. De altfel, atât Victor Ponta, cât și Klaus Iohannis, în calitate de protagoniști ai competiției electorale, au dezavuat modelul „președintelui-jucător” și și-au asumat teza consensului și a dialogului.

Prima șansă în a-și duce la îndeplinire angajamentele electorale i-a aparținut președintelui PSD, Victor Ponta. Poziția politico-instituțională deținută, capitalul electoral relevat de sondajele de opinie, precum și rezultatul înregistrat de formațiunea sa în primăvara anului 2014, în contextul alegerilor europarlamentare, îl plasau pe candidatul alianței electorale PSD-UNPR-PC în postura de favorit. Astfel, în calitate de prim-ministru, Victor Ponta deținea controlul unor pârghii importante de putere și, în plus, avea de partea sa un număr consistent de agenți electorali la nivel local, cu un rol esențial în mobilizarea alegătorilor. Este vorba despre primari și președinți de Consilii județene. În urma alegerilor locale din 2012, PSD domina categoric la acest capitol⁴, iar ca urmare a Ordonanței nr. 55/2014 care

3 Vezi, spre exemplu, explicațiile sociologului Vasile Dâncu: „Votul a fost strâns în țară, dar numai după ora 19.00 s-a produs trecerea candidatului Iohannis în față pe voturile din România. (...) Vreo 50 și ceva la sută din electoratul lui Iohannis s-a hotărât între tururi și în ziua votului. Asta înseamnă o revoltă la urne, un sentiment de frustrare al românilor pentru că nu puteau să-și exercite un drept. Între turul I și II, Iohannis a adunat peste 3 milioane de voturi.” Sursa: <http://www.digi24.ro/Stiri/Digi24/Special/COTROCENI+2014/REZULTATE+ALEGERI+PREZIDENTIALE+Vasile+Dancu+explicatii+vot>

4 Vezi Daniel Buti, „Alegeri locale 2012. Dominație și dezechilibru”, *Sfera politicii*, 171 (2012): 34-42

a permis timp de 45 de zile aleșilor locali să își schimbe formațiunea politică fără să-și piardă mandatul, social-democrații au câștigat 404 primari (și au pierdut 3)⁵.

Și sondajele de opinie îi ofereau lui Victor Ponta prima șansă la câștigarea alegerilor. Conform unei cercetări INSCOP, realizată în perioada 2-8 octombrie, candidatul PSD era creditat cu 40,6% din voturi, în primul tur, în vreme ce Klaus Iohannis, candidatul Alianței Creștin-Liberale PNL-PDL, avea o intenție de vot de 30,1%, cu 10 procente mai puțin⁶.

În plus, PSD venea după un succes electoral categoric, la alegerile pentru Parlamentul European. Pe fondul unei prezențe scăzute la vot (32,16%), ce a pus în evidență forța organizațională și mecanismele de mobilizare electorală specifice fiecărei formațiuni, alianța PSD-UNPR-PC a obținut 37,60% din voturi, revenindu-i 16 mandate (50%). Pe locul secund, la distanță de câștigător, s-a plasat PNL, cu 15% din voturi și 6 mandate, urmat de PDL, cu 5 europarlamentari, ca urmare a scorului de 12,23%.

Așadar, Victor Ponta deținea suficiente atuuri care îl plasau, la startul cursei electorale, în postura de favorit. De partea cealaltă, principalul său contracandidat venea dintr-o poziție executivă la nivelul administrației publice locale (primar al municipiului Sibiu), acolo unde a reușit să-și construiască un capital imagologic pozitiv și se baza pe o structură politică ce încerca să reitereze o colaborare mai veche⁷, pentru a surmonta distanța care o separa de PSD. În pofida experiențelor avute la vârful politicii românești – în 2009 a fost susținut de PSD, PC, UDMR, PNL pentru postul de premier, dar nu a fost propus de către președintele Băsescu; în 2003 s-a înscris în PNL; în 2014 a fost în mijlocul conflictului care a marcat ruperea USL, devenind ulterior președintele PNL și artizan al proiectului de colaborare cu PDL – Klaus Iohannis avea o expunere publică națională limitată, fapt ce a reprezentat deopotrivă un avantaj și un dezavantaj: pe de o parte, candidatul ACL se afla în situația celui care trebuie să convingă, să recupereze teren, să iasă în față, iar pe de altă parte, părea un politician „proaspăt”, din afara *mainstream*-ului, destul de puțin asociat cu partidele în numele cărora candida. În plus, într-o logică competițională de tip stânga – dreapta, Iohannis era nevoit să împartă voturile „electoratului de dreapta” cu alți candidați⁸, ceea ce, pentru primul tur de scrutin, a constituit un handicap.

O dreaptă politică fragmentată, cu mai mulți candidați în cursa electorală a fost un ingredient suplimentar ce a contribuit la victoria clară, din 2 noiembrie 2014, a lui Victor Ponta. Astfel, cei 9.723.232 de alegători prezenți la urne (53, 17%) l-au creditat pe candidatul Alianței PSD-UNPR-PC cu 40,44% din voturi, în vreme ce Klaus Iohannis s-a situat pe locul secund, cu 30, 37% din voturi. În spatele său, la distanță mare, s-au clasat, în ordine, Călin Popescu Tăriceanu (5, 35%), Elena Udrea (5,20%), Monica Macovei (4,44%) și Dan Diaconescu (4,03%).

Ierarhia electorală la vârf nu a surprins pe nimeni. Ea este expresia votului politic, a bazinelor electorale specifice partidelor politice și vine pe fondul celei mai slabe participări în turul întâi al alegerilor prezidențiale din 1992 până în prezent, așa cum se poate observa în Tabelul 2.

5 UNPR a câștigat 14 primari (și a pierdut 3), iar la PC a migrat un primar (și a pierdut 10). Pentru detalii, vezi calculul realizat de Expert Forum: <http://expertforum.ro/la-inceput-de-an-se-numa-ra-traseistii/>

6 Sondajul a fost realizat la comanda ziarului Adevărul, pe un eșantion de 1095 de persoane și are o marjă de eroare de $\pm 3\%$, la un grad de încredere de 95%.

7 În perioada 2003-2007, PNL și PD (precursorul PDL) au colaborat sub sigla Alianței „Dreptate și Adevăr PNL-PD” și au participat ca atare la alegerile parlamentare și prezidențiale din 2004.

8 Este vorba, în special, despre candidata PMP, Elena Udrea, și despre doi candidați independenți, Monica Macovei și Călin Popescu Tăriceanu.

Tabel 2

Alegeri prezidențiale	Participare primul tur		Participare a I doilea tur	
1992	12.496.430	76,29%	12.153.810	73,23%
1996	13.088.388	76,01%	13.078.883	75,90%
2000	11.559.458	65,31%	10.184.715	57,50%
2004	10.794.653	58,51%	10.112.262	55,21%
2009	9.946.748	54,37%	10.620.116	58,02%
2014	9.723.232	53,17%	11.719.344	64,10%
Media	-	63,94%	-	63,99%

Practic, Victor Ponta reușea să valorifice potențialul electoral al structurii sale de partid. Dacă la alegerile din 2009, Mircea Geoană, candidatul Alianței politice PSD + PC a obținut, în primul tur, 3.027.838 de voturi (31,5%), iar la scrutinul pentru Parlamentul European, din mai 2014, Alianța electorală PSD-UNPR-PC a mobilizat de partea sa 2.093.234 de alegători (37,60%), pe fondul unei participări de 32,44% (5.911.794), de această dată, structura politico-administrativă a PSD a stâns în dreptul lui Victor Ponta 3.836.093 de voturi.

Scorul electoral obținut, dar mai ales distanța de 10 procente pe care o avea în fața candidatului liberal, îl mențineau pe Victor Ponta în postura de favorit pentru câștigarea celui de al doilea tur de scrutin. Doar în 1992 diferența dintre primii doi candidați, calificați în runda finală a alegerilor, a fost mai mare decât cea înregistrată în toamna anului 2014 (16,11%). Deși competitorii care au părăsit cursa electorală s-au grupat în jurul celor doi protagoniști, asumându-și în mod direct sau doar tacit susținerea pentru unul sau altul⁹, fapt ce a echilibrat raportul de forțe¹⁰, Victor Ponta avea în continuare prima șansă la câștigarea alegerilor. Sondajele de opinie confirmau acest lucru. Conform unui sondaj CURS/Avangarde, realizat în intervalul 7-9 noiembrie¹¹, candidatul Alianței PSD-UNPR-PC era creditat cu 54% din voturi pentru turul al doilea al alegerilor, în timp ce contracandidatul său era cotate la 46%.

9 În vreme ce Monica Macovei și-a declarat deschis susținerea pentru Klaus Iohannis, Elena Udrea s-a poziționat indirect de partea candidatului ACL, precizând că votul din 16 noiembrie „trebuie să fie anti-Ponta”. De partea celaltă, Călin Popescu Tăriceanu și Teodor Meleșcanu s-au plasat în tabăra susținătorilor lui Victor Ponta. De altfel, Președintele Senatului a fost propus de către Victor Ponta pentru a-i urma în funcția de prim-ministru, în cazul câștigării alegerilor prezidențiale, iar fostul director al SIE urma să devină, pentru scurt timp, ministru în guvernul Ponta. De asemenea, UNPR a semnat un protocol electoral cu PRM privind susținerea candidaturii lui Victor Ponta, iar Dan Diaconescu și-a anunțat și el sprijinul pentru cel „pe care poporul l-a votat în numărul cel mai mare în primul tur”.

10 Conform unei analize CURS/Avangarde citată în spațiul mediatic (vezi, spre exemplu, http://www.dcnnews.ro/klaus-iohannis-victor-ponta-cum-i-au-impair-it-cei-doi-voturile-pierdute-in-turul-1_459970.html), aproape 93% dintre votanții Monicăi Macovei, 87% dintre cei ai Elenei Udrea și 88% dintre votanții UDMR au optat în turul al doilea pentru Klaus Iohannis. În schimb, 69,83% din electoratul lui Călin Popescu Tăriceanu, 53% din cel al lui Dan Diaconescu și 51% dintre votanții lui Vadim Tudor i-au acordat votul lui Victor Ponta în turul al doilea. Pe de altă parte, conform unui sondaj IRES realizat pe 6 noiembrie (interviuri telefonice, eșantion: 1.335 de persoane, marja de eroare: +/- 2,7%), la întrebarea „Veți vota cu candidatul recomandat de candidatul pe care l-ați votat?”, 53% dintre români au răspuns „Nu”, iar 33% au spus că vor ține cont de această recomandare.

11 Eșantion de 2.000 de respondenți cu vârsta de peste 18 ani; marja de eroare: plus/minus 2,2%.

Tabel 1

Candidat	Partid	Primul tur de scrutin		Al doilea tur de scrutin	
		Voturi	%	Voturi	%
Klaus Iohannis	Alianța Creștin Liberală PNL-PDL	2.881.406	30,37	6.288.769	54,43%
Victor Ponta	Alianța electorală PSD-UNPR-PC	3.836.093	40,44	5.264.383	45,56%
Călin Popescu-Tăriceanu	Independent	508.572	5,36		
Elena Udrea	Partidul Mișcarea Populară	493.376	5,20		
Monica Macovei	Independent	421.648	4,44		
Dan Diaconescu	Partidul Poporului – Dan Diaconescu (PP-DD)	382.526	4,03		
Corneliu Vadim Tudor	Partidul România Mare (PRM)	349.416	3,68		
Hunor Kelemen	Uniunea Democrată Maghiară din România (UDMR)	329.727	3,47		
Teodor Meleșcanu	Independent	104.131	1,09		
Zsolt Szilágyi	Partidul Popular Maghiar din Transilvania (PPMT)	53.146	0,56		
Gheorghe Funar	Independent	45.405	0,47		
William Brînză	Partidul Ecologist Român (PER)	43.194	0,45		
Constantin Rotaru	Partidul Alternativa Socialistă (PAS)	28.805	0,36		
Mirel Mircea Amariței	Partidul Prodemo	7.895	0,08		
Alegători înscrși pe listele electorale		18.284.066	100%	18.284.066	100%
Alegători prezenți la urne		9.723.232	53.17%	11.719.344	64.10%
Voturi nule		237.761	2.44%	166.111	1.41%
Voturi valabil exprimate		9.485.371	97.56%	11.453.233	98.59%

Cum s-a inversat ierarhia electorală

Klaus Iohannis avea nevoie de un gest, un eveniment, o temă sau o greșeală majoră din partea candidatului social-democrat pentru a crea un val emoțional de natură să inverseze trendul electoral. Acest lucru avea să se producă începând chiar din ziua primului tur de scrutin, atunci când, la fel ca în 2009, în marile orașe europene, în special în țările cu o diaspora românească consistentă, s-au creat cozi la secțiile de vot. Imaginile cu mulțimea de oameni din jurul ambasadelor și/ sau consulatelor de la Paris, Londra, Munchen sau Roma, precum și protestul celor care nu au reușit să voteze¹² până la ora 21:00 au generat ample reacții în țară. În seara

12 La Paris, spre exemplu, mai mulți cetățeni, nemulțumiți că nu au putut vota, au forțat sediul Ambasadei României, purtătorul de cuvânt al BEC, Marian Muhuleț, anunțând că a fost solicitată intervenția Poliției franceze, în urma „situației mai tensionate” înregistrate după închiderea urnelor.

zilei de 2 noiembrie, mai multe persoane au protestat în fața sediului Ministerului Afacerilor Externe (MAE), solicitând demisia ministrului Titus Corlățean și a premierului Victor Ponta pentru modul de organizare a alegerilor în Diaspora. Protestele au continuat și s-au extins weekend-ul următor, pe 8 și 9 noiembrie, atunci când, în urma mobilizării pe rețelele sociale, a activării societății civile organizate, dar și a politizării și supra-mediatizării subiectului, mii de oameni au ieșit în stradă, s-au solidarizat cu românii din afara țării care nu și-au putut exercita dreptul la vot și au solicitat deschiderea mai multor secții de votare în străinătate pentru al doilea tur de scrutin. Deși manifestațiile care au avut loc în multe orașe din țară au stat sub semnul activismului civic, orientarea, chiar și indirectă, a acestora împotriva lui Victor Ponta l-au determinat pe candidatul social-democrat să afirme că unele dintre ele au fost organizate de ACL și că „totul este o pregătire de confiscare a acestor teme de către domnul Băsescu și de către domnul Iohannis”¹³.

De altfel, în cele două săptămâni scurse până la runda finală a alegerilor, adversarii politici ai premierului și totodată ai candidatului PSD-UNPR-PC, precum și presa care l-a susținut pe Klaus Iohannis au abordat constant tema votului din Diaspora, au menținut-o pe agendă și l-au asociat în permanență pe Victor Ponta cu situația creată, direcționând spre el nemulțumirea publică. Guvernul în general și premierul în special au fost acuzați că au premeditat desfășurarea votului în afara țării, îngreunând și chiar blocând accesul la urne al unor cetățeni prezumați cu opțiuni electorale pentru dreapta politică/ anti-PSD și care, în 2009, pe fondul unui scor strâns, au fost considerați ca fiind cei care au înclinat balanța în favoarea lui Traian Băsescu¹⁴.

Presiunea publică și mediatică a fost atât de puternică încât argumentele MAE nici nu au mai contat. Printr-un comunicat de presă, emis chiar din seara zilei de 2 noiembrie, ministerul a explicat că responsabilitatea în ceea ce privește derularea operațiunilor de votare în interiorul secțiilor aparține Biroului Electoral Central (BEC) și că măsurile antifraudă (vot multiplu)¹⁵ au fost cele care au îngreunat procesul de votare. De asemenea, MAE a precizat că numărul de secții a fost stabilit „pe baza experienței anterioare în organizarea alegerilor prezidențiale în străinătate, luând ca referință scrutinul din anul 2009, când au fost organizate tot 294 de secții de vot”. La rândul său, premierul Ponta a invocat procedura de vot, ca sursă a aglomerării secțiilor din Diaspora și a dat asigurări că, pentru 16 noiembrie, vor fi luate măsurile necesare astfel încât toți cetățenii prezenți la urne să-și poată exercita dreptul de vot.

După o discuție a ministrului Corlățean cu reprezentanții BEC, Ministerul Afacerilor Externe a anunțat o serie de măsuri menite să faciliteze exercitarea votului, dar niciuna dintre acestea nu prevedea înființarea mai multor secții de vot, așa cum se solicita din partea societății civile, dar și a adversarilor politici și electorali ai lui Victor Ponta. Mai mult, Titus Corlățean a anunțat că legislația în vigoare nu permite înființarea de noi secții. Acesta a fost momentul care a permis atât partizanilor lui Klaus Iohannis, cât și susținătorilor săi de conjunctură (ca oponenți ai candidatului PSD-UNPR-PC) să construiască și să impună în spațiul public un discurs negativ, având ca miză mobilizarea electorală anti-Ponta. Concret, Victor Ponta era

13 <http://www.agerpres.ro/politica/2014/11/09/ponta-despre-protestele-legate-de-votul-din-diaspora-se-pregaste-confiscarea-temei-de-basescu-si-iohannis-23-29-32>

14 Traian Băsescu a obținut 115.831 de voturi valabil exprimate în secțiile din străinătate, în timp ce Mircea Geoană a obținut 31.045 voturi, diferența finală dintre învingător și învins fiind de 70.048 de voturi.

15 Este vorba despre completarea de către fiecare alegător a unei declarații pe propria răspundere cu privire la faptul că nu a votat și nu va mai vota la altă secție și despre înscrierea votanților de către membrii biroului secției de votare într-un tabel electoral.

acuzat că, în calitate șef al Guvernului și de organizator al alegerilor, încalcă dreptul la vot al românilor din Diaspora¹⁶.

La toată această dispută imagologică, cu evidente resorturi electorale, a contribuit și BEC cu a sa Hotărâre nr. 4 privind interpretarea prevederilor art. 54 alin. (1) din Legea nr. 370/2004 pentru alegerea Președintelui României¹⁷. Prin respectivul act, BEC nu a precizat în mod explicit dacă, în perspectiva turului secund al alegerilor, se pot sau nu se pot organiza noi secții de vot în afara țării, ci a adus clarificări în legătură cu sintagma „aceleași liste de alegători de la primul tur”, despre care a spus că „se referă la secțiile de votare din țară unde procesul electoral se desfășoară pe baza listelor electorale permanente” (art. 2 alin. 1 lit. c) din Legea nr. 370/2004), spre deosebire de procesul electoral din străinătate care se derulează pe baza tabelelor electorale în care sunt înscrși, în ziua votului, doar cei care se prezintă la urne (art. 9 alin. 1 din Legea nr. 370/2004). Ulterior, la solicitarea MAE de a analiza posibilitatea înființării unor noi secții de vot în străinătate, BEC a evitat să ofere un răspuns tranșant, dar a făcut trimitere la dialogul instituțional dintre cele două instituții¹⁸, mai exact la adresa nr. 1391/C/7.11.2014 prin care Biroul oferă explicații în legătură cu sensul prevederilor Hotărârii nr. 4/2014. În această adresă BEC menționează că, prin hotărârea respectivă „a dat o interpretare dispozițiilor art. 54 alin. (1) din Legea nr. 370/2004, în sensul inexistenței impedimentului legal referitor la organizarea de noi secții de votare în străinătate”¹⁹.

Deși BEC nu a dorit să adopte o poziție tranșantă, care ar fi transformat-o în arbitru al unei dispute cu miză electorală, în realitate acesta a lipsit Guvernul de un instrument cu forță juridică care să permită înființarea de noi secții de vot (conform legii, BEC emite hotărâri și decizii) și a oferit taberei de susținători ai lui Klaus Iohannis argumente pentru discursul împotriva lui Victor Ponta.

Prima victimă a situației create a fost Titus Corlățean care, pe 10 noiembrie 2014 și-a prezentat demisia din funcția de ministru de Externe. În aceeași zi, locul său a fost ocupat de Teodor Meleșcanu. Acesta și-a exprimat deschiderea pentru orice soluție legală care să asigure dreptul de vot pentru românii din afara țării și, asemeni predecesorului său, și-a manifestat intenția de a se întâlni cu reprezentanții BEC. Acest lucru s-a întâmplat chiar a doua zi, pe 11 noiembrie, iar concluzia noului ministru de Externe nu a fost una care să reducă presiunea asupra Guvernului în general și a premierului în special: Legislația actuală nu permite înființarea de noi secții în străinătate. Mesajul lui Teodor Meleșcanu a fost întărit de Victor Ponta, care a declarat, într-o emisiune televizată, că numărul secțiilor de votare din străinătate nu poate fi schimbat între cele două tururi de scrutin, pentru că acest lucru ar putea conduce la anularea alegerilor.

În aceste condiții, opoziția politică a continuat să amplifice sentimentul de nemulțumire publică față de modul de organizare al alegerilor în Diaspora. Românii

16 O parte a presei a oferit publicului informații prezentate ca „dovezi” în acest sens: „Două documente oficiale ale primăriilor din Riano și Verbania, puse la dispoziția HotNews.ro de consilieri locali, arată că oficialii italieni au fost pregătiți să ofere ajutor Guvernului României pentru secții de vot încă dinaintea turului 1 al prezidențialelor, dar MAE nu a răspuns ofertelor.” Articolul integral este disponibil la: <http://www.hotnews.ro/stiri-politic-18504765-documente-dovada-primarii-din-italia-ofert-romaniei-spatii-ajutor-logistic-pentru-deschiderea-noi-sectii-vot-localitati-multi-romani-dar-conducerea-ministerului-externe-refuzat-ofertele.htm>

17 Al doilea tur de scrutin are loc în condițiile prevăzute la art. 81 alin. (3) din Constituția României, republicată, la două săptămâni de la primul tur de scrutin, în aceleași secții de votare și circumscripții electorale, sub conducerea operațiunilor electorale de către aceleași birouri electorale și pe baza acelorași liste de alegători de la primul tur.

18 Este vorba despre comunicatul BEC din data de 11 noiembrie 2014, disponibil la adresa: <http://www.bec2014.ro/wp-content/uploads/2014/11/Comunicat-nr.32.pdf>

19 Adresa BEC nr. 1391/C/7.11.2014 este disponibilă la: <http://www.bec2014.ro/wp-content/uploads/2014/11/Lucrari-Solutionate-07.11.2014.pdf>

erau îndemnați să iasă la vot într-un număr cât mai mare pentru a-l sancționa pe Victor Ponta. Campania negativă la adresa candidatului PSD-UNPR-PC a continuat chiar și în ziua votului, pe rețelele sociale, acolo unde a existat o mare efervescență, mai ales că, pe fondul unei participări consistente la vot, peste cea înregistrată la primul tur de scrutin, s-au format din nou cozi impresionante în multe orașe din Europa.

Mobilizarea electorală a fost excepțională. Practic, din anii '90 România nu a mai cunoscut o astfel de efuziune la vot. S-a înregistrat cea mai mare prezență din ultimele patru alegeri prezidențiale (de la începutul acestui secol) și a treia din 1992 până în prezent²⁰. De asemenea, a fost consemnată și o premieră în istoria electorală a ultimilor 25 de ani: cea mai mare diferență de participare între primul și al doilea tur de scrutin (1.996.112 de alegători).

Pe acest fond emoțional, care a generat activism electoral, Klaus Iohannis a reușit să întoarcă rezultatul și să obțină o victorie clară în fața lui Victor Ponta. Cu patru procente peste majoritatea absolută și cu aproape 9% în fața competitorului său, candidatul ACL devenea primul președinte liberal (ca origine politică partizană), primul șef de stat aparținând unei minorități etnice (și religioase) și al treilea locatar al Palatului Cotroceni din postcomunismul românesc. Favorit înaintea alegerilor, calificat în runda finală cu prima șansă, premierul a fost nevoit să-și recunoască înfrângerea. Era pentru a treia oară consecutiv când un candidat din partea PSD, liderul partidului, pierdea alegerile prezidențiale.

De ce a pierdut Victor Ponta

În spațiul mediatic, înfrângerea candidatului PSD-UNPR-PC a fost pusă, în mod facil și simplificator, pe seama modului defectuos în care a fost gestionată problema votului din Diaspora. Explicația este corectă, dar ea surprinde efectul și nu cauza. Într-adevăr, pe fondul unei amplificări publice a subiectului și a unei campanii extrem de percutante derulată pe rețelele sociale (în special Facebook), mobilizarea electorală negativă (votul „anti”) a cunoscut o creștere substanțială. Astfel, dacă la turul I, în secțiile de vot din afara țării s-au înregistrat 160.065 de voturi valabil exprimate²¹, în finala prezidențială numărul acestora a fost de 377.651, o creștere mai mult decât dublă²². Dar nu votul din Diaspora a fost cel care a contat. Acesta ar fi fost insuficient pentru a înclina balanța în favoarea lui Klaus Iohannis. Decisiv, dintr-o perspectivă strict cantitativă, a fost valul emoțional creat în țară, unde 1.778.258 de cetățeni care nu au ieșit la vot pe 2 noiembrie au decis, de această dată, să o facă. La nivelul tururilor circumscripțiilor electorale, participarea la vot în turul al doilea al alegerilor a fost cu aproape 11% mai mare (1.996.112) decât la primul tur de scrutin, opțiunile de vot îndreptându-se preponderent spre „candidatul dreptei”.

Pe lângă scorurile obținute în prima rundă a alegerilor, cei doi competitori și-au împărțit, în turul secund, 4.835.653 de voturi. Este vorba despre „voturi noi”, de la cele aproape două milioane de alegători care nu au venit la vot pe 2 noiembrie și despre votanții care și-au redefinit opțiunea electorală după ce preferații lor au ieșit din cursă. Astfel, Victor Ponta a atras 1.428.290 (29,5%) dintre acești votanți, în vreme ce Klaus Iohannis a reușit performanța de a mobiliza în favoarea sa 3.407.363 (70,5%) dintre cei care fie nu au votat, fie au preferat un alt candidat în primul tur. Având în vedere caracterul negativ al votului, afirmația sociologului Barbu Mateescu este îndreptățită: „Încercând – și reușind – să mobilizeze

20 Despre participarea electorală și despre caracteristicile scrutinului prezidențial scrie și Alexandru Radu în „Experiența românească a alegerii președintelui republicii”, *Sfera politicii* 143 (2010): 22-29

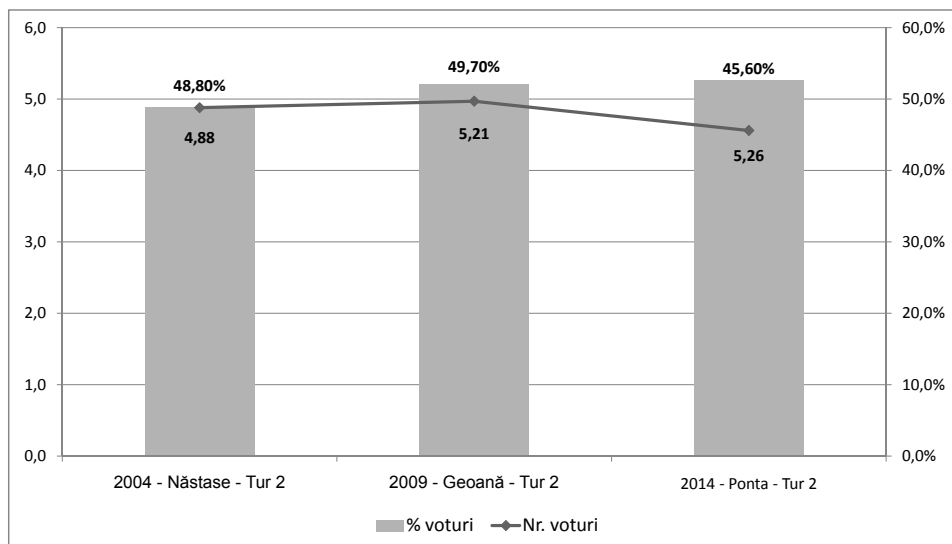
21 Total alegători prezenți la urne: 161.262

22 Total alegători prezenți la urne: 379.116

în favoarea sa un milion și jumătate de oameni, Ponta a trezit și/sau mobilizat 3,5 milioane împotriva sa.”²³

Dincolo de explicațiile sociologice privind rezultatele electorale, una dintre cauzele pentru care Victor Ponta a repetat experiența foștilor președinți ai PSD (Mircea Geoană și Adrian Năstase) vizează capacitatea structurii de partid de a atrage voturi. PSD este recunoscut pentru forța sa organizatorică, pentru disciplina funcțională și pentru eficiența organizațiilor teritoriale în a mobiliza electoratul. Eticheta de „partid al baronilor” își are sursa nu doar în modul de exercitare a puterii în teritoriu, prin intermediul liderilor locali (în general președinți de organizații județene) sau în echilibrul de forțe din interiorul formațiunii, acolo unde, aceiași lideri locali au, de multe ori, o poziție dominantă în raport cu conducerea centrală. Originea ei se află și în mecanismul politico-administrativ pe care un partid mare precum PSD, cu mulți primari, consilieri locali și președinți de consilii județene, îl pune în funcțiune în context electoral, pentru a capta voturi.

Bazându-se pe o astfel de structură organizatorică, care în preajma votului acționează ca o adevărată „mașinărie electorală”, PSD a reușit în ultimii zece ani să obțină constant scoruri situate între 30% și 40% (3 – 4 mil. de voturi), în condițiile unei participări relativ scăzute, cu un maxim în jurul valorii de 50%. Spre exemplu, în primul tur al alegerilor prezidențiale din 2004, Adrian Năstase a beneficiat de 40,9% din voturi (cca. 4,2 mil.), cinci ani mai târziu, Mircea Geoană a contorizat 31,2% (cca. 3 mil.), iar pe 2 noiembrie 2014, Victor Ponta a câștigat primul tur de scrutin cu 40,4% din voturi (cca. 3,8 mil.). Tot în 2014, la alegerile europarlamentare, o confruntare electorală mai puțin personalizată, PSD obținea 37,6% din voturi (cca. 2 mil.), în alianță cu UNPR și PC.



Avantajul unui partid administrativ²⁴ este acela al unei baze electorale relativ stabile din punct de vedere cantitativ. Acest lucru oferă garanția unui câștig a cărui dimensiune este invers proporțională cu gradul de participare la vot. Cu cât

²³ <http://sociologica.blogspot.ro/2014/11/trei-milioane-de-voturi-in-doua.html>

²⁴ Conceptul poate avea un echivalent în „partidul aparat (mecanism)” al lui Perkins, o organizație politică ce folosește structura birocratică a statului pentru a-și crea o bază electorală. Pentru detalii vezi Doug Perkins, *Political Parties and Democracy: A Comparative Analysis of Party Mobilization* (APSA, Boston, 1998)

prezența la urne este mai mică, cu atât rolul structurii de partid și importanța electoratului captiv cresc. Atunci când mobilizarea la vot trece dincolo de bazele electorale, orice calcul poate fi dat peste cap. Iar dacă efervescența la urne are o dimensiune afectivă pronunțată, fiind încărcată negativ (contra unui competitor), „mașinăria electorală” își dezvăluie limitele. Aceasta este cauza structurală, endogenă PSD, care a condus la pierderea alegerilor de către Victor Ponta. Deși organizațiile teritoriale s-au auto-depășit în turul al doilea²⁵, capitalul electoral al candidatului social-democrat crescând cu 1, 4 mil. de voturi (de la 40,4% la 45,6%)²⁶, capacitatea acestora de a mobiliza categorii suplimentare de electorat a fost și este limitată. Pe actuala structură organizatorică, cu actualele relații și mecanisme interne de funcționare, PSD și-a atins, pe 16 noiembrie 2014, potențialul electoral maxim (5,2 mil. de voturi). Aceasta în condițiile în care 6.564.722 de alegători înscriși în listele electorale permanente (36%) nu și-au exercitat dreptul de vot.

Victor Ponta avea nevoie de o campanie electorală liniară, fără tulburențe și elemente spectaculoase, pentru ca „mașinăria electorală” din spatele său să își facă treaba. În schimb, Klaus Iohannis avea nevoie de o scânteie care să genereze emoție, mobilizare și vot negativ. Doar o prezență mare la vot putea scoate în evidență limitele rețelei teritoriale a PSD de a capacita noi electori în favoarea candidatului său. Practic, vulnerabilitatea lui Victor Ponta nu a fost Diaspora și nici reacția negativă din țară, care a generat activism electoral. Toate acestea au reprezentat contextul unui deznodământ la a cărui configurare a contribuit în mod hotărâtor modelul organizațional al PSD.

BIBLIOGRAFIE

BULAI, Alfred, *Mecanismele electorale ale societății românești*, București, Paideia, 1999.

BUTI, Daniel, „Alegeri locale 2012. Dominație și dezechilibru”, *Sfera politicii*, 171(2012): 34-42.

PAVEL, Dan, „Prezidențialismul românesc și alegerile. De la Iliescu la Băsescu”, *Sfera politicii* 143 (2010): 3-12.

PERKINS, Doug, *Political Parties and Democracy: A Comparative Analysis of Party Mobilization*, APSA, Boston, 1998.

RADU, Alexandru, BUTI Daniel, *Sistemul politic românesc*, București, Pro Universitaria, 2010.

RADU, Alexandru, „Experiența românească a alegerii președintelui republicii”, *Sfera politicii* 143 (2010): 22-29.

25 Există două organizații județene ale PSD, care la alegerile prezidențiale au avut rezultate procentuale mai mici decât la cele europarlamentare din același an. Este vorba despre Bistrița-Năsăud (37, 73% – tur II prezidențiale față de 39, 66% – europarlamentare) și Sibiu (20, 51% – tur II prezidențiale față de 31, 19 – europarlamentare). Cu toate acestea, în voturi efective, ambele organizații au performat mai bine la prezidențiale.

26 Nu trebuie uitat că o parte a acestor voturi este expresia înțelegerilor politice realizate între cele două tururi de scrutin.

Actorii politici și nepolitici din campania electorală prezidențială 2014

■ FLORIN GRECU

[„Hyperion“ University of Bucharest]

Abstract

The fall 2014 Romanian presidential elections have shown the involvement in the electoral campaign of all influential factors, parties, the church, intelligence agencies and citizens, thus the result of the vote was unpredictable till the moment it was presented, on the evening of November 16. The study analyses the mechanism of majority voting and also the ways that political parties are financed, the debts they have acquired and offers a few solutions, instead of conclusions, regards to the electoral system reform, the law concerning the political parties funding and the way the president gets elected, for revising the current constitution, republished in 2003.

Keywords

presidential elections; electoral campaign; political parties; Church; secret services; voting; political funding

Introducere

Articolul pune în lumină, având în vedere că scrierile de specialitate pe temă, sunt în curs de elaborare, prin trimiteri la comunicate și articole publicate în presa online, implicarea actorilor politici și nepolitici, în campania electorală prezidențială din România anulului 2014, pornind de la Biserica Ortodoxă, servicii secrete, partide politice românești, familiile politice europene și până la transformarea fostului șef al statului în agent electoral. Pe de altă parte, articolul analizează mecanismul scrutinului de tip majoritar cu două tururi¹, de alegere populară directă a Președintelui de către cetățenii români, prin trimitere la articole legislative și constituționale, arătând că puterea nu a fost predată, ci din contră, s-a conservat. În acest sens, Georges Burdeau explică faptul că „poporul încearcă să-și impună prin violență suveranitatea, dar neavând ce face cu ea delegeă exercițiul și responsabilitatea acesteia unei persoane sau unui grup în temeiul unui efect de imagine, nu al unei alegeri raționale”².

Actuala variantă a Constituției, revizuită în 2003, prin referendum, la Capitolul II, art. 81, prin cele 4 articole,

1 Gianfranco Pasquino, *Curs de știință politică*, traducere de Aurora Martin, (Iași, Institutul European, 2002), 127-133.

2 Georges Burdeau, *Traité de Science Politique*, VI, *Les régimes politiques*, Paris, 1985, pp. 144-145.

descrie modalitatea de alegere³ a Președintelui țării, din care rezultă că prezidențiabilul care a întrunit 50%+1⁴ din voturile alegătorilor înscrși în listele electorale permanente este declarat câștigător. Majoritatea voturile⁵ reprezintă condiția pentru ca un candidat să câștige alegerile prezidențiale. Scrutinul prezidențial, în două tururi, de alegere a șefului de stat⁶, este definit de legea fundamentală astfel:

(1) Președintele României este ales prin vot universal, egal, direct, secret și liber exprimat.

(2) Este declarat ales candidatul care a întrunit, în primul tur de scrutin, *majoritatea de voturi* ale alegătorilor înscrși în listele electorale.

(3) În cazul în care nici unul dintre candidați nu a întrunit această majoritate, se organizează al doilea tur de scrutin, între primii doi candidați stabiliți în ordinea numărului de voturi obținute în primul tur. Este declarat ales candidatul care a obținut cel mai mare număr de voturi.

(4) Nici o persoană nu poate îndeplini funcția de Președinte al României decât pentru cel mult două mandate. Acestea pot fi și succesive.⁷

Modalitatea de alegere directă a președintelui de către cetățenii cu drept de vot, înscrși în listele electorale permanente, conform Constituției actuale, demonstrează că ambii deținători ai puterii executive dispun de legitimitatea urnelor. Atât președintele, conform legii electorale 370/2004, cât și Premierul, candidat parlamentar uninominal, conform legii electorale 35/2008, sunt aleși direct de popor. Primul, prin scrutin majoritar, al doilea, prin scrutin proporțional, într-un colegiu electoral uninominal⁸. Astfel, sistemul semi-prezidențial divide puterea executivă, deoarece Președintele trebuie să o împartă cu Premierul, iar primul ministru trebuie să obțină sprijin parlamentar continuu.⁹ Prin urmare, „nu modul de scrutin determină forma regimului politic după o formula de tip cauză-efect, ci dimpotrivă, regimul este cel care, potrivit propriei sale naturi și în funcție de principalele obiective ale actorilor politici pe care doresc să le atingă, adoptă o modalitate anume de desfășurare a alegerilor”.¹⁰

3 Alexandru Radu, *Politica între proporționalism și majoritarism. Alegeri și sistem electoral în România postcomunistă*, (București: Editura Institutul European, 2012), 235-238.

4 Lege nr. 370/ 2004 pentru alegerea Președintelui României (Variantă actualizată până la data de 27 iunie 2014). Art. (3) precizează că „este declarat ales candidatul care a întrunit, în primul tur de scrutin, majoritatea de voturi ale alegătorilor înscrși în listele electorale permanente”, <http://www.bec2014.ro/wp-content/uploads/2014/09/Lege-370-2004-actualizata-2014.pdf>, accesat 05.02.2014

5 Lege nr. 370/ 2004, art. 2, lit. b) „majoritatea de voturi ale alegătorilor – se determină ca parte întreagă, nerotunjită, a raportului dintre numărul alegătorilor înscrși în listele electorale permanente și cifra 2, la care se adaugă o unitate, și reprezintă numărul minim de voturi valabil exprimate pe care trebuie să le obțină un candidat, în primul tur, pentru a fi ales Președinte al României”, <http://www.bec2014.ro/wp-content/uploads/2014/09/Lege-370-2004-actualizata-2014.pdf>, accesat 05.02.2014

6 Ioan Stanomir, „Reforma regimului politic”, în Sorin, Bocancea, (coordonator), *Constituția României, Opinii esențiale pentru legea electorală*, (Iași: Editura Institutul European, 2013), 201-102.

7 Constituția României, Capitolul II, Președintele României, Alegerea Președintelui, Art. 81., Alin. (1), (2), (3), (4), http://www.cdep.ro/pls/dic/site.page?den=act2_1&par1=3#t3c2s0a81, accesat 05.02.2014

8 Florin Grecu, „Transformarea voturilor cetățenilor în mandate uninominale în Parlament. Studiu de caz: Alegerile parlamentare din decembrie 2012, Circumscripția electorală nr. 42, Municipiul București”, *Sfera politicii* 174(2013): 66-79, <http://www.sferapoliticii.ro/sfera/174/art07-Grecu.php>, 15.02.2015

9 Giovanni Sartori, *Ingineria constituțională comparată*, traducere de Gabriela Tănăsescu, (Iași: Editura Institutul European, 2008), 175-180.

10 Daniel Barbu, *Republica absentă. Politică și societate în România postcomunistă*, (București: Editura Nemira, 1999), 180.

În continuare, analizând mesaje sintetice de campanie a celor doi candidați intrați în turul al doilea de scrutin, precum și rezultatele alegerilor pentru funcția de șef al statului, articol propune, în loc de concluzii, câteva sugestii cu privire la problemele sistemului semi-prezidențial, în contextul în care actuala constituție ar putea fi revizuită și referendată deși, în acest moment, este imposibilă începerea procesului de revizuire constituțională, deoarece nu există o majoritate în Parlament de 70%¹¹. Interogația ridicată în prezentul articol se referă la modalitatea de finanțare a partidelor politice și a campaniei electorale. Ce precizări sunt în lege, ce au făcut partidele în campania electorală prezidențială din 2014 și cum ar putea fi finanțarea: publică sau privată? Sunt câteva întrebări la care voi încerca să răspund, printr-un studiu de caz, făcând câteva propuneri.

Actorii campaniei electorale

Perioada legală de o lună de zile a desfășurării campaniei electorale¹², 3 octombrie – 1 noiembrie 2014, și cele două săptămâni de până în duminică din 16 noiembrie 2014, a arătat că nu doar partidele politice, ci și instituțiile nepolitice, au făcut campanie pentru anumiți candidați. Biserica Ortodoxă, prin fondurile alocate de către Guvern, prin Secretariatul de Stat pentru Culte, a intrat în campanie electorală. Astfel că, pe parcursul anului electoral 2014, Guvernul a majorat sumele alocate cultelor cu 100.450.000 lei, prin OG nr. 9/2014, OUG nr. 59/2014, HG nr. 754/2014, HG nr. 775/2014, HG nr. 889/2014 și HG nr. 922/2014. Modificările au fost făcute astfel: au fost dați în plus 105.850.000 lei pentru construcții și reparații ale lăcașurilor de cult, fiind înregistrată suma de 135.850.000 lei; au fost dați în plus 100.000 lei pentru salarizarea personalului clerical și neclerical din afara granițelor, fiind înregistrată suma de 12.980.000 lei; s-a diminuat cu 5.500.000 lei fondul acordat inițial pentru salarizarea personalului de cult ce-și desfășoară activitatea în țară, fiind înregistrată suma de 264.516.000 lei.¹³ Aproape de închiderea urnelor, întiund rezultatul alegerilor, Patriarhul Bisericii Ortodoxe Române, Preafericitul Daniel, a declarat chiar în ziua votului, 16 noiembrie 2014, comunicatul de presă apărând pe site-ul unei agenții de știri, după amiaza, în cel de-al II-lea tur de scrutin, că:

„în istoria poporului român, ca răspuns la rugăciunile sale pentru a dobândi libertatea și unitatea națională, adesea Dumnezeu a lucrat chiar și prin oameni *străini* de neamul nostru. De pildă, România Mare s-a realizat mai ales și prin conducători ai României ca regele Ferdinand și regina Maria, care nu aveau deloc sânge românesc în venele lor. Când Dumnezeu voiește ca să se ridice și să ajute un popor, lucrează prin cine voiește El, când voiește și cum voiește, ca noi să învățăm că nu numai cei de un neam cu noi sau rude apropiate pot să ne ajute, ci, adesea, chiar și oameni străini de neamul nostru, dar care îl iubesc și vor să îl ajute”, (...) „uneori, aproapele nu este un vecin sau un prieten, ci un străin, un om de la care nu te aștepti

11 Constituția României, Titlul VII, Revizuirea Constituției, Procedura de revizuire, Art. 51., Alin. (1) „Proiectul sau propunerea de revizuire trebuie adoptată de Camera Deputaților și de Senat, cu o majoritate de cel puțin două treimi din numărul membrilor fiecărei Camere”, http://www.cdep.ro/pls/dic/site.page?den=act2_1&par1=3#t3c2s0a81, accesat 18.02.2015

12 Lege nr. 370/ 2004 pentru alegerea Președintelui României, Art. 5 (1) „Ziua alegerilor este duminica. Alegerile au loc în luna anterioară lunii în care ajunge la termen mandatul de președinte. Cu cel puțin 60 de zile înaintea zilei votării, Guvernul stabilește data alegerilor prin hotărâre, <http://www.bec2014.ro/wp-content/uploads/2014/09/Lege-370-2004-actualizata-2014.pdf>, accesat 05.02.2014

13 <http://www.hotnews.ro/stiri-esential-18901107-anul-electoral-umplut-vistieria-bisericii-cul-tele-primit-suplimentari-record-22-milioane-euro-guvern-2014.htm>, 04.02.2015

să primești vreun ajutor. „De ce? Ca să nu ne punem nădejdea prea mult în oamenii cunoscuți, ci mai întâi în ajutorul lui Dumnezeu, Care poate face dintr-un străin un prieten pentru noi, în timp ce un prieten al nostru a devenit pentru noi un indiferent sau chiar un dușman. Fiecare dintre noi poate fi aproapele cuiva dacă devine mâinile iubirii milostive a lui Dumnezeu pentru oamenii aflați în nevoi”¹⁴.

Un alt actor politic implicat în campania electorală pentru alegerea Președintelui României a fost chiar președintele în funcție care a utilizat mesaje și informații, care proveanu din sfera serviciilor secrete, deși Constituția, la articolul 84, alin.1., interzice președintelui în funcție să se transforme în membru de partid:

„În timpul mandatului, Președintele României nu poate fi membru al unui partid și nu poate îndeplini nici o altă funcție publică sau privată”.¹⁵

Prin urmare, acuzațiile fostului șef de stat, cum că ar deține informații despre Premierul în funcție și anume că ar fi ofițer acoperit al unui serviciu secret, au bulversat electoratul. Directorul SIE a intrat în campanie, ca independent, refuzând să predea lista ofițerilor acoperiți solicitați de Președinte. Băsescu l-a acuzat public pe candidatul independent:

„Președintelui nu poți să-i refuzi o informație pe care o deții și tu, director, decizi că nu i-o pui la dispoziție, cu atât mai mult cu cât imi era utilă, pentru că era vorba de Guvern”.¹⁶

Răspunsul fostului director SIE, Teodor Meleșcanu, în legătură acuzația șefului de stat, a fost că:

„Președintele nu a cerut o listă, ci numele celor care sunt ofițeri acoperiți în Guvern. Numele înseamnă mai multe persoane, de aceea m-am referit la o listă. În continuare, președintele trebuie să beneficieze de toate informațiile care sunt necesare pentru desfășurarea unei bune activități. Aceste informații nu sunt un cadou din partea serviciilor”. „Răspunsul meu nu a fost un răspuns de refuz față de președinte, ci un răspuns al SIE care a precizat cu claritate că, potrivit prevederilor legale, asemenea date nu pot fi transmise nimănui în niciun fel”¹⁷.

Răspunzând unor întrebări, cu privire la „acoperitul” din Guvern, în cadrul unui platou de televiziune, fostul președinte a afirmat că:

„Victor Ponta trebuie să recunoască că în perioada 1997-2001 a fost ofițer acoperit al SIE. A fost, în perioada 1997-2001, ceea ce explică și propulsarea lui de la Parchetul de la Judecătoria de sector direct în Parchetul General. Nu este nicio bombă, este o realitate pe care eu sunt gata să o demonstrez”.¹⁸

14 Declarația Patriahului Daniel în ziua alegerilor din turul al doilea de scrutin prezidențial, <http://www.mediafax.ro/politic/pf-daniel-in-istoria-poporului-roman-adeasa-dumnezeu-a-lucrat-chiar-si-prin-oameni-straini-de-neam-13570798>, accesat 05.02.2014

15 Constituția României, art. 84, alin.1, http://www.cdep.ro/pls/dic/site.page?den=act2_1&ar1=3#t3c2s0a81, accesat 08.02.2014

16 Declarația lui Traian Băsescu despre Ponta, <http://www.ziare.com/victor-ponta/ofiter-acoperit/ponta-ofiter-acoperit-melescanu-revine-basescu-nu-a-cerut-o-lista-ci-1328093>, accesat 14.02.2015

17 Declarație Teodor Meleșcanu, <http://www.ziare.com/victor-ponta/ofiter-acoperit/ponta-ofiter-acoperit-melescanu-revine-basescu-nu-a-cerut-o-lista-ci-1328093>, accesat 14.02.2015

18 Interviu lui Traian Băsescu despre Victor Ponta, <http://www.mediafax.ro/politic/basescu-a-dezvaluit-numele-ofiterului-acoperit-care-candideaza-la-presedintie-ponta-a-fost-ofiter-acoperit-sie-intre-1997-si-2001-reactia-premierului-13380748>, accesat 10.02.2015

„Victor Ponta a fost doar un fripturist care s-a băgat și el în SIE, să meargă și el pe afară. El a fost doar un profitor, care a participat la câteva seminarii și și le-a trecut în CV ca fiind niște cursuri. Nu a avut nicio misiune, nu poți trimite în misiuni în afară un om necopt luat din parchet”.¹⁹

În schimbul de replici electorale, Băsescu a prezentat o adresă înaintată către directorul SIE din care a lecturat public :

„Prin prezenta, vă rog să mă informați dacă în Guvernul României există persoane care după 1990 au fost încadrate ca ofițeri acoperiți ai SIE. Dacă există astfel de situații, va rog să precizați perioada în care au fost ofițeri și dacă au fost specializați în acea perioadă». ²⁰

După episodul electoralist Ponta – ofițer acoperit al SIE, implicarea instituției șefului de stat și a serviciilor secrete în campania electorală prezidențială continuă. Astfel, fotografiile de tip filaj, în cazul Udrea-Bica de la Paris, apărute pe un blog obscur din România, l-au determinat pe Traian Băsescu să ceară SRI o anchetă și un raport despre cine le-a spionat pe politiciană și „magistrată”. Concluzia lui Băsescu a constatat în acuzarea serviciilor secrete că s-au implicat în campania electorală:

„Este clar că serviciile s-au implicat, este clar că au fost lucruri în neregulă. Voi avea o discuție cu serviciile luni, după primul tur. Câțiva oameni au sărit calul”.²¹

La ultima conferință de presă susținută la Cotroceni pe 20 decembrie 2014, cu o zi înaintea predării mandatului, președintele Băsescu a primit raportul SRI despre filajul Udrea-Bica de la Paris, precizând însă că acesta a fost secretizat.²²

În continuare, acuzațiile implicării serviciilor secrete în campania electorală prezidențială nu s-au oprit. Astfel, după încheierea campaniei electorale și după investirea în funcție a președintelui ales Klaus Iohannis, 21 decembrie 2014, fostul președinte, Elena Udrea, candidata PMP pentru cea mai înaltă funcție în stat, a declarat că șefii Serviciului Român de Informații au făcut campanie electorală. Unul, Directorul SRI, George Maior, având preferințe pentru Premierul Ponta și al doilea, Adjunctul Directorului SRI, Florin Coldea, susținându-l pe Primarul Sibiului Klaus Iohannis. Prin această declarație candidata a acuzat implicarea instituțiilor de informații în determinarea rezultatului alegerilor din toamna anului 2014. Invitată la o emisiune a unui ziar online, deputata Elena Udrea a afirmat, deși este „avocat de profesie”, că „SRI l-a făcut pe Iohannis Președinte”:

„Deci eu vă spun așa: că în mod cert, în opinia mea, domnul Coldea l-a susținut pe domnul Iohannis. În mod cert”.²³

19 Interviu lui Traian Băsescu despre Victor Ponta <http://www.mediafax.ro/politic/traian-base-scu-presedintelui-i-pot-refuza-secrete-stat-i-cerut-melescanu-liste-ofiteri-ci-intrebat-ofiteri-guvern-ponta-fripturist-s-bagat-sie-13392678>, accesat 13.02.2015

20 Solicitarea lui Băsescu adresată lui Meleşcanu de în care i-a solicitat să-i fie prezentată lista ofițerilor acoperiți din Guvern, <http://www.mediafax.ro/politic/traian-basescu-presedintelui-i-pot-refuza-secrete-stat-i-cerut-melescanu-liste-ofiteri-ci-intrebat-ofiteri-guvern-ponta-fripturist-s-bagat-sie-13392678>, accesat 13.02.2015

21 Declarația lui Băsescu despre implicarea serviciilor secrete în campania electorală, <http://www.mediafax.ro/politic/basescu-e-clar-ca-serviciile-secrete-s-au-implicat-in-campanie-voi-avea-o-discutie-cu-serviciile-luni-dupa-primul-tur-cativa-oameni-au-sarit-calul-13480924>, accesat 09.02.2015

22 Răspunsul primit de Băsescu de la SRI, despre filajul de la Paris, Udrea-Bica, <http://www.dw.de/elena-udrea-udrea-elena/a-18236519>, accesat 09.02.2015

23 Interviu E. Udrea în care cuza serviciilor de politică partizană, <http://www.hotnews.ro/stiri-sentential-19245073-video-interviu-integral-partea-2-elena-udrea-spune-mai-are-primit-dorin-co-sos-alte-cateva-sute-mii-euro-dupa-partaj-plus-udrea-pretinde-victor-ponta-spus-lui-florian-coldea-inaintea-alegerilor-prezid.htm>, accesat 09.02.2015

„Păi, spre exemplu, când îi spuneam domnului Maior ca domnul. Coldea conduce, de fapt, serviciul, în realitate, și ținta este să aibă toată puterea, imi spunea ca nu este așa și mi-a garantat de foarte multe ori, ca argument, „o să vezi, domnul Coldea își va da demisia odată cu mine, va pleca odată cu mine din acest serviciu, fiindcă noi am fost aduși de Traian Basescu și noi plecăm odată cu el”. Aș fi curioasă acum dacă domnul Maior mai susține chestia asta. Mai era un aspect pe care probabil ca ar trebui sa-l confirme Victor Ponta – eu l-am auzit în foarte multe locuri și a contribuit în timpul campaniei la ideea că se dorește a fi adus Klaus Iohannis, nu că ar fi fost mai rău, evident că între Victor Ponta și Klaus Iohannis vedem încă o dată că este foarte bine că este domnul Iohannis președinte, chiar dacă votul n-a fost neaparat pro-Iohannis, ci anti-Ponta – dar mai era un aspect... A spus că, undeva, spre ziua lui Victor Ponta, undeva spre toamnă, într-o adunare din aceasta neoficială, fiind de față și domnul Ponta, și domnul Coldea – aș mai da și alte nume, dar nu mai sunt sigură și n-aș vrea aș pun niște oameni să dezmință eventual – domnul Ponta i-ar fi spus domnului Coldea: „Domnule general dacă ajung președinte, cautați-vă de lucru!”. Și a continuat spunând: „și tineți cont că am curaj sa spun lucrul acesta în condițiile în care încă nu am ajuns președinte”.²⁴

Invitat și luând cuvântul la Congresul Partidului Mișcarea Populară, fostul președinte Băsescu a afirmat că știa de faptul că adjunctul SRI făcea jocuri politice și că a primit informații în acest sens, însă nu a putut face nimic pentru că Coldea nu-i era subordonat direct, adică politic, ci doar Maior:

„Știam despre Coldea, am primit informații, dar acesta putea fi controlat doar de Parlament”²⁵.

Pe de altă parte, Premierul în funcție, Victor Ponta, la un post de televiziune, a reconfirmat faptul că fostul președinte a făcut campanie electorală, susținând candidatul PMP, acesta reprezentând motivul pentru care serviciile secrete nu i-au mai oferit informații:

„Ca vicepreședinte CSAT, am discutat și cu președintele țării Iohannis, împreună am discutat cu cei de la SIE și SRI și toată lumea își face treaba și lucrurile merg bine. Când mergeau rău era anul trecut, când realmente nu mai avea nimeni – nici eu, nici serviciile de informații – încredere să colaborem cu Băsescu, care era într-o *campanie electorală* pentru Udrea, în care arunca totul în aer: servicii, Guvern, tot. Acum, lucrurile s-au schimbat fundamental în bine și așa trebuie să rămână”.²⁶

„Această neîncredere a serviciilor în Traian Băsescu a venit în urma atacurilor sale la adresa serviciilor din dorința de a o apăra și a o promova pe Elena Udrea în campanie, în special după momentul filajului de la Paris”²⁷.

24 Interviu E. Udrea, <http://www.hotnews.ro/stiri-esential-19245073-video-interviul-integral-partea-2-elena-udrea-spune-mai-are-primit-dorin-cocos-alte-cateva-sute-mii-euro-dupa-partaj-plus-udrea-pretinde-victor-ponta-spus-lui-florian-coldea-inaintea-alegerilor-prezid.htm>, accesat 09.02.2015

25 Declarația lui Băsescu despre Adjunctul SRI, http://www.stiripesurse.ro/eful-sri-pus-la-zid-d-e-traian-basescu-confirmare-pentru-elena-udrea_946625.html

26 Declarația Premierului despre implicarea în campanie a lui Băsescu, <http://www.mediafax.ro/politic/ponta-pe-final-2014-nici-serviciile-de-informatii-nu-mai-aveau-incredere-sa-colaboreze-cu-basescu-13810311>, accesat 08.02.2015

27 Declarația Premierului, http://www.stiripesurse.ro/ponta-arunca-bomba-cand-l-au-abandonat-serviciile-pe-basescu-si-de-ce_946654.html

Datorită scandalului mediatic Udrea-Coldea, Directorul interimar al SRI, Florian Coldea, a fost audiat de către Comisia parlamentară de control a Serviciului și a declarat, la finalul audierii, că afirmațiile făcute în spațiul public la adresa sa, în legătură cu implicarea sa în campania electorală de alegere a președintelui țării, sunt „denigratoare și lipsite de orice fundament real”:

„Am prezentat faptul că, pe durata anului trecut, am puternic marcat de *retorică electorală*, atât instituția cât și conducerea SRI au acționat în condiții de deplină neutralitate și echidistanță politică, iar activitatea în relația cu reprezentanții Justiției, Ministerului Public, fie că vorbim de Parchetul General, DNA sau DIICOT, s-a desfășurat strict în limitele legii și ale protocoalelor de cooperare”.²⁸

Comisia de control SRI a emis un comunicat de depolitizare, în privința acuzațiilor de „implicare în activitatea politică și în campania electorală” a Serviciului, în care a „constatat că sub mandatul domnului George Cristian Maior au fost create și dezvoltate politici și mecanisme de securitate orientate prioritar către respectarea, de către toți angajații SRI, a acestor cerințe legale”²⁹:

„De asemenea, domnul Maior și domnul general Coldea au atenționat constant întregul personal cu privire la respectarea acestor exigențe legale, concomitent fiind consolidată componența de securitate internă. Reprezentanții SRI audiați au prezentat Comisiei secvențe video din cadrul a 23 de videoconferințe cu toate efectivele de comandă ale SRI, pe durata anului 2014, în care domnul Maior și domnul general Coldea atenționau explicit, recurent, întregul personal cu privire la obligația legală și profesională de a respecta cu strictețe cerințele de neutralitate, echidistanță și neimplicare în viața politică. A fost reiterată determinarea instituției de a manifesta toleranță zero pentru astfel de abateri”.³⁰

Implicarea serviciilor secrete în campania electorală și transformarea lor în actori politici, prin susținerea unuia sau altuia dintre candidați, pune în lumină faptul că misiunea de a veghea la siguranța națională intră în contradicție cu legea pentru care au fost create, care la art. 26 precizează că:

„Salariații organelor de informații și ai celor cu atribuții în domeniul siguranței naționale nu pot face parte din partide sau alte organizații cu caracter politic ori secret și nu pot fi folosiți în scopuri politice.”³¹

Un alt actor politic care a intrat în campania electorală a fost organizația politică europeană a candidatului. Fiecare dintre candidați, intrați în cel de-al doilea tur de scrutin, a beneficiat de sprijinul partidelor politice europene din care fac parte. Astfel, Klaus Iohannis a avut susținerea familiei politice a Partidului Popular European, precum și a Cancelarului german Angela Merkel, printr-o scrisoare publică de susținere apărută în presa din România:

28 Declarația lui Coldea despre neimplicarea SRI în campania electorală prezidențială, <http://www.mediafax.ro/social/coldea-resping-categoric-afirmatiile-facute-la-adresa-mea-sunt-denigratoare-si-fara-fundament-real-video-13811428>, accesat 09.02.2015

29 Comunicatul Comisiei parlamentare de control a SRI, <http://www.mediafax.ro/social/conducerea-sri-a-facut-dovada-echidistantiei-politice-prin-secvante-ale-videoconferintelor-din-2014-13812008>, accesat 10.02.2015

30 Comunicatul Comisiei, <http://www.mediafax.ro/social/conducerea-sri-a-facut-dovada-echidistantiei-politice-prin-secvante-ale-videoconferintelor-din-2014-13812008>, accesat 10.02.2015

31 Legea nr. 51 din 1991 privind siguranța națională a României, publicată în Monitorul Oficial nr. 163 din 7 august 1991, <http://legislatie.resurse-pentru-democratie.org/legea/51-1991.php>, accesat 14.02.2015

„Stimate domnule Iohannis,

Am aflat cu bucurie faptul că veți candida la alegerile prezidențiale din 2 noiembrie din partea Alianței Creștin Liberale. Cetățenii români regăsesc în candidatura dumneavoastră o serie de virtuți care în Europa sunt foarte apreciate. Ca primar al orașului transilvănean Sibiu ați dovedit competențe administrative și spirit european autentic. Prin trecerea PNL la popularii europeni și prin alianța încheiată cu PDL ați reușit să creați o forță puternică a clasei de mijloc. Vă doresc multă determinare și energie și sper într-o victorie a dvs. și a Alianței Creștin Liberale”³².

Victor Ponta a beneficiat de sprijinul familiei politice a Socialiștilor Europeni, prin interviul de susținere a Premierului Italiei Matteo Renzi. Președintele Consiliului de Miniștri a afirmat, la un post de televiziune, că Victor Ponta ar fi un mare președinte, dacă va fi ales:

„Aș vrea să-l întreb pe președintele care candidează dacă își iubește țara. Lucrul fundamental, ceea ce marchează calitatea, este pasiunea, este dragostea profundă pe care o are cineva față de țara sa. Mă aflu aici pentru că sunt prieten, pentru că îl cunosc pe Victor Ponta și cred că ar fi un mare președinte”.

„Aveți o mare răspundere, încercați să profitați de ea, pentru că România are nevoie de Europa și Europa are nevoie de România. Cred că politica nu se mai face în fiecare țară, politica se face la nivel european. Mă aflu aici pentru că sunt prieten cu Victor, dar nu numai de asta sunt aici. Adevărul este că aveți o ocazie extraordinară. Aveți o emisiune importantă pentru cetățenii dumneavoastră. Aș putea să spun, pentru că aici nu a venit contracandidatul său, că Victor a câștigat. Spun că fiecare vot contează și ar trebui să-i adresați cele mai grele întrebări lui Victor Ponta”.³³

Ultimul actor politic, spectatorul angajat³⁴, implicat în campania electorală, a fost cetățeanul, din țară și străinătate, care s-a prezentat la urne în cele două tururi de scrutin. Astfel, primul tur nu a oferit niciunui candidat, din cei 14 înscrși în cursa electorală, majoritatea absolută la urne, din numărul de 9.485.340 de voturi valabile exprimate, dintr-un număr de alegători înscrși în listele electorale permanente de 18.296.567³⁵. Alegerile prezidențiale se desfășoară într-o circumscripție electorală uninominală, care cuprinde întreg teritoriul național, astfel că România devine o circumscripție unică. De menționat este faptul că „circumscripțiile uninominale sunt specifice alegerii funcțiilor monocratice”.³⁶ Rezultatele finale ale primului tur de scrutin, pe competitori electorali, centralizate de Biroul Electoral Central³⁷, au reflectat susținerea politică din partea celor două alianțe electorale PSD și PNL pentru candidații lor, precum și a cetățenilor cu drept de vot neimplicați politic, astfel:

32 Scrisoarea de susținere a Cancelarului Angela Merkel pentru candidatul Klaus Iohannis, http://adevarul.ro/news/politica/exclusiv-alegeri-prezidentiale-2014-scrisoarea-angelei-merkel-sustinere-klaus-iohannis-1_54648e9b0d133766a8d20608/index.html, accesat 09.02.2015

33 Interviu de susținere a Premierului Italiei pentru candidatul Victor Ponta, <http://www.antena3.ro/politica/romania-la-vot/matteo-renzi-premierul-italiei-la-sinteza-zilei-victor-ponta-ar-fi-un-mare-presedinte-273550.html>, accesat 09.02.2015

34 Raymond Aron, *Spectatolul angajat*, (București: Editura Nemira, 1999).

35 Comunicatul Autorității Electorale Permanente cu privire la numărul de alegători, <http://www.mediafax.ro/social/aep-numarul-de-alegatori-pentru-turul-i-este-de-18-296-567-pentru-turul-ii-18-305-826-13386111>, accesat 09.02.2015

36 Alexandru, Radu, *Sisteme electorale. Tipologie și funcționare*, ediția a III-a adăugită și revizuită, (București: Editura Pro Universitaria, 2012), 21.

37 Comunicatul Biroului Electoral Central. Rezultatele finale ale turului întâi de scrutin, <http://www.bec2014.ro/rezultate-finale-2-noiembrie-2014/>, accesat 11.02.2015

Candidatul susținut de UDMR Hunor Kelemen a obținut 329727 de voturi valabil exprimate obținute, iar în procente 3,47% ;
 Candidatul susținut de PNL Klaus-Werner Iohannis a obținut 2881406 de voturi valabil exprimate obținute, iar în procente 30,37% ;
 Candidatul susținut de PPDD Cristian-Dan Diaconescu a obținut 382526 de voturi valabil exprimate obținute, iar în procente 4,03% ;
 Candidatul susținut de PSD Victor-Viorel Ponta a obținut 3836093 de voturi valabil exprimate obținute, iar în procente 40,44% ;
 Candidatul susținut de Partidului Ecologist Român William Gabriel Brînză a obținut 43194 de voturi valabil exprimate obținute, iar în procente 0,45% ;
 Candidatul susținut de PMP, Elena-Gabriela Udrea, a obținut 493376 de voturi valabil exprimate obținute, iar în procente 5,0% ;
 Candidatul susținut de Partidul Prodemo, Mirel-Mircea Amariței, a obținut 7895 de voturi valabil exprimate obținute, iar în procente 0,08% ;
 Candidatul independent susținut de Partidului Dreptății Sociale, Teodor-Viorel Meleşcanu, a obținut 104131 de voturi valabil exprimate obținute, iar în procente 1,09% ;
 Candidatul independent, Gheorghe Funar, a obținut 45405 de voturi valabil exprimate obținute, iar în procente 0,47% ;
 Candidatul susținut de Partidului Popular Maghiar din Transilvania, Zsolt Szilágyi, a obținut 53146 de voturi valabil exprimate obținute, iar în procente 0,56% ;
 Candidatul independent, Monica-Luisa Macovei, a obținut 421648 de voturi valabil exprimate obținute, iar în procente 4,44% ;
 Candidatul susținut de Partidul Alternativa Socialistă, Constantin Rotaru, a obținut 28805 de voturi valabil exprimate obținute, iar în procente 0,30% ;
 Candidatul independent Călin-Constantin-Anton Popescu-Tăriceanu, a obținut 508572 de voturi valabil exprimate obținute, iar în procente 5,36% ;
 Candidatul susținut de Partidul România Mare Corneliu Vadim-Tudor a obținut 349416 de voturi valabil exprimate obținute, iar în procente 3,68% .

Rezultatele urnelor primului tur de scrutin prezidențial au pus în lumină faptul că și candidații independenți au avut susținere din partea unui partid politic, deoarece legea pentru alegerea Președintelui 370/2004 a fost completată cu legea 650/2011, care, la Secțiunea a 4-a intitulată *Candidaturile*, la art. 27, specifică faptul că: „apartenența politică a candidatului la partidul politic, organizația cetățenilor aparținând minorităților naționale sau la unul dintre membrii alianței electorale care îl propune nu constituie o condiție pentru a candida”³⁸. Dată fiind arhitectura legislativă, pentru candidații la funcția de Președinte, ei au fost nevoiți să-și caute partid, al lor sau nu, care să-i susțină.

Dacă în primul tur de scrutin niciunul dintre candidați nu a obținut majoritatea voturilor cetățenilor înscrși în listele electorale permanente atunci, rezultatele procentuale ale urnelor, pentru cei doi competitori electorali intrați în turul doi al alegerilor prezidențiale, au fost: Victor Ponta a obținut 5.264.383 voturi și un procent de 45,56% din electorat, iar câștigătorul celui de-al doilea tur de scrutin Klaus Iohannis a obținut 6.288.769 voturi cu un procent de 54,43%.³⁹

Având în vedere nu se știa prea bine și nu se știe nici acum care este numărul real al cetățenilor din România și a celor aflați în afara granițelor, precum și a celor înscrși în listele electorale permanente, adică a cetățenilor majori, cu drept de

38 Legea 650/2011, art. 27, <http://www.monitoruljuridic.ro/act/lege-nr-370-din-20-septembrie-2004-republicata-pentru-alegerea-presedintelui-romaniei-emitent-parlamentul-publicat-n-131385.html>, accesat 11.02.2015

39 Comunicat al Biroului Electoral Central. Rezultate finalele din al doilea tur de scrutin, <http://www.bec2014.ro/rezultate-turul-ii-2/>, accesat 03.02.2015

vot, Autoritatea Electorală Permanentă, printr-un comunicat de presă, din data de 14.10.2014, a adus clarificări și anume că:

„s-a înregistrat o scădere a numărului total de alegători cu 17.131 pentru 2 noiembrie și 15.686 pentru 16 noiembrie (18.313.698 cetățeni români cu drept de vot la data de 12 septembrie 2014 vs. 18.296.567 cetățeni români cu drept de vot la data de 14.10.2014 pentru 2 noiembrie, respectiv 18.321.512 cetățeni români cu drept de vot la data de 12 septembrie vs. 18.305.826 cetățeni români cu drept de vot la data de 14.10.2014 pentru 16 noiembrie)”. În ceea ce privește numărul cetățenilor români cu drept de vot care au domiciliul în străinătate, potrivit datelor furnizate de Direcția Generală de Pașapoarte, pentru data de 2 noiembrie numărul este de 535.082, iar pentru data de 16 noiembrie, 535.279”⁴⁰

Pe de o parte, numărul de votanți din străinătate, în primul tur, a fost de 160.065, Klaus-Werner Iohannis obținând 73.912 voturi valabil exprimate obținute, cu un procent de 46,17%, iar Victor Ponta a obținut 25.466 voturi valabil exprimate obținute, cu un procent de 15,90%.⁴¹ Pe de altă parte, statistica pe competitori electorali indică că numărul de votanți, pentru Biroul Electoral nr. 48, pentru Secțiile de Votare din Străinătate, în turul II, a fost de 160.065. Klaus-Werner Iohannis a obținut 338.873 voturi valabil exprimate obținute, cu un procent de 89,73%, iar Victor Ponta a obținut 38.778 voturi valabil exprimate obținute, cu un procent de 10,26%.⁴²

Un alt actor nepolitic, cu rol determinant în campania electorală și în stabilirea învingătorului, l-a avut rețeaua de socializare Facebook, transformată într-o veritabilă gherilă digitală, prin care cetățenii cu drept de vot, din țară și străinătate, diaspora, au fost mobilizați în ziua votului cu diferite mesaje tematice ale candidaților sau susținătorilor, elaborate de staff-urile profesionale, angajate în campania electorală prezidențială. Această analiză, precum și studiul programelor electorale din timpul campaniei electorale, reprezintă domeniul de studiu al specialiștilor în comunicare politică.

Scurtă analiză a rezultatelor și mesajelor Iohannis-Ponta văzute din Occident

În campania electorală cele două alianțe electorale, Alianța Creștin-Liberală formată din Partidul Național Liberal și Partidul Democrat Liberal și Alianța Electorală formată din Partidul Social Democrat-Uniunea Națională pentru Progresul României și Partidul Conservator, au avut mesaje diferite adresate alegătorilor, fie din țară, fie din diaspora. ACL, Alianța Creștin Liberală transformată în noul PNL, care l-a susținut pe Primarul Sibiului, Klaus Iohannis, a promovat anticorupția, anticomunismul, pro-europenismul și s-a angajat să continue reformele în justiție, iar PSD-ul l-a susținut pe Premierul în funcție, Victor Ponta, a promovat un discurs naționalist și xenofob. În acest sens, câștigarea alegerilor de către un etnic neamț a fost descrisă de presa occidentală ca o „primăvară est-europeană”, după cum titrează *Mitchell A. Orenstein și Bojan Bugarcic*, în revista *Foreign Affairs*. Astfel, „alegerea, pe 16 noiembrie, în funcția de președinte al României a lui Klaus Iohannis, un etnic

40 Comunicat de presă al Autorității Electorale Permanente, <http://www.mediafax.ro/social/aep-numarul-de-alegatori-pentru-turul-i-este-de-18-296-567-pentru-turul-ii-18-305-826-13386111>, accesat 11.02.2015

41 Biroul Electoral Central. Rezultate finale ale votului din diaspora pentru candidatul Victor Ponta, <http://www.bec2014.ro/rezultate-finale-2-noiembrie-2014/>, accesat 03.02.2015

42 Biroul Electoral Central. Rezultate finale ale votului din diaspora pentru candidatul Klaus Iohannis <http://www.bec2014.ro/rezultate-finale-16-noiembrie/>, accesat 03.02.2015

german, s-a datorat faptului că a dus o campanie viguroasă împotriva corupției". (...) În politica Europei de Est are loc o schimbare de paradigmă, în ciuda „alunecării recente a Ungariei în autoritarism”. (...) „De la sfârșitul Războiului Rece, analiștii și media din Occident au portretizat Europa de Est ca pe o regiune dominată de un naționalism xenofob, unde votanții necivilizați se întorc rapid către partidele etnico-naționaliste, în vremuri de restriște. Victoria lui Iohannis spune o altă poveste – așa cum o fac și alegerile recente din alte câteva state post-comuniste. În România, rezultatele alegerilor sugerează că est-europenii și-au direcționat frustrările nu împotriva minorităților etnice, ci împotriva propriilor guverne, care sunt dominate de corupție și ineficiență”⁴³.

Victor Ponta a avut o campanie orientată pe votul naționalist, promițând sprijinirea valorilor românești tradiționale ale „armatei, bisericii și familiei”, susținând că România ar trebui să încorporeze Moldova. Cei mai mulți votanți au ales însă „un outsider politic”, care este pro-european și care a promis o bună guvernare⁴⁴. Autorii articolului susțin că „eliminarea corupției este dificilă, dacă nu aproape imposibilă – mai ales din afară. În România, Slovenia și Ucraina, o majoritate tăcută a respins naționalistii de dreapta în favoarea unor reformatori pro-europeni, modești. Partidele cu mentalitate liberală din Europa de Est ar trebui să ia aminte și să caute să se schimbe, aducând în rândurile lor outsideri anti-sistem cu o coloană vertebrală morală”⁴⁵.

Finanțarea campaniei electorale în alegerile prezidențiale din 2014

Pornind de la o afirmație a șefului de campanie a ACL-ului, alianță politică și electorală care l-a propus și susținut pe candidatul Klaus Iohannis, propun o analiză cu privire la finanțarea electorală a candidaților. În acest sens, Vasile Blaga, Președintele fostului PDL și co-președinte al noului PNL a declarat, după încheierea alegerilor prezidențiale, pentru un ziar on-line, că:

„A fost cea mai ieftină campanie din 2007 și până acum. Nu aș putea să vă dau o sumă pentru că aici intervin cheltuielile organizațiilor județene.

Cred că au depășit un milion de euro. Nu știu cifra exactă.

Cei mai mulți bani au venit de la membri de partid”⁴⁶.

Sunt campaniile electorale ieftine sau scumpe? Cum se finanțează partidele politice și candidații, dar și în ce condiții? La aceste întrebări voi încerca să răspund printr-un studiu de caz, propunând, în final, o nouă modalitate de finanțare a partidelor electorale.

Legea nr. 334 din 17 iulie 2006, privind finanțarea activității partidelor politice și a campaniilor electorale⁴⁷, la capitolul IV intitulat *Finanțarea în timpul campaniilor*

43 „The Eastern European Spring, Voters Tilt Toward Pro-EU”, Anti-Corruption Candidates în *Foreign Affairs* <http://www.foreignaffairs.com/articles/142428/mitchell-a-orenstein-and-bojan-bugaric/the-eastern-european-spring>, accesat 05.02.2015

44 „The Eastern European Spring”, <http://www.foreignaffairs.com/articles/142428/mitchell-a-orenstein-and-bojan-bugaric/the-eastern-european-spring> accesat 05.02.2015

45 „The Eastern European Spring”, <http://www.foreignaffairs.com/articles/142428/mitchell-a-orenstein-and-bojan-bugaric/the-eastern-european-spring> accesat 05.02.2015

46 Interviu Vasile Blaga <http://www.gandul.info/politica/vasile-bлага-la-gandul-live-cel-mai-corect-ar-fi-sa-ajungem-la-putere-prin-alegeri-anticipate-vom-depune-motiune-de-cenzura-in-februarie-13693118>, accesat 05.02.2015

47 Legea Nr. 334 din 17 iulie 2006, privind finanțarea activității partidelor politice și a campaniilor electorale, publicat în Monitorul Oficial, Nr. 632 din 21.06.2006, http://www.cdep.ro/pls/legis/legis_pck.http_act_text?id=74251, accesat 06.02.2015

electorale, Secțiunea 1, *Contribuțiile* pentru campania electorală, specifică următoarele și anume că: „donațiile primite după deschiderea campaniilor electorale de la persoanele fizice sau juridice trebuie declarate Autorității Electorale Permanente de către mandatarul financiar, în termen de 5 zile lucrătoare de la primire”, specifică art. 23., alin.1. Caracterul finanțării, directe sau indirecte, constă în act de corupție, iar articolul 24, alin.1, vine în sprijinul acestei stări de fapt: „este interzisă finanțarea campaniei electorale, în mod direct sau indirect, de către persoane fizice ori juridice străine”, în lipsa respectării acestei prevederi legale, precizează alineatul 2: „sumele primite se confiscă și se fac venit la bugetul de stat”. Pe de altă parte, art. 25, alin.1 este de ordin punitiv prin faptul că „se interzice finanțarea în orice mod a campaniei electorale a unui partid, a unei alianțe a acestora sau a unui candidat independent de către o autoritate publică, instituție publică, regie autonomă, companie națională, societate comercială ori societate bancară, la care sunt acționari majoritari statul sau unități administrativ-teritoriale, ori de către societăți comerciale care desfășoară activități finanțate din fonduri publice. Interdicția se aplică în cazul societăților comerciale care, cu 12 luni înainte de începerea campaniei electorale, au desfășurat activități finanțate din fonduri publice⁴⁸. Banii publici nu pot fi utilizați în scopuri electorale. Prin urmare, alineatul 2 al articolului 25 precizează că: „se interzice finanțarea în orice mod a campaniei electorale a unui partid, a unei alianțe a acestora sau a unui candidat independent de către sindicate, culte religioase, asociații ori fundații din străinătate”, iar măsura pecuniară constă, specifică alineatul 3, în faptul că „sumele primite cu încălcarea alin. 1 și 2 se confiscă și se fac venit la bugetul de stat”⁴⁹.

Legea 334/2006, privind finanțarea activității partidelor politice și a campaniilor electorale, descrisă sintetic mai sus, clarifică modalitatea de finanțare a candidaților susținuți de partide politice, prin partidele-suport⁵⁰, însă la două luni după alegeri, finanțarea partidelor, *ieftină* sau *scumpă*, contrazice legea. Astfel, Autoritatea Electorală Permanentă a publicat pe site extrase ale rapoartelor privind rezultatele controalelor pentru verificarea campaniei electorale ocazionate de alegerile pentru președintele României din anul 2014⁵¹, care fac trimitere la datoriile acumulate de partidele politice care au propus candidați, chiar și independenți.

De ce au apărut aceste rapoarte ale finanțărilor despre partidele politice? Deoarece articolul 35, alin.(1) specifică în mod clar că: „Autoritatea Electorală Permanentă este autoritatea publică abilitată să controleze respectarea prevederilor legale privind finanțarea partidelor politice, a alianțelor politice sau electorale, a candidaților independenți și a campaniilor electorale”⁵². Pe de altă parte, art. 40, alin. 1, specifică faptul că „Autoritatea Electorală Permanentă are obligația de a publica pe pagina de internet proprie toate raportările obligatorii a fi publicate în Monitorul Oficial al României, Partea I, iar alineatul 2 vizează organizațiile politice. Astfel, „partidele politice au obligația să furnizeze în format electronic datele prevăzute la alin. (1)”⁵³. Prin urmare, toți candidații au fost verificați, „în conformi-

48 Legea Nr. 334/2006, http://www.cdep.ro/pls/legis/legis_pck.http_act_text?idt=74251, accesat 06.02.2015

49 Legea Nr. 334/2006, http://www.cdep.ro/pls/legis/legis_pck.http_act_text?idt=74251, accesat 06.02.2015

50 Cristian, Preda, Sorina, Soare, *Regimul, partidele și sistemul politic din România*, (București: Editura Nemira, 2008), 127-128.

51 Rapoartele publicate de Autoritatea Electorală Permanentă, privind rezultatele controalelor pentru verificarea campaniei electorale ocazionate de alegerile pentru președintele României din anul 2014, <http://www.roaep.ro/finantare/wp-content/uploads/2015/01/Extrase-raapoarte-control-campanie-prezidentiale-2014.pdf>, accesat 07.02.2015

52 Legea Nr. 334/2006, http://www.cdep.ro/pls/legis/legis_pck.http_act_text?idt=74251, accesat 06.02.2015

53 Legea Nr. 334/2006, http://www.cdep.ro/pls/legis/legis_pck.http_act_text?idt=74251, accesat 06.02.2015

tate cu prevederile art. 35 alin. (1) și art. 36 alin. (6) din Legea nr. 334/2006 privind finanțarea activității partidelor politice și a campaniilor electorale, republicată, cu modificările și completările ulterioare, în perioada 21.11-09.12.2014, efectuându-se controlul finanțării campaniei electorale pentru alegerea Președintelui României din anul 2014”⁵⁴:

1. Partidul România Mare: „ca urmare a verificărilor efectuate asupra documentelor contabile puse la dispoziția echipei de control s-a constatat că Partidul România Mare a obținut venituri în sumă de 4.807,00 lei și a efectuat cheltuieli în valoare de 3.306,52 lei. Rezultatul financiar al campaniei electorale a fost de 1.500,48 lei. Au fost înregistrate datorii neachitate până la data depunerii raportului detaliat al veniturilor și cheltuielilor electorale în valoare de 600,00 lei. Nu au fost constatate încălcări ale prevederilor legale referitoare la finanțarea campaniilor electorale”.
2. Candidatul independent Gheorghe Funar: „ca urmare a verificărilor efectuate asupra documentelor justificative puse la dispoziția echipei de control s-a constatat că domnul Gheorghe Funar a obținut venituri în sumă de 8.600, 00 lei și a efectuat cheltuieli în valoare de 8.465,02 lei. Rezultatul financiar al campaniei electorale a fost de 134,98 lei. Nu au fost înregistrate datorii neachitate până la data depunerii raportului detaliat al veniturilor și cheltuielilor electorale. Nu au fost constatate încălcări ale prevederilor legale referitoare la finanțarea campaniilor electorale”.
3. Partidul Mișcarea Populară a obținut venituri în sumă de 1.275.510,00 lei și a efectuat cheltuieli în valoare de 1.828.027,92 lei. Rezultatul financiar al campaniei electorale a fost de – 552.517,92 lei. Au fost înregistrate datorii neachitate până la data depunerii raportului detaliat al veniturilor și cheltuielilor electorale în valoare de 663.917, 61 lei. De asemenea s-a constatat faptul că au fost încălcate prevederile art. 29 alin. (2) din Legea nr. 334/2006. Pentru aceste fapte, Partidul Mișcarea Populară a fost sancționat conform art. 41 alin. (1) din Legea nr. 334/2006.
4. Partidul Alternativa Socialistă a obținut venituri în sumă de 3.010,00 lei și a efectuat cheltuieli în valoare de 248,00 lei. Rezultatul financiar al campaniei electorale a fost de 2.762,00 lei. Nu au fost înregistrate datorii neachitate până la data depunerii raportului detaliat al veniturilor și cheltuielilor electorale. Nu au fost constatate încălcări ale prevederilor legale referitoare la finanțarea campaniilor electorale.
5. Partidul Popular Maghiar din Transilvania a obținut venituri în sumă de 69.901, 27 lei și a efectuat cheltuieli în valoare de 68.428,24 lei. Rezultatul financiar al campaniei electorale a fost de 1.473,03 lei. Nu au fost înregistrate datorii neachitate până la data depunerii raportului detaliat al veniturilor și cheltuielilor electorale. Nu au fost constatate încălcări ale prevederilor legale referitoare la finanțarea campaniilor electorale.
6. Candidatul independent Teodor-Viorel Meleşcanu a obținut venituri în sumă de 164.960,00 lei și a efectuat cheltuieli în valoare de 163.615,67 lei. Rezultatul financiar al campaniei electorale a fost de 1.344,33 lei. Au fost înregistrate datorii neachitate până la data depunerii raportului detaliat al veniturilor și cheltuielilor electorale în valoare de 6.000,00 lei. Nu au fost constatate încălcări ale prevederilor legale referitoare la finanțarea campaniilor electorale.
7. Partidul Prodemo nu a înregistrat venituri sau cheltuieli electorale la alegerile pentru Președintele României din anul 2014.
8. Uniunea Democrată Maghiară din România a obținut venituri în sumă de 612.031,01 lei și a efectuat cheltuieli în valoare de 661.653,65 lei. Rezultatul financiar al campaniei electorale a fost de – 49.622,64 lei. Au fost înregistrate datorii neachitate până la data depunerii raportului detaliat al veniturilor și cheltuielilor

54 Rapoartele publicate de Autoritatea Electorală Permanentă, <http://www.roaep.ro/finantare/wp-content/uploads/2015/01/Extrase-rapoarte-control-campanie-prezidentiale-2014.pdf>, accesat 07.02.2015

electorale în valoare de 31.139,55 lei. Nu au fost constatate încălcări ale prevederilor legale referitoare la finanțarea campaniilor electorale.

9. Partidul Poporului – Dan Diaconescu a obținut venituri în sumă de 18.729,23 lei și a efectuat cheltuieli în valoare de 26.172,02 lei. Rezultatul financiar al campaniei electorale a fost de – 7.442,79 lei. Au fost înregistrate datorii neachitate până la data depunerii raportului detaliat al veniturilor și cheltuielilor electorale în valoare de 8.188,58 lei. Nu au fost constatate încălcări ale prevederilor legale referitoare la finanțarea campaniilor electorale.

10. Alianța Creștin-Liberală Partidul Național Liberal-Partidul Democrat Liberal a obținut venituri în sumă de 5.029.548,00 lei și a efectuat cheltuieli în valoare de 7.291.221,00 lei. Rezultatul financiar al campaniei electorale a fost de – 2.261.673,00 lei. Au fost înregistrate datorii neachitate până la data depunerii raportului detaliat al veniturilor și cheltuielilor electorale în valoare de 2.730.481,00 lei. De asemenea s-a constatat faptul că au fost încălcate prevederile art. 29 alin. (2) din Legea nr. 334/2006. Pentru aceste fapte, Partidul Național Liberal a fost sancționat conform art. 41 alin. (1) din Legea nr. 334/2006.

11. Călin-Constantin-Anton Popescu-Tăriceanu a obținut venituri în sumă de 861.258,74 lei și a efectuat cheltuieli în valoare de 1.353.365,32 lei. Rezultatul financiar al campaniei electorale a fost de – 492.106,58 lei. Au fost înregistrate datorii neachitate până la data depunerii raportului detaliat al veniturilor și cheltuielilor electorale în valoare de 492.106,58 lei. De asemenea s-a constatat faptul că au fost încălcate prevederile art. 29 alin. (2) din Legea nr. 334/2006. Pentru aceste fapte, candidatul independent Călin-Constantin-Anton Popescu Tăriceanu a fost sancționat conform art. 41 alin. (1) din Legea nr. 334/2006.

12. Candidatul independent Monica-Luisa Macovei a obținut venituri în sumă de 656.041,60 lei și a efectuat cheltuieli în valoare de 642.673,88 lei. Rezultatul financiar al campaniei electorale a fost de 13.367,72 lei. Au fost înregistrate datorii neachitate până la data depunerii raportului detaliat al veniturilor și cheltuielilor electorale în valoare de 3.087, 13 lei. De asemenea s-a constatat faptul că au fost încălcate prevederile art. 7 alin. (1), art. 23 alin. (1) și art. 29 alin. (3) din Legea nr. 334/2006. Pentru aceste fapte, candidatul independent MonicaLuisa Macovei a fost sancționat conform art. 41 alin. (1) și art. 42 alin. (1) din Legea nr. 334/2006.

13. Alianța Electorală PSD-UNPR-PC a obținut venituri în sumă de 6.457.860,54 lei și a efectuat cheltuieli în valoare de 20.136.729,25 lei. Rezultatul financiar al campaniei electorale a fost de – 13.678.868,71 lei. Au fost înregistrate datorii neachitate până la data depunerii raportului detaliat al veniturilor și cheltuielilor electorale în valoare de 13.835.960,76 lei. De asemenea s-a constatat faptul că au fost încălcate prevederile art. 23, art. 26 alin. (4) lit. a) și art. 29 alin. (2) din Legea nr. 334/2006. Pentru aceste fapte, Partidul Social Democrat a fost sancționat conform art. 41 alin. (1) și art. 42 alin. (1) din Legea nr. 334/2006.

14. Partidul Ecologist Român a obținut venituri în sumă de 60.307,84 lei și a efectuat cheltuieli în valoare de 46.779,00 lei. Rezultatul financiar al campaniei electorale a fost de 13.528,84 lei. Nu au fost înregistrate datorii neachitate până la data depunerii raportului detaliat al veniturilor și cheltuielilor electorale. De asemenea s-a constatat faptul că au fost încălcate prevederile art. 3 alin. (2), art. 23 alin. (1) și ale art. 29 alin. (3) din Legea nr. 334/2006. Pentru aceste fapte, Partidul Ecologist Român a fost sancționat conform art. 41 alin. (1) și art. 42 alin. (1) din Legea nr. 334/2006.

Finanțarea partidelor politice de la bugetul de stat pune în lumină faptul că, având tot mai puțini membri, iar costurile campaniilor fiind tot mai mari, partidele recurg la surse alternative de finanțare. Ajunse la guvernare, organizațiile politice își acordă subvenții de stat, acestea reprezentând una dintre resursele financiare pentru reușita activității politice. Subvențiile sunt acordate în funcție de rezultatele politice electorale. Subvențiile de la bugetul de stat asigură menținerea partidelor

aflate la guvernare și le împiedică le cele care nu sunt în parlament. Partidele sunt cele care își atribuie resursele bugetare, iar statul devine principalul investitor al partidelor politice parlamentare⁵⁵.

Datoriile acumulate de partide arată că finanțarea partidelor politice permite cheltuieli în campaniile electorale cu mult peste veniturile legale, declarate și realizate de formațiunile politice, fără un control instituțional. În acest sens, art. 38, alin. 3 amintește de anularea mandatului alesului în cazul în care „candidaților declarați aleși nu li se pot valida mandatele dacă raportul detaliat al veniturilor și cheltuielilor electorale, pentru fiecare partid politic sau candidat independent, nu a fost depus în condițiile legii”.⁵⁶

Dar de ce au fost sancționate partidele politice de către AEP? Pentru că Legea 334/2006, la Capitolul VI, prevede următoarele *Sanțiuni* din care vom aminti primele două articole:

Art. 41. – (1) Constituie contravenții, dacă nu au fost săvârșite astfel încât, potrivit legii penale, să constituie infracțiuni, și se sancționează cu amendă de la 5.000 lei la 25.000 lei.

(2) Sancțiunile se pot aplica, după caz, partidului politic, candidatului independent, mandatarului financiar și/sau donatorului care a încălcat dispozițiile prevăzute la alin. (1).

Art. 42. – (1) În situațiile prevăzute la art. 41 alin. (1), contravenientul varșă la bugetul de stat sumele de bani și/sau contravaloarea bunurilor și serviciilor care au constituit obiectul contravenției, pe baza hotărârii Autorității Electorale Permanente.

(2) În același mod se fac venit la bugetul de stat donațiile acceptate de un partid politic în curs de dizolvare sau de un partid politic care acționează în baza statutului modificat, deși modificările nu au fost comunicate Tribunalului București, conform prevederilor legale, sau instanța a respins cererea de încuviințare a modificării statutului.

În loc de concluzii

Alegerile prezidențiale din toamna anului 2014 au arătat că niciunul dintre cei 14 candidați, în primul tur al alegerilor, nu a putut obține majoritatea voturilor alegătorilor înscrși în listele electorale permanente. Organizarea celui de-al doilea tur a determinat, prin deducție, câștigarea alegerilor de către candidatul ACL, Primarul Sibiului, Klaus Iohannis, cu majoritatea voturilor cetățenilor înscrși în listele electorale permanente, la o diferență de 10% față de contracandidat. Prin urmare, o nouă lege electorală ar putea schimba modalitatea de alegere directă a Președintelui, dacă se va trece de la sistemul semi-prezidențial, la unul de tip parlamentar, unde cele două Camere vor alege președintele. În acest sens, parlamentarismul raționalizat de tip german are ca fundament motiunea de cenzură la vedere, adică una dintre camere, fie Bundesrat-ul, Camera Superioară, fie Bundestag-ul, a doua Cameră⁵⁷, care dezbat legile federale și revocă Guvernul doar dacă parlamentarii propun un alt Cancelar. Astfel, alegerea sau desemnarea pot fi considerate de tip rațional și lipsite de patosul electoral și emoțional politic din perioada campaniei.

55 Richard S. Katz, Peter MAIR, „Changing Models of Party Organization and Party Democracy: The Emergence of the Cartel Party”, *Party Politics*, 1(1995) :5-28

56 Legea Nr. 334/2006, http://www.cdep.ro/pls/legis/legis_pck.http_act_text?id=74251, accesat 09.02.2015

57 Deutscher Bundestag, Article 53a of the Basic Law, http://www.bundestag.de/htdocs_e/bundestag/committees/joint/article_53_a/250770

Reforma electorală poate aduce noutăți cu privire la funcționarea partidelor politice, printr-un control transparent asupra finanțării acestora. Transparentizarea și disciplinarea finanțării partidelor, precum și a campaniilor electorale ar putea reprezenta fundamentul unei noi legi electorale. Cum s-ar putea realiza? Prin alocarea unui cuantum, între 2-10 euro pe alegător, în funcție de rezultatul urnelor, suma fiind distribuită proporțional partidelor parlamentare, pe care o pot utiliza și gestiona pe perioada campaniei electorale, încadrându-se, cu strictețe, în banii alocați de guvern de la bugetul de stat. Donațiile și sponsorizările, fie publice, fie private, pot fi primite de partide, fiind condiționate de prezentarea unor facturi din care să rezulte donatorul și donatorul, precum și scopul respectivei donații, sponsorizări, precum și modalitățile în care au fost chetuite fondurile alocate de bugetul de stat sau din donații private. Astfel, noua lege electorală ar putea înlătura caracterul ne-transparent al campaniilor electorale, depolitizând finanțarea publică a partidelor.

BIBLIOGRAFIE

Cărți:

- ARON, Raymond, *Spectatoul angajat*, București, Editura Nemira, 1999.
- BARBU, Daniel, *Republica absentă. Politică și societate în România postcomunistă*, București, Editura Nemira, 1999.
- BURDEAU, Georges, *Traité de Science Politique*, Vol. VI, Paris, 1985.
- PASQUINO, Gianfranco, *Curs de știință politică*, traducere de Aurora Martin, Iași, Institutul European, 2002.
- PREDĂ, Cristian, SOARE Sorina, *Regimul, partidele și sistemul politic din România*, București, Editura Nemira, 2008.
- RADU, Alexandru, *Politica între proporționalism și majoritarism. Alegeri și sistem electoral în România postcomunistă*, București, Editura Institutul European, 2012.
- RADU, Alexandru, *Sisteme electorale. Tipologie și funcționare*, ediția a III-a adăugită și revizuită, București, Editura Pro Universitaria, 2012.
- SARTORI, Giovanni, *Ingineria constituțională comparată*, traducere de Gabriela Tănăsescu, Iași, Editura Institutul European, 2008.

Capitole:

- STANOMIR, Ioan, „Reforma regimului politic”, în BOCANCEA Sorin (coordonator), *Constituția României, Opinii esențiale pentru legea electorală*, Iași, Editura Institutul European, 2013, 101-102.

Articole:

- GRECU, Florin, „Transformarea voturilor cetățenilor în mandate uninominale în Parlament. Studiu de caz: Alegerile parlamentare din decembrie 2012, Circumscripția electorală nr. 42, Municipiul București”, *Sfera politicii*, Vol XXI, 2(174), martie-aprilie, 2013, 66-79
- KATZ, Richard S., MAIR, Peter, „Changing Models of Party Organization and Party Democracy: The Emergence of the Cartel Party”, *Party Politics*, Vol 1, No1., 1995, 5-28

Resurse online:

Legislație:

- Legea nr. 370/ 2004 pentru alegerea Președintelui României (Variantă actualizată până la data de 27 iunie 2014) <http://www.bec2014.ro/wp-content/uploads/2014/09/Lege-370-2004-actualizata-2014.pdf>
- Legea 370/2004, republicată pentru alegere a președintelui, <http://www.monitoruljuridic.ro/>

act/lege-nr-370-din-20-septembrie-2004-republicata-pentru-alegerea-presedintelui-romani-ei-emitent-parlamentul-publicat-n-131385.html

Constituția României, http://www.cdep.ro/pls/dic/site.page?den=act2_1&par1=3#t3c2s0a81

Legea Nr. 334 din 17 iulie 2006, privind finanțarea activității partidelor politice și a campaniilor electorale, http://www.cdep.ro/pls/legis/legis_pck.http_act_text?idt=74251

Legea nr. 51 din 1991 privind siguranța națională a României, publicată în Monitorul Oficial nr. 163 din 7 august 1991, <http://legislatie.resurse-pentru-democratie.org/legea/51-1991.php>

AEP, Extrase ale rapoartelor privind rezultatele controalelor efectuate de către Autoritatea Electorală Permanentă pentru verificarea campaniei electorale ocazionate de alegerile pentru președintele ROMÂNIEI din anul 2014,

<http://www.roaep.ro/finantare/wp-content/uploads/2014/12/Extrase-rapoarte-control-noiembrie-decembrie-2014.pdf>

Deutschser Bundestag, Article 53a of the Basic Law, http://www.bundestag.de/htdocs_e/bundestag/committees/joint/article_53_a/250770

Rezultatelealeger ilor:

Biroul Electoral Central, Rezultate finale primul tur, <http://www.bec2014.ro/rezultate-finale-2-noiembrie-2014/>

Biroul Electoral Central, Rezultate finale al doilea tur, <http://www.bec2014.ro/rezultate-turul-ii-2/>, accesat în data de 03.02.2015

Biroul Electoral Central, Rezultate finale al doilea <http://www.bec2014.ro/rezultate-finale-16-noiembrie/>

Comunicate, interviuri, declarații:

Analiză despre fondurile primite de BOR de la Guvern, <http://www.hotnews.ro/stiri-esential-18901107-anul-electoral-umplut-vistieria-bisericii-culte-primit-suplimentari-record-22-milioane-euro-guvern-2014.htm>

Declarația Patriarhului Daniel, <http://www.mediafax.ro/politic/pf-daniel-in-istoria-poporului-roman-adesea-dumnezeu-a-lucrat-chiar-si-prin-oameni-straini-de-neam-13570798>

Declarație Traian Basecu: <http://www.ziare.com/victor-ponta/ofiter-acoperit/ponta-ofiter-acoperit-melescanu-revine-basescu-nu-a-cerut-o-lista-ci-1328093>

Declarație Teodor Meleșcanu: <http://www.ziare.com/victor-ponta/ofiter-acoperit/ponta-ofiter-acoperit-melescanu-revine-basescu-nu-a-cerut-o-lista-ci-1328093>

Interviul lui Traian Băsescu despre Victor Ponta, <http://www.mediafax.ro/politic/basescu-a-dezvaluit-numele-ofiterului-acoperit-care-candideaza-la-presedintie-ponta-a-fost-ofiter-acoperit-sie-intre-1997-si-2001-reactia-premierului-13380748>

Băsescu despre implicarea serviciilor secrete în campania electorală, <http://www.mediafax.ro/politic/basescu-e-clar-ca-serviciile-secrete-s-au-implicat-in-campanie-voi-avea-o-discutie-cu-serviciile-luni-dupa-primul-tur-cativa-oameni-au-sarit-calul-13480924>

Analiză despre E. Udrea, <http://www.dw.de/elena-udrea-udrea-elena/a-18236519>

Interviu E. Udrea, <http://www.hotnews.ro/stiri-esential-19245073-video-interviul-integral-partea-2-elena-udrea-spune-mai-are-primit-dorin-cocos-alte-cateva-sute-mii-euro-du-pa-partaj-plus-udrea-pretinde-victor-ponta-spus-lui-florian-coldea-inaintea-alegerilor-prezid.htm>

Scrisoarea Angelei Merkel de susținere pentru Klaus Iohannis, http://adevarul.ro/news/politica/exclusiv-alegeri-prezidentiale-2014-scrisoarea-angelei-merkel-sustinere-klaus-iohannis-1_54648e9b0d133766a8d20608/index.html

Interviul de susținere al Premierului Italiei Matteo Renzi pentru Victor Ponta, <http://www.antena3.ro/politica/romania-la-vot/matteo-renzi-premierul-italiei-la-sinteza-zilei-victor-ponta-ar-fi-un-mare-presedinte-273550.html>

Comunicat AEP, <http://www.mediafax.ro/social/aep-numarul-de-alegatori-pentru-turul-i-es-te-de-18-296-567-pentru-turul-ii-18-305-826-13386111>

Revista Foreign Affairs, <http://www.foreignaffairs.com/articles/142428/mitchell-a-orenstein-and-bojan-bugaric/the-eastern-european-spring>

Interviu Vasile Blaga, <http://www.gandul.info/politica/vasile-blaga-la-gandul-live-cel-mai-corect-ar-fi-sa-ajungem-la-putere-prin-alegeri-anticipate-vom-depune-motiune-de-cenzura-in-februarie-13693118>

The German Bundestag, http://www.bundestag.de/htdocs_e/bundestag/function/legislation/14legrat/245876

Modele de vot și clivaje sociale la alegerile prezidențiale din anul 2014 în Banat

■ ADRIAN-COSMIN BASARABĂ

[West University of Timișoara]

Abstract

Abstract: This article aims to provide an introduction to an electoral sociology of regional specificity, because it covers only the Banat region; this article does not aim to extend its findings over other geographical areas, even if some of its findings could be applied on a larger scale. In the last 25 years of democratic regime, the region of Banat consisted of a somehow different electoral behavior compared to other regions, even though the general evolution of political orientation is consistent with the same general tendency in the Romanian society. The subject of this study is to analyze the electoral behavior of this region's population in the 2014 Presidential election, using at times an interdisciplinary approach based on electoral geography, cultural history, social statistics and political science.

Keywords

social cleavages; voting patterns;
Banat; 2014 Presidential election

Clivajele sociale pot fi definite ca principii de diviziune durabilă care structurează comportamentul electoral și competiția politică pornind de la factorii sociali, economici și culturali ce caracterizează o țară la un moment dat. Paradigma clivajelor fundamentale, formulată de Stein Rokkan¹ în colaborare cu Seymour Lipset este considerată explicația cea mai coerentă și riguroasă a genezei partidelor politice. Această paradigmă se încadrează în curentul structuralist al Școlii comparatiste din științele politice, iar din punct de vedere teoretic se fundamentează pe paradigma AGIL a lui Talcott Parson². Rokkan distinge patru linii fundamentale de clivaj. Primele două linii apar în urma Revoluției Naționale: conflictul dintre cultura centrală a națiunii și culturile minoritare aflate la periferie și cel dintre statul națiune și Biserică. Ultimele două linii apar în urma Revoluției Industriale: interesele celor care în mod tradițional se ocupau cu agricultura (economie primară), intră în conflict cu noii antreprenori industriali (economie secundară),

1 Stein Rokkan, Seymour Martin Lipset (eds), *Party Systems and Voter Alignments: Cross-National Perspectives*, (New York: Free Press, 1967)

2 Talcott Parson, *The Social System*, (New York: Free Press, 1951)

de asemenea apare un conflict între proprietari și angajatori, pe de o parte, și muncitori și țărani, pe de altă parte³.

Conceptul de clivaj politic, în înțelesul său consacrat în știința politică, face referire la o scindare radicală a opțiunilor alternative existente într-un sistem politic, o diviziune critică într-o societate care conduce la conflict. Una din variabilele care determină sistemele de partide este dată de clivajele care există în societate. Giovanni Sartori⁴ discută despre existența mai multor opoziții sau contradicții sociale cu expresie politică, teoretizând astfel suprapunerea clivajelor care poate duce la întărirea sau atenuarea conflictelor. Arend Lijphart sistematizează tipologia clivajelor și identifică șapte categorii: clivajul socio-economic – opune proprietatea privată celei de stat, religios, cultural-etnic, rural-urban, susținerea regimului – opune partidele antisistemice celor postsistemice, politica externă și materialism-postmaterialism.⁵

Daniel Seiler, continuând abordarea propusă de politologul norvegian Stein Rokkan, potrivit căreia evoluția Europei a fost influențată de trei revoluții succesive: națională, industrială și internațională, explică apariția, evoluția și funcționarea sistemelor de partide pe baza a patru clivaje fundamentale: Biserică-Stat, centru-periferie, respectiv capitaliști-muncitori, sector primar-sector secundar (urban-rural). Aceste clivaje fundamentale sunt determinate de revoluțiile naționale și industriale. Revoluția internațională afectează doar latura muncitorească a clivajului dintre capitaliști și muncitori, creând subclivajul dintre stânga comunistă și cea necomunistă. Aplicarea acestei paradigme permite definirea a opt familii de partide politice care au dominat sau domină spațiul Europei Occidentale: „în ordinea importanței lor politice în Europa, aceste familii de partide sunt: partidele muncitorești și aliații lor, partidele patrimoniale, democrația creștină, autonomiștii, centraliștii, ecologist-agrarierii, anticlericali și, în sfârșit, producătorii”.⁶

Pretutindeni, marile partide în căutare de sufragii în toate grupurile sociale țin un discurs apropiat de cel mai mic numitor comun al aspirațiilor și așteptărilor dominante într-o societate, la un moment dat. Preocupați de a cuceri favorurile electoratului conformist, adică acei numeroși cetățeni care votează fără a fi interesați de politică, ei sunt foarte atenți să nu intimideze prin declarații șocante sau prin programe excesiv de îndrăznețe. Dar la marginile sistemului, partidele „perturbatoare” refuză, cel puțin parțial, de a adopta limbajul în mod funcțional moderat al partidelor cu vocație majoritară. Ba chiar își proclamă voința de a adopta un demers strategic nevicat de vreun compromis, înțelegând să se identifice cu „o apropiere diferită” de politică. Aceste mesaje se adresează cu prioritate categoriilor de cetățeni care au opinii radicale sau vederi dizidente în raport cu consensul general.⁷

Putem observa că legătura dintre scopurile individuale și circumstanțele mediului apare chiar foarte devreme în dezvoltarea modernă a tradiției sociologiei politice – o temă care va fi abordată din nou în studii mai recente ale consecințelor politice determinate de contextele și rețelele care îi înconjoară pe electori.

Înțelegerea comportamentului electoral în cadrul contextului politic și social în care acesta este inclus este o problemă foarte bine înscrisă în tradițiile sociologiei politice descrise de Key, Lazarsfeld și alții. Un număr semnificativ de lucrări care

3 Adrian Basarabă, *Comportamentul electoral al populației Banatului. Studiu longitudinal*, (Timișoara: Solness, 2008), 128-129

4 Giovanni Sartori, „European Political Parties. The Case of Polarized Pluralism”, în Joseph Lapalombara, Myron Weiner, *Political Parties and Political Development*, (Princeton: Princeton University Press, 1966)

5 Arend Lijphart, *Democrația în societățile plurale*, traducere de Adriana Bargan, (Iași: Polirom, 2005), 88

6 Iulia Huiu, „Apariția partidelor”, *Sfera politicii*, 84 (2000): 58

7 Philippe Braud, *Grădina deliciilor democrației*, traducere de Adriana și Mihai Mitu, (București: Globus, f.a.), 47

investighează votul se adresează problemelor contextelor și rețelelor în care sunt incluși electorii și chiar dacă există suprapuneri semnificative în studiul contextelor și al rețelelor, acestea oferă totuși instrumente conceptuale diferite în înțelegerea impactului structurii sociale asupra politicului. Studiile mai recente s-au concentrat asupra relațiilor dintre rețele și contexte, dar aceasta presupune ca ele să fie înțelese ca fiind constructe separate.⁸

Contextele sociale au consecințe asupra politicului pentru că ele influențează probabilitatea interacțiunilor sociale între grupuri și în interiorul acestora, afectând astfel fluxul informației relevante politic, în consecință, contextele sociale sunt cel mai bine definite în termenii compoziției sociale⁹, și în acest sens un context poate fi înțeles drept compoziția socială a unui mediu. Acest mediu poate fi definit în mod diferit – un club, un cartier, o biserică, o țară, o provincie – și are o multitudine de proprietăți definitorii. Unele medii sunt vechi, mari, circumscrise geografic, izolate și atractive, în timp ce altele nu sunt așa. În mod similar, contextul social al unui mediu poate fi definit în termenii variatelor sale proprietăți compoziționale – proporția locuitorilor care sunt social-democrați, liberali, catolici, activi politic și educați. Mai mult, s-a încercat chiar estimarea consecințelor pe care le-ar putea avea eterogenitatea în interiorul contextelor, definită ca dispersia în jurul unei tendințe centrale a contextului respectiv.

Studiul electoral al populației Banatului este realizat pe baza rezultatelor oficiale ale alegerilor prezidențiale din anul 2014 publicate de Biroul Electoral Central¹⁰. Pentru o mai mare acuratețe a datelor spațiul administrativ-electoral avut în vedere este cel al județelor Caraș-Severin și Timiș, acestea fiind singurele circumscripții electorale care fac parte în întregime din Banat. Aceste circumscripții conțin 961 de secții de votare, cu o populație totală de 893.050 locuitori.

Rezultatele înregistrate la primul tur al alegerilor prezidențiale din Banat indică diferențe semnificative între cele două județe componente, după cum se vede din tabelul următor, în care analizăm doar candidații ce au intrat în turul al doilea:

CANDIDAȚI	KLAUS-WERNER IOHANNIS	VICTOR-VIOREL PONTA
Jud. Caraș-Severin	34,48	43,03
Jud. Timiș	42,03	29,66

Sursa: <http://www.bec2014.ro/>

Aceste diferențe confirmă analiza profesorului Dumitru Sandu, care într-un articol recent identifică șase modele teritoriale de vot la primul tur al alegerilor prezidențiale din România anului 2014:¹¹

După cum se observă din harta profesorului Sandu cele două județe sunt încadrate în două modele diferite de vot, definite ca cel al județelor puternic dezvoltate din Transilvania – județul Timiș, respectiv ca cel al județelor mediu dezvoltate – județul Caraș-Severin (acest model este specific totuși Vechiului Regat, dar în el intră, surprinzător poate, și județele Caraș-Severin și Hunedoara, acestea fiind de altfel singurele județe din afara Vechiului Regat, în care Victor Ponta l-a depășit în primul tur de scrutin pe Klaus Iohannis). Acest lucru este cu atât mai

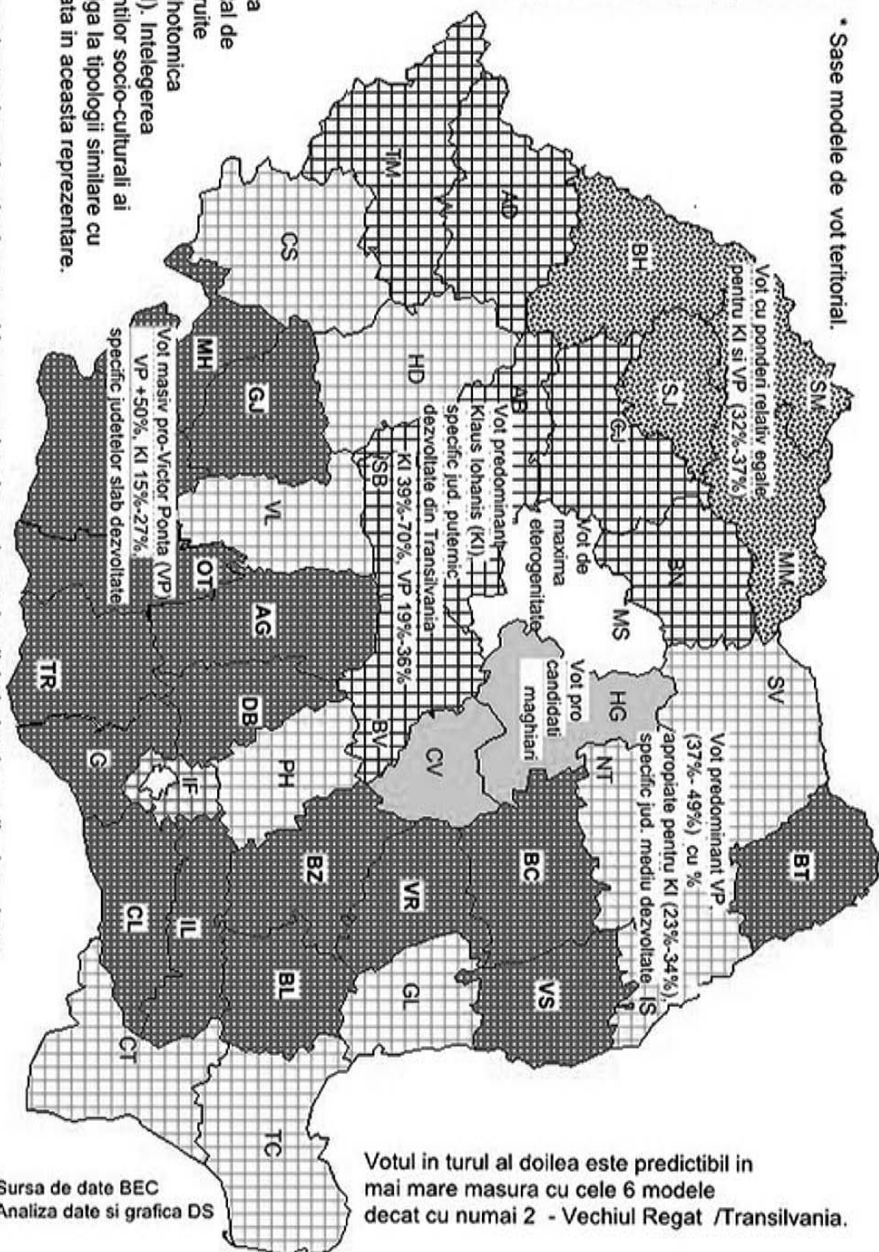
8 Edward G. Carmines, Robert Huckfeldt, „Comportamentul politic – o perspectivă de ansamblu”, în Robert E. Goodin, Hans-Dieter Klingemann (coordonatori), *Manual de știință politică*, traducere colectivă, (Iași: Polirom, 2005), 210

9 Apud Heinz Eulau, *Politics, Self and Society*, (New York: Cambridge University Press, 1986)

10 Pe site-ul <http://www.bec2014.ro/>

11 Dumitru Sandu, „Două Românii și o diasporă?”, <http://www.contributors.ro/politica-doctrine/doua-romanii-%C8%99i-o-diaspora/>, accesat 17.02.2015

* Sase modele de vot teritorial



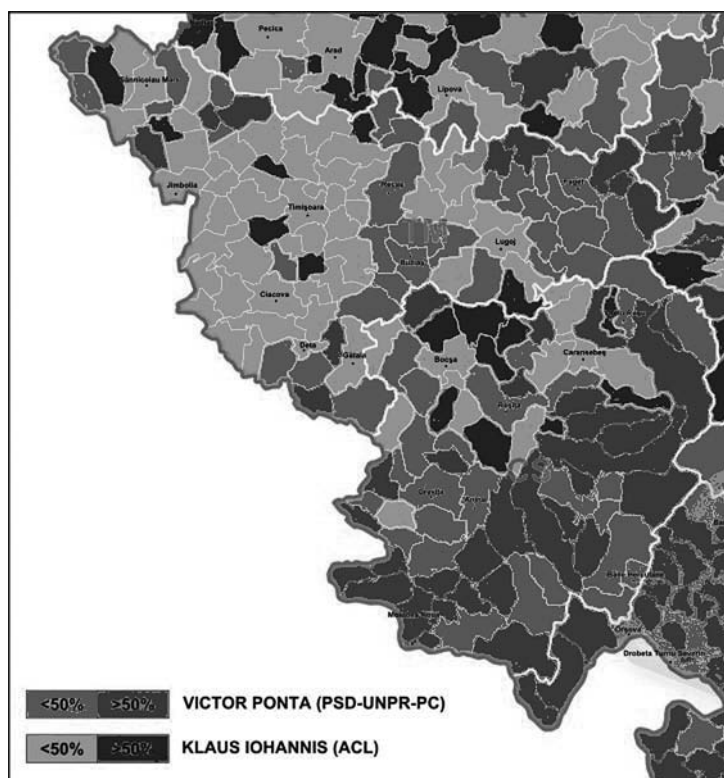
Harta diferă fundamental de cele construite în logica dihotomică (VP sau KI). Înțelegerea determinantilor socio-culturali ai votului obliga la tipologii similare cu cea adoptată în această reprezentare.

**Votul in turul al doilea este predictibil in
mai mare masura cu cele 6 modele
decat cu numai 2 - Vechiul Regat /Transilvania.**

Sursa de date BEC
Analiza date si grafica DS

surprinzător cu cât cele două județe sunt conduse de doi lideri marcanți ai PNL (Sorin Frunzăverde –președintele CJCS – fiind unul din artizanii reunificării Dreptei românești și al integrării PNL în PPE).

Dar lucrurile sa fie așa de simple încât singurele modele de vot la nivelul Banatului să fie cele omogene la nivel județean? O analiză mai detaliată la nivel de localități (UAT – unități administrativ-teritoriale) ne arată o eterogenitate mai mare, surprinsă în harta de mai jos ce prezintă opțiunile de vot pentru primii doi clasați la turul I al alegerilor prezidențiale din anul 2014, în toate comunele, orașele și municipiile celor două județe ale Banatului:



Sursa: <http://historymaps.ro/?p=2915>

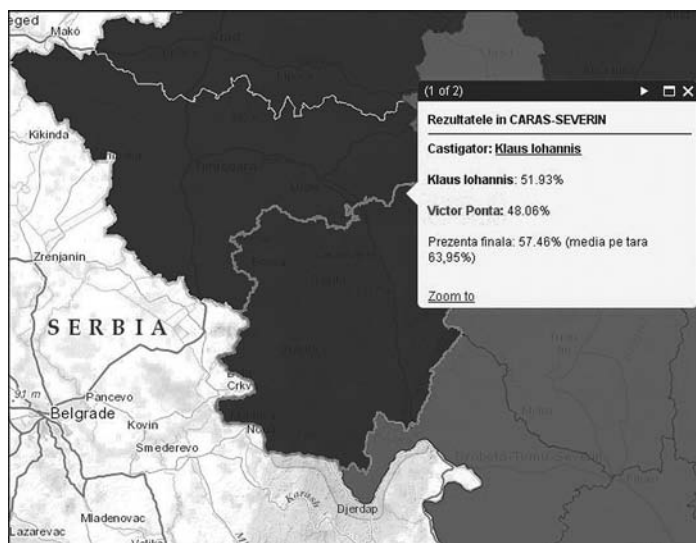
După cum se vede din harta de mai sus, în Banat au contat și în primul tur doar Klaus Iohannis și Victor Ponta, candidații clasați pe primele două locuri, dar pentru a valida ipoteza explicativă ce o vom avansa pentru votul la aceste alegeri în Banat vom utiliza rezultatele turului al doilea, pentru că în acesta prezența la vot și polarizarea electoratului a fost maximă (desigur aici mai trebuie remarcat faptul că din punct de vedere statistic, în Banat spre deosebire de alte zone ale țării, concordanța dintre rezultatele celor doi în cele două tururi de scrutin este destul de ridicată).

Dar să vedem care sunt principalele motivații ale votului în cazul electorilor bănățeni, așa cum sintetizate în literatura de specialitate de principalii specialiști români ai domeniului:¹²

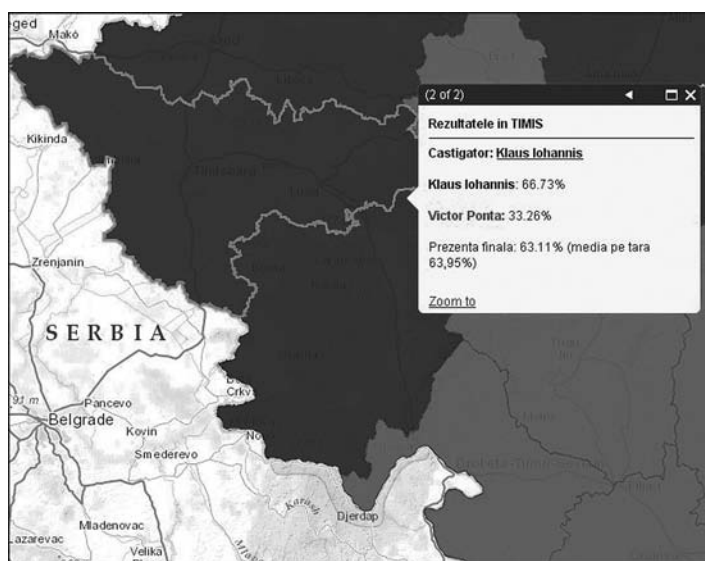
12 A se vedea Ioan Drăgan, Camelia Beciu, Ioana Dragomirescu, Valentina Marinescu, Nicolae Perpelea, Simona Ștefănescu, *Construcția simbolică a câmpului electoral*, (Iași: Institutul European, 1998), respectiv, Alfred Bulai, *Mecanisme electorale ale societății românești*, (București: Paideia, 1999)

1. *votul adeptilor unui partid*: vot de fidelitate, fidelizarea fiind direct proporțională cu accentuarea diferențelor dintre partide, mecanism puternic semnificativ pentru perioada foarte conflictuală a tranziției postcomuniste.
2. *votul negativ*: sancțiunea celor dezamăgiți; în cazul României acest vot a fost decisiv din 1996 în toate alegerile prezidențiale, iar la ultimele alegeri numărul adeptilor lui Klaus Iohannis a crescut în turul al doilea, în primul rând, datorită scandalului votului din Diaspora foarte prost gestionat de guvernul PSD condus de Victor Ponta.
3. *votul „util”*: în detrimentul unui candidat lipsit de șanse.
4. *votul de tip etico-politic*: al celor care se identifică cu valori morale și prin grija față de interesul general, reprezintă manifestarea unei ocazii supreme pentru cetățenii care se simt uitați «de a se face auziți», ori capacitatea «de a participa» a celor ignorați și inutili sub raport politic. Este cred evident că această categorie de cetățeni s-a îndreptat, *in corpore*, spre Klaus Iohannis la al doilea tur de scrutin (o parte semnificativă a acestora votând cu Monica Macovei în primul tur de scrutin).
5. *votul ca un „act gratifiant” sau votul ritual*: este cazul multor cetățeni puțin informați, puțin interesați de politică și care prin vot caută să se „autojustifice jucând un rol prescris de codul politico-cultural al democrației”, codul responsabilității și datoriei electorale.
6. *votul care răspunde la «mobilizări»*: actul votării este efectul jucării unui rol în interacțiunea cu actori politici mizând pe oferte electorale cum sunt cele ale partidelor naționaliste (cazul PRM-ului).
7. *votul ca o celebrare a „cetățeanului luminat”*: cel care răspunde la oferte de identificare simbolică cu ceea ce este mai avansat, ca modernizare, europenizare – o mare parte a intelectualității din România intră în această categorie de alegători, devenind un reper simbolic de identificare și pentru alți votanți.
8. *votanții consecvenți schimbării*: cei care își exprimă prin urne o voință protestatară contra guvernanților.

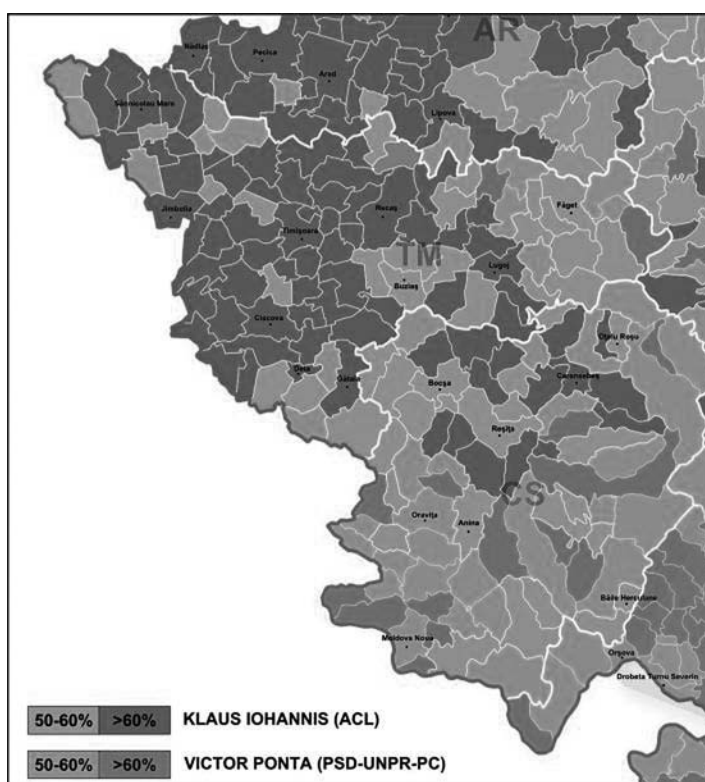
Astfel, s-a ajuns ca la turul al doilea al alegerilor prezidențiale, în Banat, Klaus Iohannis să câștige în ambele județe, cu diferențe totuși între ele, dar mai ales la nivel intra-județean, după cum se vede din următoarele trei figuri:



Sursa: <http://www.hotnews.ro/stiri-politic-18585339-harta-interactiva-rezultatele-finale-ale-alegerilor-prezidentiale-turul-fiecare-judet-din-tara.htm>



Sursa: <http://www.hotnews.ro/stiri-politic-18585339-harta-interactiva-rezultatele-finale-ale-alegerilor-prezidentiale-turul-fiecare-juDET-din-tara.htm>



Sursa: <http://historymaps.ro/?p=2915>

După cum se vede din ultima figură eterogenitatea comportamentului electoral al populației Banatului se menține și în cazul turului al doilea al alegerilor prezidențiale, motiv pentru care avansăm ipoteza că **principalul clivaj după care se structurează votul bănățenilor este cel social**, desigur acesta cont și de diversitatea culturală, etnică și religioasă a acestei zone. Pentru a testa această ipoteză vom folosi ca variabilă independentă *IDSL – indicele dezvoltării sociale locale*, introdus de profesorul Dumitru Sandu în anul 2011 pentru a măsura disparitățile de dezvoltare socială dintre localitățile României și este calculat prin agregarea a șase indicatori primari în baza unui scor factorial (ce pot fi asociați unor forme diferite de capital comunitar).¹³

Calculând coeficientul de corelație Bravais-Pearson între această variabilă independentă (*IDSL*) și ponderea celor care au votat cu Victor Viorel Ponta în turul II al alegerilor prezidențiale (ca variabilă dependentă) *obținem la nivelul Banatului o valoare foarte semnificativă statistic (la un prag $p < 0,01$), după cum se vede din tabelul următor:*

Correlations

		Vot Victor Ponta turul II (procente)
IDSL fara componenta rezidentiala, scor factorial din 6 indicatori	Pearson Correlation	-,303**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	173

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Valoarea negativă a coeficientului de corelație se interpretează ca o scădere a ponderii votului pentru Victor Viorel Ponta în turul II al alegerilor prezidențiale odată cu creșterea gradului de dezvoltare socială a localității.

Trecând la analiza acestui clivaj social la nivel județean constatăm că el este semnificativ doar în județul Timiș (surprinzător poate după harta votului de mai sus, mult mai „colorată” în cazul localităților județului Caraș-Severin), după cum se vede din cele două tabele următoare:

Correlations^a

		Vot Victor Ponta turul II (procente)
IDSL fara componenta rezidentiala, scor factorial din 6 indicatori	Pearson Correlation	-,047
	Sig. (2-tailed)	,687
	N	77

a. Județul = Judetul Caras-Severin

Correlations^b

		Vot Victor Ponta turul II (procente)
IDSL fara componenta rezidentiala, scor factorial din 6 indicatori	Pearson Correlation	-,340**
	Sig. (2-tailed)	,001
	N	96

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Județul = Judetul Timis

13 Pentru detalii a se vedea Dumitru Sandu, „Social Disparities in the Regional Development and Policies of Romania”, *International Review of Social Research*, Volume 1, Issue 1 (February 2011):5, <https://sites.google.com/site/dumitrusandu/>, accesat 19.02.2015

Am mai făcut o analiză pe cele două medii rezidențiale principale (urban/rural) și rezultă că acest clivaj social este *semnificativ doar în mediul rural*, valorile coeficienților fiind prezentate în următoarele două tabele:

Correlations^a

		Vot Victor Ponta turul II (procente)
IDSL fara componenta rezidentiala, scor factorial din 6 indicatori	Pearson Correlation	-,147
	Sig. (2-tailed)	,561
	N	18

a. Mediul_rezidential = Urban

Correlations^b

		Vot Victor Ponta turul II (procente)
IDSL fara componenta rezidentiala, scor factorial din 6 indicatori	Pearson Correlation	-,304**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	155

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Mediul_rezidential = Rural

Atât în cazul județului Timiș, cât și în cazul mediului, coeficientul de corelație Bravais-Pearson este negativ, arătând același sens al legăturii dintre cele două variabile ca în cazul întregului Banat.

În final, putem spune că un grad înalt de adecvare la realitățile electorale din Banat, la alegerile prezidențiale din anul 2014, este cuprins în concluzia lui J. Gerstlé: „aspectul interactiv este cel care produce construcția realității politice, pe care nimeni nu poate pretinde că o controlează pentru că ea rezultă din interacțiunea tuturor, asemănându-se mai mult cu un efect de compoziție simbolică”¹⁴, ceea ce presupune a considera campania electorală nu ca o etapă izolată, ci ca o secvență a construcției realității politice.

Aceasta înseamnă că procesul de convergență simbolică din care rezultă distribuirea voturilor este o conjuncție de factori cu influență imediată și efecte directe (conjuncturale) cu factori cu acțiune în durată și efecte cumulative, indirecte (făcând posibilă schimbarea votului majoritar).¹⁵

BIBLIOGRAFIE

BASARABĂ, Adrian, *Comportamentul electoral al populației Banatului. Studiu longitudinal*, Timișoara, Solness, 2008

BRAUD, Philippe, *Grădina deliciilor democrației*, traducere de Adriana și Mihai Mitu, București, Globus, f.a.

BULAI, Alfred, *Mecanisme electorale ale societății românești*, București, Paideia, 1999

CARMINES, Edward G., HUCKFELDT Robert, „Comportamentul politic – o perspectivă de ansamblu”, în Robert E. Goodin, Hans-Dieter Klingemann (coordonatori), *Manual de știință politică*, traducere colectivă, Iași, Polirom, 2005

DRĂGAN, Ioan, BECIU, Camelia, DRAGOMIRESCU, Ioana, MARINESCU, Valentina, PERPELEA,

¹⁴ Jacques Gerstlé, *La communication politique*, (Paris: PUF, 1992), 72

¹⁵ Drăgan, *Construcția*, 299

Nicolae, ȘTEFĂNESCU, Simona, *Construcția simbolică a câmpului electoral*, Iași, Institutul European, 1998

EULAU, Heinz, *Politics, Self and Society*, New York, Cambridge University Press, 1986

GERSTLÉ, Jacques, , *La communication politique*, Paris, PUF, 1992

HUIU, Iulia, „Apariția partidelor”, *Sfera politicii*, 84 (2000): 88-89

LIJPHART, Arend, *Democrația în societățile plurale*, traducere de Adriana Bargan, Iași, Polirom, 2005

PARSON, Talcott, *The Social System*, New York, Free Press, 1951

ROKKAN, Stein, LIPSET Seymour Martin (eds), *Party Systems and Voter Alignments: Cross-National Perspectives*, New York, Free Press, 1967

SANDU, Dumitru, „Două Românii și o diasporă?”, <http://www.contributors.ro/politica-dctrine/doua-romanii-%C8%99i-o-diaspora/>, accesat 17.02.2015

SANDU, Dumitru, „Social Disparities in the Regional Development and Policies of Romania”, *International Review of Social Research*, Volume 1, Issue 1 (February 2011), <https://sites.google.com/site/dumitrusandu/>, accesat 19.02.2015

SARTORI, Giovanni, „European Political Parties. The Case of Polarized Pluralism”, în Joseph Lapalombara, Myron Weiner, *Political Parties and Political Development*, Princeton, Princeton University Press, 1966

Resurse online :

<http://www.bec2014.ro/>

<http://historymaps.ro/>

<http://www.hotnews.ro/>

Alegerile prezidențiale 2014 în județul Hunedoara

■ GHERGHINA BODA

[Independent Researcher]

Abstract

The presidential elections in Hunedoara county can be characterized once more as being atypical, the citizens' vote disconcerted the pre-election predictions of the parties. There were reported only minor problems, similar to those of the previous elections. Even if the final victory was claimed by Victor Ponta, as a result of the two rounds, the difference was so little that the victory was one extremely fragile, the Social Democratic Party losing many electors in the second round, especially in the rural area, where this time Klaus Iohannis was the preferred candidate.

Keywords

elections; parties; citizens; vote;
Hunedoara County

Înscrierea oficială a lui Klaus Iohannis în cursa alegerilor prezidențiale din noiembrie 2014 a constituit elementul de noutate produs pe scena politică a întregii perioade postdecembriste. Ne obișnuiserăm ca în cursa politică pentru diversele funcții politice, locale și naționale, să vedem aceleași figuri, ici-acolo apărând câte un personaj nou în cadrul unui sau altui partid politic, totul parcă intrat în tipare prestabilite.

Despre Klaus Iohannis știam că a fost primarul Sibiului, care prin gospodăria judicioasă a orașului reușise să gestioneze cu mare eficiență resursele, materiale și umane, reușind să aducă Sibiul printre capitalele culturale ale Europei. Mai știam și despre apariția sa meteorică odată cu propunerea de prim-ministru, refuzată însă de președintele de atunci, Traian Băsescu. Și apoi... liniște, până la alegerile prezidențiale, când liberalul Crin Antonescu îi cedează locul de candidat la fotoliul de Președinte al noii coaliții politice. Consider că acela a fost momentul când conștiința civică a românilor, amorțită de mulți ani, a început să se manifeste. La început timid, apoi cu tot mai multă vigoare, cuprinzând categorii tot mai largi și diverse. A fost momentul când românii s-au împărțit în două tabere, pro și contra unui președinte de altă etnie, indecișii situându-se la mijloc.

Percepția populară asupra unui candidat la președinție a fost pentru

prima dată influențată de etnia candidatului, în primul rând, și nu de partidul pe care îl reprezenta. Cel puțin așa l-au perceput hunedorenii și se pare că nu numai ei, ci românii de peste tot. Chiar dacă nu era român, el reprezenta suflul nou în politică, omul despre care presa a scris nu numai lucruri bune, ci și informații eronate menite să-i întineze rezultatele remarcabile, dar care, în ciuda tuturor denigrărilor a fost ales pentru că reprezenta ALTCEVA decât ce primiserăm până atunci.

Pentru prima dată după mult timp speranțele multora au renăscut, identificându-l cu viitorul mai bun și cu acceptarea europeană reală. Și aici merită amintită scrisoarea pe care cancelarul Germaniei, Angela Merkel, i-a trimis-a lui Iohannis și ale cărei aprecieri erau comune cu ale multor români: „*Stimate domnule Iohannis. Am aflat cu bucurie faptul că veți candida la alegerile prezidențiale din 2 noiembrie din partea Alianței Creștin Liberale. Cetățenii români regăsesc în candidatura dumneavoastră o serie de virtuți care în Europa sunt foarte apreciate. Ca primar al orașului transilvănean Sibiu ați dovedit competențe administrative și spirit european autentic. Prin trecerea PNL la popularii europeni și prin alianța încheiată cu PDL ați reușit să creați o forță puternică a clasei de mijloc. Vă doresc multă determinare și energie și sper într-o victorie a dumneavoastră și a Alianței Creștin Liberale*”¹.

Toleranța care ne-a caracterizat de-a lungul istoriei nu ne-a trădat nici de această dată, ci a demonstrat, din nou, că este o trăsătură bine definită a românilor. Puțin a contat că nu este român, sau că este de altă religie decât cea ortodoxă. Important era ca Iohannis să materializeze dorințele și speranțele de mai bine ale tuturor românilor, atât ale celor din țară, cât, mai ales, ale celor din afara granițelor țării.

Alegerile din județul Hunedoara au fost marcate atât de momente de entuziasm, cât și de disfuncționalități care au perturbat, minor, procesul electoral. Perioada preelectorală și cea de după primul tur al alegerilor prezidențiale a fost caracterizată de o încercare de clarificare politică a poziției pe care se situau cele mai importante partide politice, PSD-ul și PNL-ul. Controversele legate de anumiți oameni politici cunoscuți ca având probleme cu justiția impunea cu necesitate partidelor delimitarea de acțiunile lor, acest fapt constituind un punct de dispută publică între cele două partide. Alte probleme s-au creat în legătură cu renumitele pomeni electorale și zvonurile denigratoare practicate în campania electorală.

Primul tur al alegerilor prezidențiale a fost pregătit încă din luna septembrie când reprezentanții Autorității Electorale Permanente (AEP) au desfășurat mai multe controale care vizau activitatea de instruire și control electoral. Cinci unități administrativ-teritoriale hunedorene au primit amenzi în valoare totală de 5.000 lei, alte trei primind avertismente datorită înscrierilor greșite, existenței erorilor sau neactualizărilor din listele electorale². De asemenea, a fost stabilit Biroul electoral Județean (BEJ) prin tragere la sorți în ședință publică. Președinte al BEJ a fost desemnat judecătorul Adina Camelia Iftimuș, locțiitor magistratul Mihaela Aurelia Conta, iar membru judecătorul Cristina Roberta Roncioiu³.

În județul Hunedoara au fost organizat 524 de secții de votare, fiind așteptați la vot un număr de circa 400.020 de hunedoreni, conform datelor furnizate de BEJ⁴. Pentru buna desfășurare a alegerilor au fost mobilizați 1.048 de polițiști, jandarmi și

1 Raluca Cetean, „Alegeri prezidențiale 2014: Scrisoarea Angelei Merkel de susținere a lui Klaus Iohannis”, <http://zhd.ro/alegeri-prezidentiale-2014-scrisoarea-angelei-merkel-de-sustinere-a-lui-i-klaus-iohannis/>, accesat la 13 februarie 2015.

2 http://www.servuspress.ro/pregatiri-pentru-alegerile-prezidentiale-2_100236.html, accesat la 13 februarie 2015.

3 http://www.servuspress.ro/s-stabilit-conducerea-bej-hunedoara_98894.html, accesat la 13 februarie 2015.

4 Oana Mihnea, „Cum votează hunedorenii”, <http://www.mesagerulhunedorean.ro/alegeri-prezidentiale-cum-voteaza-hunedorenii-live-text>, accesat la 13 februarie 2015.

membri ISU⁵. Primul parlamentar hunedorean care s-a prezentat la vot, la ora 8, 00, a fost Laurențiu Nistor, președintele organizației județene a PSD, care a votat în localitatea Păuliș⁶. La ora 9, 00 a votat primarul municipiului Deva, Petru Mărginean⁷. Alți demnitari care au votat au fost deputatul european Iuliu Winkler, secretarul de stat în Ministerul Economiei, Karoly Borbely, originar din orașul Hunedoara, deputata de Hunedoara Carmen Hărău și mulți alții⁸.

Prezența la vot în județul Hunedoara, după datele furnizate de BEJ, a fost următoarea: la ora 11,00 – 6,26% din totalul celor cu drept de vot, la ora 13,00 – 21,66%, la ora 16,00 – 37,49%, mai mare decât procentul prezenței la nivel național, la ora 19, 00, conform datelor primite de la BEC, procentul era de 50, 78%, iar la ora 21,00 votase un procent de circa 53%⁹. De această dată, comparativ cu alte alegeri, locale sau naționale, hunedorenii s-au prezentat la vot într-un număr mare, mai mult de jumătate dintre cei cu drept de vot exprimându-și opțiunea electorală, pe listele suplimentare votând 16.269 de persoane și peste 1.600 de persoane solicitând urna mobilă¹⁰.

Alegerile s-au desfășurat fără incidente majore, singurele probleme fiind suplimentarea numărului de buletine de vot la o secție din satul Fornădie, suplimentarea numărului de autocolante de la o secție de vot din comuna Pui, înlocuirea unui membru din comisia unei secții de votare din Deva, care a prezentat probleme de sănătate, cu o altă persoană și dispariția unei ștampile cu inscripția VOTAT, de la o secție de vot din Lupeni, ștampila găsită de polițiști după câteva ore, aruncată pe stradă¹¹. Cauza acestei situații ar fi fost neglijența celor care la înapoierea actului de identitate nu au cerut ștampila persoanei care a votat¹².

După primul tur de scrutin, situația se prezenta după cum urmează: 399.694 de alegători înscriși pe listele de alegători, dintre care prezenți la urne au fost 215.834, adică un procent de 53,99%¹³. Pe localități, rezultatele au fost următoarele: **Deva** – Klaus Iohannis 36,56%, Victor Ponta 34,59%, **Hunedoara** – Victor Ponta 42,30%, Klaus Iohannis 29,76%, **Brad** – Victor Ponta 46,08%, Klaus Iohannis 28,70%, **Orăștie** – Klaus Iohannis 39,97%, Victor Ponta 39,19%, **Lupeni** – Victor Ponta 53,59%, Klaus Iohannis 15,20%, **Aninoasa** – Victor Ponta 59,89%, Klaus Iohannis 19,89%, **Simeria** – Victor Ponta 39,27%, Klaus Iohannis 36,88%, **Hațeg** – Victor Ponta 39,03%, Klaus Iohannis 38,62%, **Geoagiu** – Victor Ponta 47,90%, Klaus Iohannis 35,25%, **Călan** – Klaus Iohannis 40,92%, Victor Ponta 35,69%¹⁴.

În decursul timpului, dacă analizăm preferințele electorale ale alegătorilor, putem afirma fără tăgadă că județul Hunedoara este unul atipic. Nici de această

5 Oana Mihnea, „Cum votează” ..., <http://www.mesagerulhunedorean.ro/alegeri-prezidentiale-cum-voteaza-hunedorenii-live-text>

6 Oana Mihnea, „Cum votează” ..., <http://www.mesagerulhunedorean.ro/alegeri-prezidentiale-cum-voteaza-hunedorenii-live-text>

7 Oana Mihnea, „Cum votează” ..., <http://www.mesagerulhunedorean.ro/alegeri-prezidentiale-cum-voteaza-hunedorenii-live-text>

8 Oana Mihnea, „Cum votează” ..., <http://www.mesagerulhunedorean.ro/alegeri-prezidentiale-cum-voteaza-hunedorenii-live-text>

9 http://www.servuspress.ro/ales_101410.html, accesat la 13 februarie 2015.

10 http://www.servuspress.ro/ales_101410.html

11 http://www.servuspress.ro/ales_101410.html; Oana Mihnea, „Cum votează hunedorenii”, <http://www.mesagerulhunedorean.ro/alegeri-prezidentiale-cum-voteaza-hunedorenii-live-text>, accesat la 13 februarie 2015.

12 Diana Mitache, „O ștampilă pierdută...și găsită, la Lupeni”, http://www.servuspress.ro/ales_101410.html, accesat la 13 februarie 2015.

13 <http://zhd.ro/date-partiale-bec-anuntate-la-ora-11-00-ponta-4033-iohannis-3044-consultati-toata-statistica/>, accesat la 13 februarie 2015.

14 <http://zhd.ro/date-oficiale-bej-hunedoara-cu-cine-au-votat-hunedorenii-la-alegerile-prezidentiale/>, accesat la 13 februarie 2015.

dată nu s-a dezmințit, dacă ținem cont de faptul că în unele localități conduse de primari ACL, Klaus Iohannis a pierdut, la fel și Victor Ponta în unele zone dominate de PSD, statistica de mai sus demonstrând tocmai acest fapt.

Cei mai mulți alegători au fost așteptați la urne în municipiile Hunedoara și Deva, iar cei mai puțini în comunele din Ținutul Pădurenilor Bătrâna (122) și Bulzești de Sus (252).

Pentru cetățenii județului care au votat schimbarea și un președinte pe care îl identificau cu idealurile lor de demnitate politică și națională, cu speranța într-un trai decent și în egalitatea de șanse a cetățenilor țării și care sperau detașarea de o viață socială și politică în care teama neputincioasă în fața nedreptăților, minciuna, corupția și furtul erau ridicate la rang de practică cotidiană, au fost dezamăgiți de rezultatele alegerilor. Au fost înșelați în așteptările lor dar sperau ca al doilea tur al alegerilor, măcar la nivel național, să le îplinească dezideratele.

După rezultatele roșii ale alegerilor din județ, liberalii s-au mobilizat și au făcut un apel la unitatea dreptei politice. Tiberiu Balint, președintele PNL Deva, s-a adresat în presa locală atât hunedorenilor, candidați de dreapta, cât și celorlalți candidați ai dreptei, Monica Macovei, Călin Popescu-Tăriceanu, Elena Udrea, Kelemen Hunor și Zsolt Szilagyi, dar și celorlalți președinți de partide, să se alăture lui Klaus Iohannis în turul doi al alegerilor¹⁵. Și aceasta „pentru stoparea PSD-erizării țării, pentru stoparea corupției, pentru stoparea minciunii ca politică Guvernului Ponta, pentru o Românie stat de drept, stat al oamenilor cinstiți și harnici și nu al jefuitorilor”, afirmându-și convingerea „că cetățenii care doresc progresul României, care doresc asigurarea unui viitor pentru copiii, tinerii și pensionarii noștri în România și nu în altă țară vor face front comun pentru a alege un Președinte cinstit, onest, muncitor și cu bun simț în persoana lui Klaus Iohannis”¹⁶.

Între cele două tururi ale alegerilor prezidențiale, Klaus Iohannis a continuat deplasările prin țară în vederea atragerii de noi votanți. În județul Hunedoara a fost prezent și în luna septembrie 2014, cu ocazia serbărilor naționale de la Țebea și apoi în 9 noiembrie când a vizitat orașele Hațeg, Călan, Orăștie, Deva și Hunedoara¹⁷. Hunedorenii l-au primit cu miile și l-au ovaționat cu speranța că el ne va duce în Europa, acolo ne este locul, că el nu va mai permite să fim umiliți nici aici și nici acolo, că munca cinstită va fi plătită, că noi și copiii noștri vom trăi într-o țară în care egalitatea de șanse nu este o utopie.

Primirea entuziastă de care s-a bucurat Klaus Iohannis mă duce cu gândul la Avram Iancu, exponentul tuturor durerilor românilor, pe care i-a reprezentat și pentru care a luptat până în ultima clipă a vieții sale. În discursul său, Iohannis a subliniat că și în județul Hunedoara, asemenea celorlalte județe din țară, oamenii se confruntă cu problema lipsei locurilor de muncă, dar aceasta poate fi rezolvată așa cum a fost și în Sibiu, orașul în care de 10 ani nu mai există șomaj.¹⁸ Totul este să avem curajul de a spune „stop, și de la capăt. Este nevoie de o schimbare profundă. Este nevoie de un alt președinte. Dar e nevoie de un alt Parlament, de alt Guvern. Acest Guvern incapabil, ineficient, nu poate să mai stea acolo. Este nevoie de oameni competenți în funcțiile publice. Doar atunci, dacă schimbăm lucrurile,

15 Volodia Macovei, „Instantaneu politic liberal. Tiberiu Balint”, <http://zhd.ro/instantaneu-politic-liberal-tiberiu-balint-trebuie-sa-demontam-campania-murdara-pe-care-psd-ul-a-purtat-o-si-minciunile-pe-care-le-au-proferat-in-aceasta-campanie/>, accesat la 13 februarie 2015.

16 Volodia Macovei, „Instantaneu”... „”, <http://zhd.ro/instantaneu-politic-liberal-tiberiu-balint-trebuie-sa-demontam-campania-murdara-pe-care-psd-ul-a-purtat-o-si-minciunile-pe-care-le-au-proferat-in-aceasta-campanie/>,

17 Volodia Macovei, „Acum trebuie să spunem: punct, stop și de la capăt!”, <http://zhd.ro/acum-trebuie-sa-spunem-punct-stop-si-de-la-capat-klaus-iohannis-a-ridicat-judetul-hunedoara-in-picioare/>, accesat la 13 februarie 2015.

18 Volodia Macovei, „Acum”... „”, <http://zhd.ro/acum-trebuie-sa-spunem-punct-stop-si-de-la-capat-klaus-iohannis-a-ridicat-judetul-hunedoara-in-picioare/>,

atunci, dragii mei, vom putea să avem o viață mai bună. Fără frică, fără corupție, fără minciună, fără hoție”¹⁹. A subliniat că este important ca oamenii să iasă la vot deoarece „aici nu este vorba de a alege între o persoană și altă persoană. Aici este nevoie să alegem între corupție, minciună și democrație”²⁰.

Al doilea tur al alegerilor, precedat de problema românilor din străinătate care au fost împiedicați să voteze, s-a caracterizat printr-o prezență masivă la vot a românilor. Furia care i-a cuprins pe români la difuzarea imaginilor de la secțiile de vot din străinătate, umilința la care au fost aceștia supuși doar pentru că doreau să-și exercite dreptul legal de a vota, a mobilizat întreaga comunitate românească, în special tinerii, care prin intermediul rețelelor de socializare și al internetului, au reușit să scoată la vot mare parte dintre indeciși și români care nu se prezentaseră la vot în primul tur. De această dată, putem spune că bătălia pentru România s-a dat în principal în mediul virtual. Niciodată românii nu au fost atât de uniți ca în timpul acestui al doilea tur de scrutin, niciodată tinerii nu s-au implicat atât de activ în politica țării, niciodată nu s-au manifestat cu atâta hotărâre și demnitate. Pentru prima dată s-au unit în mediul virtual și au creat acea legătură națională care nu apare decât în momentele decisive din istoria unui neam. Și asta poate pentru că, pentru prima dată, au conștientizat faptul că ei sunt VIITORUL României.

Și devenii au protestat, asemenea românilor din mai multe orașe din țară, față de modul dezastruos în care au fost organizate alegerile prezidențiale în Diaspora, sute de români neavând acces la urna de vot din secțiile și așa prea puține organizate în țările în care românii își desfășurau activitatea²¹. PSD-ul a fost luat prin surprindere de numărul extrem de mare al românilor dornici să-și exprime votul. Secțiile de votare, puține la număr și la distanțe foarte mari unele de altele, nu au constituit un impediment pentru românii deziluzionați în principal de deciziile economice antipopulare și antinaționale luate de guvernanții români, care i-au obligat să-și câștige pâinea în alte țări, departe de familiile lor.

În Deva, apelul de a participa la protest a fost dat de reprezentantul „Civitas”, Marius Bota, pe rețeaua de socializare Facebook²². Deși numărul participanților la protest nu a fost mare, importantă este afilierea acestora la mișcarea națională.

Pentru turul al II-lea, procentele la nivel județean au fost următoarele: la ora 10, 00 se prezentaseră la vot 8,37% de votanți, la ora 13,00 – 27,86%, la ora 16.00 – 45,12% iar la închiderea urnelor un procent de 59,22% de alegători, adică 236.618 cetățeni. Dintre aceștia un număr de 19.252 au votat pe listele suplimentare și 2.282 au solicitat urna mobilă²³. Și de această dată, procentul prezenței la vot în județ a fost mai mare decât cel înregistrat la nivel național. După centralizarea tuturor voturilor, rezultatele oficiale ale alegerilor din județul Hunedoara s-au prezentat astfel: 62,5% prezența la vot, numărul alegătorilor fiind de 249.423. Câștigător al alegerilor prezidențiale la nivelul județului a fost Victor Ponta cu un

19 Volodia Macovei, „Acum” ..., <http://zhd.ro/acum-trebuie-sa-spunem-punct-stop-si-de-la-cap-at-klaus-iohannis-a-ridicat-judetul-hunedoara-in-picioare/>,

20 Volodia Macovei, „Acum” ..., <http://zhd.ro/acum-trebuie-sa-spunem-punct-stop-si-de-la-cap-at-klaus-iohannis-a-ridicat-judetul-hunedoara-in-picioare/>,

21 Silviu Morogan, „Protest de susținere a românilor din Diaspora”, http://www.glasul-hd.ro/Protest-de-sus%C8%9Binere--a-rom%C3%A2nilor-din-Diaspora-Mai-mul%C5%A3i-deveni--a-u-manifestat--%C3%AEn-fa%C8%9Ba-Prefecturii-Hunedoara-fa%C8%9B%C4%83-de-proasta-organizare-a-scrutinului-%C3%AEn-str%C4%83in%C4%83tate_16_21810.html, accesat la 13 februarie 2015.

22 Silviu Morogan, „Protest” ..., http://www.glasul-hd.ro/Protest-de-sus%C8%9Binere--a-rom%C3%A2nilor-din-Diaspora-Mai-mul%C5%A3i-deveni--au-manifestat--%C3%AEn-fa%C8%9Ba-Prefecturii-Hunedoara-fa%C8%9B%C4%83-de-proasta-organizare-a-scrutinului-%C3%AEn-str%C4%83in%C4%83tate_16_21810.html,

23 Oana Mihnea, „Cum s-a desfășurat turul II al alegerilor prezidențiale în județ”, <http://www.mesagerulhunedorean.ro/cum-s-a-desfasurat-turul-ii-al-alegerilor-prezidentiale-in-judet>, accesat la 13 februarie 2015.

procent de 50,37%, Klaus Iohannis obținând 49,63% din sufragii. Diferența dintre cei doi candidați a fost de 1.825 de voturi valabil exprimate²⁴, o diferență mică care nu-i acordă lui Victor Ponta o victorie răsunătoare, ci una la limită.

În mediul urban, Klaus Iohannis a câștigat în Deva, Hunedoara, Orăștie, Hațeg, Simeria, Geoagiu, Călan, iar Victor Ponta în Valea Jiului și Brad. Însă în mediul rural situația a sta diferit, Iohannis fiind preferat de 37 de comune, în timp ce Ponta de doar 15. În 34 de localități Iohannis a luat peste 55%, cele mai mari procente, respectiv 65% fiind în localitățile Balșa, Baru, Bătrâna, Cârjiți, Mărtinești, Orăștioara, Pui, Răchitova, Râu de Mori, Romos și Vălișoara²⁵.

Incidente minore au existat și de această dată când la secția de votare din localitatea Bucureștii Bradului s-a pierdut o ștampilă, care a trebuit să fie confecționată, motiv pentru care procesul de votare a început cu o întârziere de o oră și 25 de minute, iar în orașul Petrița a dispărut o ștampilă, cercetarea dispariției acesteia revenind Poliției²⁶.

Reprezentanții ACL au depus două plângeri penale deoarece au identificat cazuri de vot multiplu în Simeria și Petroșani, precum și CNP-uri înregistrate eronat pe liste. Un caz aparte l-a constituit comuna Șoimuș unde au existat suspecte de mulți votanți pe listele suplimentare, peste 700 de persoane, caz reclamat de PNL. Reacția PSD-ului nu a întârziat, ci s-a concretizat în reclamația că s-ar face „turism electoral” cu cinci autocare, cercetările ulterioare demonstrând că într-adevăr au fost mai multe autocare, însă cu turiști care vizitaseră Castelul Huniazilor de la Hunedoara și Mănăstirea Prislop²⁷.

În concluzie, putem afirma că deși Victor Ponta a câștigat alegerile în județul Hunedoara, victoria sa a fost una firavă, în turul II al alegerilor el pierzând mult capital electoral în favoarea lui Klaus Iohannis. Perioada dintre cele două tururi de scrutin a înclinat balanța în favoarea lui Klaus Iohannis prin organizarea defectuoasă a alegerilor pentru românii din Diaspora, fapt care a coalizat românii la nivel național, declanșând o amplă mișcare de protest împotriva Guvernului și de antipatie puternică față de PSD, implicit față de Victor Ponta. Faptul că în multe familii hunedorene există persoane care muncesc în străinătate, nu i-a lăsat indiferenți nici pe membri familiei și nici pe cunoscuții acestora, declanșându-se un fenomen empatic general și de simpatie cu acei românii obligați de deciziile inadecvate ale Guvernului să-și părăsească țara și familia pentru a câștiga bani greu muncii printre străini.

Dacă mâine s-ar repeta alegerile, județul Hunedoara ar fi în mod cert unul galben și nu roșu.

BIBLIOGRAFIE

Resurse online :

CETEAN, Raluca „Alegeri prezidențiale 2014: Scrisoarea Angelei Merkel de susținere a lui Klaus Iohannis”, <http://zhd.ro/alegeri-prezidentiale-2014-scrisoarea-angelei-merkel-de-sustinere-a-lui-klaus-iohannis/>

http://www.servuspress.ro/pregatiri-pentru-alegerile-prezidentiale-2_100236.html

http://www.servuspress.ro/s-stabilit-conducerea-bej-hunedoara_98894.html

24 <http://www.mesagerulhunedorean.ro/rezultatele-turului-doi-al-alegerilor-prezidentiale-in-judet>, accesat la 13 februarie 2015.

25 Volodia Macovei, „Roșu e numai de Valea Jiului și Brad. Klaus Iohannis a cucerit și județul Hunedoara”, <http://zhd.ro/rosu-e-numai-de-valea-jiului-si-brad-klaus-iohannis-a-cucerit-si-judetul-hunedoara/>, accesat la 13 februarie 2015.

26 http://www.servuspress.ro/ne-ales-presedintele_102101.html, accesat la 13 februarie 2015.

27 http://www.servuspress.ro/ne-ales-presedintele_102101.html,

MIHNEA, Oana, „Cum votează hunedorenii”, <http://www.mesagerulhunedorean.ro/alegeri-prezidentiale-cum-voteaza-hunedorenii-live-text>

http://www.servuspress.ro/ales_101410.html

MITRACHE, Diana, „O șampilă pierdută...și găsită, la Lupeni”, http://www.servuspress.ro/ales_101410.html

<http://zhd.ro/date-partial-bee-anuntate-la-ora-11-00-ponta-4033-iohannis-3044-consultati-toata-statistica/>

<http://zhd.ro/date-oficiale-bee-hunedoara-cu-cine-au-votat-hunedorenii-la-alegerile-prezidentiale/>

MACOVEI, Volodia, „Instantaneu politic liberal. Tiberiu Balint”, <http://zhd.ro/instantaneu-politic-liberal-tiberiu-balint-trebuie-sa-demontam-campania-murdara-pe-care-psd-ul-a-purtat-o-si-minciunile-pe-care-le-au-proferat-in-aceasta-campanie/>

MACOVEI, Volodia, „Acum trebuie să spunem: punct, stop și de la capăt!”, <http://zhd.ro/acum-trebuie-sa-spunem-punct-stop-si-de-la-capat-klaus-iohannis-a-ridicat-judetul-hunedoara-in-picioare/>

MOROGAN, Silviu, „Protest de susținere a românilor din Diaspora”, http://www.glasul-hd.ro/Protest-de-sus%C8%9Binere--a-rom%C3%A2nilor-din-Diaspora-Mai-mul%C5%A3i-de-veni--au-manifestat--%C3%AEn-fa%C8%9Ba-Prefecturii-Hunedoara-fa%C8%9B%C4%83-de-proasta-organizare-a-scrutinului-%C3%AEn-str%C4%83in%C4%83tate_16_21810.html

MIHNEA, Oana, „Cum s-a desfășurat turul II al alegerilor prezidențiale în județ”, <http://www.mesagerulhunedorean.ro/cum-s-a-desfasurat-turul-ii-al-alegerilor-prezidentiale-in-judet>

<http://www.mesagerulhunedorean.ro/rezultatele-turului-doi-al-alegerilor-prezidentiale-in-judet>

MACOVEI, Volodia, „Roșu e numai de Valea Jiului și Brad. Klaus Iohannis a cucerit și județul Hunedoara”, <http://zhd.ro/rosu-e-numai-de-valea-jiului-si-brad-klaus-iohannis-a-cucerit-si-judetul-hunedoara/>

http://www.servuspress.ro/ne-ales-presedintele_102101.html

Factorul Facebook în alegerile prezidențiale din 2014

■ MIHAI COVACI

[„Hyperion“ University of Bucharest]

Abstract

Elections and presidential campaign from November 2014 have produced in Romania a unique case study. In addition to specific electoral „bait“ of our lands were recovered virtual possibilities offered by current Internet infrastructure. In this occasion, has appeared new concepts in politics area and it was an occasion of historical moment manifestation which must be understood in the context of our living technology era. We witnessed to manifestation of social growing and political consciousness of the Romanians in the country and the Diaspora. Potential voters or those who missed the previous elections should not be ignored. It was a lesson in democracy wave manifested in the virtual environment.

Keywords

Facebook; elections; vote; followers; campaign

Câteva date statistice

Cazuistica și mizele implicate în campania electorală din Noiembrie 2014 vor avea efecte istorice importante asupra soartei României. Un bun aport în acest duel politic l-a adus rețeaua de socializare Facebook. Efectul neașteptat produs de rețeaua de socializare amintită merită o analiză detaliată și luarea ei în ecuație pentru viitoarele campanii. La acest factor s-a adăugat și o teama de PSD combinată cu resentimentele acumulate față de un partid considerat cu multe reminiscențe comuniste înglobate în propria structură. În comparație cu precedentele alegeri prezidențiale, românii din diasporă au arătat îndârjire și au manifestat un potențial neașteptat. „Numărul de utilizatori români de internet cu cont pe Facebook a crescut în anul 2014 cu 8%,57%, ajungând la 7.600.000 la începutul anului 2015 de la 7 milioane la începutul anului 2014.”¹ În consecință, în Noiembrie 2014 existau aproximativ 7.400.000 de conturi de Facebook ale utilizatorilor români. Situația conexiunilor la internet pe gospodării se prezenta astfel la nivelul anului 2014: „din totalul gospodăriilor din România mai mult de jumătate (54,4%) au acces la

1 <http://www.facebrands.ro/blog/2015/01/7-6-m-conturi-utilizatori-facebook-romania/> accesat în data de 05.02.2015.

rețeaua de Internet acasă, majoritatea (70,9%) dintre acestea concentrându-se în mediul urban”².

Structura pe vârste și pe gen variază în funcție de grupele de vârstă supuse analizelor statistice. Prin urmare: „din totalul persoanelor cu vârsta cuprinsă între 16 și 74 ani, proporția celor care au folosit vreodată Internetul a fost de 61,6%. Dintre utilizatorii curenți 60,0% folosesc acest instrument cu frecvență zilnică sau aproape zilnică. Dintre bărbații cu vârste cuprinse între 35-44 ani, 52,5% au folosit Internetul zilnic sau aproape zilnic, comparativ cu 54,4% dintre femeile din aceeași grupă de vârstă. La grupa de vârstă 55-64 ani, situația se inversează, diferența dintre femei și bărbați în ceea ce privește utilizarea Internetului zilnic sau aproape zilnic este de 6 puncte procentuale (35,0% la femei, iar la bărbați 41,0%)”³.

La nivelul anului 2014 țara noastră era destul de bine clasată, pe plan european, și în privința acoperirii conexiunii de bandă largă la internet. „România este pe locul cinci în Europa în ceea ce privește acoperirea cu conexiune la Internet prin fibră optică. Anul trecut, țara noastră era abia pe locul 23, dar a reușit să crească pe parcursul celor 12 luni cu 80% și a ajuns să depășească Bulgaria (în 2014 pe locul 6) și Ungaria (anul trecut pe locul 13). Spre comparație, Suedia a avut în 2014 o rată de creștere a acoperirii cu Internet de bandă largă de 4-6%. Este însă în urma Lituaniei, Suediei, Letoniei și Rusiei.”⁴

Mizele alegerilor prezidențiale

A existat ceva în personalitatea candidatului Klaus Iohannis care a determinat alegători potențiali din țară și din diasporă să se mobilizeze sau, campania agresivă și cu tente negative desfășurată de candidatul Victor Ponta au fost factorii decisivi pentru câștigătorul alegerilor prezidențiale din Noiembrie 2014? Conștiința socio-politică a românilor a ajuns la un grad de maturitate, iar acest fapt acompaniat de îndeplinirea nevoilor principale au avut ca efect transformarea anumitor dorințe, nașterea unor preferințe politice, nutrirea unor aspirații pentru un alt tip de viitor care să fie cumva scăpat de tenebrele comunismului. Putem vedea în votul diasporei o dorință iminentă de exprimare a libertății (învățate prin comparația cu alte popoare) în mod oportun și pașnic. Putem vedea o diasporă care a învățat ce înseamnă libertatea civică și felul în care poate fi ea exprimată. Au devenit conștienți românii din diasporă de propriile drepturi și au înțeles cum funcționează un sistem democratic în care propriul vot poate avea putere? Cert este că se putea observa o schimbare de atitudine și o schimbare a abordării legate de prezența la vot.

Am asistat deci la o atitudine individuală pozitivă față de posibilitatea exprimării propriului vot și la o fermitate în dorința de exprimare a acestuia. Gestionarea necorespunzătoare a secțiilor din diasporă a contribuit la acest efect prin faptul că a condus la solidarizarea și omogenizarea românilor cu drept de vot.

La sfârșitul anului 2013 estimările legate de o posibilă mobilizare a românilor pentru vot a fost subestimată și datorită poziției pe care o avea România în clasamentul european privind accesul la internet prin fibră optică. Astfel în 2013 România era pe locul 23 în clasamentul european în privința conexiunii la internet prin fibră optică iar în anul 2014 a reușit să ajungă pe locul 5. „...deocamdată,

2 http://www.insse.ro/cms/files/statistici/comunicate/com_anuale/tic/tic_r2014.pdf accesat în data de 16.02.2015.

3 http://www.insse.ro/cms/files/statistici/comunicate/com_anuale/tic/tic_r2014.pdf accesat în data de 16.02.2015.

4 http://adevarul.ro/tech/internet/cum-e-romania-mai-decat-marea-britanie-germania-e-top-5-tari-cele-mai-bune-retele-internet-fix-1_54de09ca448e03c0fd92d099/index.html accesat în data de 17.02.2015.

având în vedere gradul extrem de scăzut de penetrare al internetului în România, procesele electorale NU au loc și NU se câștigă pe...Facebook!! În afară de asta, în conformitate cu studiile de specialitate, peste 95% din romani obțin informațiile despre realitățile din țară de la posturile de televiziune, restul de 5% utilizând posturile radio, presa scrisă și internetul.”⁵

Miza principală era pusă pe atragerea acelui segment din alegători care erau complet dezinteresați de alegerile prezidențiale sau de alegeri politice în general. Găsirea unor motivații potențiale putea prestabilii câștigătorul scrutinului final. Această masă de alegători constituia un potențial uriaș și o resursă nefolosită. Iar dintr-o anumită perspectivă putea constitui o amenințare în cazul în care dorea să dea un vot de blam sau de răzbunare. Acest electorat constituie un cuțit cu două tăișuri iar în unele cazuri a fost manipulat intens. Astfel „factorul esențial pentru asigurarea victoriilor dreptei politice (pdl, pmp, pfc, pnțcd și pnr) atât la alegerile europarlamentare cât și la cele prezidențiale este reprezentat de... atragerea unui segment cât mai mare din rândul celor 11 milioane de romani care nu s-au prezentat la alegerile parlamentare din decembrie 2012!!”⁶.

Partidul „Facebook”

La începutul anului 2014 a fost declanșat un semnal de posibilă implicare a Facebook-ului în mobilizarea alegătorilor care putea fi supus analizei analiștilor și putea constitui un posibil indicator discret pentru regizarea unui scenariu. Cu puține zile înainte de turul doi al scrutinului „pe Facebook au fost create în ultimele zile mai multe pagini de eveniment prin care românii sunt invitați să iasă în stradă pentru a susține dreptul constituțional de a vota. Manifestațiile sunt anunțate pentru ora 18.00, în București- Piața Universității, Timisoara-Piața Victoriei, Cluj-Piața Unirii, Iași-Prefectura, Constanța-Parc Primărie, Brașov-Prefectura, Piatra Neamț-Teatrul Tineretului și Craiova-Piața Mihai Viteaz, Oradea-Piața Unirii, Galați. Este pentru a doua oară în ultimele două săptămâni când se inițiază proteste în stradă. Sâmbătă, 8 noiembrie, 10 mii de oameni au ieșit în stradă pentru a-i susține pe românii din străinătate, împiedicați să voteze în primul tur. A doua zi, pe 9 noiembrie, s-au mobilizat românii din străinătate, protestând la Paris, Londra, Dublin și Viena”⁷.

Mobilizarea diasporei s-a făcut în mare parte prin intermediul rețelei de socializare Facebook. De exemplu „în Anglia, zeci de români aflați la sute de kilometri de secțiile de votare s-au mobilizat pe Facebook pentru a închiria autocare cu care să ajungă la vot”⁸. Majoritatea informațiilor din mass-media (clasică) despre evoluția votului la urne au fost obținute tot prin Facebook. Diversele aspecte secundare sau impresii personale despre felul în care decurgeau alegerile în cele 294 de secții de votare din diasporă au fost împărtășite pe Facebook. Aproape același lucru s-a întâmplat și cu impresiile din cele 18.847 secții de votare din țară. În 2014, au votat în străinătate cu 70% mai mulți români decât în 2009 iar câteva mii de români nu au putut vota. „Klaus Iohannis este noul președinte al României, iar mare parte dintre voturile pentru el au venit din diaspora, unde 378.811 români s-au prezentat la urne. La primul tur votaseră în străinătate 161.054 de persoane. Astfel,

5 <https://ro-ro.facebook.com/george.staicu/posts/845379058810282> accesat în data de 10.02.2015.

6 <https://ro-ro.facebook.com/george.staicu/posts/845379058810282> accesat în data de 10.02.2015.

7 <http://www.hotnews.ro/stiri-esential-18545321-mobilizare-general-a-facebook-pentru-vineri-ora-18-00-sunt-anuntate-mai-multe-proteste-bucuresti-cateva-mari-orase-din-tara.htm> accesat în data de 11.02.2015.

8 <http://www.opiniatimisoarei.ro/mobilizare-la-vot-incredibila-in-diaspora-romanii-s-au-aseza-ta-coada-inca-de-sambata-seara/16/11/2014/> accesat în data de 11.02.2015.

Klaus Iohannis a fost votat de 338.873 de români din străinătate (89,73%), iar Victor Ponta de 38.778 (10,26%).⁹

Întrebarea legitimă care se naște ar fi următoare: A învins Facebook-ul celelalte „oferte” ale campaniei electorale? Au fost declanșate campanii de mobilizare și motivare ideologică coordonate prin intermediul rețelei de socializare Facebook. Oamenii s-au implicat în postări, like-uri și distribuiri. „Campania de mobilizare la vot ‘Ne facem auziți’ a fost urmărită pe Prima TV și pe rețelele sociale de peste zece milioane de români. Pe pagina de Facebook a campaniei, peste jumătate de milion de români, atât din țară, cât și din străinătate, au recepționat mesajele. De altfel, postările au avut peste 10.000 de like-uri, iar 2178 de persoane au redistribuit unul din mesajele campaniei.”¹⁰ Aproape în fiecare regiune a țării au existat astfel de campanii de mobilizare folosindu-se de rețeaua de socializare Facebook. „Astfel ‘partidul Facebook’ a devenit o forță și ar fi bine ca politicienii să țină cont de ce spunem...”¹¹.

Ascensiunea „like-urilor”

Klaus Iohannis și-a creat cont pe Facebook în data de 28.05.2014. Numărul mare de simpatizanți pe care l-a strâns în scurt timp confirmă presupuziția că rețeaua de socializare Facebook a avut un rol major în devaluarea estimărilor emise și în oferirea surprizelor electorale. Viitorul președinte a înregistrat o creștere masivă a numărului de fani în lunile dinaintea campaniei în timp ce oponentul său, Victor Ponta, și-a adunat simpatizanții într-un timp mai mare printr-o activitate mai îndelungată pe rețeaua de socializare.

În ultima săptămână de campanie electorale pentru turul doi (10-16 noiembrie) a avut loc o adevărată feerie pe conturile de Facebook ale celor doi candidați. „Ponta a pornit de la 665.071 fani, având o creștere ușoară până la 715.332, în timp ce Iohannis a plecat de la 521.825 și a ajuns la 874.844, în ziua dinaintea votului și mai ales în cea a votului el reușind să atragă foarte mulți simpatizanți.”¹² Sporirea numărului de simpatizanți era indirect un semnal de avertizare și scotea în evidență potențialul rețelei de socializare pentru campaniile electorale. Era o nouă formă de atragere a votanților absenți în primul tur sau la precedentele alegeri. Un „like” pe Facebook putea fi un precursor al votului favorabil din cabină. Tot „în ultima săptămână de campanie cei doi candidați au oferit celor 1.590.176 simpatizanți 226 mesaje care și-au găsit răspuns sub formă a 5.855.922 de reacții. Defalcăt, publicul pe Facebook s-a manifestat prin 4.947.422 like-uri, 340.353 comentarii și 568.147 distribuiri la postările celor doi prezențiabili. În săptămâna 10-16 noiembrie Klaus Iohannis, câștigătorul alegerilor, a postat 110 mesaje care au fost răsplătite cu 3.746.977 aprecieri, 180.914 comentarii și 462.234 distribuiri. Deși Victor Ponta a postat un număr mai mare de mesaje, respectiv 116, răspunsul fanilor a fost mai modest în comparație cu contracandidatul sau, Ponta primind numai 1.200.445 like-uri, 159.439 comentarii și 105.913 distribuiri”¹³.

9 <http://www.ziare.com/klaus-johannis/presedinte/cum-a-votat-diaspora-1333763> accesat în data de 11.02.2015.

10 http://adevarul.ro/entertainment/tv/campania-mobilizare-vot-ne-facem-auziti-real-succes-mesajele-vedetelor-ajuns-zece-milioane-romani-1_546b69c80d133766a802301b/index.html accesat în data de 11.02.2015.

11 <http://www.ziare.com/alegeri/alegeri-prezidentiale-2014/cum-a-pierdut-ponta-alegerile-di-n-cauza-internetului-cateva-cifre-1335974> accesat în data de 16.02.2015.

12 <http://www.mediafax.ro/politic/analiza-mediafax-research-monitoring-iohannis-a-castigat-batalia-cu-ponta-la-fani-pe-facebook-cu-55-la-45-la-fel-ca-la-urne-13581738> accesat în data de 11.02.2015.

13 <http://www.mediafax.ro/politic/analiza-mediafax-research-monitoring-iohannis-a-castigat-batalia-cu-ponta-la-fani-pe-facebook-cu-55-la-45-la-fel-ca-la-urne-13581738> accesat în data de 11.02.2015.

„Iohannis day“

În ziua votului au avut loc câteva evenimente care putea fi cu greu estimate. La ora 12.10 Alianța Creștin Liberală a informat printr-un comunicat, că propriul candidat Klaus Iohannis l-a depășit pe Victor Ponta la numărul de fani și că pagina de Facebook a lui Iohannis a devenit „cea mai mare și cea mai rapid formată comunitate din jurul unui om politic în mediul online”¹⁴. O analiză a Mediafax a relevat faptul că viitorul președinte „Klaus Iohannis l-a depășit la numărul de fani pe Facebook pe Victor Ponta, până la sfârșitul zilei de vot de duminică repartitia numărului de simpatizanți pe rețeaua de socializare între cei doi fiind foarte apropiată de distribuția votului la urne”¹⁵. Până la închiderea urnelor, Klaus Iohannis a avut 874.844 fani, iar Victor Ponta 715.332 de fani.

Candidatul ACL la alegerile prezidențiale, Klaus Iohannis, a postat un mesaj pe contul său de Facebook, în care a îndemnat oamenii să iasă la vot. „Mai avem puțin. Ieșiți la vot. Câștigăm!”, a scris pe Facebook Klaus Iohannis. Mesajul a fost postat la ora 19.39, cu o oră și 20 de minute înainte de închiderea urnelor. Ulterior, la ora 20.31, a postat un nou mesaj: „Mai sunt 30 de minute! Cu fiecare vot, suntem mai aproape de victorie!”¹⁶.

Tot în ziua votului, Klaus Iohannis a avut 35 de postări pe Facebook iar Victor Ponta doar 18 postări. În privința engagement-urilor Klaus Iohannis a avut un engagement al fanilor de trei ori mai mare decât contracandidatul său, engagement care a fost decisiv în câștigarea competiției atât în mediul online, cât și la urne. În consecință „cifrele care au contribuit cel mai mult la succesul campaniei pe Facebook a lui Klaus Iohannis au fost cele de engagement. Și aici, nu atât numărătoarea de like-uri la conținutul paginii, cât cifra de engaged users, a oamenilor unici care au interacționat în mod unic cu pagina de Facebook Klaus Iohannis”¹⁷.

Distribuția pe segmente de vârstă arată că „Victor Ponta s-a adresat pe Facebook unui public mai tânăr, majoritatea simpatizanților lui Ponta având vârsta cuprinsă între 18 și 24 de ani, în comparație cu simpatizanții lui Klaus Iohannis care au vârstă cuprinsă între 18 și 34 de ani. Simpatizanții lui Victor Ponta sunt în mod egal bărbați și femei. În timp ce fanii lui Klaus Iohannis sunt în număr ușor mai mare femei (57%)”¹⁸.

Practic și cu afirmând cu puțină tendențiozitate, Klaus Iohannis a câștigat Alegerile Prezidențiale pe Facebook. La finalul zilei alegerilor, Klaus Iohannis a scris următoarele pe contul său: „Împreună, am câștigat bătălia aici, pe Facebook! Vă mulțumesc pentru această victorie! Sunteți acum cea mai mare comunitate formată în jurul unui om politic din mediul online! Împreună, atât de mulți și de puternici, suntem de neînvinși! Astăzi CÂȘTIGĂM!”¹⁹.

Klaus Iohannis a câștigat alegerile prezidențiale, iar mediul online a jucat un rol foarte activ în această campanie, pentru prima dată în România. „Ați scris istorie!

14 <http://www.pnl.ro/stiri/comunicat-de-presa-acl-prima-victorie-din-aceasta-zi-iohannis-il-in-vinge-pe-ponta-la-numarul-de-fani-pe-facebook&page=1> accesat în data de 12.02.2015.

15 <http://www.mediafax.ro/politic/analiza-mediafax-research-obtinut-milionul-care-conteaza-pe-ste-1-milion-oameni-implicati-pagina-facebook/> accesat în data de 12.02.2015.

16 <http://www.ziare.com/klaus-johannis/candidat-alegeri-prezidentiale-2014/iohannis-pe-facebook-iesiti-la-vot-castigam-1333670> accesat în data de 16.02.2015.

17 <http://www.facebrands.ro/blog/2014/11/klaus-iohannis-obtinut-milionul-care-conteaza-pe-ste-1-milion-oameni-implicati-pagina-facebook/> accesat în data de 16.02.2015.

18 <http://www.mediafax.ro/politic/analiza-mediafax-research-monitoring-iohannis-a-castigat-batalia-cu-ponta-la-fani-pe-facebook-cu-55-la-45-la-fel-ca-la-urne-13581738> accesat în data de 13.02.2015.

19 <https://www.facebook.com/klausiohannis/photos/a.632202593533662.1073741828.632184113535510/728411683912752/> accesat în data de 13.02.2015.

Pentru prima dată, online-ul a făcut diferența”²⁰, a fost mesajul lui Klaus Iohannis pe pagina sa de Facebook, în noaptea în care a aflat că a fost ales președintele țării. Pe de altă parte, deputatul PSD Sebastian Ghiță, a spus ironic că „nu a crezut că 'Partidul Facebook' și 'Partidul Diaspora' vor putea să întoarcă rezultatul votului la alegerile prezidențiale”²¹.

Concluzii

Platforma de comunicare din cadrul campaniei electorale din 2014 disponibilă pentru ambii candidați s-a dovedit a fi Facebook-ul, site-ul de socializare unde se postau ideile programului de guvernare ale aspiranților la fotoliul de la Cotroceni și se desfășurau luptele ideologice pentru o cât mai mare atragere a electoratului tânăr. Rețeaua Facebook a fost un barometru fidel pentru cea avea să se întâmple în turul doi al scrutinului iar acest lucru a fost demonstrat și situația „like”-urilor fiecăruia dintre candidați. Ofensivitatea campaniei electorale s-a resimțit cel mai bine pe internet unde postările pe rețeaua de socializare a celor doi candidați, deveneau virale imediat ce erau publicate, fiecare primind conotații în funcție de preferințe simpatizanților.

Cercetările realizate de Institutul Român pentru Evaluare și Strategie – IRES care vizau explicarea mecanismelor sociale ale votului din turul al doilea al alegerilor prezidențiale au confirmat unele concluzii ale celor care au făcut observații empirice, dar nesistematice: „convergența între Facebook, televiziune și telefonie mobilă a fost rețeta care a dus la marea mobilizare la vot în turul al doilea”²². Iar elementul care a declanșat solidaritatea în mass-media a fost modul de organizare a secțiilor din diaspora și ulterioara reacție guvernamentală. „Spațiul public devine prin rețele de socializare un spațiu emoțional. Noul spațiu emoțional înlocuiește spațiul public și asistăm, în consecință, la o dramatizare a experienței politice, la o mondializare sentimentală prin psihologizare, mai ales a elementelor de conflict.”²³ S-a format o adevărată „transmedia” prin prin înglobarea între mijloacele clasice și cele oferite de internet. Un lucru care explică posibilitatea creșterii rapide a unei emoții este fenomenul convergenței media atunci când mediile se amplifică una pe alta, televiziunea poate deveni cutie de rezonanță pentru Facebook sau invers.

Cercetările arată că solidaritatea electronică este rapidă, dar nu are efecte pe termen lung asupra domeniului politic. Curente emoționale, dacă nu sunt captate și articulate instituțional, se pierd foarte repede, iar marile angajamente din aceste mărețe vârfuri de emoție sunt repede uitate de către participanți. Media are un rol important prin amplificarea anumitor sentimente, iar milioane de oameni pot trăi sincronizate aceeași emoție. „Bomba informatică” este mai puternică decât cea nucleară deoarece propagă emoție la scară globală și poate crea panică, o comunitate suferindă a emoției. Trecem astfel de la o democrație a opiniei la una a emoției, acest lucru poate că explică foarte bine valurile de intoleranță și violență atitudinală și verbală care a cuprins rețelele în campania electorală pentru alegerile prezidențiale din România.”²⁴

20 <http://www.hotnews.ro/stiri-politic-18579654-klaus-iohannis-mesaj-facebook-ati-scris-istorie-pentru-prima-data-online-facut-diferenta.htm> accesat în data de 16.02.2015

21 <http://www.ziare.com/klaus-johannis/presedinte/rolul-interesant-al-mediului-online-in-alegerile-prezidentiale-de-ce-a-castigat-klaus-iohannis-1334106> accesat în data de 16.02.2015.

22 <http://www.ires.com.ro/articol/282/genera-ia-facebook-%C8%99i-convergen%C8%9Ba-media-au-dus-la-victoria-lui-klaus-iohannis> accesat în data de 19.02.2015.

23 <http://www.ires.com.ro/articol/282/genera-ia-facebook-%C8%99i-convergen%C8%9Ba-media-au-dus-la-victoria-lui-klaus-iohannis> accesat în data de 19.02.2015.

24 <http://www.ires.com.ro/articol/282/genera-ia-facebook-%C8%99i-convergen%C8%9Ba-media-au-dus-la-victoria-lui-klaus-iohannis> accesat în data de 19.02.2015.

BIBLIOGRAFIE

Resurse online :

http://adevarul.ro/entertainment/tv/campania-mobilizare-vot-ne-facem-auziti-real-succes-mesajele-vedetelor-ajuns-zece-milioane-romani-1_546b69c80d133766a802301b/index.html

http://adevarul.ro/tech/internet/cum-e-romania-mai-decat-marea-britanie-germania-e-top-5-tari-cele-mai-bune-retele-internet-fix-1_54de09ca448e03c0fd92d099/index.html

<https://ro-ro.facebook.com/george.staicu/posts/845379058810282>

<https://www.facebook.com/klausiohannis/photos/a.632202593533662.1073741828.632184113535510/728411683912752/>

<http://www.facebrands.ro/blog/2014/11/klaus-iohannis-obtinut-milionul-care-conteaza-peste-1-milion-oameni-implicati-pagina-facebook/>

<http://www.facebrands.ro/blog/2015/01/7-6-m-conturi-utilizatori-facebook-romania/>

<http://www.hotnews.ro/stiri-politic-18579654-klaus-iohannis-mesaj-facebook-ati-scris-istorie-pentru-prima-data-online-facut-diferenta.htm>

<http://www.hotnews.ro/stiri-esential-18545321-mobilizare-general-a-facebook-pentru-vineri-ora-18-00-sunt-anuntate-mai-multe-proteste-bucuresti-cateva-mari-orase-din-tara.htm>

http://www.insse.ro/cms/files/statistici/comunicate/com_anuale/tic/tic_r2014.pdf

<http://www.ires.com.ro/articol/282/genera-ia-facebook-%C8%99i-convergen%C8%9Ba-media-au-dus-la-victoria-lui-klaus-iohannis>

<http://www.mediafax.ro/politic/analiza-mediafax-research-monitoring-iohannis-a-castigat-batalia-cu-ponta-la-fani-pe-facebook-cu-55-la-45-la-fel-ca-la-urne-13581738>

<http://www.opiniatimisoarei.ro/mobilizare-la-vot-incredibila-in-diaspora-romanii-s-au-asezat-la-coada-inca-de-sambata-seara/16/11/2014/>

<http://www.pnl.ro/stiri/comunicat-de-presa-acl-prima-victorie-din-aceasta-zi-iohannis-il-invinge-pe-ponta-la-numarul-de-fani-pe-facebook&page=1>

<http://www.ziare.com/alegeri/alegeri-prezidentiale-2014/cum-a-pierdut-ponta-alegerile-din-cauza-internetului-cateva-cifre-1335974>

<http://www.ziare.com/klaus-johannis/candidat-alegeri-prezidentiale-2014/iohannis-pe-facebook-iesiti-la-vot-castigam-1333670>

<http://www.ziare.com/klaus-johannis/presedinte/cum-a-votat-diaspora-1333763>

<http://www.ziare.com/klaus-johannis/presedinte/rolul-interesant-al-mediului-online-in-alegerile-prezidentiale-de-ce-a-castigat-klaus-iohannis-1334106>

The electoral campaign through Social Media.

Case Study – 2014 Presidential elections in Romania

■ TASEŢE TĂNASE

[Independent Researcher]

Abstract

Developing a real network-society, the political communication through Social Media is no longer performing unidirectional, the political actors and the journalists do not have the same influence on the masses, as they had in the classic systems of political communication and the online opinion leaders have become key-factors in all this equation. In this sense, the main purpose of online campaign staff is to empower fans to interact with the posts of the candidate. Thus, any kind of feedback – like, comment or share – decentralizes the political message in social groups of fans, where he has a greater influence than the political actor. Once the message is discussed in social groups, strong ties (friends) of the fans are persuaded to become, in their turn, fans of the political actor and the conversion rate increase and this process will continue as long as interaction rate is high. In this paper, we aim to analyse the communication process through Facebook in the electoral campaign for the 2014 Romanian Presidential Elections and to compare the level of support for candidates on Facebook and for the real vote.

Keywords

political communication; Social Media; Presidential elections; Facebook; interactions

Introduction

The electoral communication through social networking sites (SNSs) has experienced an increasing professionalisation from the Romanian's parliamentary elections in 2008 – when it was introduced for the first time the electoral communication strategies, in Romania – until the Presidential elections in 2014.

Developing a real network-society, the political communication through Social Media is no longer performing unidirectional, the political actors and the journalists do not have the same influence on the masses, as they had in the classic systems of political communication and the online opinion leaders have become key-factors in all this equation. If at the parliamentary elections in 2008 and 2012, Social Media were used only as unidirectional media¹, the candidates were not fully empowered the new resources of web 2.0, at the presidential election in 2014 most candidates understood that not the parties have the control in Social Media, but the online political citizens (OPC²).

1 Tănase TaseŢe, „Social Media and Political Communication. Case study – The Parliamentary Parties in Romania”, *Sfera Politicii*, Vol XXI, 174 (2013)

2 Tănase TaseŢe, *Comunicarea politică prin Social Media și reacțiile publicului online* (București: Universitara, 2014).

Furthermore, the communication staffs understood much better in 2014 that the Facebook pages of the candidates (sources of the political message) is not necessarily a space for debate, but rather a source of message dissemination in the social groups of their fans, where it is debated between friends (strong ties). In other words, in Social Media, the communication process is conducted by the online political citizens (Facebook fans of the politician) that personalizes the political message, share and debate it through interpersonal communication in their social groups, and the percentage of generating standardized opinions streams is higher.

In this sense, the main purpose of the online campaign staff is to empower fans to interact with the posts of the candidate. Thus, any kind of feedback – like, comment or share – decentralizes the political message in the fans' social groups, where they have a greater influence than the political actor. Once the message is discussed in social groups, the strong ties (friends) of the fans are persuaded to become, in their turn, fans of the political actor and the conversion rate will increase. The new fans will bring, in their turn, other fans and this process will continue as long as interaction rate is high.

If we analyze from the perspective of the substance of the communication process, the political communication through Social Media follows the „americanization“ trend – in fact, the „americanization“ phenomenon is much higher in this informational age – the speech quality has considerably decreased, the style used by politicians on Facebook is mostly colloquial, the topics used by political actors in social networks are mostly non-political and the political issues, mostly, are presented by them as entertainment news (infotainment).

The „Obama 2008“ pattern, implement in 2014 Romanian Presidential election

The most visible involvement of social media in political and electoral communication strategies was observed in the presidential campaign in the United States in 2008. As Maria Magdalena Jianu stated, „not TV channels like CNN or ABC have brought Obama decisive advantage, but the SNSs, like Facebook, Myspace, forums, blogs, generally frequented by students (Obama had 320, 000 online supporters, compared to Hillary Clinton – 5,300)“³.

Thus, we find that the supremacy of the television in political communication, as we know it from the early stages of professionalization of the political communication systems, is over, and it was replaced by the SNSs, that offer unprecedented opportunity to exploit a public, overlooked so far by other means of mass communication: youths. Moreover, Obama has recorded an unique performance among young people – 18-29 years old.

The communicators from his staff have succeeded, thanks to the implementation of effective strategies of communication through Social Media, without replacing the traditional media, to stimulate and mobilize social groups of youths, otherwise considered, from the point of view of elections, a critical category, lukewarm and skeptical about the effectiveness of any proposed political program. The method whereby Obama's strategy managed to „raise“ the youths was to satisfy their needs of interaction, to update constantly the information and to diversify the online channels of mass communication.

We have to specify that Obama's communicators have used all Social Media's components: from Facebook, Youtube, Flickr, Twitter, to social network

³ Maria Magdalena Jianu, Elena Jianu, „Aspecte ale comunicării politice actuale“, *Analele Universității „Constantin Brâncuși“ din Târgu Jiu, Seria Litere și Științe Sociale* 3(2009):27.

for professionals, LinkedIn, to stimulate including occupational groups. The huge success of Obama from 2008 has mobilized many political actors to use online social networking platforms for presentation and promotion of the electoral message and they have heavily relied on meeting the needs of debating, that customizes the online audience.

Even in Germany, a country where, according to studies conducted in 2008, „most German politicians can not stand political communication through social media”⁴, Obama’s success due to social networks recorded between 2010 and 2012, according to a study conducted by three researchers, Stefan Stieglitz, Tobias Brockmann, Linh Dang Xuan⁵, a significant increase (5-8 times higher in 2012 compared to 2010) of the interest of German citizens, specially of the political parties on this new way to convey the political messages and to interact with voters.

Also in Romania the interest of politicians to use Social Media in electoral campaigns and in usual political communication with voters is recent. The first election campaign analyzed by researchers in Romania are those of the parliamentary and presidential elections in 2008 and 2009. Among them, we recall a study entitled „Social Media and political communication. Case study – Romania’s parliamentary parties”⁶, which shows that Romania’s parliamentary parties in moderate proportion use Social Media to spread political messages and interaction with voters. The same study shows that political parties which had a great support in Social Media (both in terms of number of fans, and especially the interaction) were successful in the 2009 parliamentary elections, managing an electoral score that allowed accession to government.

Also, the political parties which have exploited the benefits of promoting the image and political messages through social networks, have received an active participation from the supporters on their Facebook sites, generating a very high rate of interaction and engagement to their posts.

In fact, the interaction has become the main aim of all campaign strategists. The success of political communication through Social Media was translated, first of all, by the degree of adherence to the political messages of the political actors and by the degree of interaction that these messages can provide.

If the interaction was ensured, the secondary aim is inviting the social media users to participate in promoting the campaign message in their social groups – if we talk about electoral campaign, but also for collective decision making, if we talk about the government processes.

However, the usage level of social media in political communication in Romania is still very small compared to the US electoral processes online. Diana Cismaru notes that, comparing with American examples, in Romania the politicians and the communicators still do not understand „the specific of the network, which consists in focusing on the public interest, accessibility and interaction”⁷. Also, it is found that politicians from Romania do not have constant activity in Social Media (ex. Iohannis has built his Facebook page on May 29, 2014, just four months before the start of the campaign), and if they have a Facebook page for more than 2 years, they use it more for unilateral communication (ex. Victor Ponta, 2012).

4 Stefan Stieglitz, Tobias Brockmann, Linh Dang Xuan, „Usage of Social Media for Political Communication”, *PACIS 12 Proceedings*, <http://aisel.aisnet.org/pacis2012/22>

5 Stefan Stieglitz, Tobias Brockmann, Linh Dang Xuan, „Usage of Social Media for Political Communication”, *PACIS 12 Proceedings*, <http://aisel.aisnet.org/pacis2012/22>

6 Tănase Tasențe, Ciacu Nicoleta, „Social Media and Political Communication. Case Study – The Parliamentary Parties in Romania”, *Sfera Politicii*, 174 (2013): 147-160

7 Diana Cismaru, *Social Media și Managementul reputației* (București: Tritonic, 2012), 48.

Case study: The electoral campaign through Social Media for the 2014 Presidential Elections

Aims

1. Analysing the communication process through Facebook in the electoral campaign for the 2014 Romanian Presidential Elections
2. Comparative analysing the level of support for candidates on Facebook and for the real vote.

Hypothesis

It is assumed that the political actor who manages to involve their fans more in commenting and sharing the political message, he will generate a higher conversion rate, which will lead to increased confidence vote.

Methodology

For achieving the objectives, we have used the quantitative analysis. We have centralized and comparative analyzed data from two dimensions: the real vote dimension and the support and interaction of Social Media dimension

In order to monitor the activity in Social Media, we have analyzed the evolution of the number of fans between 7th of November to 16, 2014, we have quantified the number of likes, comments and shares on each post and the total of the daily interactions, we have analyzed the types of posts and topics used by the candidates in the social network to compare them according to the engagement rate they are generating. We also calculated the conversion rate of the common users in fans, based the interactions of the main fans. We have used multiple sources of data centralization, among which the candidates' Facebook pages and the social media analysis website, www.socialbakers.com.

For data centralization from voting, we have used to the www.bec2014.ro website and we have analyzed the following indicators: the number of votes in Romania and the number of votes the Diaspora countries with the most votes.

Data centralization

a. Data centralization from the vote

According to the *Minutes regarding counting votes in the elections for President of Romania – 16th of November, 2014*⁸, the situation looks as follows:

1. In Romania, the total number of valid votes was 11,176,501, of which Klaus Iohannis has received 5,949,896 votes, representing 53.24% and Victor Ponta has received 5,225,605 votes, representing 46.76%.
2. In the Diaspora, the total number of valid votes was 377,651, but we will present only those countries with the highest voter turnout:
 - a. Italy (96,600 votes) – Klaus Iohannis received 85,579 votes, representing 88.59% and Victor Ponta has received 11,021 votes, representing 11.40%
 - b. Spain (82,744 votes) – Klaus Iohannis has received 74,995 votes, representing 90.63% and Victor Ponta has received 7,749 votes, representing 9.36%
 - c. Germany (17,506 votes) – Klaus Iohannis has received 16,816 votes, representing 96.05% and Victor Ponta has received 690 votes, representing 3.94%.
 - d. United Kingdom (25,850 votes) – Klaus Iohannis has received 24,533 votes, representing 94.90% and Victor Ponta has received 1,317 votes, representing 5.09%

⁸ <http://www.bec2014.ro/wp-content/uploads/2014/11/Anexa-3-tur-2.tif>

- e. Moldova (35,543 votes) – Klaus Iohannis has received 27,933 votes, representing 78.58% and Victor Ponta has received 7,610 votes, representing 21.41%.
- f. United States (17,683 votes) – Klaus Iohannis has received 16,388 votes, representing 92.67% and Victor Ponta has received 1,295 votes, representing 7.32%.
- g. France (16,053 votes) – Klaus Iohannis has received 15,004 votes, representing 93.46% and Victor Ponta received 1,049 votes, representing 6.53%.

b. The data centralization in Social Media

On 28th of April 2014, when the last report⁹ of the number of users of Facebook users has been made, in Romania were about 7.2 million people accessing this social network, the Facebook penetration rate among the general population was 35.78%, and the Facebook penetration among Internet users in Romania was 74.67%.

Relating to the age groups, the most users (30.1%) were aged between 25 and 34 years old, followed by 18-24 years old (27.2%), 35-44 years old (17.4%), 45-54 years old (7.3%), 55-64 years old (3.4%) and those over 65 years old (1.3%). The audience aged between 13 to 17 years, meaning the people who do not vote, are representing 13.4% of total users. Relating to gender, 63.93% are male and 36.07% female.

The distribution of the Facebook fans of the two candidates, by geographical area, is as follows:

Victor Ponta (total no. of fans, 16th of November 2014 – 715, 226)			Klaus Iohannis (total no. of fans, 16th of November 2014 – 848, 419)		
Country	No. of fans	% from total no. of fans	Country	No. of fans	% from total no. of fans
Romania	644,418	90.1%	Romania	681,280	80.3%
Italy	15,734	2.2%	Italy	44,117	5.2%
Spain	6,437	0.9%	Spain	22,907	2.7%
Germany	4,291	0.6%	Germany	21,210	2.5%
U.K.	5,006	0.7%	U.K.	16,119	1.9%
Moldova	2,145	0.3%	Moldova	7,635	0.9%
U.S.A.	2,145	0.3%	U.S.A.	6,787	0.8%
France	2,145	0.3%	France	6,787	0.8%

As a consequence of monitoring the Social Media activity of the two candidates, we have centralized the following indicators that will help us to achieve correlations and comparisons of the performance of Victor Ponta and Klaus Iohannis in this channel of communication.

Thus, we have centralized the following indicators: the number of fans by days, the number of posts by days, the number of likes, comments and shares, the total number of interactions and the engagement rate by days.

⁹ <http://www.facebrands.ro/demografice.html#evolutie>

**Victor Ponta's Facebook activities in electoral campaign –
summarizing table**

Date	No. of fans	No. of posts	No. of like	No. of comments	No. of shares	Total interactions	Users Engagement rate / days
7.10.2014	659,303	1	9,673	752	659	11,084	1.68%
8.10.2014	660,407	0	0	0	0	0	0%
9.10.2014	662,397	5	37,070	3,789	92	45,245	1.36%
10.10.2014	664,978	7	68,553	6,595	7,091	82,239	1.77%
11.10.2014	668,020	11	108,449	16,267	11,273	135,989	1.85%
12.10.2014	672,310	9	120,508	15,937	10,539	146,984	2.43%
13.10.2014	676,378	8	116,071	18,377	10,620	145,068	2.68%
14.10.2014	681,063	14	140,370	16,266	13,612	170,248	1.79%
15.10.2014	686,734	14	190,780	18,847	16,063	225,690	2.35%
16.10.2014	715,226	5	103,332	25,871	4,123	133,326	3.73%
TOTAL		74	894,806	122,701	78,366	1,095,873	2.18%

Klaus Iohannis' Facebook activities in electoral campaign – summarizing table

Date	No. of fans	No. of posts	No. of like	No. of comments	No. of shares	Total interactions	Users Engagement rate / days
7.10.2014	484,289	5	102,989	3,128	22,037	128,154	5.29%
8.10.2014	491,660	6	104,898	4,085	27,039	136,022	4.61%
9.10.2014	506,223	5	108,578	6,078	39,838	154,494	6.10%
10.10.2014	520,927	4	92,308	4,992	33,264	130,564	6.27%
11.10.2014	543,910	11	246,080	17,178	37,280	300,538	5.02%
12.10.2014	565,718	18	397,804	24,211	40,464	462,479	4.54%
13.10.2014	586,602	16	169,913	9,726	31,963	211,602	2.25%
14.10.2014	606,179	10	274,853	12,383	64,810	352,046	5.81%
15.10.2014	662,968	6	233,075	11,199	22,701	266,975	6.71%
16.10.2014	848,419	21	1,773,722	78,287	179,931	2,031,940	11.40%
TOTAL		102	3,504,220	171,267	499,327	4,174,814	5.80%

Data analysis

The Evolution of the number of fans

During the monitoring period, November 7 to 16, the candidate Victor Ponta has generated a growth rate of fans of 7.82%. On the other hand, Klaus Iohannis has generated a growth rate of 42.92%. The last one, as we can see in the chart below, has managed to overcome the first, on the voting day, 16th of October, 2014, succeeding an increase of 242,240 fans in just two days. We must specify that the Facebook page of Klaus Iohannis was built on 29 May 2014, about 4 months before the start of the election campaign and the Facebook page of Victor Ponta was built on 22 December 2010.

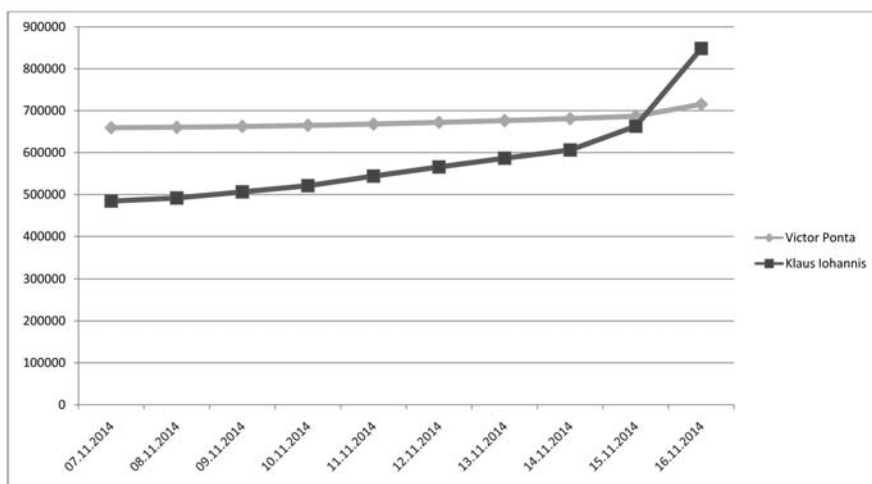


Figure 1 – The evolution of the number of fans of the two candidates, from 7 to 16 November 2014

Types of posts

The campaign team of Iohannis used a wider range of posts than Victor Ponta's team. If Victor Ponta has used photos as their principal means of communication through Facebook (81.10% of total posts), Klaus Iohannis has used videos in a proportion of 30.70%, photos – 29.70%, links – 19.80% and statuses – 18.80%. Videos and links have been used in a proportion of 10.80% and 8.10% in the case of Victor Ponta and events, in 1%, in the case of Iohannis.

Regarding the engagement of the fans at different types of post, the situation is shown in the following way:

- Iohannis has generated the highest rates of engagement to videos, 8.23%, to photos – 7.44% and statuses – 5.31%. Links and events have generated a low rate of engagement, 2.02% and 0.90%
- Ponta has generated the highest engagement rate to photos, 2.38%. The posts in which he has used videos, the rate was 1.30%, and links – 1.29%.

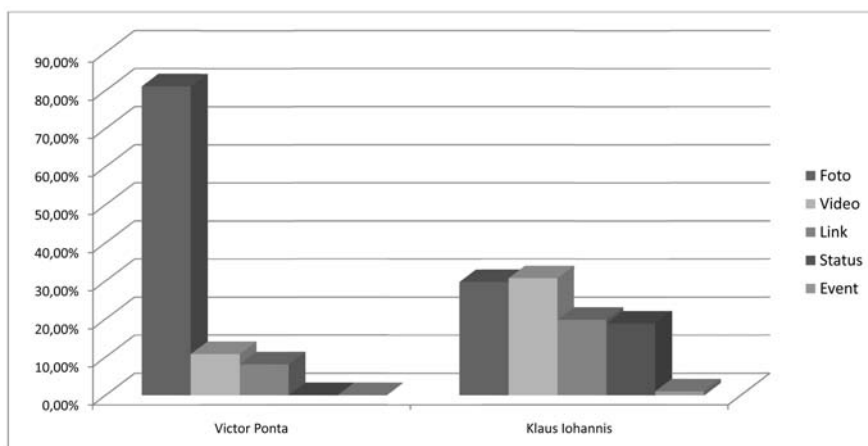


Figure 2 – Types of posts used by the two candidates

The subjects used in posts

The electoral communication of Victor Ponta in Social Media was focused on messages of support came from several personalities (40.54%), among which we mention: Dorel Vișan, George Ivașcu, Gabriela Szabo, Helmuth Duckadam, Titi Aur, Ilie Năstase, Leonard Doroftei, Anghel Iordănescu, Tudor Gheorghe, Radu Beligan, Matteo Renzi (the Prime Minister of Italy), Ioan Holender, Martin Schulz (The President of European Parliament), Sigmar Gabriel (Vice Chancellor of Germany), Sorin Oprescu, Gianni Pittella (leader of the Social Democratic Party in the European Parliament), Raed Arafat, Sorin Ilfoveanu, Marius Bodochi și Pavel Năstase (Rector of the Academy of Economic Studies from Bucharest). On this segment, the engagement rate was on average 2%, below his overall average engagement of 2.18%. News and announcements of the Premier activities represented 21.57% of all posts, political statements represented 16.22%, references to competing candidate – 14.87, birthdays – 4.06%, religious holidays and campaign activities – 2.70% each.

On the other hand, the Social Media campaign team of Klaus Iohannis focused on commercial postings (political advertising) – 25.74%, resulting a high engagement rate (7.55%) – well above his overall average of 5.80%. The references to the competing candidate represented a percentage of 24.75% of the total number of posts, notifications about radio and TV appearances – 24.75%, political statements – 22.77% and campaign activities – 1.98%. The references to the competing candidate amounted to an engagement rate of 5.15%, below the general average of 5.80%. Political statements and notifications generated a very low rate of engagement, compared with the overall average.

Categories topics	Candidate	
	Victor Ponta	Klaus Iohannis
Messages of support from personalities	40.54%	0%
Advertising election	0%	25.74%
Political statement	16.22%	22.77%
References to the competing candidate	14.87%	24.75%
Government Activity	21.57%	0%
Campaign activities	2.70%	1.98%
Birthdays	4.06%	0%
Religious celebrations	2.70%	0%
Notifications	0%	24.75%

The evolution of interactions and engagement rates of the fans

Klaus Iohannis has managed to engage better its online audience for interactions than Victor Ponta. Iohannis achieved an overall performance of 3.81 times more interactions than Ponta, with the remark that on day of vote, 16th of November, Klaus Iohannis managed to persuade his fans to interact 15.24 times more than his opponent.

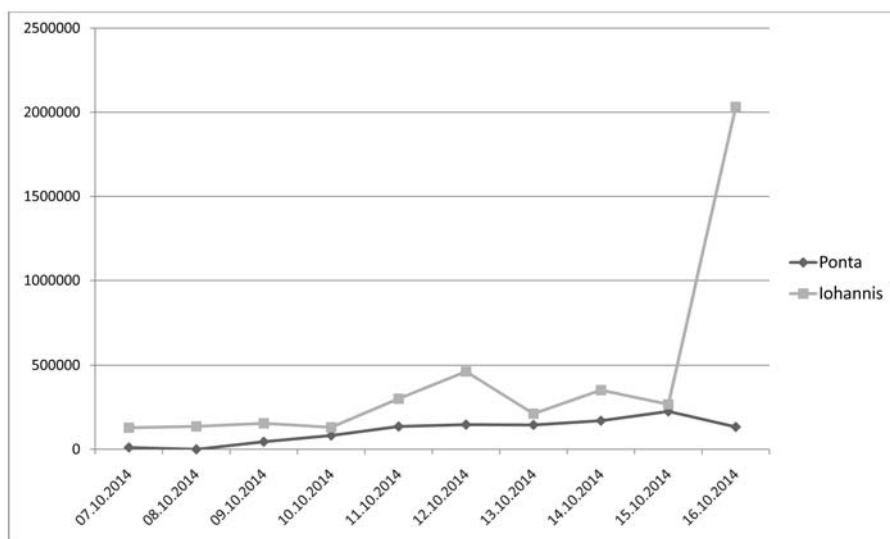


Figure 3 – The evolution of the interactions

During the monitoring period, we have observed between the numbers of comments submitted by fans of the two candidates, there is a relative equality. The difference is made on the voting day (16th of November), when the number of comments on Klaus Iohannis' Facebook page increased from an average of about 10.000 comments to 80.000 (8 times more).

On Victor Ponta's Facebook page there was some constancy on the number of comments, ranging from 16.000 to almost 26.000 between 11th to 16th of November 2014.

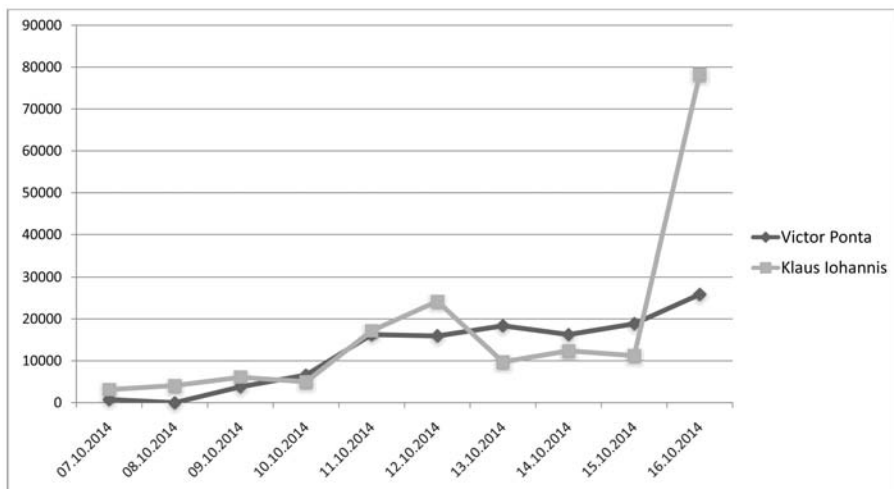


Figure 4 – The evolution of the number of comments

The difference between the two candidates is made by the number of shares, the indicator that sends the information the fastest in social groups of fans and generates the fastest conversion of regular Facebook users in fans or online political citizens. In the chart below we can see that the political information on Klaus Iohannis' page is shared by fans 62 times more than the information displayed on Victor Ponta's Facebook page.

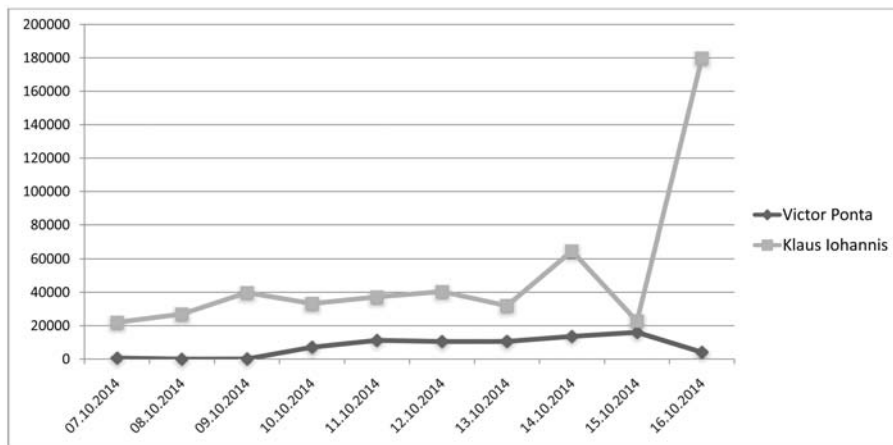


Figure 5 – The evolution of the shares

Regarding the engagement rate, Klaus Iohannis managed to engage better his Facebook supporters on commenting and sharing the posted information, compared to Victor Ponta. Iohannis achieved an average engagement rate of 5.80% versus 2.18% as recorded on Ponta's page. Even if he generated a downward trend during the period 7 to 13 November 2014, Klaus Iohannis managed to mobilize his supporters on Facebook on 14-16 of November, generating an increase of 9.15 percent of the engagement rate. On the last day, 16th of November, Klaus Iohannis registered an engagement rate of 11.40%, almost 2 times higher than the overall average. On the other hand, Victor Ponta has generated a relatively constant engagement rate throughout the lap 2, which fluctuated between 1.3% and 2.68%. On the last day, November 16, his engagement rate increased to 3.73%.

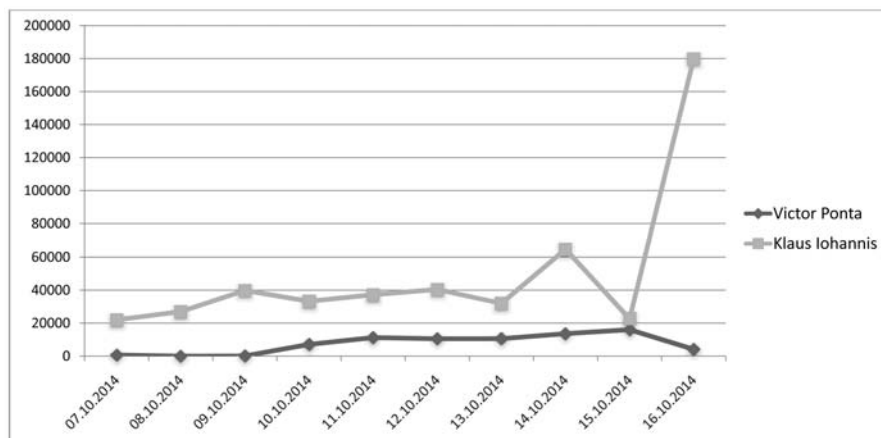


Figure 6 – The evolution of the engagement rate

The evolution of the conversion rate

Calculating the conversion rate based on fans interactions, as vectors of information communication in social groups, we note that, due to the large number of interactions, Klaus Iohannis managed to transform many common users from the social groups of his fans or online political citizens (OPC). The new fans will bring also other fans and this process will continue as long as the interactions rate is high. We can observe that the average rate of conversion of Iohannis is 9.37%. about 2 times higher than Victor Ponta's rate (4.68%).

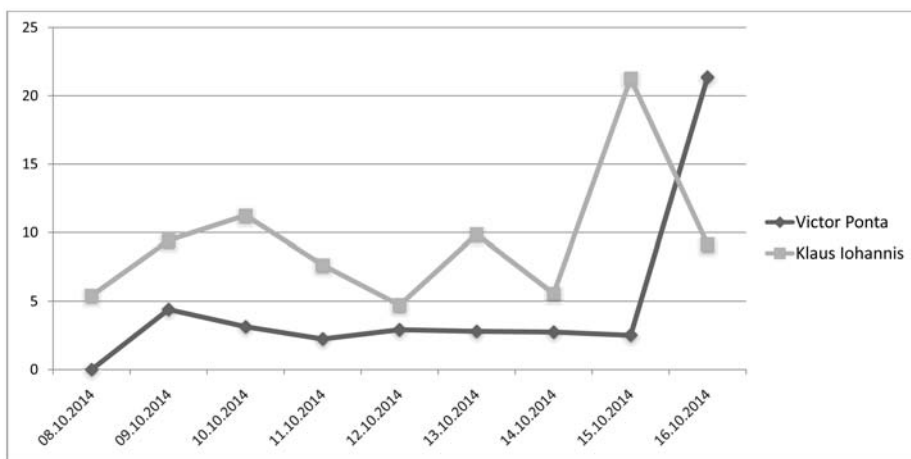


Figure 7 – The evolution of the conversion rate

Comparative analysis of the key-indicators of Social Media

	VICTOR PONTA	KLAUS IOHANNIS
Increase fans no.	7.82%	42.92%
Total posts	74	101
Political/nonpolitical topics	89.19% – political topics; 10.81% – nonpolitical topics	92.08 – political topics; 7.92% – nonpolitical topics
Topics posts by categories	40.54% – messages of support from personalities 16.22% – political statement 14.87% – references to competing candidate 8.11% – Government economic news 6.76% – Premier message 4.06% – birthdays 2.70% – campaign activities. 2.70% – external meetings 2.70% – religious holiday	25.74% – political advertising. 24.75% – references to competing candidate 24.75% – notifications 22.77% – political statement 1.98% – campaign activities
Total no. of likes	894,806 likes	3,504,220 likes
Total no. of comments	122,701 comments	171,267 comments
Total no. of shares	78,366 shares	499,327 shares
Total no. of interactions	1,095,873 interactions	4,174,814 interactions
The average engagement rate	2.18%	6.14%
The average conversion rate	4.68%	9.37%

Comparative analysis of the percentages of the vote and the support on Facebook – Romania and Diaspora

Summarizing and analyzing the data obtained from the Central Electoral Bureau and those obtained from the social media analysis website, www.socialbakers.com, we have realized correlations that can help us to understand some similarities between the virtual environment and the support of the real environment. Thus, we can observe in the table below that are relatively small percentage differences between Facebook support and vote support. Klaus Iohannis won 53.24% of the vote on Romanian territory, compared to Victor Ponta, who received 46.76%, from 96.83% which represent the valid votes only in Romania, without Diaspora. Relating to online support, Klaus Iohannis has 681,280 Facebook fans from Romania, according to data from socialbakers.com, compared to Victor Ponta, who has 644,418 Romanian fans. On Facebook, the ratio of the two candidates is 48.61%, support for Victor Ponta and 51.39% – support for Iohannis.

The same correlations we have made also for some Diaspora countries. Thus, in Italy, the real situation of vote was 11.40% (Ponta) and 88.95% (Iohannis), and the ratio on Facebook was 26.29% (Ponta) and 73.71% (Klaus Iohannis). Votes from Italy represented 0.81% of the total valid votes.

COUNTRY	No. of votes	% voting	REAL VOTES				SOCIAL MEDIA			
			Victor Ponta		Klaus Iohannis		Victor Ponta		Klaus Iohannis	
			Votes	%	Votes	%	Fans	%	Fans	%
Romania	11553152	96.83%	5225605	46.76%	5949896	53.24%	644418	48.61%	681280	51.39%
Italy	96600	0.81%	11021	11.40%	85579	88.95%	15734	26.29%	44117	73.71%
Spain	82744	0.69%	7749	9.36%	74995	90.63%	6437	21.94%	22907	78.06%
Germany	17506	0.15%	690	3.94%	16816	96.05%	4291	16.83%	21210	83.17%
UK	25850	0.22%	1317	5.09%	24533	94.90%	5006	23.70%	16119	76.30%
Moldova	35543	0.30%	7610	21.41%	27933	78.58%	2145	21.93%	7635	78.07%
USA	17683	0.15%	1295	7.32%	16388	92.67%	2145	24.01%	6787	75.99%
France	16053	0.13%	1049	6.53%	15004	93.46%	2145	24.01%	6787	75.99%

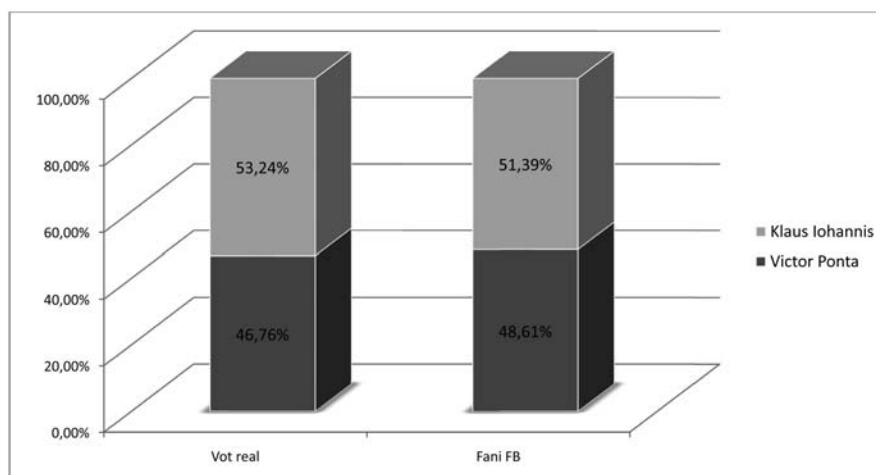


Figure 8 – Comparison between the real vote situation and the Facebook support (voters from Romania – 96.83% of the valid votes)

Conclusions

According to this study, comparing it with the 2012 parliamentary elections, we can observe a high increase of the professionalism of the electoral communication through Social Media in 2014.

While in the previous elections, the political actors have focused on their message rather than on the feedback it generates, in the 2014 elections, the candidates have focused on interaction and the fact that their online supporters can become a very important communication vectors, as they have a greater influence than politicians in the social groups to which they belong.

Moreover, it was found that the politician who connects to multimedia resources and transmits the most comprehensive range of categories of posts, generates a greater engagement rate, that means a higher conversion rate. For example. Klaus Iohannis used mostly videos for transmitting his electoral message – means that invites Facebook users to interaction. Also, he used photos, links and statuses. Victor Ponta focused his online communication strategy only on text and photo posts.

Also, Victor Ponta lost his influence in the online environment because he didn't focused his communication strategy on the online public typology, mostly young users. From the analysis, it was found that his strategy of winning image capital due to the support from cultural and political personalities, failed to generate a high engagement rate. This strategy may influence an older audience, but not on a younger audience.

On the other hand, Klaus Iohannis adapted his communication strategy to the typology of the Facebook public and he has focused his communication on advertising messages – in which only the qualities were highlighted –, on messages that attack the opponent, on message announcing the presence to radio or television program or on political statements. Moreover, Klaus Iohannis managed to generate almost 4 times more interaction than Victor Ponta and this aspect increased the conversion rate from day to day.

All this Social Media indicators were compared with the voting confidence and our assumption is confirmed – according to which the political actor who manage to generate debate around his political message, will generate a higher conversion rate (from common users to fans) and also a higher confidence vote.

REFERENCES

- CISMARU, Diana. *Social Media și Managementul reputației*. București, Tritonic. 2012.
- Maria Magdalena Jianu. Elena Jianu. „Aspecte ale comunicării politice actuale”. *Analele Universității „Constantin Brâncuși” din Târgu Jiu. Seria Litere și Științe Sociale* 3(2009)
- STIEGLITZ, Stefan, BROCKMANN, Tobias, XUAN Linh Dang. „Usage of Social Media for Political Communication”. *PACIS 12 Proceedings*. <http://aisel.aisnet.org/pacis2012/22>
- Tănase Tasențe. „Social Media and Political Communication. Case study – The Parliamentary Parties in Romania”. *Sfera Politicii*. Vol XXI. 174 (2013)
- TASENȚE, Tănase. *Comunicarea politică prin Social Media și reacțiile publicului online*, București, Universitară, 2014.
- www.bec2014.ro/wp-content/uploads/2014/11/Anexa-3-tur-2.tif
- www.facebrands.ro/demografice.html#evolutie
- <https://www.facebook.com/klausiohannis>
- <https://www.facebook.com/victor.ponta>
- www.socialbakers.com

Gen, politică și mass-media: reprezentări stereotipizate. Cum tragem linia?

■ OANA BĂLUȚĂ

[University of Bucharest]

Abstract

The article explores specific intersections within the gender, politics and media triangle in order to better understand the positioning of media in regards to political representation of women. The broad theoretical umbrella is political representation as conceptualized by Hanna F. Pitkin (1967) and further on by Sarah Childs (2008). It also describes how social media may be used to challenge, deconstruct or emphasize gender stereotypes by grounding the analysis in the 2014 presidential elections.

Keywords

political representation; descriptive and symbolic representation; traditional media and new/social media

Introducere

Teoreticiene și cercetătoare feministe critică reprezentările politicienelor în mass-media pentru că acestea elimină simbolic femeile (mai puține femei sunt prezente în media) ori pentru că le încadrează stereotipizat atunci când „jurnaliștii în manieră sistematică și obișnuită se concentrează asupra sexului și genului femeilor- subliniind mai puțin ceea ce fac și mai mult felul în care arată”¹. Virginia Sapiro a atras atenția asupra legăturii dintre reprezentarea politică descriptivă și cea simbolică spunând că femeile și bărbații „continuă să creadă că politica este un domeniu masculinizat pentru că adevărul empiric ne spune că politica este un domeniu masculinizat”². Corelarea dintre reprezentarea descriptivă și cea simbolică a fost subliniată de alte teoreticiene importante din zona reprezentării politice precum Anne Phillips (1998), Sarah Childs (2008) și de analize actuale comparative³. O asumție importantă inclusă în această corelație este că mai multe femei care ocupă funcții de decizie „vor

1 Sarah Childs, *Women and British Party Politics. Descriptive, Substantive and Symbolic Representation*, (New York: Routledge, 2008), 141.

2 Childs, *Women*, 141.

3 Leslie A. Schwindt-Bayer, Mishler William, „An Integrated Model of Women's Representation”, *The Journal of Politics* 2 (2005): 407-428.

crește acceptabilitatea femeilor la guvernare și vor schimba percepțiile culturale asupra politicii”. Phillips chiar aduce drept argument pentru prezența femeilor în politică perspective modelului de rol⁴.

Însă, dacă luăm în considerare reprezentările politicianelor în mass-media, prezența lor în politică „ar putea să nu fie normalizată, ba dimpotrivă să fie percepută drept suspectă ori ‘altfel’ prin intermediul reprezentărilor de gen din mass-media” susține Childs. Reprezentările femeilor în care accentul principal cade pe vestimentație și atractivitate sunt departe de a sprijini includerea femeilor în politică. **Noile media pot aduce însă o contribuție specifică și pot confrunța acesta încadrări stereotipizate. Dacă media tradiționale sprijină crearea unor astfel de spații cu trăsături de gen, prin intermediul social media actorii politici înșiși pot participa activ la crearea unor spații genizate în politică sau la contestarea lor.**

Ce îmi propun în acest articol este să înțelegem cum analizăm triada gen, politică și mass-media pentru ca de aici să putem distinge mai bine rolul pe care îl au mass-media în reprezentarea politică a femeilor. Umbrela sub care voi așeza această analiză este cea a reprezentării politice în conceptualizarea pe care o face Hanna F. Pitkin (1967), valorizată ani mai târziu de Sarah Childs (2008) în raport cu politica din Marea Britanie. Însă în cadrul acestei triade –gen, politică și mass-media- voi aborda o temă destul de puțin cercetată și teroretizată, respectiv rolul pe care social media le pot avea în deconstruirea stereotipurilor de gen. Alegerile prezidențiale din anul 2014 în care au fost prezente două candidate în cursa electorală în turul I, Monica Macovei și Elena Udrea, îmi permit să mă uit cu atenție la modul în care Facebook a constituit o platformă de comunicare nestereotipizată pentru candidata Elena Udrea.

În *Mass-media despre sexe* (2005), Mihaela Miroiu observă că în media românești, „VIP-urile masculine sunt politicieni, oameni de afaceri, fotbaliști, oameni de cultură, VIP-urile feminine sunt vedete: cântărețe, top-modele, sportive, prezentatoare, **soții de politicieni în egală proporție cu politicienele**”⁵. Nadezhda Shvedova în studiul *Obstacles to women's participation in Parliament* (2005) analizează obstacolele cu care se confruntă femeile care sunt politice (sistem electoral, partide politice, masculinizarea politicii), socio-economice (feminizarea sărăciei, dubla zi de muncă ș.a.), ideologice și psihologice unde regăsim: ideologia de gen, roluri tradiționale, ambiția și socializarea politică, dar și reprezentarea femeilor în mass-media⁶. Intersecția dintre gen, politică și mass-media trebuie analizată cu atenție mai ales în contextul unor transformări recente de pe scena politică națională legate de vizibilitatea femeilor și deținerea unor funcții importante de conducere. În cursa electorală pentru președinție în 2014, au candidat două femei Monica Macovei și Elena Udrea, iar recent, în luna decembrie, conducerea unui partid politic important, Partidul Național Liberal, a fost preluată de o femeie, Alina Gorghiu (nu este singura președintă a unui partid în România⁷).

Voi face o observație evidentă din punct de vedere empiric care are un rol mai degrabă didactic: **știm** că prezența femeilor la luarea deciziilor în politică

4 Anne Phillips, *The Politics of Presence*, (New York: Oxford University Press, 1998), 228.

5 Laura Grünberg, *Mass-media despre sexe* (București: Tritonic Publishing House, 2005), 126; (n.a.: sublinierea îmi aparține).

6 Shvedova Nadezhda, „Obstacles to Women's Participation in Parliament” în Julie Ballington, Azza Karam, *Women in Parliament: Beyond Numbers* (revised edition), (Stockholm, Publications Office, International IDEA, 2005).

7 Elena Udrea este președinta Partidului Mișcarea Populară din 7 iunie 2014. Daniela Popa a fost președinta Partidului Conservator în perioada 2008-2010, începând cu data de 27 ianuarie a preluat conducerea partidului, iar în februarie 2010 (după ce Daniela Popa demisionează pentru a intra în Consiliul Comisiei de Supraveghere a Asigurărilor) este ales președintele partidului Daniel Constantin.

este mică în comparație cu a bărbaților (Băluță, 2014), potrivit datelor Uniunii Interparlamentare, România se află pe locul 102 într-un clasament internațional de 189 de state⁸. Însă, fotografiile acestea cantitativiste sunt inadecvate deoarece nu spun nimic și le-am văzut de prea multe ori în articole și „studii” **eminamente descriptive care nu aduc nimic nou, nu contribuie la procesul de înțelegere și explicare a decalajelor de gen ori a factorilor care conturează reprezentarea politică descriptivă**. Mă întreb care este relevanța teoretică, empirică, metodologică, respectiv care este contribuția „analizei” la cunoașterea științifică de substanță a reprezentării politice de gen ori a femeilor. Voi relua două idei expuse în articolul *Cu mai multă reflexivitate despre reprezentarea politică*⁹ (2014), respectiv că: 1.) „analiza noastră trebuie să depășească stadiul de „fotografie panoramică” exprimată sub forma cifrelor și să se așeze pe un drum al explicațiilor privind cauzele, obstacolele cu care se confruntă femeile (în acest caz) în participarea și reprezentarea politică, al factorilor care fac lucrurile să fie așa cum sunt și că 2.) „acea „fotografie panoramică” (...) trebuie așezată într-un context multicausal care depășește și chiar privește cu ironie observații precum: femeile nu sunt interesate de politică, baza de selecție este precară, femeile nu au merite, de aceea ponderea lor este mai mică.”

Conceptualizarea reprezentării politice

Dezvoltările teoretice actuale din sfera reprezentării politice a femeilor pornesc de la lucrarea complexă publicată de Hanna F. Pitkin în 1967, *The Concept of Representation*, dar revizuită critic de analize uletrioare. Pentru demersul pe care îl fac în aceste pagini un reper teoretic și empiric mi-a fost analiza dezvoltată de Sarah Childs în anul 2008, *Women and British Party Politics. Descriptive, Substantive and Symbolic Representation*. Childs preia și analizează feminist critic modelul reprezentării propus de Pitkin (reprezentare formală, descriptivă, substanțială și simbolică)

Pitkin dezvoltă patru forme ale reprezentării politice:

1. Reprezentare formală,
2. Reprezentare descriptivă,
3. Reprezentare simbolică,
4. Reprezentare substanțială.

Diversificarea tipurilor de reprezentare (așa cum procedează Pitkin) ajută suplimentar să nuanțăm și semnificația și utilizările conceptului de reprezentare politică. Reprezentarea, la modul general, înseamnă să faci prezent într-un sens ceva care nu este prezent literal sau în realitate¹⁰. Dacă parcurgem cu atenție textul lui Pitkin vom observa că demersul său în raport cu reprezentarea politică este unul **gradual** în sensul în care introduce treptat câte un nou aspect în reprezentarea politică pentru a clarifica mai cuprinzător semnificația acesteia și valențele multiple pe care le îmbracă. De asemenea, consider că este important să reținem că Pitkin argumentează în favoarea acestui model integrat în care unele forme de reprezentare sunt mai proeminente în raport cu altele, dar că, în fapt cele patru forme reprezintă fotografia completă a reprezentării politice. Vreau să fac următoarea observație: în articole și volume publicate până în prezent sunt de obicei discutate și cercetate empiric trei ori două tipuri de reprezentare politică: reprezentarea de-

⁸ <http://www.ipu.org/wmn-e/classif.htm> accesat în data de 27 decembrie 2014.

⁹ Articolul mi-a fost solicitat de revista *Expert Electoral*, revistă de studii, analize și cercetări electorale editată de Autoritatea Electorală Permanentă, numărul 1, 2014. Fragmentele reluate aici se găsesc la paginile 4 și 7.

¹⁰ Hanna Fenichel Pitkin, *The Concept of Representation*, (Berkley, Los Angeles, London: University of California Press, 1967), p. 8-9.

scriptivă, substanțială și simbolică ori cea descriptivă și substanțială ori doar unul din cele trei tipuri (descriptiv, substanțial și simbolic).

Articolul de față face parte dintr-un demers teoretic și empiric mai amplu¹¹ care abordează reprezentarea politică într-o manieră integrată, dar din rațiuni de economie a spațiului voi decupa exclusiv interacțiunea dintre reprezentarea descriptivă și cea simbolică și voi urmări în analiză, așa cum am specificat deja, rolul social media (Facebook) în contestarea reprezentărilor stereotipizate ale femeilor din politică. Voi clarifica în cele ce urmează semnificația reprezentării descriptive și substanțiale.

Reprezentare politică descriptivă

Acest tip de reprezentare se referă la corespondența ori conexiunea dintre caracteristicile reprezentanților politici și cetățeni¹². Pitkin observă că pentru cei care susțin acest tip de reprezentare importante sunt caracteristicile reprezentanților: **cum sunt ei/ele, mai puțin ce fac ei/ele**. Pentru reprezentarea politică, abordarea descriptivă ridică așadar problema **componentei unei structuri decizionale**. Reprezentanții politici nu acționează (*act for*), ci „stau în locul lor” (*stand for*)¹³. Din analiza elaborată de Pitkin mai rețin următoarea observație deoarece s-a dezbătut teoretic și empiric intensiv în ce măsură femeile reprezintă interesele femeilor. Autoarea spune că:

„avem tendința de a crede că trăsăturile oamenilor sunt un ghid în-spre acțiunile pe care le vor face și suntem preocupați de caracteristicile reprezentanților noștri tocmai din cauza acestui motiv. Dar nu este o corelație simplă; nici cel mai adecvat reprezentant descriptiv nu este în mod necesar cel mai bun reprezentant pentru activități ori guvernare”¹⁴.

Către finalul capitolului dedicat reprezentării descriptive, Pitkin admite că aceasta este relevantă pentru viața politică, „dar că oferă doar o înțelegere parțială”, că reprezentarea presupune „a fi ca tine, nu a acționa pentru tine” și că perspectivei descriptive nu îi poți asocia noțiunea de responsabilitate (*accountability*)¹⁵.

În urma lecturii atente a textului lui Pitkin, vreau să fac o observație pe care o consider relevantă în economia mai largă a conceptualizării reprezentării politice, cu potențial în clarificarea unor corelații ne-necesare în opinia mea. Dacă reprezentarea descriptivă presupune a fi ca cineva, nu a acționa pentru acea persoană, înseamnă atunci că poate nu ar trebui să îi asociem în mod necesar și acțiunea politică, poate că în logica reprezentării descriptive putem considera că e suficientă prezența din rațiuni simbolice fiindcă furnizează legitimitate¹⁶ simbolică. Poți discuta despre dreptul de a face avort fără femei? Poți discuta despre prezența femeilor pe piața muncii fără femei? Poți discuta despre creșe și grădinițe fără femei ori despre hărțuire sexuală și violență ori despre egalitate de șanse? În contextul acestei

11 Demersul face parte din analiza dezvoltată în proiectul postdoctoral *Abordări teoretico-metodologice ale reprezentării politice descriptive și substanțiale* (2014-2015) în proiectul „Burse doctorale și postdoctorale pentru tineri cercetători în domeniile Științe Politice, Științe Administrative, Științele Comunicării și Sociologie”, numărul de identificare al contractului: POSDRU/159/1.5/S/134650, de la Școala Națională de Studii Politice și Administrative.

12 Pitkin, *The Concept*, 61.

13 Pitkin, *The Concept*, 61.

14 Pitkin, *The Concept*, 89.

15 Pitkin, *The Concept*, 89.

16 Legitimitatea reprezintă un „sentiment colectiv conform căruia conducerea guvernului este justă și necesită suspunere” (Roskin, Cord, Medeiros, Stones, 2011, p. 24) Această definiție este destul de cuprinzătoare, iar în cazul exemplului pe care l-am oferit, Comisia pentru egalitatea de șanse nu ia decizii juste/echitabile.

argumentări privind legitimitatea simbolică, Comisia pentru egalitatea de șanse din Senatul României nu are legitimitate simbolică deoarece are o componență exclusiv masculină¹⁷. **Aș întări că nu trebuie să confundăm legitimitate simbolică mai departe cu acțiunea politică.**

Reprezentare politică simbolică

Simbolurile reprezintă ceva sau pe cineva pentru că ele evocă referentul, fac trimitere către acesta, deși nu este prezent propriu-zis¹⁸. Obiecte ori persoane pot fi considerate drept simboluri. Pitkin susține că legătura dintre referent și simbol pare arbitrară „și există numai acolo unde se crede în el”, prin urmare „reprezentarea simbolică pare să se sprijine pe răspunsuri de emoționale, afective, iraționale, mai degrabă decât pe criterii justificabile rațional” (Pitkin, 1967, p. 100) Reprezentantul politic pare să aibă o conexiune mai degrabă arbitrară, convențională cu cei pe care îi reprezintă: „reprezentarea unor oameni nu pare să difere de simbolizarea unei abstracțiuni precum națiunea” (Pitkin, 1967, p. 102)

Reprezentarea politică simbolică merită analizată cu atenție prin prisma intersecției cu reprezentarea descriptivă. Reprezentarea simbolică trebuie înțeleasă și în contextul rolului din ce în ce mai mare al mass-media care apelează la emoțiile persoanelor și care conturează anumite tipuri de reprezentări ale politicienilor¹⁹. Mă întreb dacă distanța temporală nu are un rol aici, respectiv mă întreb cum s-ar fi raportat Pitkin la reprezentarea simbolică dacă ar fi întreprins acest demers de conceptualizare a reprezentării politice în prejma anului 2014 în condițiile în care este recunoscut rolul mass-media în politică²⁰.

Vreau să mai adaug faptul că vizibilizarea publică și politică mare a unei politiciene a declanșat constatări precum: „face mai mult rău ideii de femeie în politică”, am în vedere campania pentru alegerile prezidențiale și la cele două candidaturi Monica Macovei și Elena Udrea. Există această aplecare înspre a asocia o politiciană proeminentă ca notorietate cu un simbol pentru femeile cetățene²¹. Desigur corelația acesta neglijează diversitatea femeilor și reprezentante și cetățene.

Triada gen, politică și mass-media: sistematizarea analizei

Sarah Childs ne spune că analiza intersecției dintre gen, politică și mass-media îmbracă de obicei trei forme. Prima abordare se concentrează pe **eliminarea simbolică**, aici se urmărește dacă femeile din politică sunt mai puțin prezente în mass-media în comparație cu colegii lor bărbați, așadar *gradul de acoperire* este variabila centrală în analiză. A doua modalitate de conceptualizare este **reprezentarea**

17 Pentru componența Comisiei vezi: <http://www.senat.ro/ComponentaComisii.aspx?Zi=&ComisieID=106D721D-55E0-4283-AD91-45926E1B1B64>

18 Pitkin, *The Concept*, 92.

19 În media românești prevalează anumite încadrări: „tinere și frumoase”, „soția lui” și „sub semnul amantlăcului”.

20 Vezi, de pildă :Shvedova, *Obstacles*, 47; Childs, *Women*, 140-165,

21 În două articole de opinie publicate pe blogul din www.adevarul.ro în data de 11 septembrie 2014, „Ideea” de femeie în politică. Când intră ea, ies femeile și în revista Dilema am atins această temă a „ideii de femeie în politică”: *Femei, nu feministe* în Dilema veche, anul XI, nr. 554, 25 septembrie – 1 octombrie 2014. Concluzia primului text este că se practică un soi de „purism de gen” și există riscul să rămânem fără candidate și, în general, fără femei pe care să le susținem pentru că nu sunt compatibile cu „ideea” de femeie în politică: http://adevarul.ro/news/politica/ideea-femeie-politica-intra-ea-ies-femeile-1_5411c3150d133766a80c6481/index.html accesat în data de 9 februarie 2015.

stereotipizată unde se are în vedere dacă a.) mass-media apelează la stereotipuri legate de feminitate și politică, de exemplu bărbatul public/femeia privată – recunoscutibilă, de pildă, în imagini cu politiciene care găsesc ori dacă b.) mass-media pun accentul pe înfățișarea femeilor. Stereotipizarea se observă în faptul că „indivizii sunt apreciați în baza caracteristicilor presupus a fi împărtășite de grupul social, indiferent de calitățile individuale ale persoanei, abilitățile sale sau experiența”²². A treia abordare vizează **încadrări/cadre specifice sexului** (sexul femeilor conturează cadrul), de exemplu : femeile sunt înfățișate ca agenți ai schimbării²³.

În privința eliminării simbolice, când nu există acoperire mediatică adecvată a problemelor cu care se confruntă femeile și a activității politicianelor, vorbim de o lipsă de informare a publicului/cetățenilor care poate duce la o masă mai redusă de votanți pentru femei²⁴. Shvedova susține că deseori, mass-media au tendința de a „minimaliza acoperirea evenimentelor sau a organizațiilor de interes pentru femei”, „nu informează adecvat publicul despre drepturile și rolurile pe care femeile le îndeplinesc în societate și nici nu se angajează în luare măsurilor pentru a promova și îmbunătăți poziția femeilor în societate”²⁵. De asemenea, Shvedova atrage atenția că mass-media ignoră faptul că femeile sunt îndepărtate de la procesul de luare a deciziilor²⁶. În privința reprezentării stereotipizate, autoarea observă că o altă tendință larg răspândită în mass-media tradiționale este reificarea femeilor, adică prezentarea lor ca obiecte frumoase, punându-se accent pe calitățile fizice²⁷.

Uniunea Interparlamentară a organizat în 1989 și în 1997 două mese rotunde privind imaginea politicianelor în mass-media unde elementul central al dezbaterilor a fost „eterna relație dragoste-iubire dintre mass-media și politicieni și precara înțelegere reciprocă a priorităților și preocupărilor unei părți de către cealaltă”²⁸.

Casetă. Concluziile mesei rotunde organizată în 1997 la New Delhi de către Uniunea Interparlamentară.

- media au un rol crucial și din ce în ce mai mare în conturarea imaginii politicianelor, jurnaliștii, de la editor la reporter, ar trebui să fie conștienți că „poveștile” care vând sau se presupune că vând perpetuează norme de gen care se opun consolidării democrației,
- o acoperire mediatică de calitate poate compensa lipsa resurselor financiare în condițiile în care acestea sunt extrem de importante în politică,
- politicienele trebuie să înțeleagă mai bine mass-media și să învețe să-și transmită mesajele în cadrul interviurilor sau conferințelor de presă,
- mass-media au tendința de trata politicienele ca femei și obiecte, mai puțin ca actori politici, ceea ce rareori fac în raport cu bărbații din politică,
- mass-media sunt mai puțin interesate de preocupările și reușitele politicianelor față de cele ale politicienilor,
- politicienele nu se bucură de aceeași acoperire mediatică precum colegii lor, prin urmare reporterii, atunci când acoperă diferite teme, ar trebui să se asigure că nu interviuează numai bărbați.

Sursa: <http://www.ipu.org/wmn-e/nd-conf.htm>

22 Childs, *Women*, 142.

23 Childs, *Women*, 142.

24 Shvedova, *Obstacles*, 48.

25 Shvedova, *Obstacles*, 47.

26 Shvedova, *Obstacles*, 47.

27 Shvedova, *Obstacles*, 47.

28 <http://www.ipu.org/wmn-e/nd-conf.htm> accesat în data de 27 decembrie 2014.

Reamintesc faptul că Virginia Sapiro atrage atenția că **între reprezentarea descriptivă și cea simbolică există o legătură**, teoreticiană susține că un număr mai mare de femei în politică va crește **acceptabilitatea femeilor la guvernare** și va modifica asumpțiile culturale privind politica, iar femeile din politică vor fi modele de rol care vor încuraja alte femei să intre în politică²⁹.

Însă, în condițiile unor reprezentări stereotipizate ale politicianelor cu greu ne putem imagina creșterea acceptabilității privind participarea femeilor la guvernare așa cum susținea Virginia Sapiro. Doresc să mai adaug și că potrivit lui Anne Phillips, o remarcabilă teoreticiană care s-a aplecat consistent asupra „politicii ideilor” și „politicii prezenței”, modelele de rol sunt un argument în favoarea prezenței femeilor ca reprezentanți politici deoarece, așa cum scriam în 2006 „ar crește stima de sine, ar încuraja femeile să rupă barierele cu tiparele tradiționale de rol, cu ceea ce este propriu femeilor și bărbaților, ar oferit modele pozitive”³⁰.

Tot Sarah Childs în analiza extrem de bună pe care o face intersecției dintre politiciene, mass-media și reprezentare simbolică în Marea Britanie menționează că **efectele** acestei reprezentări sunt un alt drum asupra căruia trebuie reflectat. Așadar, contează această reprezentare genizată, stereotipizată? cum anume și pentru cine? are efecte asupra acelei politiciene, asupra femeilor din politică ori asupra femeilor cetățene?³¹

Pe bună dreptate, așadar, Childs observă că prezența femeilor în politică poate să nu aibă ca urmare acest tip de normalizare anunțat de Sapiro. Din contră, **e posibil ca prezența femeilor în politică să fie considerată „suspectă” prin intermediul reprezentărilor mass-media** care se vor concentra pe înfățișare, haine sau le vor arăta pe femei ca incapabile să facă față politicii și presiunii parlamentare. Astfel, reprezentările din mass-media vor reîntări prejudecățile privind prezența femeilor în politică și adecvarea lor în acest spațiu și vor adânci distincția dintre bărbatul-politician –care- este- norma și femeia-politiciană-care-este- o pretendentă³².

„Impuritatea femeilor”³³: ,tinere și frumoase’, ,soția lui’ și ,sub semnul amantlâcului’

Aș dori să reflectez asupra unor încadrări/ asocieri pe care le-am observat sistematic și în mass-media românești: **,tinere și frumoase’, ,soția lui’ și ,sub semnul amantlâcului’**.

În 2013 Institutul European al Egalității de Gen a publicat *A study of collected narratives on gender perceptions in the 27 EU Member States*³⁴ în care subliniază

29 Virginia Sapiro, „When are Interests Interesting? The Problem of Political Representation of Women” în Anne Phillips (editoare.), *Feminism and Politics* (Oxford: Oxford University Press, 1998), p. 183.

30 Oana Băluță, „Reprezentare „în oglindă”, în Oana Băluță, (editoare), *Gen și Putere. Partea leului în politica românească* (Iași: Polirom, 2006), 154.

31 Childs, *Women*, 141.

32 Childs, *Women*, 141-142.

33 Titlul pornește de la articolul de opinie *Alegeri (euro)parlamentare 20... Bărbații sexy din Parlamentul României. Sau din altă parte* pe care l-am publicat în data de 3 februarie 2014 pe blogul meu de pe platforma Adevărul,

http://adevarul.ro/news/politica/alegeri-europarlamentare20--barbatii-sexy-parlamentul-romaniei-alta-parte-1_52ef7ad3c7b855ff56088950/index.html, accesat în data de 30 decembrie 2014.

34 *A study of collected narratives on gender perceptions in the 27 EU Member States*, 2013, Institutul European al Egalității de Gen, <http://eige.europa.eu/sites/default/files/EIGE-study-on-collected-narratives-on-gender-perceptions-MH3112337ENC.pdf> accesat în data de 28 decembrie 2014.

caracterul descriptiv și prescriptiv al stereotipurilor de gen, ultimul fiind corelat cu **așteptările normative** asociate stereotipurilor în sensul în care „oamenii (femei și bărbați) se comportă și acționează știind că sunt evaluați în baza concepțiilor privitoare la ce este potrivit sexului lor”³⁵.

În *Lexicon feminist*, stereotipurile de gen sunt definite ca „sisteme organizate de credințe și opinii consensuale în legătură cu caracteristicile femeilor și bărbaților, precum și despre calitățile presupuse ale masculinității și feminității”. (Dragomir apud Dragomir, Miroiu, 2002 p. 340) Și aici se atrage atenția că stereotipurile de gen au un caracter descriptiv și prescriptiv deoarece „ne spun nu numai cum sunt femeile și bărbații, dar și cum ar trebui să fie”³⁶.

Alegerile parlamentare din 2012 au deschis o desagă a jurnaliștilor din care am primit, noi ca cetățene/cetățeni articole din care aflăm vârsta noilor parlamentare, cât de aproape erau de profilul unui manechin, hainele pe care le purtau, câți copii aveau, dar aproape nimic despre cariera lor politică, ce le-a recomandat să fie susținute de partid în campania electorală, proiecte și obiective politice.

Casetă Tinere și frumoase.

Titluri din ziare după parlamentarele din anul 2012 (selecție)³⁷

*Cele mai sexy femei politiciene pornesc la atac! Vezi care care sunt noile dive din Parlament*³⁸,

*Vow, ce parlamentare sexy! 6 deputate frumoase-foc din USL, ARD și PPDD*³⁹

*Ele sunt noile aparitii sexy din Parlament!*⁴⁰

Ce aflăm despre aceste politiciene?

Acestea „sunt doamne și domnișoare mai puțin cunoscute”, dar familiarizarea noastră cu ele se va produce repede deoarece „ne vor atrage privirile datorită calităților lor fizice”. După această introducere, noile parlamentare sunt prezentate cu date despre vârstă, studii, venituri, voturi obținute. Politicienele care nu sunt la primul mandat, respectiv Alina Gorghiu, Elena Udrea, Cristina Pocora, Raluca Turcan și Oana Niculescu Mizil sunt numite „veteranele frumuseții. Noi, ca cititoare și cititori, dacă avem noroc aflăm și rezultatele alegerilor parlamentare și procente obținute de formațiunile politice în 2012, iar zeița Fortuna apare în textul *Ele sunt noile aparitii sexy din Parlament!*

35 A study of collected narratives on gender perceptions in the 27 EU Member States, 2013, Institutul European al Egalității de Gen, p. 33. <http://eige.europa.eu/sites/default/files/EIGE-study-on-collected-narratives-on-gender-perceptions-MH3112337ENC.pdf> accesat în data de 28 decembrie 2014.

36 Otilia Dragomir; Miroiu Mihaela (editoare.), *Lexicon feminist* (Iași: Polirom, 2002), 340.

37 Vreau să menționez să ziare.com a lansat un sondaj printre cititori pentru a afla care este cel mai „chipeș” politician, nu cel mai sexy pentru că, se pare pentru că, deocamdată, termenul a fost adjudecat de femei, vezi <http://www.ziare.com/vedete/vedete-romanesti/care-este-cel-mai-chipeș-tanar-politician-roman-lupta-stransa-intre-ivan-si-sova-1261075> accesat în data de 27 decembrie 2014. Ziare.com se îndeletnicește cu astfel de sondaje, de aici aflăm și că Elena Udrea nu mai este cea mai frumoasă politiciană Daciana Sârbu i-a luat locul <http://www.ziare.com/vedete/vedete-romanesti/elena-udrea-nu-mai-e-cea-mai-frumoasa-din-politica-romaneasca-cine-i-a-luat-locul-sondaj-1258471>, accesat în data de 27 decembrie 2014

38 Articol publicat în data de 10.12.2012, <http://www.cancan.ro/actualitate/intern/cele-mai-sexy-femei-din-politica-pornesc-la-atac-vezi-care-care-sunt-noile-dive-ale-parlamentului.html> accesat pe 27 decembrie 2014.

39 Articol publicat în data de 10.12.2012 <http://www.libertatea.ro/detalii/articol/parlamentare-sexy-426532.html>, accesat pe 27 decembrie 2014.

40 Articol publicat în data de 10.12.2012, <http://stirile.rol.ro/ele-sunt-noile-aparitii-sexy-din-parlament-847012.html>, accesat în data de 27 decembrie 2014.

Probabil că și accentul pus de mass-media pe înfățișarea femeilor l-a determinat pe un deputat PDL să propună organizarea unui concurs de Miss Parlament cu categoriile „cea mai frumoasă”, „cea mai bine îmbrăcată”, „cea mai populară” și „cea mai deșteaptă”.⁴¹

Dacă cineva ar putea gândi că în raport cu „tinere și frumoase” mass-media nu fac altceva decât să reflecte realitatea pentru că aceste politiciene sunt tinere și frumoase (vă propun să nu ne întrebăm care este în acest caz informația generată pentru public), exemplul următor ne arată cum mass-media construiesc asumat un tip de realitate. Ziare.com a lansat un sondaj printre cititori pentru a afla care este cel mai „chipeș” politician, nu cel mai sexy deoarece, se pare pentru că, deocamdată, termenul a fost adjudecat de femei⁴². Ziare.com se îndeletnicește cu astfel de sondaje, de aici aflăm și că Elena Udrea nu mai este cea mai frumoasă politiciană, Daciana Sârbu i-a luat locul.⁴³ Ce observ este că sondajele acestea sunt o inițiativă internă care arată o anumită politică editorială, ce mă întreb este care e relevanța lor în condițiile în care spectrul este politică, iar actorii sunt politicieni, aleși de cetățeni pentru a le reprezenta politic interesele. Lipsa de adecvare și de corespondență dintre texte, inițiative, domeniu (politică) și actorii (politicieni) sunt evidente în opinia mea.

Soția lui este o altă încadrare când vine vorba despre femei, politică și mass-media. Aș dori să subliniez că nu contest faptul că politicienele din România sunt soțiile unor politicieni ori că unii bărbați din politică sunt însurați cu femei din politică, ci vreau să aduc în discuție **relația cauzală și parcursul politic**, activitatea politică a unei politiciene care este „soția lui”.

Voi ilustra această încadrare a femeilor din politică pornind de la europarlamentara Adina Vălean. În preajma alegerilor din 2014, după ce s-au anunțat listele cu candidați propuse de partidele politice, am contatat încadrarea Adinei Vălean în categoria „soția lui”. Empiric, Adina Vălean era căsătorită cu președintele pe atunci al Partidului Național Liberal, Crin Antonescu, dar intrarea ei în politică și ascensiunea nu fuseseră condiționate de această relație. Nici apropierea ei de Parlamentul European. Sunt informații publice faptul că: în 2006 a fost euroobservator PNL în Parlamentul European, iar din 2007 europarlamentar, obținând un nou mandat în 2009, că din 2007, Adina Vălean este și vice-președintă a grupului politic ALDE din Parlamentul European. **Observăm că meritele Adinei Vălean nu sunt de ordin relațional, respectiv „este soția lui”, ci individuale.** În opinia mea, prezența unor persoane care se află într-o relație de rudenie pe aceste liste electorale ar trebui să ridice problema **transparentizării criteriilor de nominalizare** și pe cea a **meritelor individuale**.

Deosebit de interesant mi se pare în contextul celor prezentate până acum comentariul următor dintr-un studiu recent din 2013, *A study of collected narratives on gender perceptions in the 27 EU Member States*, realizat de Institutul European al Egalității de Gen unde această idee a *amantlăcului* este reiterată în declarația unei persoane intervievate din România. În secțiunea dedicată efectelor stereotipurilor de gen, femeile și politica sunt o temă distinctă. Persoana intervievată observă următoarele:

41 <http://www.rfi.ro/articol-stiri-politica-43559-miss-parlament-vezi-reactia-ironica-senatorul-ui-ioan-ghise> accesat în data de 27 decembrie 2014.

42 Vezi <http://www.ziare.com/vedete/vedete-romanesti/care-este-cel-mai-chipes-tanar-politician-roman-lupta-stransa-intre-ivan-si-sova-1261075> accesat în data de 27 decembrie 2014.

43 <http://www.ziare.com/vedete/vedete-romanesti/elena-udrea-nu-mai-e-cea-mai-frumoasa-a-din-politica-romaneasca-cine-i-a-luat-locul-sondaj-1258471>, accesat în data de 27 decembrie 2014

(...) Era și problema aceasta că (...) femeile și politica nu pătrunseseră în mediul rural, nu era cunoscută. Chiar dacă asumția implicită despre femei și politică este că „cine știe cu cine s-au culcat ca să ajungă acolo”⁴⁴.

Pe cale de consecință, mă întreb dacă și ce legătură se poate stabili între astfel de reprezentări care pun accentul pe înfățășare, vârstă, intervențiile persoanelor publice și politice și ascensiunea femeilor aflată sub semnul amantlăcului. **Vă propun următorul scenariu.** Să ne imaginăm că așa stau lucrurile, deși este o aberație rațională să presupui că amantlăcurile sunt rampa universală și generalizată de acces și ascensiune pentru femei. Dacă așa s-ar prezenta situația în scenariu, nu ar trebui să ne întrebăm cum s-a ajuns oare aici? Dacă este așa de generalizat acest mod de ascensiune politică (sunt persoane care reclamă situația în cauză), nu pare să fie aceasta *singura* ușă deschisă femeilor tinere și atrăgătoare în politica românească? Oare, relația aceasta cauzală nu ar trebui să fie și susținută prin dovezi pentru fiecare caz în parte în așa fel încât meritele și culpa să fie individuale, nicidecum generalizate? Dacă nu se pot furniza astfel de dovezi, nu ar fi potrivită acțiunea în justiție pentru defăimarea imaginii publice? Nu ar trebui să urmeze o altă întrebare legitimă: oare care este rampa de acces a bărbaților în politică?

Titlul acestei secțiuni conține în partea finală întrebarea: **cum tragem linia?** În opinia mea, **noile media** (bloguri, Facebook, Twitter, website-uri) sunt un instrument la îndemână prin care se poate trage această linie între reprezentări stereotipizate și altfel de apariții și încadrări media fiindcă politicienele au un rol activ, nu mediat de jurnaliști ori redacție așa cum se întâmplă în media tradițională.

Gen, politică și noile media – tentative de deconstruire din campania electorală

Studiul *Women in decision-making: the role of the new media for increased political participation*⁴⁵ realizat în 2013 analizează modul în care europarlamentarii folosesc noile media, social media și observă ca o concluzie generală că aceștia nu inovează foarte mult și că nici nu arată abilități extraordinare de utilizare⁴⁶. Dar, același studiu spune că „noile media pot constitui o provocare pentru reprezentările femeilor în politică în media tradiționale” (p.22).

Noile media sunt o oportunitate pentru politiciene care să își face cunoscute interesele, cariera și parcursul politic, aspecte care, așa cum am văzut, sunt mai degrabă eludate în media tradițională. Controlul asupra blogurilor, paginilor de Facebook, conturilor de Twitter, al website-urilor este unul personal de această dată în sensul în care politiciană ori staff-ul său decid conținutul, ceea ce se publică și cum se publică. Prin practici adecvate noilor media, politicienele se pot detașa de stereotipurile vehiculate în media tradițională, pot intra în contact cu presa locală, pot interacționa mai bine cu cetățenii, deci cu viitorii votanți (să ne readucem aminte că mass-media au tendința de a anihila simbolic politicienele) și își pot construi un tip de vizibilitate publică și politică necesare în activitatea lor.

44 A study of , 75.

45 Studiul *Women in decision-making: the role of the new media for increased political participation* a fost elaborat în 2013, PE 493.010, a fost realizat la solicitarea Comisiei pentru drepturile femeilor și egalitate de gen din Parlamentul European http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2013/493010/IPOL-FEMM_ET%282013%29493010_EN.pdf accesat în data de 30 decembrie 2014.

46 *Women in decision-making: The role of the new media for increased political participation* Policy Department C – Citizens’ Rights and Constitutional Affairs, 2013, 13 http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2013/493010/IPOL-FEMM_ET%282013%29493010_EN.pdf accesat în data de 28 decembrie 2014.

Desigur că sunt conștientă de ierarhiile privind accesul la noile media, de gradul de acoperire al acestora în raport cu media tradiționale, că cele din urmă rămân principala sursă de informare a cetățenilor despre politică, de profilul utilizatorilor pregnanți ai acestor medii ori că un comentariu poate fi și scos din context, dar, cu toate aceste neajunsuri, noile media pot fi un instrument pozitiv de promovare individuală.

Totodată, social media, de pildă pagina de Facebook poate fi în continuare un instrument prin care sunt reîntărite stereotipuri, dar diferența în acest caz o face rolul activ al politicienei în sensul în care ea ori staff-ul au decis să recurgă la stereotipuri.

Casetă. Alegeri prezidențiale 2014, „culise de campanie Elena Udrea” Imagini în campanie cu Elena Udrea

Imagine 1⁴⁷: candidata poartă un costum alb, sacou și fustă scurtă, iar pe cap are o cască de protecție galbenă. Mesajul este „Udrea Președinte: 6500 de kilometri de drumuri realitate, 350 de localități racordate la apă și canal”, însoțit de „Bună pentru Modernizare. Bună pentru România”.

Imagine 2⁴⁸: candidata poartă același costum alb, sacou și fustă scurtă, însă, pe umărul drept are un ghiozdan. Mesajul este „Udrea Președinte: 200 de școli modernizate, 250 de săli de sport construite”, însoțit de „Bună pentru Educație. Bună pentru România”

Mesaje video

În timpul campaniei electorale, pe pagina de facebook a Elenei Udrea au fost urcate câteva materiale video care o înfățișau pe candidată în diferite ipostaze. Într-un video aceasta era prezentată la cumpărături într-un magazin⁴⁹. Mesajul Ruxandrei Dragomir a fost „Elena Udrea ca orice femeie merge la shopping (...)”, după care imaginile o arătau pe Udrea în pantaloni scurți, cu două fete în preajmă care alegeau haine. Postarea a fost însoțită de comentariul „Ruxandra Dragomir continua să vă arate ce nu se vede nici pe net și nici la televizor, postarea urcată în data de 15 octombrie 2014 are 3386 like-uri, 320 de share-uri și 114 comentarii⁵⁰.

În primul rând că nu toate femeile merg să își cumpere haine pentru motivul „banal” că nu își permit, în al doilea rând acțiunea Elenei Udrea era universalizată ca o practică recurentă a femeilor. Dar, întreaga campanie a Elenei Udrea s-a aflat sub semnul stereotipurilor de gen, ea fiind „Bună pentru România”. Și în online, candidata a continuat procesul de tabloidizare fiindcă anterior ne obisnuise cu astfel de gesturi: a dat cu mopul, a croșetat, a pozat pentru diferite reviste. Elena Udrea este un construct al staff-ului sau, al persoanelor care i-au fost alături, al sfătuitoarelor sale. Elena Udrea a mizat pe stereotipuri, dar abordarea are un dublu tăiș deoarece în logica stereotipurilor, politica este mai degrabă un domeniu masculin în care femeile se opresc la ușă ori, cel mult, rămân în pragul casei.

Mesajul central al campaniei Elenei Udrea „bună pentru...” se bazează pe un joc de cuvinte simplist, cu semnificații multiple care trimite cu gândul înspre o altă zonă decât cea a reprezentării politice. Mesajul lingvistic coroborat cu cel vizual (așa

47 Imaginea 1 poate fi accesată la această adresă: <https://www.facebook.com/EUdrea/photos/pb.349853434583.2207520000.1420283856./10152548790869584/?type=3&theater>

48 Imaginea 2 poate fi accesată la această adresă: http://www.b365.ro/inceput-de-campanie-el-ectorala-ponta-cu-o-mireasa-iohannis-scoate-o-carte-udrea-colari-a-sexy_216275.html

49 Video-ul poate fi văzut aici <https://www.facebook.com/video.php?v=10152576090694584> accesat în data de 2 ianuarie 2015.

50 Cifrele au fost calculate în urma accesării din data de 3 ianuarie 2014 ora 13.14.

cum vedem în caseta de mai sus) o așează pe candidată pe un drum al „jovialității sexuale”, să îl numesc.

Însă sub acest mesaj umbrelă al campaniei „Bună pentru România”, acțiunile întreprinse de Elena Udrea ies și din lumina stereotipurilor. Mă opresc în cele ce urmează la vizita făcută de candidată în diferite fabrici din țară. Acțiunile sunt cu atât mai interesante deoarece se circumscriu mai curând reprezentării politice substanțiale, cea a intereselor politice. Candidata a scris pe pagina de Facebook despre munca femeilor din industria de confecții care este una feminizată⁵¹. La „Confecționăm românește”, Elena Udrea a declarat:

„am înțeles care sunt principalele probleme ale acestei industrii și mi-am asumat să încerc să îndrept această situație și să sprijin un domeniu pe care îl consider important pentru că oferă locuri de muncă pentru peste 300.000 de femei⁵².”

De asemenea, pe pagina de Facebook găsim următorul mesaj care însoțește albumul „Confecționăm românește- cum promovăm brandurile autohtone:

„În calitate de candidat la președinția României, îmi asum angajamentul de a elabora un sistem de facilități și de remunerare corectă pentru persoanele care lucrează în această industrie⁵³.”

Mesajul care însoțește albumul de fotografii de la o fabrică de confecții din Curtea de Argeș este:

„Aici lucrează peste 500 de angajate cu care am discutat din nou despre problemele femeilor din acest sector de producție. Este o muncă grea, pe care nu oricine poate să o îndeplinească, pentru că problemele de sănătate apar prea devreme. Știu că sunt încă multe de făcut pe această zonă. Ar trebui să adaptăm Codul Muncii la diferite categorii profesionale și să venim cu unele rectificări și facilități pentru cei care lucrează în confecții.”⁵⁴

Tot în campania electorală a urcat pe pagina de Facebook informații despre femei vizibile în spațiul public și politic internațional, de pildă câștigarea alegerilor de către Dilma Rousseff în Brazilia, a premiului Nobel de către Malala Yousafzai.

Observăm o incoerență valorică motivată de rațiuni politico-strategice poate. Mai adaug și faptul că pe website-ul campaniei www.romaniafrumoasa.ro⁵⁵ a adresat femeilor în mod direct un mesaj, dar la secțiunea dedicată susținătorilor a ales numai bărbați care să îi legitimeze demersul politic. Mă întreb oare nu a găsit nicio femeie care să o legitimeze? Nu există ori nu a căutat? Niciuna din cele două variante nu e bună, indiferent care ar fi mai aproape de adevăr.

În legătură cu intersecția dintre social media și femeile din politică ceea ce știm este că „teoretic, social media ar trebui să fie un instrument pentru politiciene”⁵⁶. De

51 <https://www.facebook.com/media/set/?set=a.10152589296084584.1073742086.349853434583&type=1> accesat în data de 2 ianuarie 2015.

52 Elena Udrea a vizitat și Uzina de la Mioveni, dar mesajul ei așa cum reiese de pe pagina de Facebook nu particularizează „grupul” bărbaților: <https://www.facebook.com/media/set/?set=a.10152589063429584.1073742085.349853434583&type=3> accesat în data de 15 februarie 2015.

53 <https://www.facebook.com/media/set/?set=a.10152593329834584.1073742088.349853434583&type=3>

54 <https://www.facebook.com/media/set/?set=a.10152589296084584.1073742086.349853434583&type=1> accesat în data de 14 februarie 2015.

55 Din păcate website-ul www.romaniafrumoasa.ro nu mai este funcțional, ceea ce nu îmi permite să redau întocmai mesajul transmis femeilor alegătoare.

56 Alexis Gelber, „Digital Divas: Women, Politics and the Social Network”, Joan Shorenstein Center on the Press, (lucrare prezentată la Politics and Public Policy Discussion Paper Series, 2011), 14.

asemenea, mai știm că studiile arată că sunt mai multe utilizatoare femei. (Gelber, 2011, p.14) Există, de asemenea un număr de ipoteze vehiculate privind modul în care noile media pot sprijini politicienele să confrunte o serie de obstacole după cum urmează. Studiul *Women in decision-making: the role of the new media for increased political participation* (2013) susține că: „social media **pot conecta politicienele cu votanții** atunci când media mainstream tinde să le neglijeze. (p. 105) De asemenea, noile media și Facebook implicit pot constitui o provocare pentru reprezentările tradiționale ale femeilor din politică (p. 22). Noile media pot reprezenta o oportunitate de a construi *network-uri* cu alte femei. Rolul și puterea lor ar trebui înțelese în condițiile în care status-urile politicianilor, articolele urcate pe propriile bloguri sunt apoi preluate de presa tradițională. (p. 104) Studiul precizează că noile media pot deconstrui construcțiile narative dominate, pot ajuta politicienele să se adreseze direct cetățenilor.

Concluzii

Pledoaria pe care o fac este pentru analiza critică deopotrivă teoretică și empirică a intersecției dintre reprezentare politică descriptivă și simbolică. Observăm că după ce am aplicat cadre normative de analiză, realitatea empirică provoacă așteptările normative. Altfel spus, în ciuda faptului că stereotipurile de gen sunt criticate, că analizele atrag atenția asupra potențialului reformativ al social media, analiza empirică a utilizării Facebook-ului în campania electorală arată reprezentări și utilizări paradoxale ale candidatei Elena Udrea⁵⁷.

În legătură cu intersecția dintre gen, politică și mass-media, ar fi necesare cercetări sistematice viitoare cantitative și calitative care să urmărească: percepții ale politicianelor cu privire la reprezentările lor în mass-media, cum mediază politicienele această reprezentare, acoperirea mediatică deopotrivă a femeilor și a bărbaților și tipurile de încadrări, rolul activ al politicianilor femei și bărbați în construirea reprezentărilor media, relația dintre reprezentări și genul jurnaliștilor, nu în ultimul rând acestea ar trebui să se uite și la utilizarea noilor media de către femeile din bărbății din politică etc.

De asemenea, corelația dintre social media și succesul electoral trebuie considerată cu grijă și analizată suplimentar: popularitatea unui politician în social media se corelează cu succesul electoral? Ce înseamnă popularitatea din social media în politica practică? Totodată o altă direcție de analiză ar trebui să urmărească măsura în care social media fac rău politicianilor/politicienelor în contextul discursului urii.

BIBLIOGRAFIE

A study of collected narratives on gender perceptions in the 27 EU Member States, 2013, Institutul European al Egalității de Gen, <http://eige.europa.eu/sites/default/files/EIGE-study-on-collected-narratives-on-gender-perceptions-MH3112337ENC.pdf>

BĂLUȚĂ, Oana, *Reprezentarea intereselor de gen: între 'politica ideilor' și 'politica în Sfera Politicii*, nr. 178, (2014): 74-85, <http://www.sferapoliticii.ro/sfera/178/art10-Baluta.php>,

BĂLUȚĂ, Oana, „Cu mai multă reflexivitate despre reprezentarea politică” în *Expert Electoral, revistă de studii, analize și cercetări electorale editată de Autoritatea Electorală Permanentă*, numărul 1, 2014.

⁵⁷ În momentul finalizării acestui articol, Elena Udrea ocupa un loc central pe agenda mass-media. În opinia mea, ascensiunea politicienei, parcursul ei, asumarea identității de gen, notorietatea acesteia merită analize substanțiale dincolo de teatralizarea și spectacularizarea aparițiilor publice.

BĂLUȚĂ, Oana, *Feminism modern reflexiv*, București Editura Tritonic, 2013.

BĂLUȚĂ, Oana, *Gen și interese politice. La intersecția dintre teorie, cercetare și viața cotidiană*, în Băluță, Oana; Dragolea, Alina; Iancu, Alice, *Gen și interese politice*, Iași, Editura Polirom, 2007.

BĂLUȚĂ, Oana, *Reprezentare „în oglindă”*, în Băluță, Oana (ed.), *Gen și Putere. Partea leului în politica românească*, Iași, Editura Polirom, 2006.

CHILDS, Sarah, *Women and British Party Politics. Descriptive, Substantive and Symbolic Representation*, New York, Routledge, , 2008.

FOX, Richard L., LAWLESS Jennifer L., *Entering the Arena? Gender and the Decision to Run for Office* în Krook, Mona Lena; Childs, Sarah, *Women, Gender and Politics*. New York, A Reader, Oxford University Press, 2010.

GELBER, Alexis, *Digital Divas: Women, Politics and the Social Network*, Joan Shorenstein Center on the Press, Politics and Public Policy Discussion Paper Series, 2011.

GRÜNBERG, Laura, *Mass-media despre sexe*, Tritonic Publishing House, 2005.

KROOK, Mona Lena, CHILDS, Sarah, *Women, Gender and Politics*, A Reader, New York, Oxford University Press, 2010.

MATLAND, Richard E., MONTGOMERY Kathleen A. (eds.), *Women's Access to Political Power in Post-Communist Europe*, Oxford Oxford University Press, 2004.

MATLAND, Richard E., *Enhancing Women's Political Participation: Legislative Recruitment and Electoral Systems*, în Julie Ballington, Azza Karam, *Women in Parliament: Beyond Numbers* (revised edition), Publications Office, International IDEA 2005.

MONTGOMERY, Kathleen A., *Introduction* în Matland, Richard E.; Montgomery, Kathleen A., Montgomery (eds.), *Women's Access to Political Power in Post-Communist Europe*, Oxford, Oxford University Press, 2004.

NORRIS, Pippa, LOVENDUSKI Joni, *Political Recruitment*, Cambridge University Press, 1995.

PITKIN, Fenichel Hanna, *The Concept of Representation*, Berkley, Los Angeles London, University of California Press, 1967.

PHILLIPS, Anne, *Democracy and Representation: Or, Why Should it Matter Who our Representatives Are*, în Phillips, Anne (ed.), *Feminism and Politics*, Oxford, Oxford University Press, 1998.

PHILLIPS, Anne, *The Politics of Presence*, New York, Oxford University Press, 1998.

PHILLIPS, Anne, *The Representation of Women*, în *The Polity Reader in Gender Studies*, Cambridge, Polity Press, 1995, .

SAPIRO, Virginia, *When are Interests Interesting? The Problem of Political Representation of Women*, în Phillips, Anne (ed.), *Feminism and Politics*, Oxford, Oxford University Press, 1998.

SHVEDOVA, Nadezhda, *Obstacles to Women's Participation in Parliament* în Julie Ballington, Azza Karam, *Women in Parliament: Beyond Numbers* (revised edition), Publications Office, International IDEA, 2005.

SCHWINDT-BAYER, Leslie A., MISHLER, William, *An Integrated Model of Women's Representation* în *The Journal of Politics*, vol. 67, nr. 2(2005): 407-428.

Women in decision-making: The role of the new media for increased political participation Policy Department C –Citizens' Rights and Constitutional Affairs, 2013, http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2013/493010/IPOL-FEMM_ET%282013%29493010_EN.pdf

Resurse online:

<http://www.cancan.ro/actualitate/intern/cele-mai-sexy-femei-din-politica-por-nesc-la-atac-vezi-care-care-sunt-noile-dive-ale-parlamentului.html>

<http://stirile.rol.ro/ele-sunt-noile-aparitii-sexy-din-parlament-847012.html>

<http://www.ipu.org/wmn-e/nd-conf.htm>

<http://www.libertatea.ro/detalii/articol/parlamentare-sexy-426532.html>
<http://www.ziare.com/vedete/vedete-romanesti/elena-udrea-nu-mai-e-cea-mai-frumoasa-din-politica-romaneasca-cine-i-a-luat-locul-sondaj-1258471>
<http://www.cancan.ro/actualitate/intern/cele-mai-sexy-femei-din-politica-pornesc-la-atac-vezi-care-care-sunt-noile-dive-ale-parlamentului.html>
<http://www.libertatea.ro/detalii/articol/parlamentare-sexy-426532.html>,
<http://stirile.rol.ro/ele-sunt-noile-aparitii-sexy-din-parlament-847012.html>,
<http://www.rfi.ro/articol-stiri-politica-43559-miss-parlament-vezi-reactia-ironica-senatorului-ioan-ghise>
http://www.b365.ro/inceput-de-campanie-electorala-ponta-cu-o-mireasa-iohannis-scoate-o-carte-udrea-colari-a-sexy_216275.html
<https://www.facebook.com/EUdrea/photos/pb.349853434583.-2207520000.1420283856./10152548790869584/?type=3&theater>
http://www.b365.ro/inceput-de-campanie-electorala-ponta-cu-o-mireasa-iohannis-scoate-o-carte-udrea-colari-a-sexy_216275.html
<https://www.facebook.com/video.php?v=10152576090694584>
<https://www.facebook.com/media/set/?set=a.10152589296084584.1073742086.349853434583&type=1>
<https://www.facebook.com/media/set/?set=a.10152589063429584.1073742085.349853434583&type=3>
<https://www.facebook.com/media/set/?set=a.10152593329834584.1073742088.349853434583&type=3>
<https://www.facebook.com/media/set/?set=a.10152589296084584.1073742086.349853434583&type=1>
www.romaniafrumoasa.ro

Alegeri prezidențiale 2014 – Klaus Iohannis și condamnarea trecutului comunist¹

■ DUMITRU-CĂTĂLIN ROGOJANU

[„Petru Maior“ University of Târgu-Mureș]

Abstract

Throughout this study, we are presenting a proposal to highlight the main reasons which led to Klaus Werner Iohannis winning the presidential elections in 2014, and we are also analyzing one of the situations that identifies the standpoint of the former mayor of Sibiu towards the condemnation of communist past. A symbolic gesture of disapproval of the communist crimes, which led to controversy in the public opinion, was also the decoration of the former political prisoner Octav Bjoza with the National Order „Star of Romania” with the rank of Knight; but this event underlined Iohannis’s great respect towards those who suffered in the communist prisons of Romania. Sustaining the founding of a museum of communism and also the visit to the National Council for the Study of the Securitate Archives (CNSAS), represented moments that denoted, on the one hand- the condemnation and the assuming of communism, and on the other hand-the fact of „always remembering” and „the obligation not to forget” the dramatic events of that time period.

Keywords

presidential elections 2014; Klaus Iohannis; Victor Ponta; Traian Băsescu; Octav Bjoza; condemnation of the communist past; museum of communism; archives of The National Council for the Study of the Securitate Archives (CNSAS)

Plecăt oarecum cu șansa a II-a în cursa pentru alegerile prezidențiale sasul Klaus Iohannis a reușit în 16 noiembrie să-l învingă pe contracandidatul său, liderul pesedist Victor Ponta. Fostul primar de la Sibiu, conform cu statistica pe competitori oferită de Biroul Electoral Central a obținut 54,43 %, față de 45,56 % cât a reușit să întrunească premierul Victor Ponta.² La acel moment exista un scepticism la nivelul populației din România în ceea ce privește faptul că un candidat este de etnie germană și în plus nu este nici ortodox. Dar, în pofida tuturor criticilor la care a fost supus Iohannis și-a păstrat calmul specific nemțesc și cu multă dibăcie i-a convins pe români să-l voteze.

Au avut loc mai multe dezabteri, s-au vehiculat argumente varite despre victoria candidatului liberal la funcția de președinte al României. Unul dintre motivele pentru care Iohannis a fost ales președinte s-a regăsit sintetic într-un articol scris de profesorul Doru

1 Această lucrare a fost realizată și publicată prin finanțarea de către Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane, prin proiectul „Sistem integrat de îmbunătățire a calității cercetării doctorale și postdoctorale din România și de promovare a rolului științei în societate”: POSDRU/159/1.5/S/133652.

2 <http://www.bec2014.ro/rezultate-finale-16-noiembrie/>, accesat la 16 februarie 2015.

Radosav în decembrie 2014, studiu ce pune în discuție patriotismul primarului de la Sibiu.³

Universitarul clujean analiza faptul că Iohannis „se află la intersecția a două mari întrebări. Una care vine dinspre alegători: „Cum s-a putut vota un sas (german) la funcția de președinte al României?” și una care vine dinspre el însuși: „Cum aș putea fi eu, un sas, președinte pentru România și pentru poporul român?”.”⁴

Ținând cont de faptul că a te defini patriot trebuie să ai legătură puternică cu o „comunitate, etnie, popor, țară, teritoriu”, Iohannis cum bine remarcă Radosav, „se situează azi, concentric și gradual, de la Sibiu, în Transilvania și apoi în România. Cea mai importantă situație pentru el este acum în România, pentru că el nu este un cetățean sau locuitor oarecare cu domiciliu stabil sau flotant, ci este câștigătorul președinției României, adică un locuitor cu adresă prescurtată și directă: România. Din această perspectivă, el este într-un fel delocalizat ca cetățean cu domiciliu stabil sau flotant și relocat în România. Călătoriile și deplasările electorale prin țară au produs această delocalizare și situație a lui într-un întreg teritoriu național, adică pretutindeni. Aceste călătorii au avut semnificația construcției și înscrierii treptate a unei comunități tainice între conducător și țară sau între Klaus Iohannis și poporul român.”⁵

Desigur că numeroasele deplasări electorale și apropierea de oameni au contat în alegerea sa ca președinte, însă au existat și alte motive cum ar fi: 1. Iohannis a fost perceput drept un sas corect, disciplinat, gospodăr și rațional. Venirea unui neamț la „cărma” țării poate fi interpretată drept o întoarcere în istorie, cum s-a întâmplat cu aducerea lui Carol I în anul 1866. Doar un președinte de origine nemțească putea să aducă liniște într-o Românie cuprinsă de dezgust, corupție, „o țară tensionată și conflictuală” cu proprii săi cetățeni. De aceea, neamțul Iohannis era și este soluția pentru încercarea de a scoate România din prăpastia economică, socială, politică și mentală în care a fost „aruncată” în mandatele foștilor președinți; 2. românii intraseră într-o stare de saturație față de președinții „vorbăreți”, dar care deși au promis multe, au făcut destul de puțin. Iohannis deși este tăcut, îi place „lucrul bine făcut”, stă în expectativă, își calculează fiecare cuvânt spus și mai presus denotă multă încredere și stăpânire de sine; 3. acesta a demonstrat în dezbaterile televizate de la postul de televiziune B1 TV din data de 12 noiembrie 2014 că imaginea sa este nepătată, față de cea a lui Ponta, unde suspiciunea plagiatului tezei sale de doctorat s-a dovedit a fi reală. În aceea dezbateri, cum a afirmat și juranlistul Cristian Tudor Popescu „Domnul Ponta nu a adus nimic nou” el a fost „tupeist, șmecher, cacealmist”⁶; 4. Iohannis a avut sprijinul românilor din diaspora, care într-o proporție covârșitoare au sancționat neregulile de la secțiile din străinătate din primul tur de scrutin și parțial în cel de-al II-lea. Mai mult, românii din diaspora au sancționat „aroganța” și „corupția” oblăduită în România de guvernarea pesedistă; 5. discreția, bunul simț, atitudinea sa mereu calculată, au fost argumente puternice în competiția pentru președenție; 6. poate cel mai important motiv ce a determinat câștigarea alegerilor a fost faptul că Iohannis nu a avut legătură cu regimul comunist, practic el delimitându-se de metehnele și practicile din trecut.

3 Doru Radosav, „Este Klaus Iohannis un patriot” *Revista* 22, (09.12.2014), <http://www.revista22.ro/este-klaus-iohannis-un-patriot-51263.html>, accesat la 16 februarie.

4 Doru Radosav, „Este Klaus”..., <http://www.revista22.ro/este-klaus-iohannis-un-patriot-51263.html>

5 Doru Radosav, „Este Klaus”..., <http://www.revista22.ro/este-klaus-iohannis-un-patriot-51263.html>

6 Dezbateri Ponta-Iohannis, B 1 TV. Cine a câștigat cea de-a doua confruntare? Cristian Tudor Popescu: „Nu-l votez pe Victor Ponta”, <http://www.gandul.info/politica/dezbateri-ponta-iohannis-b1-tv-cine-a-castigat-cea-de-a-doua-confruntare-cristian-tudor-popescu-nu-l-votez-pe-victor-ponta-13539457>, accesat la 17 februarie 2015.

Ponta, chiar dacă nu a fost membru al PCR, totuși în mod indirect prin partidul său s-a stabilit o „legătură nocivă” ce avea să-l coste multe voturi.

În ceea ce privește poziția sa față de comunism, acesta și-a exprimat regretul pentru că și în acest moment mulți români trăiesc cu nostalgia fostului regim. Iată cum surprinde într-un mod analitic, în cartea sa *Pas cu pas*, respingerea comunismului: „*Mi se pare trist că astăzi unii români îl regretă pe dictatorul Nicolae Ceaușescu. Eu am fost, cum am mai spus deja, un anticomunist în privat. Am fost împotriva comunismului ca individ, la nivel personal, la fel ca toată familia mea. Atunci nu aveai căi de a exprima aceste lucruri, decât în anumite situații de nesupunere civică, despre care am povestit. Sunt un anticomunist convins și cred că Ceaușescu a fost unul dintre cei mai toxici români. Mulți spun că a fost bine pe vremea lui pentru că toată lumea avea o casă și o locuință, deși toată lumea făcea bancuri la adresa lui. Însă uităm de crimele în masă, de faptul că nu puteam să ne spunem părerea cu voce tare, uităm de viața gri, uităm de martiri, de călcarea în picioare a simbolurilor naționale, de falsificarea istoriei; reținem doar lucrurile bune, ca într-un „filtru roz al memoriei”. Uităm de discriminarea confesională, de faptul că nu puteai să călătorești dacă nu erai parte din sistem sau apropiat al sistemului. Vă amintiți cum ne trezeam la 4 dimineață pentru două sticle de lapte? Sau că de multe ori nu aveam ce să punem pe masă? Se pare că am uitat, culmea!, tocmai aceste lucruri. A fost cea mai grea perioadă din istoria recentă a României.*”⁷

Dacă Iohannis a declarat răspicat că este un anticomunist convins, pe 8 decembrie 2004 în dezbaterile electorale de la TVR 1, Traian Băsescu recunoștea cu nonșalanță că este un comunist nu doar el, ci și contracandidatul său pentru prezidențiale, Adrian Năstase: „*Măi, ce blestem o fi pe poporul ăsta de a ajuns până la urmă să aleagă între doi foști comuniști? Între Adrian Năstase și Traian Băsescu. În 15 ani, nu a apărut unul să vină din lumea asta, sa nu fi fost târât de năvălurile comunismului, să nu fi fost afectat de nimic. Ce blestem o fi?*”⁸

Dacă Băsescu în 2004 a câștigat mandatul de președinte tocmai prin această „doză de sinceritate”, în 2014, nu după 15 ani, ci după o perioadă de 25 de ani, Iohannis un candidat a cărui moralitate nu poate fi contestată, neafiliat vechilor structuri comuniste și cu puternice sentimente anticomuniste a reușit să obțină încrederea românilor. În locul președinților cu vechi ștate în PCR, sau a celor de tipul: pe care „i-a învins sistemul”, sau a președinților din „topor, jucători” a venit un președinte echilibrat, cu o imagine bună și în rândul statelor occidentale, în special al Germaniei.

Imediat după depunerea jurământului de investitură pentru președinte, Iohannis a demonstrat că dezavuează regimul comunist și a făcut câteva gesturi politice, dar și cu o tentă istorică, care de unii au fost criticate, dar de o mare parte dintre români au fost apreciate.

Decorarea pe 22 decembrie 2014 cu Ordinul Național „Steaua României” în grad de cavalier lui Octav Bjoza⁹, președintele Asociației Foștilor Deținuți Politici din România, a creat un val de critici la adresa noului președinte, gestul său fiind catalogat un „act dezamăgitor de populism”¹⁰ Mai mult, Centrul pentru Monitorizarea și Combaterea Antisemitismului MCA România l-a acuzat pe Iohannis că a acordat distincția „unui deținut politic care se afișează public cu un partid susținător al Mișcării Legionare și al neo-nazismului.”¹¹

7 Klaus Iohannis, *Pas cu pas*, (București: Curtea Veche Publishing, 2014), 18-19.

8 „Blestemul poporului român”, <http://www.ziare.com/articole/confruntare+basescu+nastase>, accesat la 17 februarie 2015.

9 Pentru mai multe detalii biografice despre Octav Bjoza se poate consulta <http://afdpr.ro/octav-bjoza>, accesat 17 februarie 2015.

10 Ionuț Iordăchescu, „Iohannis, criticat aspru pentru decorarea lui Bjoza: „Act dezamăgitor de populism”, 26 dec. 2014, http://www.dcnnews.ro/iohannis-criticat-aspru-pentru-decorarea-lui-bjoza-act-dezamagitor-de-populism_463267.html, accesat la 17 februarie 2015.

11 „Klaus Iohannis, criticat pentru decorarea lui Octav Bjoza”, <http://www.cotidianul.ro/klaus-iohannis-criticat-pentru-decorarea-lui-octav-bjoza-253924/>, accesat la 18 februarie 2015.

Bineînțeles că Bjoza a negat legăturile cu mișcarea legionară¹², iar faptul că, în temnițele comuniste prin care a trecut a cunoscut și legionari, acesta nu poate fi acuzat că ar fi fost el însuși legionar.

În altă ordine de idei, cum spunea Bjoza, Gulagul românesc i-a uniformizat atât pe libeali, țărăniști, cuziști, carliști sau regaliști, cât și pe legionari, astfel încât toți ar putea fi considerați anticomuniști, sistemul comunist adusesse la același nivel diferențele de gen și viziune politică.¹³ Până la urmă, societatea românească a ajuns la un numitor comun: nu toți membrii Partidului Comunist trebuie condamnați, nici măcar toți foști șefi, ci doar aceia care au aplicat măsuri brutale.¹⁴ În această logică, de ce și legionarii nu ar beneficia de același statut moral, pe care îl au comuniștii?¹⁵

În orice caz, decorarea unui fost deținut politic reprezintă un act de curaj și responsabilitate politică, morală și istorică față de cei care au suferit în spațiul concentraționar comunist. Iohannis a făcut prin acest gest, ceea ce președinții anteriori nu au reușit, să condamne prin fapte regimul comunist; decorarea lui Bjoza în pofida disputelor și intrigilor care planează asupra unor consilieri ai președintelui, constituie un moment esențial, un gest simbolic în apropierea unui trecut traumatizant, dar și o dovadă de respect față de demnitatea umană.¹⁶

Pe lângă această decorare, cu câteva zile înainte, pe 16 decembrie, la 25 de ani de la Revoluția din 1989, Iohannis a ajuns într-un *loc al memoriei și suferinței românilor*: Timișoara. Discursul președintelui este emoționant și plin de semnificație istorică: „Regimul comunist s-a prăbușit așa cum s-a și instalat. Prin crime și abuzuri. Nu ne mai putem permite să ignorăm lecțiile trecutului, așa cum sunt ororile comunismului în România. Viitorul democratic al României depinde de modul în care ne asumăm un trecut tragic. Avem nevoie mereu de amintire și reamintire. România

12 Într-un interviu pe *gândul*, Bjoza a subliniat că „nu a simpatizat mișcarea, nu a susținut-o, și că nu are prieteni foști sau actuali legionari”, <http://www.gandul.info/interviurile-gandul/confesiunea-legionarului-octav-bjoza-tanar-fiind-intrand-la-19-ani-si-cateva-luni-in-temnita-er-am-avid-in-a-lua-de-la-fiecare-daca-gaseam-ce-avea-el-mai-bun-si-am-luat-de-la-toti-13742440>, accesat la 19 februarie 2015. Vezi și discursul său din data de 07. 11. 2009 disponibil la https://www.youtube.com/watch?v=eJXiJP2_9hA

13 Sever Voinescu, „Deruta conștiinței în fața complexității”, *Dilema Veche*, 568, (31 decembrie 2014-7 ianuarie 2015), <http://dilemaveche.ro/sectiune/ce-lume-traim/articol/deruta-constiintei-fata-complexitatii-raului>, accesat la 19 februarie 2015.

14 Sever Voinescu, „Deruta” ..., <http://dilemaveche.ro/sectiune/ce-lume-traim/articol/deruta-co-nstiintei-fata-complexitatii-raului>

15 Sever Voinescu, „Deruta” ..., <http://dilemaveche.ro/sectiune/ce-lume-traim/articol/deruta-co-nstiintei-fata-complexitatii-raului>

16 La începutul alocuțiunii de la ceremonia de decorare a domnului Bjoza, președintele Iohannis a ținut să precizeze: „Este prima decorație pe care o confer în calitate de președinte al României și, de aceea, am ținut în mod special ca aceasta să fie acordată dumneavoastră, în chip simbolic, în numele Asociației Foștilor Deținuți Politici din România din câteva motive. Înainte de toate, pentru că mandatul meu va fi unul al respectului față de toate valorile noastre, așadar și față de eroii și martirii noștri, întrucât o națiune nu poate avea viitor fără a-și respecta, înainte de toate, trecutul. În al doilea rând, pentru că în 25 de ani România a găsit puține prilejuri de a împărtăși bucuria cu acești oameni care au luptat împotriva comunismului și și-au sacrificat tinerețea, familia, viitorul și speranțele pentru a salva ideea de libertate și demnitate. În al treilea rând, pentru că prin acest moment vreau să marchez începutul unui nou capitol în istoria noastră recentă, un președinte care pune în valoare înainte de toate modelele din societate, iar foștii deținuți politici reprezintă cu siguranță repere de moralitate pentru tânăra generație. La vârsta de 20 de ani, domnul Bjoza a fost arestat și înțemnițat de către Securitate și a fost condamnat pe nedrept, fiind obligat să suporte suplicii anilor de detenție și să cutreiere nu mai puțin de 14 locuri de detenție. Până în 1989 a fost persecutat continuu de autoritățile comuniste, dar acest lucru nu l-a împiedicat nicidecum să militeze după Revoluție pentru idealurile de libertate și democrație.” Alocuțiunea se poate consulta integral la http://www.presidency.ro/?_RID=det&tb=date&id=15389&PRID=search, accesat la 18 februarie 2015.

are nevoie de un Muzeu Național al Comunismului. Voi pleda pentru construirea unui astfel de Muzeu Național.”¹⁷

Mesajul transmis de Iohannis este unul pedagogic și istoric, în sensul în care prin intermediul memoriei, prin amintire și reamintire ne vom putea asuma trecutul dureros, iar România va dobândi cu adevărat calitatea de stat democratic, numai prin această responsabilitate, în primul rând etică.

Pedagogia memoriei va veni în completarea *pedagogiei istoriei*,¹⁸ care în mare parte a fost instrumentalizată de regimul comunist; istoriei oficiale, a documentelor (Doru Radosav), va trebui să îi ia locul memoria celor care au fost traumatizați în Gulagul românesc.

Memoria traumatizantă se identifică cu identitatea noastră ca națiune și poate contribui la schimbarea discursurilor istorice, ea i se poate opune determinând un alt tip de discurs istoric, de aceea este dificil de a face o distincție clară între memorie și istorie.¹⁹ Memoria reprezintă un mod de reflectare al prezentului, dar poate fi și răbufnirea trecutului traumatic în arealul prezentului, a unui trecut uitat sau uzitat politic, refutat și slab reprezentat prin acțiuni și practici de memorare și rememorare.²⁰

Prin intermediul memoriei nu uităm evenimentele tragice din perioada comunistă, sau poate dorim să uităm aceste episoade istorice pentru a privi cu detașare spre viitor. „Fuga de trecut” cu siguranță nu ne va ajuta să depășim momentele dificile în care ne aflăm, dar nu trebuie să existe nici o „obsesie a trecutului”²¹ mereu presantă asupra prezentului.

Tocmai prin crearea unui *Muzeu Național al Comunismului*, cum îl numea președintele Iohannis putem să aducem trecutul mai aproape de prezent, să încercăm „să-l îmblânzim”, să-l apropiem de generațiile tinere. Ideea acestui muzeu care reprezintă și o modalitate de „împăcare cu trecutul” a fost reiterată de președinte și în cadrul vizitei din data de 26 ianuarie 2015 la depozitele ce dețin arhiva Consiliului Național pentru Studierea Arhivelor Securității de la Popești-Leordeni. În cadrul aceste vizite Iohannis a precizat: «*Mi se pare foarte important să nu trecem prea repede peste istoria noastră recentă. Am spus și, din păcate, după ce am aflat astăzi, pot să reafirm: nu am reușit să cunoaștem destul de bine istoria noastră recentă, vorbesc aici de anii comunismului. Este nevoie de o studiere mult mai atentă și, în final, de o reconciliere a noastră cu istoria noastră recentă. Acest lucru nu s-a întâmplat acum și fără această etapă este greu de crezut să putem să trecem pur și simplu mai departe*»²²

17 Dani Dancea, „Klaus Iohannis la Timișoara. Mesajul președintelui ales pentru români la 25 de ani de la izbucnirea Revoluției”, 16 decembrie 2014, http://adevarul.ro/locale/timisoara/klaus-iohannis-ajuns-timisoara-copil-asteapta-autograf-carte-a-autobiografica-presedintelui-ales-1_54904285448e03c0fdcd0288/index.html, accesat la 19 februarie 2015.

18 Vezi Dumitru-Cătălin Rogoianu, „The Pedagogy of Memory and History. Reflections on the Romanian Gulag”, *The Proceedings of the International Conference Literature, Discourse and Multicultural Dialogue*, Târgu-Mureș, 2 (2014), <http://www.upm.ro/ldmd/LDMD-02/Hst/Hst%2002%2036.pdf>, accesat la 19 februarie 2015.

19 Jean-Charles Szurek „Pentru o memorie democratică a trecuturilor traumatizante”, *Istoria Recentă în Europa. Obiecte de Studiu, Surse, Metode*. Lucrările simpozionului internațional organizat de Colegiul Noua Europă, (București, Colegiul Noua Europă, 2002), 55, http://www.nec.ro/pdfs/publications/relink/istoria-recenta-in-europa/JEAN-CHARLES_SZUREK.pdf, accesat la 19 februarie 2015.

20 Jean-Charles Szurek „Pentru”..., 56.

21 Paul Ricoeur, *Memoria, istoria, uitarea*. Traducerea de Ilie Gyurcsik și Margareta Gyurcsik, (Timișoara, Amarcord, 2001), 541-542.

22 Rareș Constantinescu, „În vizită la arhivele CNSAS. Iohannis: Susțin în continuare înființarea unui Muzeu al Comunismului”, 26 ianuarie 2015, <http://www.cotidianul.ro/iohannis-sustin-in-continuatione-infiintarea-unui-muzeu-al-comunismului-255574/>, accesat la 20 februarie 2015.

Deși în concluziile Raportului Final-Tismăneanu se propune înființarea unui *Muzeu al Dictaturii Comuniste din România*, asemeni Muzeului Memorial al Holocaustului din Washington, sau chiar inserarea în cadrul muzeelor de istorie din țară a unor secțiuni dedicate ororilor comunismului²³; totuși datorită unor diverse motive de natură politică, birocratică, sau pur și simplu a delăsării și rea-voinței, acest demers nu a fost dus la bun sfârșit.

Institutul de Investigare a Crimelor Comunismului din România a avut mai multe inițiative de înființare a unui astfel de muzeu, dar proiectele lor nu au fost agreate de parlamentari sau de guvernanți.

Este inadmisibil ca la 25 de ani de la căderea regimului comunist nu există în România o convergență care să determine înființarea unui Muzeu al Dictaturii Comuniste. Memorialul Victimelor Comunismului și al Rezistenței de la Sighet, creat în 1993 de Ana Blandiana și Romulus Rusan pe ruinele fostei închisori de maximă siguranță de la Sighet²⁴, precum și Memorialul Râmnicu Sărat-Închisoarea tăcerii (1945-1963)²⁵, consituie o bază de la care s-ar putea pleca spre înființarea unui Muzeu Național al Comunismului.

În acest context, suportul pe care îl oferă Iohannis este unul benefic pentru memorializarea comunismului și pentru asumarea trecutului recent. Se poate observa că prin gesturile sale, președintele înțelege semnificația istorică pe care o are o condamnare veritabilă a comunismului.

În mod evident a dorit să-și înceapă mandatul de președinte delimitându-se clar de comunism, dar în același timp asumându-și-l atât discursiv, cât și prin acțiuni ce ne dau încredere spre un viitor promițător. Iohannis a înțeles că este nevoie de o Românie a bunului simț, o țară care trebuie „purificată” de „fantomele comunismului”.

BIBLIOGRAFIE

Cărți:

IOHANNIS, Klaus, *Pas cu pas*, București, Curtea Veche Publishing, 2014.

RICOEUR, Paul, *Memoria, istoria, uitarea*. Traducerea de Ilie Gyurcsik și Margareta Gyurcsik, Timișoara, Amarcord, 2001.

Resurse online:

ALOCUȚIUNE Klaus Iohannis, 22.12.2014, http://www.presidency.ro/?_RID=det&tb=date&id=15389&_PRID=search

BEC, <http://www.bec2014.ro/rezultate-finale-16-noiembrie/>

BJOZA, Octav, <http://afdpr.ro/octav-bjoza>

„BLESTEMUL poporului român”, <http://www.ziare.com/articole/confruntare+basescu+nastase>

CONSTANTINESCU, Rareș „În vizită la arhivele CNSAS. Iohannis: Susțin în continuare înființarea unui Muzeu al Comunismului”, 26 ianuarie 2015, <http://www.cotidianul.ro/ioha->

23 *Raport Final, Comisia Prezidențială pentru Analiza Dictaturii Comuniste din România*, (București, 2006), 637, http://www.presidency.ro/static/ordine/RAPORT_FINAL_CPADCR.pdf, accesat la 20 februarie 2015.

24 Vezi Ioana Diaconescu „Muzeul Comunismului din România”, *România Literară*, 33, (2011), http://www.romlit.ro/muzeul_comunismului_din_romnia Informații suplimentare se pot consulta la <http://www.memorialsighet.ro/>, accesat la 20 februarie 2015.

25 Mai multe detalii se găsesc la <http://memorialulramnicusarat.ro/>, accesat la 20 februarie 2015.

nnis-sustin-in-continuare-infiintarea-unui-muzeu-al-comunismului-255574/

DANCEA, Dani, „Klaus Iohannis la Timișoara. Mesajul președintelui ales pentru români la 25 de ani de la izbucnirea Revoluției”, 16 decembrie 2014, http://adevarul.ro/locale/timisoara/klaus-iohannis-ajuns-timisoara-copil-asteapta-autograf-cartea-autobiografica-presedintelui-ales-1_54904285448e03c0fdcd0288/index.html

DEZBATERE Ponta-Iohannis, B 1 TV. Cine a câștigat cea de-a doua confruntare? Cristian Tudor Popescu: „Nu-l votez pe Victor Ponta”, <http://www.gandul.info/politica/dezbatere-pon-ta-iohannis-b1-tv-cine-a-castigat-cea-de-a-doua-confruntare-cristian-tudor-popescu-nu-l-vo-tez-pe-victor-ponta-13539457>

DIACONESCU, Ioana „Muzeul Comunismului din România” *România Literară*, 33, (2011), http://www.romlit.ro/muzeul_comunismului_din_romnia

DISCURS, Octav Bjoza-07.11. 2009, https://www.youtube.com/watch?v=ejXiJP2_9hA

INTERVIU, Octav Bjoza *gândul*, <http://www.gandul.info/interviurile-gandul/confesi-unea-legionarului-octav-bjoza-tanar-fiind-intrand-la-19-ani-si-cateva-luni-in-temni-ta-eram-avid-in-a-lua-de-la-fiecare-daca-gaseam-ce-avea-el-mai-bun-si-am-luat-de-la-to-ti-13742440>

IORDĂCHESCU, Ionuț „Iohannis, criticat aspru pentru decorarea lui Bjoza: „Act dezamăgitor de populism”, 26 dec. 2014, http://www.dcnews.ro/iohannis-criticat-aspru-pentru-decora-rea-lui-bjoza-act-dezamagitor-de-populism_463267.html

„KLAUS Iohannis, criticat pentru decorarea lui Octav Bjoza”, <http://www.cotidianul.ro/klaus-iohannis-criticat-pentru-decorarea-lui-octav-bjoza-253924/>

MEMORIALUL Râmnicu Sărat-Închisoarea tăcerii (1945-1963), <http://memorialulramnicusa-rat.ro/>

MEMORIALUL Victimelor Comunismului și al Rezistenței de la Sighet, <http://www.memorial-sighet.ro/>

RADOSAV, Doru „Este Klaus Iohannis un patriot” *Revista 22*, (09.12.2014), <http://www.revista22.ro/este-klaus-iohannis-un-patriot-51263.html>

RAPORT Final, Comisia Prezidențială pentru Analiza Dictaturii Comuniste din România, (București, 2006), http://www.presidency.ro/static/ordine/RAPORT_FINAL_CPADCR.pdf

ROGOJANU, Dumitru-Cătălin, „The Pedagogy of Memory and History. Reflections on the Romanian Gulag”, *The Proceedings of the International Conference Literature, Discourse and Multicultural Dialogue*, Târgu-Mureș, 2 (2014), <http://www.upm.ro/ldmd/LDMD-02/Hst/Hst%2002%2036.pdf>

SZUREK, Jean-Charles „Pentru o memorie democratică a trecuturilor traumatizante”, *Istoria Recentă în Europa. Obiecte de Studiu, Surse, Metode*. Lucrările simpozionului internațional organizat de Colegiul Noua Europă, (București, Colegiul Noua Europă, 2002), http://www.nec.ro/pdfs/publications/relink/istoria-recenta-in-europa/JEAN-CHARLES_SZUREK.pdf

VOINESCU, Sever, „Deruta conștiinței în fața complexității” *Dilema Veche*, 568, (31 decembrie 2014-7 ianuarie 2015), <http://dilemaveche.ro/sectiune/ce-lume-traim/articol/deruta-constiintei-fata-complexitatii-raului>

Opțiunile de politică externă și de securitate ale României în viziunea lui Klaus Iohannis

■ RADU-IOAN OPRIȘ

[University of Bucharest]

Abstract

If a decade ago, Romania became a NATO member and it was enrolled in the accession process to the European Union, in 2014, the problem is radically different: Romania has a new status within NATO, it is part of the EU, it is in process of accession to the Schengen area and it has developed its strategic partnership with the United States of America. In this context, the aim of this paper is to bring into attention the vision of the new president of Romania, Klaus Iohannis, regarding the romanian foreign policy and security.

Keywords

presidential elections; 2014; Romania; Klaus Iohannis; foreign policy

Introducere

Actualele evoluții de la nivel global, ca de exemplu, reorientarea economică a Rusiei spre continentul asiatic, dar și anumite chestiuni regionale, precum aderarea României la spațiul Schengen și situația instabilă din estul Europei, ar putea fi considerate pentru noul președinte ales, Klaus Iohannis, principalele sale provocări în materie de politică externă și de securitate. Dacă în urmă cu un deceniu, România devenea stat membru NATO și se afla în procesul de aderare la Uniunea Europeană, în 2014, datele problemei sunt radical diferite pe plan extern, dat fiind faptul că statul român deține un nou statut în cadrul blocului nord-atlantic, este parte a UE, se află în proces de aderare la spațiul Schengen și a dezvoltat parteneriatul strategic cu Statele Unite ale Americii.

Plecând de la aceste considerații, actualul demers științific își propune să reliefeze, pe baza analizei critice de discurs, opțiunile de politică externă și de securitate ale României în viziunea noului președinte de stat din următorii cinci ani de zile. Ca principale surse de informare utilizate putem enumera programul său prezidențial și declarațiile publice susținute de către acesta în perioada campaniei prezidențiale.

Pe baza acestei analize se va putea astfel observa că viziunea lui Klaus Iohannis în materie de politică externă și de securitate se concentrează pe trei

piloni principali, respectiv NATO, UE și SUA, și pe o serie de piloni secundari, precum Republica Moldova și comunitățile de români din afara granițelor României – dar aflați în directă legătură cu primii menționați. De asemenea, candidatul de centru-dreapta s-a prezentat în cadrul programului său prezidențial intitulat „România lucrului bine făcut” drept un garant al continuării marilor direcții de politică externă și de securitate din ultimii ani. În acest context, el a punctat ca prioritară respectarea angajamentelor României față de NATO și Uniunea Europeană, continuarea parteneriatului strategic cu Statele Unite ale Americii, fixarea parcursului european al Republicii Moldova ca deziderat național, sprijinirea comunităților de români din afara granițelor țării, întărirea forțelor armate române și dezvoltarea securității naționale energetice.¹

O politică externă euroatlantică, europeană și continuatoare a parteneriatului strategic cu SUA

Klaus Iohannis percepe politica externă și de securitate a României bazată pe conceptul de interes național, dar aflată în strânsă legătură cu cele trei structuri din care face parte, respectiv NATO, Uniunea Europeană și parteneriatul strategic cu SUA. În ceea ce privește Alianța Nord-Atlantică, garantul securității naționale a României în viziunea noului președinte ales, aceasta mai este apreciată în cadrul programului său prezidențial și la nivelul discursului politic drept unul dintre principalii piloni ai politicii externe și ai securității statului român.²

K.Iohannis mai subliniază că România este un stat amplasat la granița dintre vest și est, într-o zonă complexă, marcată periodic de instabilitate, dar care, printr-o strânsă colaborare cu NATO, ar putea deveni un reper important pe harta geopolitică a regiunii, furnizând securitate zonelor aferente ei. În acest scop, el aduce în discuție necesitatea unui echilibru între flancul estic și cel sudic al blocului nord-atlantic din Europa, deoarece este importantă, în viziunea sa, concentrarea de forțe atât în statele baltice și Polonia, cât și în România și Bulgaria – ca urmare a crizei din Ucraina care a generat o schimbare importantă în geopolitica zonei. Privind aportul României la dezvoltarea NATO, acesta a nuanțat ideea că statul român trebuie să participe cu resurse relevante la planificarea strategică și la implementarea obiectivelor Alianței Nord-Atlantice, inclusiv prin susținerea procesului de extindere a acesteia.³

De asemenea, el a reiterat ideea potrivit căreia România trebuie să aibă o contribuție mai activă atât la implementarea acquis-ului NATO, bazat pe dialog politic și pe schimb de informații, cât și la modelarea obiectivelor Alianței, ce sunt în concordanță cu profilul său. În perspectiva acestui rol, el a susținut că în calitate de președinte al României, va susține orice proiect bazat pe majorarea bugetului pentru apărare la un procent de 2%. Din punctul său de vedere, majorarea bugetului pentru apărare va reprezenta și o oportunitate de parteneriat tehnologic între

1 Discursul susținut de Klaus Iohannis în cadrul lansării programului prezidențial, „România lucrului bine făcut”, la 29 septembrie 2014, disponibil la <http://www.iohannispresedinte.ro/ro/noutati/discursuri-si-interviuri/discursul-sustinut-in-cadrul-lansarii-programului-prezidential-romania-lucrului-bine-facut>, accesat în data de 13.12.2014.

2 Discursul lui Klaus Iohannis cu prilejul desemnării sale drept candidatul Alianței Creștin-Liberale la alegerile prezidențiale, disponibil la <http://www.iohannispresedinte.ro/ro/noutati/discursuri-si-interviuri/discursul-presedintelui-pnl-klaus-iohannis-cu-prilejul-desemnarii-sale-drept-candidatul-alianței-creștin-liberale-la-alegerile-prezidențiale>, accesat în data de 13.12.2014.

3 Declarație de presă susținută de Klaus Iohannis la data de 23 iulie 2014, disponibilă la <http://www.iohannispresedinte.ro/ro/noutati/declaratii/declaratie-de-presa1410267616>, accesat la 13.12.2014.

firmele românești din industria de apărare și companiile europene și americane. Pe lângă acest aspect, noul președinte mai observa și oportunitatea de a se dezvolta latura economică, nu doar cea militară, a parteneriatului strategic cu SUA, prin crearea de noi locuri de muncă. Paralel cu acest demers, Iohannis a mai afirmat că va susține și operaționalizarea conceptelor de soft și smart power în cadrul CSAT, cu accent pe cele care vizează corelarea instrumentelor reprezentate de diplomația clasică, a formatelor de cooperare regională și internațională, a celor de inteligență și a acordurilor politico-economice.⁴

În ceea ce privește Uniunea Europeană, noul președinte a urmărit să sublinieze că va promova interesele naționale ale României la nivel european, cu precizarea că acestea să se încadreze și în opțiunile partenerilor europeni. În acest sens, el și-a manifestat, pe de o parte, orientarea lui europeană, susținătoare a proiectului unei Europe unite, cu instituții puternice, cu o bună coordonare a politicilor în toate domeniile de activitate, și pe de altă parte, dorința ca România să devină mai coerentă în negocierea și impunerea propriilor interese și proiecte la nivel comunitar – poziție care reiterează conceptul de interes național.⁵

În ceea ce privește aderarea statului român la spațiul Schengen, Iohannis a susținut că vede realizarea acestui deziderat în două etape: aerian și terestru, într-o primă etapă, și maritim, în cea de-a doua. El plasează acest obiectiv în raport cu o campanie de recăștigare a încrederii partenerilor europeni, în special prin oferirea de certitudini cu privire la capacitatea de protejare a spațiului comun european și prin continuarea reformelor în domeniul justiției.⁶ Privind rezultatele României din 2007 și până în prezent, acesta s-a declarat, în schimb, nemulțumit, calificând această etapă ca nefructificată într-un mod optim de către decidenții români. Altfel spus, el a apreciat că prin statutul României de al șaptelea stat ca mărime din cadrul UE, ar trebui să se fructifice oportunitățile economice oferite de piața comună și ar fi necesar să se atragă fonduri europene pentru dezvoltarea țării.⁷

Pe lângă chestiunile referitoare la Uniunea Europeană, parteneriatul strategic cu SUA a fost, la rândul lui, deosebit de vizibil în cadrul declarațiilor și a programului politic. Noul președinte a declarat astfel că, alături de calitatea de a fi membru NATO și UE, acesta reprezintă cel de-al treilea element fundamental al politicii externe și al securității României.⁸ În viziunea noului președinte, criza din Ucraina sau, mai exact, dimensiunea strategică și economică a acestei probleme au oferit cele mai bune argumente în acest sens.⁹

Pe baza acestor prime trei direcții de politică externă și de securitate extrase din programul său prezidențial și din declarațiile publice, se poate astfel observa intenția declarată a noului președinte de a utiliza instrumentele puse la dispoziție de Constituție pentru ca România, stat membru al NATO, al UE și partener strategic al SUA, să confirme că este un furnizor de securitate în regiune și un posibil model pentru anumite state ca Republica Moldova și Georgia. Îndeplinirea proiectelor

4 Programul prezidențial al lui Klaus Iohannis, „România lucrului bine făcut”, disponibil la <http://www.iohannispresedinte.ro/files/userfiles/Program-prezidential.pdf>, accesat în data de 13.12.2014.

5 Programul prezidențial al lui Klaus Iohannis...

6 Programul prezidențial al lui Klaus Iohannis...

7 Interviu oferit de Klaus Iohannis pentru WALL-STREET.RO, la 26 septembrie 2014, disponibil la <http://www.wall-street.ro/articol/Politic/172949/iohannis-economia-este-in-suferinta-mediul-de-afaceri-se-confrunta-cu-o-lipsa-de-perspectiva-economica.html>, accesat în data de 18.12.2014.

8 Declarația lui Klaus Iohannis cu ocazia Zilei Armatei Române, de la 25 octombrie 2014, disponibilă la <http://www.iohannispresedinte.ro/ro/noutati/declaratii/mesaj-cu-ocazia-zilei-armatei-romane>, accesat în data de 18.12.2014.

9 Declarație lui Klaus Iohannis privind parteneriatul strategic dintre România și SUA, de la 14 septembrie 2014, disponibilă la <http://www.iohannispresedinte.ro/ro/noutati/declaratii/declaratie-privind-parteneriatul-strategic-dintre-romania-si-sua>, accesat în data de 18.12.2014.

prezentate țină însă de mai mulți factori, unul dintre cei mai importanți fiind cel de a se forma un consens între Președinte, Guvern și Parlament. Mai mult, trebuie specificat că dacă poziția de candidat i-a permis o libertate în discursul politic, funcția de președinte îi îngreădește acest privilegiu, oferindu-i, în schimb, anumite limite în dreptul acțiunilor sale pe plan extern.

Parcursul european al Republicii Moldova

Problema Republicii Moldova a reprezentat pentru Klaus Iohannis o altă temă predilectă în perioada campaniei electorale, întreaga chestiune fiind împărțită pe două paliere – parcursul european și ideea reunificării. Noul președinte a urmărit astfel să realizeze o diferențiere între conceptul de parcurs european și cel de reunificare, subliniind că nu există o contradicție între cele două, ci mai degrabă o relație normală. De asemenea, el a adus în discuție necesitatea constituirii unui „nou Snagov”, precum cel din anul 1995, în care să se discute toate acele aspecte ce privesc poziția României față de parcursul european al Republicii Moldova și posibilul act de reunificare a celor două state.¹⁰

În ceea ce privește primul palier, cel al parcursului european, Klaus Iohannis a susținut că acesta este prioritar, iar România trebuie să sprijine Republica Moldova în acest proces, în special prin crearea de relații instituționale prin care să se pună bazele unui transfer de bune practici pentru sectorul public moldovenesc.¹¹ Tot în acest sens, el a mai subliniat că deși România nu face parte din formatul „5 plus 2” de negocieri în cazul problemei transnistrene, aceasta ar trebui să militeze pentru ca nicio variantă de soluționare a conflictului să nu stagneze parcursul european al Chișinăului. Totodată, el a mai menționat că obiectivul aderării la UE nu trebuie pus în balanță cu dosarul transnistrean și nici condiționat de acesta.¹²

Privind spre cel de-al doilea palier, cel al reunificării, Iohannis a caracterizat acest posibil moment ca unul istoric și de mare importanță, în special ca urmare a comuniunii de limbă, istorie, civilizație și cultură între cele două state. Cu toate acestea, se poate observa accentul pus pe ideea de reunificare în cadrul frontierelor Uniunii Europene și mai puțin pe cel al unei acțiuni directe – cel puțin într-o primă fază. *„În mod interesant, unirea Moldovei cu România este pusă de unii analiști în contradicție cu integrarea europeană a Moldovei. Nu trebuie să vedem lucrurile ori, ori. Acum e clar că trebuie să sprijinim Moldova în parcursul ei european. Unirea e un proiect foarte special și e unic în Europa. În programul meu am dedicat un capitol acestei chestiuni. Atunci când vor fi întrunite toate condițiile este posibil să ne imaginăm așa ceva. Orice altă ordine ar duce la un parcurs care, poate, nu este optimal”*.¹³

Vizita lui Klaus Iohannis la Chișinău, cu două zile înainte de alegerile parlamentare din Republica Moldova, a reconfirmat astfel faptul că noul președinte al României va susține, ca prim deziderat, așa numitul parcurs european al autorităților moldovenești. În cadrul unei conferințe de presă susținută împreună cu Vlad Filat, președintele Partidului Liberal Democrat din Moldova, Klaus Iohannis a declarat că

10 Programul prezidențial al lui Klaus Iohannis...

11 Interviu acordat de Klaus Iohannis pentru Adevărul LIVE, la 13 noiembrie 2014, disponibil la http://adevarul.ro/news/politica/alegeri-prezidentiale-2014-turul-doi-klaus-iohannis-vine-adevarul-live-ora-1200-pune-i-intrebari-candidatului-acl-presedintia-romaniei-1_54643da6-0d133766a8cfa84/index.html, accesat în data de 18.12.2014.

12 Interviu acordat de Klaus Iohannis pentru Adevărul LIVE...

13 Interviu acordat de Klaus Iohannis pentru Adevărul Live, la 29 septembrie 2014, disponibil la http://adevarul.ro/news/politica/klaus-iohannis-adevarul-live-candida-indiferent-intampla-nu-exista-niciun-motiv-cred-pierde-procesul-ani-1_542912120d133766a883b4db/index.html, accesat în data de 18.12.2014.

statul român va proteja stabilitatea Republicii Moldova, atât din punct de vedere politic, cât și economic. De asemenea, Iohannis și-a exprimat speranța ca ambele state să poată constitui un spațiu comun de democrație, stabilitate și prosperitate, care să conducă ulterior la îndeplinirea acelor etape necesare aderării Republicii Moldova la UE. În altă ordine de idei, absența din cadrul acestor ultime discuții a unor referiri cu privire la un posibil proiect de unire între cele două state, reiterează ideea că accentul este pus pe primul palier, cel reunificării în cadrul frontierelor UE, în timp ce un proiect de unire nu poate fi fezabil în actualul context european.¹⁴

Rămâne însă de văzut modul în care noul președinte al României va gestiona problema Republicii Moldova, în contextul în care gradul de insecuritate a frontierelor acesteia este ridicat, iar problemele sale economice, cauzate de embargoul impus de Federația Rusă și de gradul redus de dezvoltare, creează o serie de dificultăți acestui stat. Mai mult, necesitatea formării unui consens între principalii decidenți politici români și societatea civilă este imperios necesară și de luat în calcul. Nerealizarea unui consens ar putea reprezenta o problemă în cazul unei crize majore a Republicii Moldova, pentru care s-ar impune un sprijin de altă natură decât cel economic din partea statului român.

Relațiile României cu Federația Rusă și cu Republica Populară Chineză în viziunea lui Klaus Iohannis

Dacă în cadrul programului prezidențial al candidatului de centru-dreapta s-a evitat, sub o formă sau alta, prezentarea viziunii sale cu privire la relațiile cu anumite state cu o conduită aparte pe scena relațiilor internaționale, precum Federația Rusă și Republica Populară Chineză, în cadrul discursurilor publice au fost atinse mai des anumite puncte referitoare la aceste țări. În ceea ce privește poziția față de Federația Rusă, aceasta se caracterizează, în linii mari, prin contestarea întregii sale politici agresive și destabilizatoare de la frontierele sale.¹⁵ De asemenea, se mai poate observa tendința de raportare permanentă la Uniunea Europeană și la NATO în cazul tuturor discuțiilor referitoare la Rusia și la perspectivele relațiilor dintre aceasta și România. Din punctul acestuia de vedere, actuala conjunctură geopolitică din Europa obligă statul român să urmeze demersurile partenerilor europeni și euroatlantici. *„Problema cu Rusia este una foarte complicată. În ultimele luni, situația a avut faze foarte complicate. România singură în această ecuație nu are ce căuta. Ce trebuie să facem este să dovedim că suntem parteneri serioși în NATO și UE. Avem o situație de conflict deschis și toate sancțiunile luate de UE, de statele Unite sunt gândite pentru a readuce pe toată lumea în zona în care sunt respectate acordurile internaționale. România, singură, mai bine se abține de la anumite acțiuni, dar trebuie să fie solidară cu partenerii”*.¹⁶ Totuși, pe termen lung, el percepe o ameliorare a relațiilor dintre cele două state, cu precizarea ca aceasta să vină pe fondul respectării de către Rusia a principiului unei Ucraine stabile, angajată ferm spre democrație.¹⁷

14 Conferința de presă susținută de Klaus Iohannis și de Vlad Filat, președintele PLDM, la Chișinău, în 28 noiembrie 2014, disponibilă la http://stiri.tvr.ro/klaus-iohannis--la-chisinau--romania-va-proteja-integritatea-teritoriala-si-interesele-rep--moldova_53281_video.html#view, accesat în data de 18.12.2014.

15 Comunicat de presă emis de Klaus Iohannis la data 8 noiembrie 2014, disponibil la <http://www.iohannispresedinte.ro/ro/noutati/comunicate-de-presa/comunicat-de-presa1415436419>, accesat în data de 18.12.2014.

16 Comunicat de presă emis de Klaus Iohannis...

17 Interviu acordat de Klaus Iohannis pentru La Republica, la 3 decembrie 2014, disponibil la <http://www.iohannispresedinte.ro/ro/noutati/discursuri-si-interviuri/interviu-la-repubblica>, accesat în data de 18.12.2014.

Pe același principiu al democrației este amplasată și relația cu Republica Populară Chineză. În viziunea sa, relațiile dintre București și Beijing au înregistrat o anumită dinamică în ultimul interval de timp, fapt pentru care trebuie observate rezultatele concrete ale acestei cooperări. Cu toate acestea, el a subliniat că este imperios necesar ca explorarea tuturor oportunităților de natură economică să se realizeze pe aceeași bază a valorilor democrației ca regim politic.¹⁸

Concluzii

Politica externă a României în viziunea lui Klaus Iohannis poate fi concepută, în linii mari, drept o politică continuatoare a celei anterioare, deși s-a urmărit realizarea unor diferențieri de cea anterioară. Numită de către noul președinte o „*politică sinergică: națională, europeană și euroatlantică*”¹⁹, aceasta a fost construită, în esență, pe baza conceptului de interes național. Sublinierea repetată a acestei idei nu a fost deloc întâmplătoare, ea urmărind, probabil, să construiască așa numita diferențiere de perioada 2004-2014. Principalul reproș adresat în acest sens perioadei anterioare a fost acela că, până la momentul alegerii lui, decidenții români au preferat să adopte, în cele mai multe dintre cazuri, o poziție de inferioritate la masa negocierilor cu partenerii europeni și euroatlantici.

De remarcat este și prezența unui dezechilibru între proiectele de politică externă și de securitate prezentate de către Klaus Iohannis în perioada campaniei prezidențiale și viitoarele sale atribuții constituționale. Altfel spus, deși realizarea unor demersuri precum majorarea bugetului pentru apărare la un procent de 2%, se află în competența altor structuri ale statului, s-a putut totuși observa aducerea în discuție a unor proiecte de acest gen – care nu intră, decât într-o anumită măsură, în atribuțiile președintelui. Acest tip de greșală ar putea astfel conduce pe viitor la afectarea imaginii sale, în special ca urmare a nivelului ridicat de așteptări din partea societății și a lipsei de cunoaștere a atribuțiilor președintelui de către majoritatea populației.

BIBLIOGRAFIE

Surse primare:

Comunicat de presă emis de Klaus Iohannis la data 8 noiembrie 2014

Declarație de presă susținută de Klaus Iohannis la data de 23 iulie 2014

Declarație lui Klaus Iohannis privind parteneriatul strategic dintre România și SUA, de la 14 septembrie 2014

Declarația lui Klaus Iohannis cu ocazia Zilei Armatei Române, de la 25 octombrie 2014

Declarația de presă susținută de Klaus Iohannis și de Vlad Filat, președintele PLDM, la Chișinău, în 28 noiembrie 2014

Discursul lui Klaus Iohannis cu prilejul desemnării sale drept candidatul Alianței Creștin-Liberale la alegerile prezidențiale, la 11 august 2014

Discursul susținut de Klaus Iohannis în cadrul lansării programului prezidențial, „România lucrului bine făcut”, la 29 septembrie 2014

Interviu acordat de Klaus Iohannis pentru WALL-STREET.RO, la 26 septembrie 2014

¹⁸ Interviu acordat de Klaus Iohannis pentru Titanul.ro, la 13 octombrie 2014, disponibil la <http://www.iohannisprezidente.ro/ro/noutati/discursuri-si-interviuri/interviu-titanul-ro>, accesat în data de 18.12.2014.

¹⁹ Program prezidențial Klaus Iohannis...

Interviu acordat de Klaus Iohannis pentru Adevărul Live, la 29 septembrie 2014

Interviu acordat de Klaus Iohannis pentru Adevărul LIVE, la 13 noiembrie 2014

Interviu acordat de Klaus Iohannis pentru Titanul.ro, la 13 octombrie 2014

Interviu acordat de Klaus Iohannis pentru La Repubblica, la 3 decembrie 2014

Programul prezidențial al lui Klaus Iohannis, „România lucrului bine făcut”

Surse web:

www.stiri.tvr.ro

www.adevarul.ro

www.wall-street.ro

www.titanul.ro

www.repubblica.it

www.iohannispresedinte.ro

Retrospectiva alegerilor prezidențiale din România anului 2014

■ ANDREEA-IUSTINA TUZU

[University of Bucharest]

Abstract

The aim of this paper is to take a radiograph of Romania presidential elections of 2014, starting from a general framework in which these elections were held, continuing with issues and debates that characterized this context and ending with international reactions regarding the new elected-president in the foreign press and from the officials. This radiograph brings a series of questions: was the final result of these elections an accident? Was it an express of confidence for the successful candidate or the result of discontent with the current political system, a vote of hope? In this regard, I consider absolutely necessary to understand how the president was elected, the reasons behind this choice and especially if the hopes of voters will be reflected in the work of Klaus Iohannis during his term.

Keywords

Romania; presidential elections; 2014; Klaus Iohannis; Victor Ponta; diaspora

Cadru general

Alegerile prezidențiale din România anului 2014, organizate în două tururi de scrutin, în zilele de 2 noiembrie – turul I, respectiv 16 noiembrie – turul II, s-au desfășurat într-un context intern tumultuos. În primul rând, în perioada dintre cele două tururi, au avut loc o serie de proteste motivate de chestiuni precum: organizarea deficitară a alegerilor în diaspora și nemulțumirea față de sistemul politic românesc actual. Mai mult, alegerile prezidențiale s-au caracterizat și printr-o prezență ridicată la vot atât în țară, cât și în străinătate¹, precum

1 În cadrul alegerilor prezidențiale de după căderea comunismului, în România, rezultatele au evidențiat următoarea prezență la vot: 1990 – 86,19%, într-un scrutin prezidențial desfășurat simultan cu alegerile parlamentare; 1992 – în primul tur, în septembrie, și-au exprimat opțiunea prin vot 76.29% dintre români, prezența scăzând în al doilea tur, în octombrie, la 73.23%; 1996 – 76,01% dintre votanți au mers la urne pentru alegerea președintelui în primul tur, în timp ce în al doilea procentul a scăzut la 75.9%; 2000 – prezența românilor la vot a fost 65,31% în primul tur și 57.5% în cel de-al doilea (în acest an s-a înregistrat o scădere vizibilă față de anii precedenți); 2004 – prezența la vot a continuat să scadă – 58,51% dintre români au ieșit la urne în primul tur, cel de-al doilea înregistrând o prezență de 55,21%; 2009 – alegerile din acest an au fost primele care s-au organizat independent de scrutinul pentru alegerea membrilor Parlamentului – în primul tur,

și printr-un număr mare de candidați înscriși în cursa pentru prezidențiale, respectiv 14.² Apoi, în perioada alegerilor și în imediată încheiere a acestora, atât ministrul de externe în funcție la acea dată, Titus Corlățean, cât și cel numit ulterior plecării acestuia, Teodor Meleșcanu, și-au dat demisia pe fondul nemulțumirilor sociale.

Rezultatele alegerilor prezidențiale din România de la 2 noiembrie și 16 noiembrie 2014			
Candidat	Partid	Rezultate Turul 1 de scrutin	Rezultate Turul 2 de scrutin
Klaus Iohannis	Partidul Național Liberal (Alianța Creștin Liberală PNL– PDL)	30,37%	54,43%
Victor Ponta	Partidul Social Democrat (Alianța PSD–UNPR–PC)	40,44%	45,56%
Călin Popescu – Tăriceanu	Independent	5,36%	
Elena Udrea	Partidul Mișcarea Populară	5,20%	
Monica Macovei	Independent	4,44%	
Dan Diaconescu	Partidul Poporului – Dan Diaconescu	4,03%	
Corneliu Vadim Tudor	Partidul România Mare	3,68%	
Kelemen Hunor	Uniunea Democrată Maghiară din România	3,47%	
Teodor Meleșcanu	Independent	1,09%	
Zsolt Szilágyi	Partidul Popular Maghiar din Transilvania	0,56%	
Gheorghe Funar	Independent	0,47%	
William Brînză	Partidul Ecologist Român	0,45%	
Constantin Rotaru	Partidul Alternativa Socialistă	0,36%	
Mirel Mircea Amariței	Prodemo	0,08%	

Sursa: Biroul Electoral Central (BEC)³

Rezultatele primului tur de scrutin prezidențial i-au trimis în turul doi pe reprezentantul Partidului Social Democrat, Victor Ponta, și pe cel al Alianței Creștin Liberale (ACL), Klaus Iohannis, pentru ca rezultatele finale să-l desemneze președinte ales al României pe cel din urmă. În acest sens, e important să menționăm faptul că statisticile realizate în intervalul mai – octombrie 2014 l-au desemnat câștigător al cursei pentru prezidențiale nu pe Klaus Iohannis, ci pe Victor Ponta, la diferență semnificativă, de multe ori până la 10%. În acest context, se pune întrebarea cărui fapt s-a datorat această schimbare și care e semnificația rezultatului final al alegerilor? În încercarea de a oferi răspunsuri la aceste chestiuni, am notat faptul că, e

s-au prezentat la vot 54.37% dintre românii cu drept de vot, iar în turul al doilea – 58.02%; 2014 – 64.10% în turul II de scrutin prezidențial, în diaspora înregistrându-se un număr de 378.811 de cetățeni români care și-au exprimat opțiunea politică, un record absolut de participare raportat la toate scrutinele care au avut loc în diaspora după 1990.

2 La alegerile prezidențiale din 1990 au fost 3 candidați, cele din 1992 aveau să însumeze 6 candidați, pentru ca cele din 1996 să atingă un număr de 16 candidați. O dată cu alegerile prezidențiale din 2000, 2004, 2009, numărul acestora avea să se păstreze constant la 12. Mai multe informații în acest sens pot fi obținute la <http://www.rador.ro/2014/10/20/analiza-campania-electorala-in-perspectiva-alegerilor-prezidentiale-din-2-noiembrie/>, accesat la 09.12.2014.

3 <http://www.bec2014.ro/>, accesat la 11.12.2014.

drept, orice schimbare vine ca un efect al unui cumul de factori, dintre care unul este predominant – în cazul acesta, votul din diaspora. Acesta din urmă poate fi privit ca factor declanșator al schimbării votului inițial, nesoluționarea organizării votului în străinătate determinând nemulțumire socială, care la rândul ei a deschis contextul prielnic nemulțumirii, de multe ori neexteriozitate, față de întreg sistemul politic românesc. Astfel, am putea conchide că votul final a fost unul împotriva sistemului actual, așa cum de altfel, s-a întâmplat și în cazul alegerilor de după căderea comunismului. Atitudine de nemulțumire, de speranță, nu neapărat de încredere în candidatul ales. Un vot pentru un alt stil, pentru o altfel de abordare a politicii românești. Și în acest sens, consider imperios necesară înțelegerea modului în care a fost ales președintele, a motivelor care au determinat această alegere și, mai ales, cât se vor reflecta speranțele cetățenilor români în activitatea noii administrații.

Sursa	Perioada	Victor Ponta	Klaus Iohannis
INSCOP Research	1–7 mai 2014	51.7%	48.3%
	1–6 iulie 2014	52.8%	47.2%
	30 august–4 septembrie 2014	54%	46%
	2–8 octombrie 2014	53.5%	46.5%
The Political Rating Agency	16–22 iunie 2014	55%	45%
IRSOP	10–17 iulie 2014	49%	43%
Centrul de Cercetări și Studii Calitative și Cantitative (CCSCC)	17–23 iulie 2014	51%	49%
	19–24 septembrie 2014	52%	48%
Grupul de Studii Socio-Comportamentale Avangarde (GSSC Avangarde)	25 august–3 septembrie 2014	55%	45%
	28 septembrie–3 octombrie 2014	57%	43%
Centrul de Studii și Cercetări Infopolitice (CSCI)	15–18 septembrie 2014	57%	43%
	27–29 octombrie 2014	55%	45%
Institutul Român pentru Evaluare și Strategie (IRES)	14 octombrie 2014	55%	45%

Statistici realizate înaintea alegerilor prezidențiale

Problematici și polemici

Principala problemă aflată în atenția cetățenilor români în perioada alegerilor prezidențiale din 2014 a fost reprezentată de imposibilitatea unui număr important de români din diaspora de a-și exprima opțiunea politică. Acest aspect a fost pus pe seama numărului insuficient al secțiilor de votare din străinătate și pe cea a procedurii deficitare de votare din afara țării. Pe acest fond au apărut manifestații în multe orașe ale României, acțiuni motivate drept un act de solidaritate cu românii care s-au confruntat cu această situație și ca un semnal de atenționare a autorităților competente în vederea luării unor măsuri. Dată fiind această situație, BEC a anunțat printr-un comunicat de presă că deschiderea de noi secții de votare în diaspora este atât legală, cât și recomandată⁴. Replica MAE a fost aceea de respingere a acestei inițiative, motivând că nu a venit printr-o hotărâre juridică și că nu

4 A se citi textul comunicatului de presă al BEC aici, <http://www.bec2014.ro/wp-content/uploads/2014/11/Comunicat30.pdf>, accesat la 17.12.2014.

Însă, pentru o imagine mai clară asupra modului în care au evoluat discuțiile asupra acestei chestiuni, pot fi consultate și textele altor comunicate de presă ale BEC în acest sens: http://www.bec2014.ro/wp-content/uploads/2014/11/Comunicat_nr_25.pdf, <http://www.bec2014.ro/wp-content/uploads/2014/11/Comunicat26.pdf>, <http://www.bec2014.ro/wp-content/uploads/2014/11/Comunicat30.pdf>, <http://www.bec2014.ro/wp-content/uploads/2014/11/Comunicat-nr.32.pdf>, accesate la 17.12.2014.

există bază legală pentru acest lucru.⁵ Ulterior acestui fapt, pe fondul problemelor votului în diaspora, a venit și demisia ministrului afacerilor externe de la acel moment, Titus Corlățean, pe data de 10 noiembrie, pe motiv că nu dorește să încalce legea: „(...) nu accept să încalc legea și legalitatea, nu pot accepta ca instituția MAE să fie forțată să încalce legea pe considerente de interese politice, electorale (...), și nu pot accepta să ofer motive de contestare a rezultatelor alegerilor prezidențiale din turul II pe considerente de nelegalitate a înființării de noi secții de votare în străinătate.”⁶ Opt zile mai târziu, pe 18 noiembrie, situația aceasta avea să se repete în sensul că și ministrul afacerilor externe numit după demisia lui Titus Corlățean, Teodor Meleșcanu, avea să procedeze la fel. Pe același fond: „Rămâne însă un fapt, și anume că nu toți cetățenii români din străinătate și-au putut exercita dreptul de vot și acest lucru trebuie asumat. Întrucât trăim într-o țară unde nimeni nu prea își asumă responsabilitățile și singura preocupare este plasarea responsabilităților de la unul la altul, eu, ca un om de onoare, îmi asum această responsabilitate și îmi voi depune astăzi, la ședința de guvern, mandatul de ministru al afacerilor externe.”⁷ De subliniat în acest context, în jurul căruia s-au creat o serie de discuții, este faptul că legislația în vigoare în România permitea ca în afara secțiilor de votare de pe lângă misiunile diplomatice și oficiile consulare ale statului român să se organizeze și alte secții de votare, cu acordul guvernului țării respective.⁸

Continuând registrul referitor la solicitări de soluționare a situației în cauză, o serie de organisme ale societății civile au lansat apeluri către autoritățile competente de la București. De exemplu, Federația asociațiilor de români din Europa a solicitat BEC să prelungească programul secțiilor de votare din străinătate, unde mii de persoane nu au reușit să voteze până la închiderea urnelor⁹. În același registru se încadrează și acțiunile unor diplomați români din Italia, care au cerut sprijinul autorităților locale italiene pentru deschiderea de secții de votare în alte două orașe (Riano și Verbina), în care se află o comunitate numeroasă de români.

În aceeași ordine de idei, s-a remarcat și inițiativa Ligii Studenților Români din Străinătate (LSRS) și a Fundației Centrul pentru Acces la Expertiza Studenților și Absolvenților Români (C.A.E.S.A.R.) ce a constatat într-o petiție prin care au solicitat autorităților abilitate creșterea de urgență a numărului de secții de votare în străinătate în conformitate cu ultimele estimări.¹⁰ Această petiție, semnată de peste 4.500

5 Pentru mai multe detalii legate de această situație a se consulta site-ul MAE, la <http://www.mae.ro/node/29597>, accesat la 11.12.2014.

6 Declarația de presă a ministrului afacerilor externe, Titus Corlățean, poate fi consultată aici <http://www.mae.ro/node/29492>, accesat la 11.12.2014.

7 <http://www.mae.ro/node/29597>, accesat la 10.12.2014.

8 A se consulta Legea nr. 370/2004 pentru alegerea Președintelui României (Variantă actualizată până la data de 27 iunie 2014), art. 12, alin. 1, 2 și 3, disponibilă aici <http://www.bec2014.ro/wp-content/uploads/2014/09/Lege-370-2004-actualizata-2014.pdf>, precum și Codul bunelor practici în materie electorală. Linii directe și raport explicativ adoptate de Comisia Europeană pentru Democrație prin Drept în cadrul celei de-a 52-a Sesiuni Plenare (Veneția, 18-19 octombrie 2002), <http://www.venice.coe.int/webforms/documents/default.aspx?pdffile=CDL-AD%282002%29023rev-rom>.

9 <http://www.hotnews.ro/stiri-esential-18491006-federatia-asociatiilor-romani-din-europa-cer-e-demiterea-lui-corlatean-formarea-unui-comitet-criza-sau-amanarea-turului-2.htm>, accesat la 18.12.2014.

10 Liga Studenților Români din Străinătate și Fundația C.A.E.S.A.R. și-au luat public angajamentul de a milita pentru consolidarea democratică și dezvoltarea economică a României. În plus, în ziua celui de-al doilea tur de scrutin prezidențial, voluntarii LSRS și-au adus contribuția, prin mijloace proprii, la o mai bună desfășurare a procesului de votare peste hotare. Acțiunile acestora au constatat în distribuirea de ghiduri cu drepturile alegătorilor și formulare pe proprie răspundere; au asigurat accesul rapid și eficient la cabinetele de vot; au oferit informații și au participat ca observatori din partea societății civile în secțiile de votare; au raportat nereguli și au trimis sesizări despre situația din diaspora; au contribuit la asigurarea unor condiții de minim confort pentru mii de români care au așteptat ore în șir să voteze și au militat pentru respectarea dreptului la vot al cetățenilor români. Mai multe informații pot fi găsite aici <http://www.rador.ro/2014/11/18/mesajul-romani-din-diaspora-dupa-alegerile-de-duminica-victorie-pentru-democratie-victorie-pentru-romania/>, accesat la 9.12.2014.

de cetățeni români din întreaga lume, a fost depusă la sediul Ministerului Afacerilor Externe pe 10 noiembrie, însă a rămas fără răspuns. Mai mult, plecând de la premisa că legea este în vigoare chiar și după încheierea campaniei electorale, LSRS și C.A.E.S.A.R. au cerut și identificarea și sancționarea celor care se fac responsabili pentru „împiedicarea, prin orice mijloace, a liberului exercițiu al dreptului de a alege” (Codul Penal, Art. 385, alin. 1). De asemenea, au solicitat Parlamentului României și factorilor de decizie să dezbată public și să adopte de urgență legea votului electronic sau prin corespondență, măsuri care ar garanta exercitarea dreptului la vot al cetățenilor români din străinătate. Aceste două entități au adus la cunoștința autorităților competente de la București faptul că în lipsa unor măsuri eficiente, vor pune bazele unei inițiative cetățenești, la nivel național, pentru introducerea în Parlament a votului electronic sau prin corespondență.¹¹

O altă problemă apărută în contextul alegerilor prezidențiale s-a creat în jurul organizării unei dezbateri electorale. Acest aspect s-a aflat în atenția opiniei publice și a oamenilor de televiziune, cu atât mai mult cu cât înaintea turului I de scrutin nu a existat nicio dezbatere la care să ia parte cel puțin doi dintre cei 14 candidați. În schimb, în al doilea tur de scrutin s-au concretizat două astfel de dezbateri: prima a avut loc pe 11 noiembrie, iar cea de-a doua, pe 12 noiembrie.

Aspectele prezentate mai sus au reprezentat o realitate a alegerilor prezidențiale din 2014, precum și o radiografie a unei nemulțumiri sociale care, analizată în esența acțiunilor ei în acest context, a determinat schimbarea balanței votului din primul tur, precum și pe cel al statisticilor amintite la începutul lucrării. De asemenea, putem extrapola această interpretare până la a susține că rezultatele votului turului doi au fost un accident, e drept, unul fericit pentru unul dintre candidați, fapt ce a venit pe fondul a o serie de factori între care predominant a fost cel al votului din diaspora. Trebuie însă subliniat că multe dintre inițiativele de schimbare au venit din rândul tinerilor, așa cum s-a întâmplat și în alegerile de după 1989, incluzându-le aici și pe cele legate de mobilizarea în sensul protestelor.

Reacții internaționale la alegerea lui Klaus Iohannis: presa străină vs. Oficialități

Rezultatul alegerilor prezidențiale din România anului 2014 a trezit atât interesul presei internaționale, care a notat o serie de aspecte în acest sens, cât și pe cel al unor oficiali străini. Pentru exemplificare, am ales o serie de publicații, agenții de presă și de televiziune, precum *Reuters*, *Euronews*, *BBC*, *New York Times*, *Le Monde*, *El Mundo*. Se impune menționat de la început faptul că toate aceste entități media au subliniat surpriza rezultatului final al alegerilor, precum și situația internă și cea din diaspora, încercând să găsească explicații pentru acestea și să realizeze un profil al președintelui ales.

Prin urmare, publicația franceză *Le Monde*, într-un articol intitulat „En Roumanie, un président très liké”, a notat surpriza pe care a creat-o victoria lui Klaus Iohannis, subliniind că aceasta reprezintă, pe de o parte, dovada faptului că acum campaniile au câștig de cauză în online și, pe de altă parte, că reprezintă semnul unei generații tinere care a ajuns să impună o modalitate mai directă de a influența rezultatul final al alegerilor. De asemenea, publicația a afirmat și faptul că victoria surpriză a lui Klaus Iohannis a provocat un val de simpatie spontană, de care nu s-a bucurat niciun președinte după căderea regimului comunist. Mai mult, de la victoria sa, acesta a devenit un personaj important al rețelei de socializare

¹¹ <http://www.rador.ro/2014/11/18/mesajul-tinerilor-romani-din-diaspora-dupa-alegerile-de-duminica-victorie-pentru-democratie-victorie-pentru-romania/>, accesat la 09.12.2014.

Facebook în Europa. Cu peste 1, 2 milioane de „like”-uri adunate într-o săptămână pe pagina sa, el i-a depășit pe Angela Merkel (900.000 „like”-uri), pe François Hollande (în jur de 500.000), și pe premierul britanic, David Cameron – 400.000.¹²

Apoi, agenția de presă *Reuters* a reținut, de exemplu, un articol cu titlu expresiv – „Provincial mayor inflicts shock defeat in Romania presidential vote”, care a întărit, din nou, aceeași surpriză a alegerilor prezidențiale din România, notând, totodată, aspecte legate de cei doi candidați din turul doi, de situația politică din țară sau de eventuale provocări ale viitoarei administrații prezidențiale.¹³ În aceeași ordine de idei, au notat și *Euronews* – „Surprise presidential result may bring a wind of change in Romania”¹⁴, *BBC* – „Romania election surprise as Klaus Iohannis wins presidency”¹⁵, *New York Times* – „Favorite Concedes Presidency in Romania”¹⁶, *El Mundo* – „Rumanía vota contra la corrupción y elige a Iohannis como nuevo presidente de su Gobierno”¹⁷.

Schimbând registrul reacțiilor venite din zona presei, dar rămânând pe linia reacțiilor din mediul internațional, am considerat necesară și o evidențiere a modului în care au reacționat anumite oficialități ale unor state la aflarea rezultatului final al alegerilor prezidențiale din România. Au fost transmise mesaje de felicitare din partea Republicii Moldova, a Statelor Unite ale Americii, a Rusiei și a Marii Britanii, prin care s-a salutat noua opțiune politică a românilor, și s-au adus în discuție viziuni politice comune pentru mandatul noului președinte. De exemplu, președintele Republicii Moldova, Nicolae Timofti, și-a exprimat convingerea că relațiile de prietenie dintre cele două state se vor menține, iar România va ajuta în continuare Republica Moldova în procesul său de integrare europeană¹⁸.

În aceeași ordine de idei, se numără și SUA, ale cărui vicepreședinte, Joe Biden, i-a telefonat lui Klaus Iohannis pentru a-l felicita. Potrivit unui comunicat de presă postat pe site-ul Casei Albe, în convorbirea telefonică, Joe Biden a asociat prezența ridicată la urne unui semnal al unei democrații în proces de consolidare. De asemenea, în cadrul aceleiași discuții, au fost reiterate relațiile româno-americane de până la acel moment și, mai ales, contribuția României în cadrul NATO, sprijinul oferit Ucrainei și eforturile de contracarare a mișcării teroriste Statul Islamic al Irakului și Levantului. Mai mult, discuțiile s-au raportat și la importanța reformelor în justiție, privite pe de o parte ca unul dintre factorii care determină creștere economică și, pe de alta, ca un instrument ce asigură securitatea națională.¹⁹

Un alt stat care și-a exprimat punctul de vedere asupra rezultatului alegerilor prezidențiale din România a fost Federația Rusă. Conform purtătorului de cuvânt al Ministerului rus de Externe, Aleksandr Lukașevici, Rusia a punctat dorința unei apropieri a relațiilor româno-ruse, dată fiind distanțarea creată de criticile Bucureștiului la adresa politicii Moscovei și de faptul că România s-a alăturat sancțiunilor impuse

12 http://www.lemonde.fr/m-actu/article/2014/11/28/en-roumanie-un-president-tres-like_4530262_4497186.html, accesat la 12.12.2014.

13 <http://www.reuters.com/article/2014/11/17/us-romania-election-exitpolls-idUSKCN0J00W120141117>, accesat la 19.12.2014.

14 <http://www.euronews.com/2014/11/18/surprise-presidential-result-may-bring-a-wind-of-change-in-romania/>, accesat la 19.12.2014.

15 <http://www.bbc.com/news/world-europe-30076716>, accesat la 19.12.2014.

16 http://www.nytimes.com/2014/11/17/world/europe/favorite-concedes-presidency-in-romania.html?_r=0, accesat la 19.12.2014.

17 <http://www.elmundo.es/internacional/2014/11/16/54690958ca474172758b4583.html>, accesat la 19.12.2014.

18 <http://www.presedinte.md/rom/discursuri/mesajul-de-felicitare-transmis-de-presedintele-nicolae-timofti-presedintelui-ales-al-romniei-klaus-iohannis>, accesat la 15.12.2014.

19 <http://www.whitehouse.gov/the-press-office/2014/11/25/readout-vice-president-s-call-romanian-president-elect-klaus-iohannis>, accesat la 17.12.2014.

Rusiei pe fondul crizei din Ucraina.²⁰ În același registru al felicitărilor s-a înscris și mesajul premierului britanic, David Cameron, care a subliniat hotărârea din campania electorală a președintelui ales împotriva corupției și a lipsei de transparență.²¹

În loc de concluzii

Privind retrospectiv alegerile prezidențiale din România anului 2014, putem conchide că pe fondul unui cumul de factori, între care predominant a fost votul din diaspora, rezultatul final al alegerilor a fost o surpriză. Aceasta din urmă poate fi înțeleasă ca o reacție la sistemul politic românesc și ca un semnal de solidaritate al societății civile. Nu a fost în plinătatea lui un vot de încredere pentru persoana noului președinte, cât un vot de respingere a unui om considerat parte a sistemului actual.

BIBLIOGRAFIE

Surse printare:

Comunicatul de presă (nr.25) al Biroului Electoral Central din 2.11.2014

Comunicatul de presă (nr.26) al Biroului Electoral Central din 4.11.2014

Comunicatul de presă (nr.30) al Biroului Electoral Central din 7.11.2014

Comunicatul de presă (nr.32) al Biroului Electoral Central din 11.11.2014

Declarația de presă a ministrului afacerilor externe, Titus Corlățean, din 10.11.2014, de la sediul Ministerului Afacerilor Externe, București

Declarația de presă a ministrului afacerilor externe, Teodor Meleșcanu, din 18.11.2014, sediul MAE, București

Legea nr. 370/2004 pentru alegerea Președintelui României (Variantă actualizată până la data de 27 iunie 2014)

Codul bunelor practici în materie electorală. Linii directoare și raport explicativ adoptate de Comisia Europeană pentru Democrație prin Drept în cadrul celei de-a 52-a Sesiuni Plenare (Veneția, 18-19 octombrie 2002)

Surse online:

www.agerpres.ro

www.bbc.com

www.bec2014.ro

www.ccsc.ro

www.digi24.ro

www.elmundo.es

www.euronews.com

www.grupul-avangarde.ro

²⁰ <http://www.rador.ro/2014/11/20/rusia-spera-ca-dupa-alegerile-din-romania-se-va-inregistra-o-schimbare-in-relatiile-dintre-cele-doua-tari-afirma-lukasevici/>, accesat la 11.12.2014. De asemenea, esența mesajului președintelui rus către Klaus Iohannis a fost postată și pe pagina de facebook a Ambasadei Rusiei în România, în data de 27.11.2014 <https://www.facebook.com/AmbasadaRusa?fref=ts>.

²¹ <http://www.digi24.ro/Stiri/Digi24/Extern/Europa/Mesajul+de+felicitare+al+premierului+britanic+catre+Klaus+Iohann>, accesat la 19.12.2014.

www.hotnews.ro
www.infopolitic.ro
www.inscop.ro
www.ires.com.ro
www.irsop.ro
www.lemonde.fr
www.mae.ro
www.nytimes.com
www.presidentie.md
www.rador.ro
www.ratingpolitic.ro
www.reuters.com
www.venice.coe.int
www.whitehouse.gov

Alegerile prezidențiale din România, noiembrie 2014 – o luptă acerbă între stânga și dreapta –

■ ADRIAN-COSMIN CANAE

[„Dimitrie Cantemir“ Christian University]

Abstract

The article aims to analyze the presidential elections of Romania, which took place in November 2014 in two rounds. The presidential elections of 2014, represented the seventh cycle of the presidential election in the history of post-communist Romania, and also highlighting, the biggest difference between the two candidates, Victor Ponta and Klaus Iohannis for the office of the president of Romania since 1992. Until 2004, the presidential elections in Romania were held every four years, but after reviewing the Romanian Constitution of 2003, elections were delayed, the presidential term of office is five years.

Keywords

Romanian presidential elections
2014; presidency; voting; uninominal
voting

Introducere

Alegerile prezidențiale din 2014 au avut loc în datele de 2 noiembrie și 16 noiembrie, având două tururi de scrutin, cu excepția alegerilor din 1990, în care câștigătorul a fost desemnat din primul tur de scrutin, acesta fiind Ion Iliescu.

Principalii candidați în aceste alegeri importante pentru România au fost: Klaus Werner Iohannis și Victor Viorel Ponta.

Aceste alegeri pentru președinte din 2014, au reprezentat al șaptelea ciclu al alegerilor prezidențiale după România comunistă din 1989. Totodată din acel an, țara noastră a trecut de la regimul comunist monopartidist cu economie planificată, la cel pluripartidist cu economie de piață liberă, libertate, alegeri democratice.

Alegerile prezidențiale din 2014, au reprezentat totodată un eșec în diaspora, dacă vorbim de modul de organizare, fiind marcate de oameni care așteptau de multe ore să voteze în marile orașe ale Europei. Zeci de mii de cetățeni nu au reușit să voteze, așteptând chiar și zece ore pentru a-și exercita dreptul de vot.

Un lucru rămâne cert, candidatul opoziției Klaus Iohannis a câștigat fără drept de apel cu un scor gigant de 89.73% în diaspora.¹

1 Vezi lista tuturor statelor străine, și scorurile obținute de către cei doi candidați din

Alegerea Președintelui României

Conform Constituției României, art. 83, mandatul președintelui este de 5 ani, cu posibilitatea înnoirii sale o singură dată, și se exercită odată cu depunerea jurământului.²

Președintele este ales popular, fiind independent de puterea legislativă. Acesta poate dizolva parlamentul numai în cazul în care acesta nu a acordat votul de încredere pentru formarea Guvernului în termen de 60 de zile de la prima solicitare și numai după respingerea a cel puțin două solicitări de investitură.

Președintele are menirea de a veghea la respectarea Constituției, precum și la buna funcționare a autorităților publice. Președintele exercită funcția de mediere între puterile statului (legislativă, executivă și judecătorească), precum și între stat și societate, fiind de asemenea garantul independenței naționale, al unității și al integrității teritoriale a țării.³

Potrivit art. 5 al Legii pentru alegerea președintelui României, alegerile prezidențiale au loc numai duminică, și au loc în luna anterioară lunii în care ajunge la termen mandatul de președinte. Cu cel puțin 60 de zile înaintea zilei votării, Guvernul stabilește data alegerilor prin hotărâre.

Prezenta lege, specifică faptul că: hotărârea privind stabilirea datei alegerilor se adoptă la propunerea Ministerului Administrației și Internelor și a Autorității Electorale Permanente.⁴

Trebuie menționat faptul, că formula electorală pentru alegerea președintelui României are cea mai pregnantă stabilitate. În fapt, toți președinții post-comuniști au fost aleși prin același procedeu electoral. Cauza acestei stabilități excepționale, o regăsim în faptul că modul de scrutin utilizat pentru alegerea directă și populară a Președintelui este stipulat chiar de Constituție.⁵

În cele ce urmează putem observa câteva pasaje din Constituția României

Președintele României este ales prin vot universal, egal, direct, secret și liber exprimat.

Este declarat ales candidatul care a întrunit, în primul tur de scrutin majoritatea de voturi ale alegătorilor înscrși în listele electorale.

În cazul în care nici unul dintre candidați nu a întrunit această majoritate, se organizează al doilea tur de scrutin, între primii doi candidați stabiliți în ordinea numărului de voturi obținute în primul tur.

Este declarat ales candidatul care a obținut cel mai mare număr de voturi.

Nici o persoană nu poate îndeplini funcția de Președinte al României, decât pentru cel mult două mandate. Acestea pot fi și succesive!⁶

Începem prin a reaminti definiția dată de constituent, scrutinului prezidențial:

Este declarat ales candidatul care a întrunit, în primul tur de scrutin, majoritatea de voturi ale alegătorilor înscrși în listele electorale.

În cazul în care nici unul dintre candidați nu a întrunit această majoritate, se organizează un al doilea tur de scrutin, între primii doi candidați stabiliți în ordinea numărului de voturi obținute în primul tur. Este declarat ales candidatul cu cel mai mare număr de voturi.⁷

turul al doilea de scrutin. Lista poate fi găsită la această adresa http://www.bec2014.ro/wp-content/uploads/2014/11/SIAP2014_RL_Situatia_Voturilor_Pe_Tari_Straine.xlsx accesat în 25.01.2015

² Art. 83 din Constituția României 2003 Ed Regia Autonomă, „Monitorul Oficial” București 2007

³ Vezi Constituția României 2003

⁴ Legea nr. 370/2004 pentru alegerea președintelui României, variantă actualizată 2014.

⁵ Alexandru Radu, Daniel Buti, *Sistemul Politic Românesc – Ediția a III-a revăzută și adăugită*, (București: ProUniversitaria, 2012), 119.

⁶ Art. 81, Constituția României 2003, Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 767 din 31 octombrie 2003

⁷ Art. 81, „Alegerea Președintelui”, alin. (2) și (3), Constituția României 2003, M.O. nr. 767/31 decembrie 2003

Reiterând, condiția necesară pentru ca un candidat să câștige alegerile prezidențiale este să obțină cel puțin jumătate plus unu din voturile celor înscrși în listele electorale (permanente). Dacă această condiție nu este îndeplinită, câștigătorul este desemnat în cadrul turului al doilea, unde, participând doar doi competitori, victoria este adjudecată întotdeauna cu majoritatea celor prezenți la urne.

Remarcăm că, în anumite condiții, această majoritate relativă prin raportare la 1990, când participarea la vot a fost masivă, iar în competiție s-au înscris numai trei candidați. La acea vreme, Ion Iliescu a câștigat alegerile cu 12.232.498 voturi, reprezentând 71,17% procente din totalul alegătorilor înscrși pe listele electorale, respectiv 82,50% din cel al alegătorilor prezenți la urne.

Având în vedere că alegerile prezidențiale au o funcție monocratică, acestea se desfășoară doar într-o unică circumscripție electorală uninominală suprapusă peste teritoriul național.⁸

Din perspectiva tipologiei sistemelor electorale, alegerea Președintelui se desfășoară în baza unui mod de scrutin majoritar absolut (neîndeplinirea condiției majorității absolute a voturilor de către un candidat presupune organizarea unui tur secund), cu vot uninominal (un singur mandat pus în joc într-o unică circumscripție, cea națională). Prin utilizarea unui astfel de mod de scrutin, România se încadrează în regula universală a democrațiilor în care președintele republicii este desemnat direct. De altfel, tipul de scrutin majoritar este cel mai bine adaptat pentru alegerea directă a titularului unei funcții monocratice, precum cea de șef de stat. Varianta sa majoritară absolută este practică în Europa, iar cea relativă (pluralitară), în America.⁹

Rezultatele alegerilor prezidențiale din decembrie 2014 – Primul tur

Potrivit Biroului Electoral Central, în primul tur al alegerilor prezidențiale din 2014, numărul alegătorilor înscrși pe listele de vot a fost de 18.284.066 de cetățeni, iar numărul total al alegătorilor care s-au prezentat la urne a reprezentat 9.723.232 fiind mai mic față de alegerile anterioare din 2009 cu 223,516 de mii atunci participat 9.946.748. Voturile nule în acest tur I au reprezentând 237.761.¹⁰

Prezența la urne la nivel de țară în data de 2 noiembrie a fost de 53,17% procente iar în la alegerile precedente de acum 6 ani a fost de 54,37%¹¹ cu 1, 2% puncte procentuale mai mică în 2014, fiind o diferență insignifiantă. La nivel urban prezența a fost 51,64% iar rural 53,21% până în ora 21:00, fiind o participare echilibrată.¹²

Rezultatul acestor alegeri în primul tur de scrutin este mai mult decât echitabil pentru tabăra alianței PSD+UNPR+PC, având în vedere că exit-poll-urile precum CSCI, IRES, SOCIOPOL, ISOMAR ș.a. l-au dat câștigător și viitor președinte pe Victor Ponta încă din vara anului trecut, și pierzător pe Klaus Iohannis. Situația avea să se răstoarne în mod radical în al doilea tur de scrutin. Astfel, nici un exit-poll nu a reușit să anticipeze un asemenea rezultat ce avea să se consfințească în doar două săptămâni, practic toți am asistat la o răsturnare spectaculoasă de situație.

8 Alexandru Radu, *Politica între proporționalism și majoritarism – Alegeri și sistem electoral în România postcomunistă* (Iași: Institutul European, 2012), 237

9 Alexandru Radu, Daniel Buti, *Sistemul*. 120

10 http://www.bec2014.ro/wp-content/uploads/2014/11/SIAP2014_PAR_Raport-Situatie-Prezentat-la-urne.pdf accesat în data de 25.01 2015

11 http://www.bec2009p.ro/Documente%20PDF/Rezultate/Rezultate%20finale%20turul%20I/P/statistici/p_judete_1.txt accesat în data de 25.01.2015

12 Prezența la urne la alegerile prezidențiale, oră de referință 21:00 potrivit Biroului Electoral Central

Până în data de 23 septembrie și-au depus candidaturile 14 candidați. Aceștia sunt: Hunor Kelemen, Klaus-Werner Iohannis, Cristian-Dan Diaconescu, Victor-Viorel Ponta, William-Gabriel Brînză, Elena-Gabriela Udrea, Mirel-Mircea Amariței, Teodor-Viorel Meleșcanu, Gheorghe Funar, Zsolt Szilágyi, Monica-Luisa Macovei, Constantin Rotaru, Călin-Constantin-Anton Popescu-Tăriceanu și Corneliu Vadim-Tudor.¹³

În cele ce urmează, putem vedea în tabelul de mai jos situația voturilor din turul întâi a tuturor celor 14 candidați precum și scorul obținut pentru funcția de președinte al României, care s-au înscris în cursa pentru Palatul Cotroceni.

Nr. Crt	Prenumele și numele candidatului	Numărul total al voturilor valabil exprimate	Procentul obținut %
1	Hunor Kelemen	329.727	3,47%
2	Klaus-Werner Iohannis	2.881.406	30,37%
3	Cristian-Dan Diaconescu	382.526	4,03%
4	Victor-Viorel Ponta	3.836.093	40,44%
5	William-Gabriel Brînză	43.194	0,45%
6	Elena-Gabriela Udrea	493.376	5,20%
7	Mirel-Mircea Amariței	7895	0,08%
8	Teodor-Viorel Meleșcanu	104.131	1,09%
9	Gheorghe Funar	45.405	0,46%
10	Zsolt Szilágyi	53.146	0,56%
11	Monica-Luisa Macovei	421.648	4,44%
12	Constantin Rotaru	28.805	0,30%
13	Călin-Constantin-Anton Popescu-Tăriceanu	508.572	5,36%
14	Corneliu-Vadim Tudor	349.416	3,68%

Datele au fost preluate de la Biroul Electoral Central.¹⁴

Întrucât nici un candidat nu a obținut majoritatea de voturi, va exista și un tur II în care primii doi clasați în ordinea voturilor valabil exprimate se vor duela. Aceștia sunt Victor-Viorel Ponta și Klaus-Werner Iohannis.

Pentru turul al doilea al prezidențialelor din 2014, aveau sa fie importante voturilor foștilor candidați din turul I, precum Călin Popescu Tăriceanu sau Elena Udrea, dar și celor ale unor personaje cu caracter naționalist, în speță Corneliu Vadim-Tudor și Dan Diaconescu. Putem specifica și faptul că alegatorii Elenei Udrea și Monicăi Macovei, de asemenea lui Hunor Kelemen, au fost în fața unei disonanțe cognitive. Aceste voturi s-au cristalizat ulterior într-un vot negativ împotriva lui Victor Ponta.

Rezultatele turului al doilea de scrutin

Dacă în primul tur al alegerilor situația a fost destul de clară, Victor Ponta ieșind câștigător; în turul doi, situația s-a schimbat la 180 de grade.

Cetățenii au sancționat drastic în al doilea tur de scrutin pe candidatul Victor Ponta din partea Alianței PSD+UNPR+PC, optând să voteze cu cei din tabăra Alianței

¹³ <http://www.mediafax.ro/politic/cine-sunt-cei-14-candidati-la-alegerile-prezidentiale-fo-to-13352741> accesat în data de 25.01.2015

¹⁴ <http://www.bec2014.ro/wp-content/uploads/2014/11/ComunicatFinaleProvizorii.pdf> accesat în data de 25.01.2015

Creștin Liberale, marea majoritate alegându-l pe Klaus Iohannis, votul spre dreapta a fost dat mai mult în Ardeal ca și în precedentele alegeri din 2009.

Sloganul lui Iohannis „Lucrul bine făcut” a avut un puternic impact în rândul cetățenilor români de pretutindeni mergând la vot în număr mult mai mare.

Numărul persoanelor care s-au prezentat la urne în turul II a fost de 11.719.344 alegători, iar totalul cetățenilor înscrși pe listele de vot 18.280.994. Prezența la vot a fost de 64,10%, mai mare ca în primul tur cu 10,93% procente, semn că mobilizarea populației a fost bine pusă la punct de către cei doi candidați și staff-ul lor de campanie. Este cea mai mare prezență după scrutinul prezidențial din 2000 dintre Ion Iliescu și Corneliu Vadim Tudor.

Dacă ne raportăm la anul de referință 1990, remarcăm că participarea cetățenilor la vot a fost una uriașă, dat fiind faptul că România, tocmai ce se eliberase de sub jugul comunist și trecuse la democrație, se simțea nevoia de o schimbare radicală în acel moment în plan politic și în rândul societății în special. În străinătate, totalul voturilor exprimate – 377.651. Victor Ponta a pierdut în toate țările, cu excepția Palestinei, obținând doar 10,26% procente, iar candidatul dreptei, Klaus Iohannis 89,73%¹⁵, a obținut o victorie mai mult decât evidentă.

Potrivit datelor centralizate de către Biroul Electoral Central, la nivel urban prezența a fost de 61,41%, iar în mediul rural de 62,88%.

Comparând alegerile anterioare din 2009 și acestea din 2014, observăm că atunci și-au exprimat opțiunea de vot 58,02% pentru Traian Băsescu și Mircea Geoană, iar la alegerile din 2014 – 64,10%. Atunci însă a existat o mică diferență de voturi între primul clasat și al doilea, în schimb în alegerile actuale diferența a fost una uriașă.

Klaus Werner Iohannis a câștigat fără drept de apel turul II de scrutin, cu 6.288.789 voturi, iar Victor Ponta a obținut 5.264.383 voturi. Totalul voturilor nule din turul II de scrutin a reprezentat 166.111.¹⁶ Klaus Iohannis l-a devansat clar pe Victor Ponta, acest lucru culminând cu o mare dezamăgire pentru electoratul în vârstă adepți ai stângii.

Competitor electoral	Număr de voturi valabil exprimate	Procente
Victor-Viorel Ponta	5.264.383	45,56%
Klaus-Werner Iohannis	6.288.789	54,43%

Victor Ponta a obținut 45,56% iar Klaus Iohannis 54,43%. Așadar 8,87% procente între ultimul clasat și cel câștigător.¹⁷ Remarcăm o diferență de 1.024.406 de voturi, prin urmare, peste un milion de voturi între cei doi candidați pe care nimeni nu a putut să o anticipeze.

Victor Ponta și-a recunoscut înfrângerea puțin după ora 22:00, cu toate că diferența era infimă la acel moment, conform rezultatelor parțiale realizate de exit-poll-uri, felicitându-l pe omologul său Klaus Iohannis.

Diaspora, nu a contat foarte mult în ecuația câștigării prezidențialelor pentru Iohannis, cu toate că foarte multe persoane din Europa nu au reușit să-și exprime opțiunea de vot, ci mai degrabă influența electoratului din străinătate asupra celui din țară a reprezentat un fenomen pentru România zilelor noastre; 70.000 de

15 Pentru mai multe detalii, a se vedea situația pe țări la http://www.bec2014.ro/wp-content/uploads/2014/11/SIAP2014_RL_Situatia_Voturilor_Pe_Tari_Straine.xlsx accesat în data de 26.01.2015

16 <http://www.bec2014.ro/wp-content/uploads/2014/11/Anexa-3-tur-2.tif> accesat în data de 25.01.2015

17 http://www.bec2014.ro/wp-content/uploads/2014/11/SIAP2014_STAT_Statistica-pe-competitori.xlsx accesat în data de 26.01.2015

persoane nu au putut schimba soarta alegerilor. Putem preciza însă că, lupta s-a dat pe plan intern și în București în stabilirea președintelui României.

Și totuși? Cum se explică o asemenea schimbare în doar două săptămâni? Ei bine, scorul poate fi schimbat în câteva zile sau chiar ore. Un rol foarte însemnat în această campanie electorală, mai ales în cele două săptămâni dintre primul și al doilea tur, dar și în ziua votului, l-a avut mediul online și rețelele de socializare, fiind folosite foarte mult de către suporterii lui Klaus Iohannis, comparativ cu cei ai lui Victor Ponta. Ponta și stafful său de campanie s-au axat mai mult pe o campanie electorală clasică neluând în calcul faptul că internetul și în special Facebook au avut, și au o putere mare de penetrare în rândul populației și mai cu seamă a tineretului.

Strategii PDL-ului și mecanismele eficiente de campanie au dat roade, marketing-ul politic, agențiile de publicitate au fost foarte bine puse la punct cu mare precizie în teritoriu.

Se pare că o mare parte din mobilizarea cetățenilor s-a făcut prin rețelele de socializare, precum Facebook care l-am amintit mai sus, având un puternic impact asupra lor. Prin urmare, Klaus Iohannis a câștigat în mediul online într-un mod foarte clar; conform statisticilor, majoritatea tinerilor cu drept de vot, au decis să voteze cu dreapta, alegându-l pe Iohannis și nu numai ei. Alianța Creștin-Liberală și-a pus foarte bine la punct strategiile de campanie pentru Iohannis, folosindu-se în special de campania în mediul online și implicit rețeaua de socializare Facebook. Noua tehnologie, în speță site-urile de socializare, au reprezentat o bază în consolidarea obiectivelor de campanie celor din ACL.

Acestea au fost primele alegeri câștigate în mare parte prin intermediul internetului, social-media, a devenit ușor un instrument politic primordial în câștigarea unor alegeri, fie ele prezidențiale, locale sau parlamentare.

Iată că Facebook-ul, a devenit unul dintre cele mai importante și eficiente instrumente pentru marketing-ul online din întreaga lume, fie că vorbim de marketing în domeniul economic sau marketing politic. Online-ul a facilitat foarte mult munca celor din campania electorală a Alianței Creștin-Liberale.

Pe de o parte, electoratul îmbătrânit al PSD-ului a fost învins fără doar și poate de către cel tânăr; acest spirit civic incontestabil și demnitatea acestuia, este demn de evidențiat în zilele noastre; pe de altă parte, strategii PSD-ului nu s-au mai implicat în teritoriu la runda a doua de alegeri. Filialele PSD din țară nu au mai fost active, bazându-se pe scorul foarte mare din primul tur. PSD+UNPR+PC au făcut mult mai puține mitinguri prin țară, pierzând priza la public și implicit simpatia față de aceștia. Cele trei formațiuni politice au avut o problemă destul de serioasă în a intui direcțiile corecte de urmat, pentru a securiza victoria propriului candidat.

În cadrul dezbaterilor electorale televizate, Victor Ponta a avut un limbaj mai radical față de cel al lui Iohannis care a fost unu mult mai arbitrar. Putem menționa, că opțiunea politică poate fi schimbată într-un timp așa de scurt. Klaus Iohannis a câștigat mult mai clar în fiefurile electorale ale PSD-ului și UDMR-ului. Revenind la Victor Ponta, acesta a pierdut în multe zone ale țării unde câștigase în primul tur, iar în București a pierdut de asemenea bătălia, fiind o răsturnare de situație față de primul tur al scrutinului, bucureștiul reprezentând 10% din electoratul țării.

Probabil că, o parte din electoratul PSD-ului s-a simțit deranjat într-o oarecare măsură de faptul că Victor Ponta a anunțat direct după primul tur de scrutin numele noului prim ministru – Călin Popescu Tăriceanu, considerând aceștia că Victor Ponta s-a văzut direct cu victoria în mână, fără să fie destul de abil să aștepte până în ultima clipă rezultatul final, ca ulterior, să propună numele noului premier.

Victor Ponta nu a reușit să îi atragă pe nehotărâți să voteze cu el în 16 noiembrie, deoarece marea majoritate a electoratului indecis a ales în mod clar dreapta, ascultând poate îndemnul Monicăi Macovei, care printr-o conferința de presă

a declarat ca electoratul să iasă la vot în turul al doilea al alegerilor prezidențiale, afirmând de asemenea dacă oamenii care sunt în dilemă, și nu vor ieși la vot, este posibil să-l avantajeze chiar pe cel pe care nu-l vor președinte.¹⁸

Să amintim în cele ce urmează și despre redistribuirea voturilor către Iohannis și Ponta în cursa electorală finală.

Dacă realizăm o scurtă analiză referitoare la modul în care s-au redistribuit voturile din primul tur, pentru cei doi candidați, putem vedea că: votanții Elenei Udrea, în turul II, au acordat în proporție de 86,4% votul lui Klaus Iohannis, în timp ce 13,6% au mers către Victor Ponta, de asemenea votanții UDMR au votat în proporție covârșitoare cu candidatul dreptei 88%, iar 12% din voturi au mers către Victor Ponta. Susținătorii lui Călin Popescu Tăriceanu – 74,3% din turul I i-au acordat votul lui Victor Ponta, iar 25,6% dintre voturi s-au dus către Iohannis, 53,9% dintre alegătorii lui Corneliu Vadim Tudor i-au respectat îndemnul acestuia votând cu candidatul PSD-ului și 46,1% cu Iohannis.

Alegătorii Monicăi Macovei, și-au exprimat dorința în turul secund – 93,3% pentru candidatul ACL-ului iar 6,6% pentru Ponta, 55,2% dintre votanții lui Dan Diaconescu s-au dus către Victor Ponta și 53,48% pentru Iohannis, mai nou, după redistribuirea voturilor obținute de Kelemen Hunor – 75,1% pentru Klaus Iohannis iar 24,8% pentru Victor Ponta și nu în ultimul rând alegătorii lui Teodor Meleșcanu au decis să voteze 55,3% cu Iohannis și 44,3% cu Victor Ponta. Acestea sunt datele estimate de SOCIOPOL, privind redistribuirea voturilor către cei doi candidați rămași în cursa electorală pentru Cotroceni¹⁹

Ca o mică concluzie, Klaus Iohannis a reușit să atragă dublu de voturi față de contracandidatul său, Victor Ponta, de la ceilalți candidați din primul tur. Un caz mai interesant de analizat este acela, că cei care nu au ieșit în primul tur la vot, dar și-au exprimat opțiunea, venind la vot în turul doi în număr mult mai mare. Aceștia sunt circa 1.750.000 de persoane.

În ceea ce privește, votul anti-Ponta din străinătate, s-ar părea că a influențat emoțional votanții din țară. Pentru Ponta nu ar fi reprezentat o problemă chiar dacă s-ar fi prezentat la urne, în Diaspora 500.000 de mii dacă acesta și-ar fi consolidat poziția unde a câștigat în primul tur. Eșecul organizării votului în mod corespunzător din Diaspora, în primul scrutin pare-se că a determinat marea majoritate a electoratului tânăr să își schimbe radical opțiunea de vot în turul secund.

De asemenea acest vot al tinerilor din 16 noiembrie a reprezentat „un nu” categoric împotriva candidatului Victor Ponta.

Victor Ponta a pierdut 2,4 milioane de voturi din cele 7,4 milioane de la referendumul de demitere al fostului președinte Traian Băsescu din 2012. Această lecție usturătoare pentru PSD, reprezintă una dintre cele mai mari înfrângeri din istoria post-comunismului din țara noastră.

Ei bine, sloganul lui Ponta „Președintele care unește» s-a dovedit a fi un fiasco, acesta nu a reușit să-i unească pe românii din țară și nici pe cei din străinătate pentru a lua decizia să schimbe destinul alegerilor din turul doi.

Trebuie remarcat și faptul, că a existat o opțiune fără echivoc a societății românești pentru dreapta. Președintele de onoare al PSD-ului, Ion Iliescu a afirmat într-un scurt interviu că Victor Ponta este primul responsabil de dezastrul în alegerile prezidențiale, asumându-și vrând-nevrând eșecul ca șef de partid și premier și că partidul va trebui să facă analize destul de serioase în interiorul acestuia.²⁰

18 <http://www.hotnews.ro/stiri-politic-18489376-monica-macovei-indeamna-cei-nehotarati-ia-sa-vot-turul.htm> accesat în data de 21.02.2015

19 <http://www.antena3.ro/politica/romania-la-vot/romania-si-a-ales-presedintele-vezi-cum-s-au-redistribuit-voturile-in-cel-de-al-doilea-tur-al-273843.html> accesat în data de 26.01.2015

20 <http://www.romanialibera.ro/politica/politica-alegeri-prezidentiale/ion-iliescu--ponta--responsabil--dar-nu-singur--de-rezultatul-alegerilor--nu-e-prima-data--asta-i-viata-358266> accesat în data de 28.01.2015

Per ansamblu vorbind, Iohannis a câștigat alegerile în Transilvania datorită faptului că electoratul present din România, este adeptul schimbării și al ideologiei liberale. Factorul entuziasmului s-a exprimat prin participarea destul de numeroasă la urne. Victor Ponta a reușit să câștige în Moldova și Muntenia, dar nu a fost îndeajuns pentru a schimba soarta alegerilor.

Putem spune că aceste alegeri au adus o imagine pozitivă României în Europa, datorită faptului că președintele nou ales al României, Klaus Iohannis i s-a oferit sprijinul deschis al cancelarului german Angela Merkel. După finalizarea alegerilor, Angela Merkel l-a felicitat pe Klaus Iohannis într-o scrisoare, și i-a promis acestuia că Germania va sprijini România cu sfaturi și fapte pe calea reformelor importante, de asemenea președintele Germaniei, Joachim Gauck i-a transmis acestuia că își va oferi suportul în consolidarea statului de drept, rămânând un partener de nădejde al României. Relațiile bilaterale dintre Germania și România pot fi întărite, iar investițiile germane și vor continua să sosească în număr cât mai mare în viitorul apropiat.²¹

Concluziile alegerilor prezidențiale

Primul tur al alegerilor din ziua de duminică, 16 noiembrie 2014, a marcat cea mai mare diferență între primii doi candidați după 1992 încoace; un milion de voturi, peste 10 procente. Dacă pentru candidatul de pe primul loc, cifrele sunt relativ normale (PSD în decursul anilor a obținut mereu scoruri mari, între minimul din 2009: 32% pentru Mircea Geoană, și 41% – obținut de către Adrian Năstase, în 2004), pentru candidatul de pe locul doi aceasta cifră reprezintă un mare eșec.

Klaus Iohannis, o figură nouă pe eșichierul politic românesc, a generat surpriza, reușind cu brio să câștige fără nici o emoție în turul doi de scrutin, adjudecându-și funcția de nou-președinte al României. Acest lucru a provocat în interiorul PSD-ului un cutremur, făcându-se analize și căutându-se țapii ispășitori care au dus la dezastrul din turul II.

Ambele tabere au dus o campanie extrem de dificilă având o propagandă masivă de ambele părți, în încercarea de a convinge propriul electorat să-și voteze candidații; a fost într-adevăr o luptă acerbă, și în campania electorală, dar și în timpul desfășurării votului.

Referitor la campania electorală pentru alegerile prezidențiale, deși a fost marcată de diversiuni fără legatură cu dezbaterile prezidențiale, a adus la urne cel puțin la fel de mulți cetățeni ca la alegerile din 2009, ceea ce arată că interesul românilor din țară pentru alegerile prezidențiale este încă unul însemnat.

Votul categoric pentru o schimbare a situației din România nu poate fi ignorat; dacă Iohannis va promova o politică externă inteligentă, România ar putea deveni o țară influentă în Europa și în special în Uniunea Europeană, și deci reprezentarea României ar fi făcută în peste hotare cu succes.

În luna mai a anului trecut, Partidul Național Liberal – Sibiu, l-a propus pe Klaus Iohannis să candideze la alegerile prezidențiale ce aveau să aibă loc în luna noiembrie 2014²², iar cu patru zile înainte, a demisionat din funcția de prim-vice-președinte PNL precum și din cea de membru al BPN.²³

21 <http://www.mediafax.ro/externe/presedintele-si-cancelarul-germaniei-l-au-felicitat-pe-iohannis-gauck-vom-sprijini-romania-in-consolidarea-statului-de-drept-merkel-vom-aprofun-da-relatiile-bilaterale-13587083> accesat în data de 21.02.2015

22 <http://www.hotnews.ro/stiri-politic-17395616-pnl-sibiu-propune-klaus-iohannis-candidat-p-rezidentiale.htm> accesat în data de 26.01.2015

23 <http://www.mediafax.ro/politic/iohannis-a-demisionat-din-functia-de-prim-vicepresedinte-pnl-12650929> accesat în data de 26.01.2015

Noul șef al statului ales, va avea sarcina de a reseta sistemul și a înlătura corupția din toate domeniile realizând reforme de mare însemnătate în această privință.

Klaus Iohannis a declarat de la Palatul Cotroceni după puțin timp de la investirea sa, că Spațiul Schengen rămâne o mare prioritate pe agenda noului președinte al României, afirmând că România îndeplinește deja toate condițiile de aderare la Schengen, și că europenizarea completă a României este unu dintre marile obiective ale acestuia.²⁴

BIGLIOGRAFIE

Surse primare:

RADU, Alexandru; BUTI Daniel, *Sistemul Politic Românesc*, Ediția a III-a revăzută și adăugită, București, ProUniversitaria, 2012.

RADU, Alexandru; *Politica între proporționalism și majoritarism. Alegeri și sistem electoral în România postcomunistă*, Iași, Ed. Institutul European, 2012.

Surse secundare:

Biroului Electoral Central

Constituția României 2003 Ed Regia Autonom „Monitorul Oficial” București 2007

Constituția României 2003, Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 767 din 31 octombrie 2003

Legea nr. 370/2004 pentru alegerea președintelui României, variantă actualizată 2014

Resurse online :

http://www.bec2014.ro/wp-content/uploads/2014/11/SIAP2014_RL_Situatia_Voturilor_Pe_Tari_Straine.xlsx

http://www.bec2014.ro/wp-content/uploads/2014/11/SIAP2014_PAR_Raport-Situatie-Prezenta-la-urne.pdf

http://www.bec2009p.ro/Documente%20PDF/Rezultate/Rezultate%20finale%20turul%20I/P/statistici/p_judete_1.txt

<http://www.mediafax.ro/politic/cine-sunt-cei-14-candidati-la-alegerile-prezidentiale-fo-to-13352741>

<http://www.bec2014.ro/wp-content/uploads/2014/11/ComunicatFinaleProvizorii.pdf>

http://www.bec2014.ro/wp-content/uploads/2014/11/SIAP2014_RL_Situatia_Voturilor_Pe_Tari_Straine.xlsx

<http://www.bec2014.ro/wp-content/uploads/2014/11/Anexa-3-tur-2.tif>

http://www.bec2014.ro/wp-content/uploads/2014/11/SIAP2014_STAT_Statistica-pe-competitori.xlsx

<http://www.antena3.ro/politica/romania-la-vot/romania-si-a-ales-presedinte-le-vezi-cum-s-au-redistribuit-voturile-in-cel-de-al-doilea-tur-al-273843.html>

<http://www.romanialibera.ro/politica/politica-alegeri-prezidentiale/ion-iliescu--ponta--responsabil--dar-nu-singur--de-rezultatul-alegerilor--nu-e-prima-data--asta-i-viata-358266>

<http://www.mediafax.ro/externe/presedintele-si-cancelarul-germaniei-l-au-felicitat-pe-iohannis-gauck-vom-sprijini-romania-in-consolidarea-statului-de-drept-merkel-vom-aprofunda-relatiile-bilaterale-13587083>

²⁴ <http://www.hotnews.ro/stiri-politic-19231492-klaus-iohannis-locul-romaniei-este-spatiul-schengen-orice-nelamuriri-acest-palier-tin-pur-considerente-politice-relatiile-rusia-umbrite-criz-a-ucraينةa-federatia-rusa-respecte-dreptul-international.htm> accesat în data de 04.02.2015

<http://www.hotnews.ro/stiri-politic-17395616-pnl-sibiu-propune-klaus-iohannis-candidat-prezidentiale.htm>

<http://www.mediafax.ro/politic/iohannis-a-demisionat-din-functia-de-prim-vicepresedinte-pnl-12650929>

<http://www.hotnews.ro/stiri-politic-18489376-monica-macovei-indeamna-cei-nehotarati-iasa-vot-turul.htm>

Alegerile prezidențiale din 2014 și impactul lor asupra regimului premier-prezidențial din România

■ IONELA GAVRIL

[Independent Researcher]

Abstract

First, we will demonstrate that, from an institutional perspective, Romania can be labeled of premier-presidentialism regime, but the 2004 and 2009 elections have had a strong impact on the type of regime, meaning that several extra-constitutional factors led to the malfunction of the regime. Out of a total of 15 prime-minister nominations made after 1989, 8 can be considered deviations from the premier-presidential regime, their number being larger between 2004-2014 rather than in 1990-2000. The empirical analysis of the 2004-2014 period, highlighted three extra-constitutional factors that made the premier-presidential regime be, in fact, a malfunctioning one: leadership style, crisis situations and the recent legitimacy of the president versus the parliament. By identifying the factors that influenced the regime type, we can determine some theoretical expectations following the 2014 elections. The success of a premier-presidentialism regime in Romania will be determined by the number of deviations from such a regime registered after the 2014 elections.

Keywords

premier-presidential regime;
dual executive; leadership style;
semipresidentialism; transactional
relations; hierarchical relations

România, regim premier-prezidențial

Nu există un consens la nivelul comunității științifice în privința necesității de a distinge între cele două subcategorii ale semiprezidențialismului (regimul premier-prezidențial și cel prezidențial-parlamentar), dar mulți autori sunt de acord că semiprezidențialismul a devenit foarte popular în rândul democrațiilor noi (țările postcomuniste, dar și state din Asia sau Africa) astfel încât s-a impus și necesitatea ca specialiștii să se aplece mai mult asupra analizei acestui regim.

Cei care au operat pentru prima oară cu clasificarea semiprezidențialismului în cele două tipologii distincte au fost Carey și Shugart, în 1992¹. Autori precum D. Roper² sau O. Protsyk³ au rafinat și îmbogățit modelul teoretic al lui Carey și Shugart, astfel încât au construit instrumente conceptuale foarte utile pentru a fi aplicate pe studii de caz.

1 Matthew Soberg Shugart, John M. Carey, *Presidents and Assemblies. Constitutional Design and Electoral Dynamics*, (New York: Cambridge University Press, 1992), 106-131

2 Steven D. Roper, „Are All Semipresidential Regimes the Same? A Comparison of Premier-Presidential Regimes”, *Comparative Politics*, Vol. 34, No. 3 (2002): 253-272

3 Oleh Protsyk, „Prime ministers”, *Identity in Semi-presidential Regimes: Constitutional Norms and Cabinet Formation Outcomes*, *European Journal of Political Research* 44 (2005): 721-748

Dincolo de nuanțele introduse de acești autori, toți sunt de acord că nu toate regimurile semiprezidențiale sunt la fel și că astfel se simte nevoia unei distincții. De exemplu, atât Austria cât și Franța au regimuri semiprezidențiale, cu toate că în Franța președintele este considerat ca fiind unul puternic, în timp ce în Austria instituția prezidențială este percepută ca fiind mai degrabă slabă. În acest context, autorii consideră că regimul premier-prezidențial este cel în care premierul este numit de către președinte, dar premierul și cabinetul (format de către premierul desemnat) sunt investiți de parlament și pot fi dați jos doar de parlament⁴. În regimul prezidențial-parlamentar, președintele este cel care numește premierul, însă pentru răsturnarea guvernului este nevoie de acordul cumulat al președintelui și parlamentului. Diferența dintre cele două subcategorii de regimuri constă în faptul că în regimul premier-prezidențial, președintele, deși are dreptul de a numi premierul, el nu îl poate și revoca. Este vorba despre o trăsătură care restrânge dreptul președintelui de a numi premierul, din moment ce acesta este constrâns să numească un premier acceptat de parlament⁵.

Ne însușim această clasificare a lui Shugart și Carey, arătând că România se încadrează, din perspectiva constituțională, în categoria regimurilor premier-prezidențiale, în care: executivul este bicefal, format dintr-un președinte ales prin vot popular și un premier numit de către președinte, dar care nu poate fi revocat de către președinte; guvernul este investit cu încredere de parlament și nu poate fi dat jos decât de parlament, fără să fie nevoie de acordul președintelui.

Articolul de față va cuprinde trei părți. Prima va fi dedicată **clarificarilor conceptuale**, făcând o trecere în revistă a autorilor care și-au asumat și au rafinat clasificarea făcută de Shugart și Carey, în 1992. Tot aici, cu ajutorul abordării scalare⁶ a lui D. Roper, vom argumenta opțiunea pentru încadrarea României în subcategoria regimului premier-prezidențial. O a doua parte va cuprinde o **analiză empirică a perioadei 2004-2014**, prin care ne propunem să stabilim în ce măsură practica politică din acest interval afectează natura regimului premier-prezidențial, schimbându-i sensul dat de prevederile constituționale. Această a doua parte va fi, de fapt, o prelungire a analizei lui Protsyk⁷, care arată că România este **un regim premier-prezidențial** cu defect, în perioada 1990-2004. Analiza empirică ne va ajuta să **identificăm și o serie de factori extraconstituționali** (extrainstituționali) care au făcut ca eticheta de regim premier-prezidențial să fie valabilă doar din punct de vedere instituțional, în perioada supusă analizei. Vom interpreta acești factori ca pe niște constante, care dacă se vor regăsi și după alegerile prezidențiale din 2014, ne vor da o imagine despre viitorul regimului premier-prezidențial al României (partea a treia).

1. Istoria conceptului de regim premier-prezidențial

Conceptul de regim premier-prezidențial avea să fie folosit pentru prima dată de Carey și Shugart, în 1992, pentru a putea distinge între diversele forme de semiprezidențialism. Autorii au stabilit astfel că regimul premier-prezidențial se deosebește de cel prezidențial-parlamentar prin faptul că președintele nu poate revoca premierul sau miniștrii⁸. Două sunt principalele consecințe ale acestei

4 Shugart și Carey, *Presidents*, 110

5 Matthew Soberg Shugart, „Semi-Presidential Systems: Dual Executive And Mixed Authority Patterns”, *French Politics*, Vol. 3, No. 3 (2005): 323-351

6 Abordarea scalară a lui Roper oferă o definiție graduală a regimului premier-prezidențial și constă în stabilirea unor criterii care să poată măsura cât de premier-prezidențial este un anumit regim.

7 Protsyk, „Prime ministers”: 721-728

8 Shugart și Carey, *Presidents*, 149.

constrângeri prezidențiale: aceea că primul-ministru și cabinetul sunt responsabili exclusiv în fața parlamentului, în ciuda faptului că președintele este cel care selectează premierul; aceea că președintele este nevoit să țină cont de preferințele parlamentului atunci când își exprimă opțiunea pentru șeful guvernului. În regimurile prezidențial-parlamentare, premierul și guvernul sunt responsabile atât în fața parlamentului cât și în fața președintelui; președintele numește premierul, dar, pentru răsturnarea guvernului este nevoie de un acord între președinte și premier⁹.

1.1. Relații tranzacționale vs. relații ierarhice în regimul premier-prezidențial și cel prezidențial-parlamentar

Carey și Shugart își însușesc definiția semiprezidențialismului, oferită de M. Duverger în 1980¹⁰, care spune că acest tip de regim este caracterizat printr-un președinte puternic ales direct (la fel ca în regimurile prezidențiale) și un premier care răspunde în fața parlamentului (un premier care depinde de parlament, dar care nu este ales de parlament). Autorii arată însă că în țările calificate ca fiind semiprezidențiale, se întâlnesc relații instituționale variate, ca de exemplu faptul că premierul și guvernul nu pot fi dați jos doar de către parlament, ci este nevoie și de acordul președintelui. Se simte astfel nevoia distincției între două categorii de semiprezidențialism, care să clarifice tipul de relație dintre președinte și premier, în cazurile în care președintele poate, nu numai să numească premierul, dar poate să îl și revoce. Spre deosebire de prezidențialism și parlamentarism, care sunt categorii mult mai clare, semiprezidențialismul, prin relațiile diferite premier-președinte și premier-parlament, devine, în opinia autorilor, o categorie mai puțin coerentă.

Autori precum Sartori¹¹ sau Siaroff¹² au criticat utilitatea ramificării semiprezidențialismului în cele două categorii distincte, argumentând că distincția este irelevantă, din moment ce regimurile care se încadrează în eticheta de regim prezidențial-parlamentar sunt foarte puține (Rusia, Ucraina, Croația), cele mai multe state putându-se regăsi sub eticheta premier-prezidențialismului.

În 2005, Shugart oferă o perspectivă nouă asupra utilității acestei distincții, punând accent pe tipurile de relații care se stabilesc între puteri. Dacă în parlamentarisme, se întâlnesc doar relații de tip ierarhic între premier și parlament, în prezidențialisme, se regăsesc doar relații tranzacționale între premier și parlament, ca urmare a legitimităților lor diferite. Nu aceeași claritate poate fi identificată și în cazul semiprezidențialismelor. Tipurile de relații în cele două sub-categorii sunt mixte și sunt consecința directă a dependenței premierului de parlament sau de președinte (sau de ambele puteri)¹³. În regimurile premier-prezidențiale, predomină relațiile tranzacționale (de negociere), în timp ce în cele prezidențial-parlamentare, predomină relațiile ierarhice între puteri.

Avem, astfel, în regimurile premier-prezidențiale, două relații tranzacționale (președinte-premier și președinte-parlament) și o relație ierarhică (premier-parlament), adică un raport de 2:1, în favoarea relațiilor tranzacționale. Regimurile prezidențial-parlamentare generează două relații ierarhice (președinte-premier și

9 Matthew Soberg Shugart, „Semi-Presidential Systems”, <http://www.palgrave-journals.com/fp/journal/v3/n3/full/8200087a.html#bib58>, accesat la 26 ian. 2015

10 Maurice Duverger, „A New Political System Model: Semi-Presidential Government”, *European Journal of Political Research*, 8 (Spring 1980): 52-69

11 Giovanni Sartori, *Comparative Constitutional Engineering: An Inquiry Into Structures, Incentives And Outcomes*, (Basingstoke: Macmillan, 1994a)

12 Alan Siaroff, (2003) „Comparative presidencies: the inadequacy of the presidential, semi-presidential and parliamentary distinction”, *European Journal of Political Research* 42(3): 287-312

13 Shugart, „Semi-Presidential Systems”: 323-351

<http://www.palgrave-journals.com/fp/journal/v3/n3/full/8200087a.html#bib58>, accesat la 26 ian. 2015

premier-parlament) și doar una tranzacțională (președinte-parlament): un raport de 2:1, în favoarea relațiilor de tip ierarhic.

Din punct de vedere instituțional (prevederile constituționale), România se încadrează în categoria regimului premier-prezidențial, cu un sistem de relații între puteri, mai degrabă tranzacțional decât ierarhic. Din punct de vedere al practicii politice, vom vedea, în ce măsură tipurile de relații instituționale se mențin.

1.2. Cât de premier-prezidențială este România

Roper vine cu argumente noi în favoarea distincției lui Carey și Shugart, stabilind cu ajutorul unor indicatori prin ce se deosebesc regimurile premier-prezidențiale între ele. În același timp, schema lui Roper ne va ajuta să demonstrăm că România este, din punct de vedere instituțional, un regim premier-prezidențial.

Împărțind prerogativele președintelui în puteri legislative (indicatori: dreptul de veto, dreptul de a emite decrete și dreptul de a iniția referendumuri) și puteri non-legislative (indicatori: formarea guvernului, revocarea guvernului și a premierului și dreptul de a dizolva parlamentul), Roper¹⁴ constată că regimurile semiprezidențiale din diverse state se deosebesc între ele, înregistrând scoruri diferite când sunt măsurăți indicatorii de mai sus. Autorul aplică cei șase indicatori de măsurare pe zece state, dintre care cinci sunt foste state comuniste, în timp ce altele cinci sunt democrații vest-europene: Austria, Finlanda, Franța, Lituania, Moldova, Polonia, România, Islanda, Portugalia și Slovenia.

Rezultatele măsurătorii arată că România înregistrează un scor de 5 puncte, în ceea ce privește dimensiunea legislativă a puterilor prezidențiale, fiind astfel, alături de Moldova, țara în care președintele are cel mai mare grad de putere legislativă. În mod neașteptat, Franța are un scor de doar 1 punct, iar Austria, Finlanda, Portugalia au, la rândul lor, scoruri de 0-1 puncte¹⁵. În ceea ce privește dimensiunea non-legislativă, România se situează la coadă, fiind una dintre țările cu cele mai mici scoruri (2), cele mai mari scoruri, fiind observate la Islanda (12), Finlanda (7) sau Portugalia (6). Franța are un scor de 5 puncte, la acest capitol¹⁶.

Detaliem, pe indicatori, doar cazul României, pentru a înțelege metodologia și cum s-a ajuns la aceste scoruri. În ceea ce privește **dimensiunea legislativă**, primul indicator măsurat este **dreptul de veto**¹⁷ și este stabilit la 0 (pe o scală de la 0 la 4), având în vedere că președintele este obligat, potrivit Constituției, ca după întoarcerea de la reexaminare, să promulge proiectele sau propunerile legislative, indiferent dacă parlamentul a ținut sau nu cont de sugestiile președintelui. Cel de-al doilea indicator, **dreptul de a emite decrete**, este punctat, în schema lui Roper cu 1¹⁸, având în vedere că președintele României poate emite decrete în arii politice limitate și, în unele cazuri, ele trebuie contrasemnate de premier sau supuse spre ratificare parlamentului. **Dreptul președintelui de a iniția referendumuri** reprezintă cel de-al treilea indicator și primește în schema lui Roper punctajul maxim de 4

14 Roper, „Are All Semipresidential Regimes the Same?": 256-258

15 Roper, „Are All Semipresidential Regimes the Same?": 259-260

16 Roper, „Are All Semipresidential Regimes the Same?": 260

17 În ceea ce privește dreptul de veto, scorul de 4 este atribuit acelor țări în care dreptul președintelui de a se opune intrării în vigoare a unei legi nu poate fi contestat; 3=scorul acordat acelor președinți al căror drept de veto poate fi întors în parlament de 2/3; 0=când parlamentul are ultimul cuvânt de spus în procesul legislativ, Roper, „Are All Semipresidential Regimes the Same?": 257

18 Referitor la dreptul de a emite decrete, punctajul maxim, de 4 puncte, este acordat în situațiile în care președintele exercită acest drept fără nicio restricție, în timp ce punctajul minim, de 0, este acordat țărilor în care președinții nu au posibilitatea de a emite decrete. 1=când președintele poate emite decrete, dar doar în arii politice specifice, clar precizate în textele constituționale, Roper, „Are All Semipresidential Regimes the Same?": 257

puncte¹⁹, în condițiile în care președintele României nu este restricționat, putând iniția unilateral consultări populare. În contrast, președintele Franței nu poate iniția un referendum fără acordul parlamentului.

În ceea ce privește indicatorii de măsurare a **puterii non-legislative** a președintelui, primul dintre aceștia, **formarea cabinetului**, este punctat cu 1 (pe o scală de la 0 la 4). Semnificația acestui scor mic este dată de faptul că președintele numește premierul dar, în continuare, premierul este cel care își alcătuiește echipa guvernamentală²⁰. **Revocarea premierului** și a miniștrilor este cel de-al doilea indicator măsurat ca parte a dimensiunii non-legislative și primește un punctaj minim (0), președintele neavând posibilitatea de revoca nici pe premier, nici pe vreun membru al guvernului. În sfârșit, **prerogativa de a dizolva parlamentul**, cel de-al treilea indicator, este punctat de autor cu 1. Scorul este spre minimum²¹ având în vedere că dizolvarea parlamentului de către președinte este condiționată de elemente foarte greu de întrunit.

Măsurătoarea lui Roper are limitele sale, în sensul în care există riscul ca anumite prerogative specifice ale președintelui, prevăzute doar de anumite constituții, să nu se regăsească în cele două dimensiuni. Chiar în cazul României, un alt indicator care putea fi măsurat la dimensiunea legislativă era dreptul președintelui de a sesiza Curtea Constituțională. Prin acest atribur, în mod indirect, președintele poate să modifice o lege în sensul dorit, în condițiile în care Curtea admite sesizarea, iar parlamentul este obligat să se conformeze deciziei. Chiar și dacă am fi adăugat acest indicator, rezultatul nu s-ar fi modificat: Constituția României dă președintelui o mai mare putere legislativă decât non-legislativă. Întrebarea care se pune este dacă sunt importante în sine aceste puteri constituționale, pentru a califica un regim ca fiind premier-prezidențial. În acest sens, Roper se întreabă cum de Franța, care are un scor general mai degrabă slab (6, cu un președinte cu puteri non-legislative mai mari), este percepută ca având un regim semiprezidențial puternic, cu un președinte bine conturat. La fel, se întreabă cum de Islanda, cu cel mai mare scor dintre cele 10 state analizate (16, cu un președinte puternic atât pe dimensiunea legislativă cât și pe cea non-legislativă), este percepută ca având o președinție slabă.

Răspunsul la întrebare se găsește în abordarea exclusiv instituțională pe care a folosit-o autorul, măsurătorile sale cuprinzând doar trăsături ale constituției, fără a lua în calcul și practica politică. O analiză care ar cuprinde și măsurători ale unor elemente non-instituționale (non-constituționale), ar oferi un răspuns la dilema autorului. Un exemplu la îndemână este dreptul președintelui de a iniția consultări populare. Președintele poate, teoretic și constituțional să inițieze proceduri referendare, dar poate să nu facă uz de acest drept și să rămână doar o prerogativă pe hârtie. În practica prezidențială românească, de exemplu, niciunul dintre primii doi președinți postcomuniști din România nu a făcut uz de acest drept, în timp ce

19 4 este scorul acordat acelor țări în care nu există nicio condiționare pentru președinte în inițierea referendumului, în timp ce scorul de 0 este atribuit acelor cazuri în care președintele nu are nicio prerogativă în materie de referendum sau propunerea sa de inițiere a unei consultări cere acordul parlamentului, Roper, „Are All Semipresidential Regimes the Same?": 257

20 Roper stabilește că un scor 1, atribuit indicatorului formarea cabinetului, a fost acordat acelor țări în care președintele poate numi premierul, dar nu și miniștrii; scor 4= când președintele poate numi premierul și miniștrii fără acordul parlamentului; scor 3= președintele poate numi și premierul, și miniștrii, dar cu votul de încredere al parlamentului; 0=președintele nu poate numi deloc miniștri sau îi poate numi doar la recomandarea parlamentului, Roper, „Are All Semipresidential Regimes the Same?": 258

21 În măsurătoarea lui Roper, scorul de 4 puncte este specific situațiilor în care dreptul de dizolvare a parlamentului nu este restricționat, în timp ce scorul 0 este atribuit acelor președinți care nu au deloc dreptul de a iniția procedura de dizolvare, Roper, „Are All Semipresidential Regimes the Same?": 258

al treilea președinte l-a utilizat frecvent. Acest exemplu arată că etichetarea unui regim ca fiind premier-prezidențial, în cazul nostru, are nevoie de o dublă abordare²²: o abordare instituțională și o abordare practică.

1.3. Protsyk: abordarea extraconstituțională a regimului premier prezidențial

În completarea abordării instituționale a lui Roper, vine perspectiva lui Protsyk, care identifică, pe lângă un model teoretic al relațiilor președinte-premier (bazat pe prevederile constituționale), și o serie de factori non-constituționali care influențează procesul de numire a premierului și a guvernului în ansamblu.

Plecând de la definiția lui Shugart și Carey, autorul demonstrează că în regimurile premier-prezidențiale, premierii tind să reflecte preferințele parlamentului, în timp ce în regimurile prezidențial-parlamentare, premierii tind să fie mai apropiați de preferințele președinților. Ipoteza lui Protsyk este rezultatul unui model teoretic, prin care se stabilesc scoruri de țară, în funcție de anumiți indicatori constituționali. Modelul teoretic aplicat pe 61 de cabinete din țări foste comuniste din Europa Centrală și de Est (printre care și România)²³, în perioada 1990-2004, este infirmat în parte de rezultatele cercetării empirice. Astfel, țări precum Polonia, Lituania, Moldova, România, Slovenia, care din punct de vedere al modelului teoretic sunt regimuri premier-prezidențiale și ar trebui să aibă președinți care să reflecte preferințele parlamentului, în practică, premierii din anumite guverne au fost numiți în funcție de preferințele președintelui. În acest context, autorul identifică trei factori (constituționali și non-constituționali) care explică de ce în anumite state se constată abateri de la regimurile premier-prezidențiale: caracterul clientelar al sistemului de partide și slaba structurare ideologică a partidelor (1); sistemul electoral care produce majorități instabile (2); avantajul legitimității recente a președintelui, acolo unde alegerile parlamentare și cele prezidențiale sunt decalate²⁴.

Analiza teoretică a prevederilor constituționale din statele din Europa Centrală și de Est relevă că cele mai multe cabinete, 47 din 61 analizate, pentru perioada 1990-2004, sunt situate la scorul de -1, adică au regimuri premier-prezidențiale și premierul tinde să fie mai apropiat de opțiunea parlamentului. Analiza empirică arată că mai multe cabinete din regimurile premier-prezidențiale au avut premieri apropiați de preferințele președintelui²⁵ (Slovenia, Lituania, Moldova, Polonia, România), cabinetele respective constituind abateri de la **modelul teoretic care operează cu predicția că premierul ar trebui să reflecte opțiunea parlamentului**. Cercetarea empirică relevă pentru România, că au existat trei guverne din perioada 1990-2004 în care primul-ministru a exprimat preferința președintelui și nu pe cea a parlamentului: guvernele Stolojan, Văcăroiu și Isărescu²⁶. Abaterea de la regimul premier-prezidențial ar fi dată, în analiza autorului, de situația în care primul-ministru nominalizat nu este membru al partidului care are majoritatea în parlament.

22 Precizarea apare și la Bogdan Dima, „Semiprezidențialismul românesc postdecembrist”, *Sfera Politicii*, 139 (2009)

23 Analiza empirică a lui Protsyk vizează următoarele țări: România, Bulgaria, Polonia, Ungaria, Moldova, Rusia, Ucraina, Croația, Lituania, Macedonia, Slovenia.

24 Protsyk, „Prime ministers”: 735-739

25 Analiza empirică a lui Protsyk este făcută cu ajutorul a doi indicatori: consultarea opiniilor experților din țările analizate cu privire la opinia lor despre cât de apropiat ideologic este premierul de fiecare partid parlamentar în parte (1) și respectarea de către președinte a opțiunii celui mai mare partid din parlament (2), Protsyk, „Prime ministers”: 730-731

26 Cele trei guverne românești constituie abateri de la modelul teoretic în ceea ce privește indicatorul referitor la nerespectarea de către președinte a voinței celui mai mare partid din parlament, Protsyk, „Prime ministers”: 744

2. Analiza extinsă a lui Protsyk pe cazul românesc (2004-2012): regimul premier-prezidențial cu defect

Având ca punct de plecare modelul teoretic al lui Protsyk, dar și analiza empirică pentru perioada 1990-2004, vom extinde și ameliora analiza pentru România și la perioada 2004-2014, neacoperită de autor. În contextul în care etichetarea regimului românesc ca fiind premier-prezidențial rămâne valabilă, prevederile constituționale rămânând nemodificate în acest interval de timp (inclusiv pentru actualul mandat de președinte (2014-2019), vrem să vedem dacă există abateri (și cât de multe) de la regimul premier-prezidențial, prin analiza celor 9 nominalizări de premieri, din perioada 2004-2014.

Pentru a face un inventar al abaterilor de la regimul premier-prezidențial este însă necesar să stabilim dacă indicatorul folosit de Protsyk în analiza sa este suficient pentru a acoperi particularitățile cazului românesc. Indicatorul folosit de autor pentru a stabili abaterile se referă strict la apartenența premierului desemnat la partidul cu cele mai multe locuri în parlament. Practica politică românească, din intervalul 2004-2014, ne arată însă că există și alte situații concrete care se pot constitui în abateri. Astfel, perioada pe care o analizăm este, nu numai o prelungire a analizei spațiale făcute de Protsyk (1990-2004), dar și o îmbogățire a analizei empirice cu alți indicatori care se constituie în abateri de la regimul premier-prezidențial.

2.1. Premierii independenți: Croitoru și Ungureanu – abateri de la regimul premier-prezidențial

Nominalizările lui Cătălin Croitoru și Mihai Răzvan Ungureanu se încadrează fără echivoc la **abaterea stabilită de Protsyk și anume neapartenența niciunuia dintre cei doi la partidul politic cel mai mare din parlament**. Mai exact, și Croitoru și Ungureanu erau independenți din punct de vedere politic, la momentul desemnării lor. Contextul în care președintele i-a desemnat pe tehnocratul Cătălin Croitoru (octombrie 2009) și pe Mihai Răzvan Ungureanu (februarie 2012) să formeze echipa guvernamentală era unul de criză politică și de modificare a majorității parlamentare, astfel încât președintele și-a motivat alegerile prin faptul că tehnocrații sau independenții pot gestiona problemele economice ale țării, satisfacând în același timp și cerințele opoziției.

Aceeași abatere de la regimul premier-prezidențial este identificată și de Protsyk, la România, în cazul guvernelor Stolojan, Văcăroiu și Isărescu. Este de precizat că, exceptând cazul Văcăroiu (1992) atât abaterile în cazul Stolojan (1991) și Isărescu (1999), cât și cele întâlnite la Croitoru (2009) și Ungureanu (2012), au fost determinate de un context de criză, care nu au precedat un moment electoral. Putem spune astfel că nealegerea premierului din cadrul celui mai mare partid din parlament și opțiunea pentru premieri independenți reprezintă o abatere cauzată de **situațiile de crizele politice, economice sau sociale**, adică de un factor extraconstituțional.

2.2 Legitimitatea recentă a președintelui a influențat nominalizarea premierului după prezidențialele din 2009 (Guvernul Boc II)

După căderea Guvernului Boc I, în octombrie 2009, și două nominalizări eșuate de premieri (octombrie și noiembrie 2009), președintele Băsescu, l-a desemnat premier tot pe Emil Boc (decembrie 2009), invocând rezolvarea crizei guvernamentale și nevoia de continuitate la guvernare. De fapt, elementul care i-a permis să îl numească pe același premier al cărui guvern a fost răsturnat prin moțiune de cenzură, cu numai două luni în urmă, a fost legitimitatea sa recentă dată de reînnoirea mandatului, la alegerile din decembrie 2009. Președintele a profitat atât de **legitimitatea sa recentă** în raport cu parlamentul ales în 2008, dar și de confuzia opoziției ca urmare a pierderii alegerilor prezidențiale.

Cea de-a doua abatere de la regimul premier-prezidențial este astfel **ignorarea de către președinte a vocii opoziției parlamentare** și este întâlnită în practica politică, doar în intervalul 2004-2014. O astfel de situație nici nu putea fi regăsită înainte de revizuirea din 2003 a Constituției, având în vedere că alegerile parlamentare și cele prezidențiale se desfășurau în același timp. Cu toate acestea, factorul care a condus la defectarea regimului rămâne unul extraconstituțional, el fiind identificat și de Protzky la alte state est-europene, în perioada 1990-2004.

2.3. Tipul de leadership al președintelui a influențat numirile lui Tăriceanu (2004) și Boc I (2008)

Contextele în care președintele Băsescu a făcut nominalizările de premier în 2004 și 2008 scot în evidență faptul că un anumit tip de leadership prezidențial poate modifica sensul normelor constituționale, astfel încât să impună premieri apropiați de preferințele sale. Așa se explică interpretarea aceleiași norme constituționale în maniere diferite, în 2004 și 2008, cu scopul de a-și impune opțiunea, în detrimentul parlamentului. După alegerile legislative din 2004, cel mai mare procent de voturi și cele mai multe mandate au fost obținute de alianța PSD+PUR și, cu toate acestea, președintele a nominalizat un premier din partea Alianței D.A. (C. P. Tăriceanu).

La parlamentarele din 2008, PSD a obținut cele mai multe voturi în procente, dar PDL, partidul care l-a susținut pe președinte, a obținut cele mai multe mandate în parlament. Când a nominalizat un premier din partea partidului care s-a situat pe locul doi ca procent de voturi (Emil Boc), președintele Băsescu a invocat că a ținut seama de partidul care a obținut cel mai mare număr de mandate în parlament. După aceeași interpretare, în 2004, premierul trebuia să fie unul de la PSD+PUR.

Cele două situații expuse mai sus arată că un anumit **tip de leadership al președintelui** a dus la modificarea relației constituționale dintre președinte și premier, fiind vorba deci despre un factor extraconstituțional care a făcut ca regimul premier-prezidențial, așa cum este el creionat de constituție, să fie pus între paranteze în practica politică din momentele 2004 și 2008. Avem, prin urmare, o nouă abatere de la regimul premier-prezidențial: **interpretarea neunitară a Constituției de către președinte**.

2.4. Perioada 2012-2014: regim premier-prezidențial fără abateri

Cele două nominalizări ale lui Victor Ponta (mai 2012 și decembrie 2012), care au urmat căderii Guvernului Ungureanu (mai 2012), nu mai exprimă preferințele președintelui, astfel încât putem spune că regimul premier-prezidențial și-a reintrat în drepturi. Schimbarea majorității parlamentare, dar și scăderea accelerată a cotei sale de încredere l-au determinat pe președinte să nominalizeze, în mai 2012, un premier din rândul opoziției parlamentare.

Victoria clară a opoziției (USL), la alegerile parlamentare din decembrie 2012, nu a mai permis președintelui să interpreteze textul constituțional în favoarea unui premier preferat de el. Se poate spune că, prin simetrie față de momentul decembrie 2009, când legitimitatea președintelui era mai recentă decât cea parlamentului, în decembrie 2012, **legitimitatea recentă a parlamentului** a fost cea care a contat.

Concluzie

Dintre cele 15 nominalizări de premieri făcute în România după 1989, 8 au reprezentat abateri de la abordarea instituțională asupra regimului premier-prezidențial. Dacă în perioada 1990-2004, numirile care au reprezentat abateri au fost în număr de 3 și au acoperit doi președinți, în intervalul 2004-2014, numărul numirilor cu abateri s-a ridicat la 5 și au aparținut unui singur președinte. Numărul mai mare de

abateri întâlnit în intervalul 2004-2014 arată că tipul de leadership al președintelui Băsescu a influențat într-o mare măsură regimul premier-prezidențial. Nu este de ignorat abaterea cea mai mare de la regimul premier-prezidențial, pe care Protsyk nu a semnalat-o, dar care este foarte importantă, prin faptul că transformă regimul într-unul prezidențial-parlamentar: revocarea premierului de către președintele Constantinescu, în 1999.

Analiza empirică pentru perioada 2004-2014 a relevat trei abateri de la modelul teoretic de regim premier-prezidențial: refuzul președintelui de a nominaliza un premier de la partidul politic cel mai mare din parlament, interpretarea neunitară a Constituției de către președinte în ceea ce privește numirea premierului și nerespectarea de către președinte a vocii opoziției parlamentare. Responsabili de aceste defectări ale regimului s-au dovedit a fi trei factori extraconstituționali: legitimitatea recentă a președintelui, situațiile de criză economică, politică și socială și tipul de leadership.

Soarta regimului premier-prezidențial după prezidențialele din 2014

Această schemă a abaterilor de la regimul premier-prezidențial evidențiază o serie de constante, care dacă se vor regăsi și în perioada post-alegeri 2014, vor conduce la aceeași defectare a regimului premier-prezidențial. Desigur, pot interveni și factori extraconstituționali noi care să influențeze abordarea instituțională a regimului. Putem astfel trece în revistă câteva așteptări teoretice, dată fiind configurația politică actuală.

Cuplul actual președinte-premier, reprezentat de Iohannis și Ponta, reprezintă o premieră a postcomunismului, fiind pentru prima dată când mandatul unui președinte se suprapune cu cel al unui premier pe care nu l-a numit el. Astfel, ne putem aștepta ca Iohannis să invoce legitimitatea sa recentă în raport cu parlamentul, să facă presiuni parlamentare pentru a schimba premierul înainte de alegerile la termen din 2016 (abatere) sau să nu facă acest lucru (non-abatere). După parlamentarele din 2016, președintele poate numi un premier independent (abatere) sau poate face o nominalizare din partea partidului câștigător (non-abatere). În același context, al alegerilor din 2016, Iohannis poate să aleagă, la fel ca și președintele Băsescu să interpreteze Constituția în funcție de preferințele sale de premier (abatere) sau poate să respecte rezultatul alegerilor (non-abatere) etc. **De numărul abaterilor de la regimul premier-prezidențial care se vor înregistra în perioada de după alegerile prezidențiale din 2014 va depinde de fapt succesul unui astfel de regim în România.**

După alegerile din 2014, s-a readus în discuție revizuirea Constituției, care vizează, printre altele, diminuarea unor importante prerogative legislative sau non-legislative ale președintelui: prerogative legislative (inițierea referendumului trebuie aprobată și de parlament); prerogative non-legislative (precizarea că președintele nu poate revoca pe unii membri ai guvernului; în caz de remaniere, președintele revocă și numește pe membrii guvernului, la propunerea premierului, dar doar după audieri în parlament; precizarea conform căreia președintele nu poate refuza propunerea prim-ministrului de revocare și numire a unor membri ai guvernului; dizolvarea parlamentului se poate face numai cu aprobarea parlamentului). Toate aceste modificări, dacă vor fi transpuse în practică, vor conduce la o reducere a scorului de regim premier-prezidențial, așa cum este el calculat de Roper. Schimbările nu sunt însă într-atât de radicale, încât să modifice natura regimului, transformându-l într-unul prezidențial-parlamentar.

Având în vedere că analiza empirică arată că nu toată perioada postcomunismului este caracterizată de relații de negociere între premier și președinte sau între președinte și premier, așa cum s-ar impune din perspectiva instituțională, multe dintre modificările Constituției par că vor să suprareglementeze relațiile

premier-președinte și președinte-parlament, pentru ca în practica politică viitoare să nu mai fie posibilă transformarea acestor relații din unele tranzacționale în unele ierarhice. Prin urmare, se dorește, cel puțin în varianta actuală (februarie 2015) de revizuire o menținere a regimului premier-prezidențial și chiar o ameliorare a lui.

BIBLIOGRAFIE

Cărți:

DUVERGER, Maurice, (coord.), *Les régimes sémi-presidentiels* (Paris: Presses Universitaires de France, 1986)

ELGIE, Robert, MOESTRUP Sophia (coord.), *Semi-presidentialism in Central and Eastern Europe* (Manchester and New York: Manchester University Press, 2008)

ELGIE, Robert, MOESTRUP Sophia (coord.), *Semi-presidentialism in Europe* (Oxford: Oxford University Press, 1999, republicată în 2004)

LIJPHART, Arend (coord.), *Parliamentary versus Presidential Government* (Oxford: Oxford University Press, 1992, republicat în 2004)

LIJPHART, Arend, *Modele ale democrației. Forme de guvernare și funcționare în treizecișase de țări*, traducere de Cătălin Constantinescu (Iași: Polirom, 2000).

LINZ, J. Juan, VENEZUELA Arturo (coord.), *The Failure of Presidential Democracy. Comparative Perspectives* (Baltimore and London: The John Hopkins University Press, 1994)

SARTORI, Giovanni, *Comparative Constitutional Engineering: An Inquiry Into Structures, Incentives And Outcomes*, (Basingstoke: Macmillan, 1994a)

SHUGART, Matthew Soberg, CAREY, John M., *Presidents and Assemblies. Constitutional Design and Electoral Dynamics*, (New York: Cambridge University Press, 1992)

Articole:

SIAROFF, Alan, „Comparative presidencies: the inadequacy of the presidential, semi-presidential and parliamentary distinction”, *European Journal of Political Research* Vol 42, No. 3(2003): 287-312

DIMA, Bogdan, „Semiprezidențialismul românesc postdecembrist”, *Sfera Politicii*, 139 (2009)

DUVERGER, Maurice, „A New Political System Model: Semi-Presidential Government”, *European Journal of Political Research*, 8 (1980): 52-69

SHUGART, Matthew Soberg, „Semi-Presidential Systems: Dual Executive And Mixed Authority Patterns”, *French Politics*, Vol. 3, No. 3 (2005): 323-351, accesat la 26 ian. 2015

PROTSYK, Oleh, „Prime ministers Identity in Semi-presidential Regimes: Constitutional Norms and Cabinet Formation Outcomes”, *European Journal of Political Research* 44 (2005): 721-748

ROPER, Steven D., „Are All Semipresidential Regimes the Same? A Comparison of Premier-Presidential Regimes”, *Comparative Politics*, Vol. 34, No. 3 (2002): 253-272.

Politica și Biserica

Mariaj segregacionist cu impact asupra integrității naționale

■ VIOREL MIONEL

[Academy of Economic Studies, Bucharest]

Abstract

Since 1989 Revolution, Romania has gone through many rounds of presidential elections. However, none of these has ever divided the country map according to preferences before. On November the 2nd 2014, the last presidential election, Romania's map was divided into three categories, two of which (left wing voters and right wing voters) were clearly accentuated. The Romanian electoral geography portrayed Transylvania as being almost completely affiliated to the right wing candidate, while the extra-Carpathian provinces which voted the left wing candidate. Having a competitive candidate who belongs to a different denomination and is part of an ethnic minority, together with the religious political attacks that were meant to affect the active orthodox, have segregated the Romanian population. The map which was displayed after the first voting tour coincides with Samuel Huntington's view on the clash of civilizations. Romania is at the border between the Western and Orthodox civilizations, and this implies tensions and conflict, according to Huntington's view. The two maps – the first election tour map as well as Huntington's map – highlight a segregating state of affairs between Transylvania and the rest of Romania, which can affect the national integrity due to irrational political messages that call on religion and ethnic identity.

Keywords

presidential elections; politics; the Church; social segregation; national integrity

1. Preambul

Luate separat fiecare dintre cele două componente ale orânduirii sociale, politica și Biserica, sunt necesare. Celibatul fiecăreia este binevenit. Existența și prezența simultată a celor două, în interiorul statului, creează mediul propice dezvoltării sociale și conștiinței comunitare și naționale. Mariajul celor două, însă, este o uniune păguboasă și cu efecte segregacioniste. Uniunea dintre cele două, în scopul obținerii puterii, poate avea efecte nedorite pe termen lung. Pentru nicio națiune – și cu atât mai mult pentru România – mariajul politicii cu Biserica nu a creat forme dorite și efecte benefice. Fără a face un excurs prea lung în istorie pentru a evidenția acele evenimente în care Biserica și politica și-au dat mâna, este suficient să privim atent Iranul. Un stat laic până în anul 1979, Suroosh Irfani apreciază că Iranul a devenit după aceea o dictatură a religiei în cel mai strict sens¹. Dacă până în acel an critic populația se bucura de o paletă largă de libertăți, femeile iraniene² putând chiar

1 Irfani Suroosh, *Iran's Islamic revolution: popular liberation or religious dictatorship?* (London: Zed Books, 1983).

2 Monique Girgis, „Women in pre-revolutionary, revolutionary and post-revolutionary Iran,” *Iran Chamber Society*, (1996), http://www.iranchamber.com/society/articles/women_prepost_revolutionary_iran3.php, accesat 20.12.2014.

purta fuste mini³ și face plajă în costum de baie, o adevărată societate laică, ce să mai... După acel moment, lucrurile au luat o turnură dramatică. Din punct de vedere vestimentar, femeile sunt astăzi nici mai mult nici mai puțin decât niște „pete negre” mobile sau, niște ființe vii acoperite de o bucată neagră de material (fie el și foarte scump) și constrânse de către tandemul religie-politică să renunțe la expresia supremă a propriei lor ființe: libertatea individuală.

În cazul României nu vorbim de același efect, însă mariajul politică-Biserică sau, cum l-am numit în cazul anterior, politică-religie, poate lua și crea forme diferite în funcție de scopul urmărit sau de modul în care se raportează cele două, împreună sau fiecare în parte, la putere. Sau, se mai poate adăuga ceva, efectele mariajului pot fi variate și ca urmare a modului în care cele două înțeleg a se „căsători”. Iar când vine vorba de politică și Biserică, lucrurile sunt destul de limpezi: „căsătoria” este mai mult din interes⁴, pentru că despre *iubire* – ceea ce ne învață Biserica – nu poate fi vorba. Aceste gânduri, pentru a nu se înțelege greșit, nu vin de la un necredincios, ateu sau agnostic, ci de la un creștin ortodox „domestic”, așa cum sper că sunt foarte mulți români. Cu alte cuvinte, vin de la un creștin ortodox care înțelege religia în sensul spiritual și Biserica drept mijloc de comuniune cu divinitatea și nu ca pe niște modalități de „manipulare a iubirii”.

2. Terminologie

Politica, așa cum o definește *Dicționarul explicativ al limbii române* este, foarte pe scurt, „știința și practica de a guverna un stat”, iar religia reprezintă un „sistem de credințe și de practici privind sentimentul divinității și care îi unește, în aceeași comunitate spirituală și morală, pe toți cei care aderă la acest sistem; totalitatea instituțiilor și organizațiilor corespunzătoare”⁵. Prin urmare, politica trebuie să se ocupe de buna funcționare – cu ajutorul științei și practicii – a statului, în timp ce religia se adresează (spiritual și moral) *doar* celor care aderă la sistemul de valori al religiei pe care o practică. Religia majoritară, cea creștin-ortodoxă, este instituționalizată și organizată în țara noastră de către Biserica Ortodoxă Română. Numai să nu uităm că în România mai sunt și alte culte religioase: cel romano-catolic, cel protestant, cel greco-catolic, cel islamic, cele neoprotestante și altele.

3. Problematizare

Ca atare, nu cumva un mariaj între politică și Biserica majoritară va fi bine privit de către adepții și slujitorii celorlalte religii cu neîncredere și scepticism? Nu se vor simți ei jigniți și marginalizați? România nu este nici un stat într-un tot unitar din punct de vedere religios și nici din punct de vedere etnic. În consecință, poate acest mariaj de conveniență politică-Biserică influența integritatea națională?

4. Statistici confesionale și etnice

Înainte de cea de-a doua problemă fundamentală a sciziunilor naționale viitoare – pe care le creează tandemul marital de conveniență politică-biserică – trebuie

3 Wolfgang Wagner, Ragini Sen, Risa Permanadeli și Caroline S. Howarth, „The veil and Muslim women's identity: Cultural pressures and resistance to stereotyping”. *Culture and Psychology* 18 (2012):521-541.

4 Mihaela Stoica, „Alianța BOR-PSD. Operațiunea bani și imobile pentru Biserică contra voturi pro Ponta”, *Gândul*, 13 Noiembrie 2014.

5 Ion Coteanu și Luiza Seche, *DEX: Dicționarul explicativ al limbii române*, (București: Univers Enciclopedic Gold, 2012).

să privim niște cifre. În România, din punct de vedere religios, potrivit recensământului populației din 2011, trăiesc 81% ortodocși, 4,3% romano-catolici, 3% reformati, 1,8% penticostali, 0,8% greco-catolici și, restul până la 100%, alte religii⁶. Iar din punct de vedere etnic, potrivit aceluiași recensământ, la nivel național ponderea etnică este următoarea: 83,5% români, 6,1% maghiari, 3,1% rromi și restul alte etnii⁷, cu ponderi destul de mici.

5. Elemente de segregare social-culturală

Dându-și mâna, partidul politic de stânga și candidatul acesteia cu Biserica Ortodoxă, pentru a câștiga alegerile prezidențiale, acestea generează o ruptură destul de mare între cei ce nu sunt ortodocși, nu sunt de etnie română și nu simpatizează cu partidul respectiv și ceilalți locuitori care se identifică cu toate cele trei aspecte (etnici români, ortodocși și electori de stânga).

Un al doilea aspect omis sau intenționat neluat în considerare de cei care consimt la un asemenea tandem al puterii politice este cel al moștenirii istorice. Cei mai mulți locuitori, după cum a arătat și harta electorală a primului tur de scrutin pentru alegerile prezidențiale din România anului 2014, care nu împărtășesc cele trei seturi de valori și caracteristici (religie, etnie și orientare politică) sunt locuitori ai Transilvaniei. Istoric, această provincie istorico-geografică a României, a făcut parte mult mai mult timp din altă structură statală decât din cea actuală. Structura socială, economică și politică a Transilvaniei nu se aseamănă întru totul cu cea a restului României deoarece, până în anul 1918, populația ei a fost educată și pregătită să adere la un set de valori diferit de cel al celorlalte provincii istorico-geografice românești. Chiar și ortodoxia transilvăneană, dacă mă pot exprima așa, a fost influențată de conviețuirea cu celelalte culte, ca, de altfel, și celelalte culte în raport cu ortodoxia. În ciuda majorității etnice românești și a celei religioase creștin-ortodoxe, populația din Transilvania reprezintă o comunitate aparte cu caracteristici și funcționalitate proprii, aspecte ieșite la iveală în primul tur de scrutin al alegerilor prezidențiale din noiembrie 2014 (Fig. 1.).

Paradoxul este că, dacă la alegerile prezidențiale nu s-ar fi aflat un candidat de altă etnie și religie decât cea a majorității, modelul cultural, social și, mai mult decât orice, cel politic, nu ar fie devenit vizibil. Mixul reprezentat de candidatul de altă etnie și religie decât cea majoritară provenit din Transilvania și spectrul politic pe care-l reprezintă (dreapta) a pavat drumul către segregarea politică a României. În fapt, alegerile, în maniera pe care o cunoaștem după primul tur de scrutin, nu au făcut altceva decât să dea un contur clar și periculos din punct de vedere statal segregării social-culturale latente din sânul populației.

Transilvania este și mai stabilă și coerentă din punct de vedere economic⁸. Comparând-o, de exemplu, cu Moldova și Oltenia, diferențele economice devin vizibile. Nu întâmplător în aceste două regiuni istorico-geografice, plus Muntenia și Dobrogea, partidul care face pact cu Biserica a câștigat fără rezerve. Ori, Moldova și Oltenia sunt cele mai sărace regiuni ale României și, probabil, foarte puternic influențate de Biserică. Ca un amănunt, însă care nu trebuie neglijat, Moldova, Bucureștiul și Dobrogea sunt încărcate de religie: Sf. Parascheva la Iași adună anu-

6 Institutul Național de statistică, *Recensământul populației și al locuințelor 2011*, (2012), <http://www.recensamantromania.ro/wp-content/uploads/2012/08/TS7.pdf>, accesat 21.12.2014.

7 Institutul Național de statistică, *Recensământul populației și al locuințelor 2011*, (2012), <http://www.recensamantromania.ro/rezultate-2/>, accesat 21.12.2014.

8 Florentina Tătar, „Te iubesc, Transilvania! Analist: „Transilvania are o economie flexibilă, mai dinamică în timpul crizei”, *provincianews.ro*, 23 Noiembrie 2012.

The map displays the state of Bahia, Brazil, with its 41 municipalities. The municipalities are labeled as follows:

- SM, MM, BH, SJ, BN, SV, BT, IS
- AR, CJ, MS, NT, VS, BC
- TM, HD, AB, SB, BV, CV, VR, GL
- CS, GJ, VL, AG, PH, BZ, BR, TL
- MH, DJ, OT, TR, GR, CL, CT
- IF, B

The municipality of Ilhéus (HR) is highlighted in black.

al sute de mii de pelerini⁹, Sf. Dumitru la București¹⁰ de asemenea, iar în Dobrogea se află grota și Biserica Sf. Andrei (cel care a adus creștinismul pe actualul teritoriu al României). Să nu-l uităm nici pe părintele Arsenie Boca, părinte, teolog și artist plastic, un adevărat simbol al ortodoxiei¹¹ zilelor noastre, care a tăit la Mănăstirea Prislop (județul Hunedoara), în imediata vecinătate nordică a Olteniei, provincie în care părintele Boca și-a găsit foarte mulți adepți și în care reprezintă un exemplu de moralitate ortodoxă de necontestat. Apoi, uitându-ne la harta României de după primul tur de scrutin al alegerilor prezidențiale, vom constata că Hunedoara este, practic, singurul județ transilvănean unde candidatul stângii, cel care este parte a mariajului politică-Biserică, a câștigat. Restul județelor fiind adjudecate de dreapta politică. Mai ales aici, în Hunedoara, părintele Arsenie Boca a fost agentul electoral cel mai puternic al stângii. De fapt, în Hunedoara se poate spune că părintele Boca a fost cel care a câștigat alegerile pentru stânga, voturile fiindu-i transmise apoi candidatului oficial la președinție.

9 Cezar Pădurariu, „Începe cel mai mare pelerinaj religios din țară, la Sf. Parascheva. Rețeta de succes a BOR: cum a transformat Biserica un cadou de la turci în brandul României”, *Adevărul*, 10 Octombrie 2013.

10 Elvira Gheorghită, „Mii de credincioși, la sărbătoarea Sfântului Dimitrie cel Nou, ocrotitorul Bucureștilor”, *Gândul*, 27 Octombrie 2014.

11 Teofil Părăian, *Părintele Arsenie Boca, mare îndrumător de suflete din secolul XX: o sinteză a gândirii Părintelui Arsenie Boca în 800 de capete*, (Cluj-Napoca: Teognost, 2002).

12 Alina Costache, „Sfânta Parascheva: Victor Ponta, primit cu entuziasm la iași”. *România Tv*, 14 Octombrie 2014.



Fig. 2. România, pe linia de falie dintre civilizațiile Occidentală și Orientală, în viziunea lui Samuel P. Huntington

mișcare de culegere de voturi și mai puțin una spirituală, de reculegere. Totodată, anumiți preoți ortodocși¹³ au slujit în limba politică a stângii, deși potrivit moralității religioase Biserica este apolitică, deci nu face politică. Și, nu în ultimul rând, mesajele defăimătoare la adresa candidatului din dreapta politică au abuzat de confesiunea prezidențiabilului, etnic german, provenit din Sibiul transilvănean.

Ei bine, confesiunea a reprezentat un avantaj pentru o parte și un handicap pentru cealaltă, în ciuda faptului că într-o democrație utilizarea religiei ca agent electoral este imorală, dacă nu chiar condamnabilă. Același lucru se poate spune și despre „atacul” asupra etniei¹⁴. A face din etnia celui alt un lucru rău pentru democrația și guvernarea unui stat este nedreaptă, ca să nu spun altfel. Nu în ultimul rând, acceptul, fie și parțial sau mutual al Bisericii, de a face cuplu cu unul dintre candidați, este, așadar, imoral.

Toate acestea conduc, în viitor, la o evoluție politică periculoasă. Jocul politic a scos pregnant la iveală diferențele economico-sociale din țara noastră. Altminteri, pe fondul diferențelor economico-sociale, au apărut și preferințele electorale. România a fost segregată social odată cu aceste alegeri. Mai grav, pe tot parcursul acestor alegeri prezidențiale, o parte a scepstrului politic, dându-și mâna cu Biserica, a accentuat acest tip de segregarea. Segregarea social-culturală, care se grefează pe solul mănăs al diferențelor din interiorul statelor, este păguboasă și periculoasă pe termen lung. România este segregată social nu atât ca urmare a forțelor latente din sânul populației, cât mai ales din cauza mariajului electoral politică-Biserică.

Pentru cei care nu iau în calcul un scenariu de diviziune și segregare internă a României, care să o afecteze pe viitor, îi sfătuiesc să se uite cu atenție la Italia¹⁵, unde nordul, încă de ceva vreme, tot din cauza unor politicieni lipsiți de viziune națională, riscă să

13 Camelia Badea, „Preot, în Biserică: votați Victor Ponta! Amin”. *Ziare.com*, 11 Noiembrie 2014.

14 Ionuț Țene, „Vreau la toamnă un președinte român ortodox, nu un neamț de religie reformată”. *Napoca News*, 22 Iulie 2014.

15 *Vezi* Benito Giordano, „Italian regionalism or ‘Padanian’ nationalism – the political project of the Lega Nord in Italian politics”. *Political Geography* 19 (4) (2000), 445-471; Anna Cento Bull și Mark Gilbert, *The Lega Nord and the northern question in Italian politics*, (Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Palgrave, 2001); Benito Giordano, „The Continuing Transformation of Italian Politics and the Contradictory Fortunes of the Lega Nord”. *Journal of Modern Italian Studies*. 8 (2) (2003), 216-230.

se rupă de restul țării. Cu alte cuvinte segregarea este inamicul cel mai mare al integrității unui spațiu. Segregarea înseamnă în definitiv separare, divizare, dezintegrare... chiar și statală.

6. Observații finale

Samuel Huntington, faimosul analist de politică internațională, lansa în urmă cu mai bine de douăzeci de ani (1993) celebra lui teorie asupra *ciocnirii civilizațiilor*¹⁶. Autorul respectiv a făcut o analiză interesantă asupra sistemului geopolitic internațional și a ajuns la concluzia că statele lumii sunt grupate în mai multe civilizații: occidentală (catolică și protestantă), ortodoxă, islamică, latin-americană, sinică/chineză, hindusă, budistă, japoneză și africană. Aceste civilizații, spune Huntington, ajung să se ciocnească acolo unde intră în contact una cu alta, deoarece contactul dintre ele este marcat de linii de falie în lungul cărora vor apărea fricțiuni. Interesant este că, potrivit acestuia, România este străbătută de o linie de falie care o și împarte între două civilizații: Occidentală și Ortodoxă (figura alăturată). Iată deci, Huntington ia și el ca element principal de divizare a României tot religia. Linia de falie, atenție (!), ca și în cazul situației electorale de după primul tur de scrutin (2 noiembrie 2014), este trasată pe rama Carpaților Orientali și Meridionali, Transilvania fiind considerată ca parte a civilizației Occidentale – atât religios, cât și din punct de vedere al dezvoltării. Celelalte provincii sunt incluse în categoria civilizației ortodoxe. Similitudinile geografice frapante arătate de harta lui Huntington și cea a primului tur al alegerilor prezidențiale sunt menite a ne îngrijora și a ne da de gândit, atât nouă, cât mai ales clasei politice.

BIBLIOGRAFIE

- HUNTINGTON, Samuel P., *The clash of civilizations and the remaking of world order*, New York, Simon & Schuster, 1996.
- BADEA, Camelia, „Preot, în Biserică: votați Victor Ponta! Amin”. *Ziare.com*, 11 Noiembrie 2014.
- BULL, Anna Cento, GILBERT, Mark, *The Lega Nord and the northern question in Italian politics*, Houndmills, Basingstoke, Hampshire, Palgrave, 2001.
- COSTACHE, Alina, „Sfânta Parascheva: Victor Ponta, primit cu entuziasm la iași”. *România Tv*, 14 Octombrie 2014.
- COTEANU, Ion, SECHE, Luiza, *DEX: Dicționarul explicativ al limbii române*, București, Univers Enciclopedic Gold, 2012.
- GHEORGHITĂ, Elvira, „Mii de credincioși, la sărbătoarea Sfântului Dimitrie cel Nou, ocrotitorul Bucureștilor”, *Gândul*, 27 Octombrie 2014.
- GIORDANO, Benito, „Italian regionalism or 'Padanian' nationalism – the political project of the Lega Nord in Italian politics”. *Political Geography* 19(2000): 445-471.
- GIORDANO, Benito, „The Continuing Transformation of Italian Politics and the Contradictory Fortunes of the Lega Nord”. *Journal of Modern Italian Studies*. 8(2003): 216-230.
- GIRGIS, Monique, „Women in pre-revolutionary, revolutionary and post-revolutionary Iran”, *Iran Chamber Society*, (1996) http://www.iranchamber.com/society/articles/women_pre-post_revolutionary_iran3.php, accesat 20.12.2014.
- INSTITUTUL NAȚIONAL DE STATISTICĂ, *Recensământul populației și al locuințelor 2011*, (2012), <http://www.recensamantromania.ro/wp-content/uploads/2012/08/TS7.pdf>, accesat 21.12.2014.

16 Samuel P. Huntington, *The clash of civilizations and the remaking of world order*, (New York: Simon & Schuster, 1996).

INSTITUTUL NAȚIONAL DE STATISTICĂ, *Recensământul populației și al locuințelor 2011*, (2012), . <http://www.recensamantromania.ro/rezultate-2/>, accesat 21.12.2014.

PĂDURARIU, Cezar, „Începe cel mai mare pelerinaj religios din țară, la Sf. Parascheva. Rețeta de succes a BOR: cum a transformat Biserica un cadou de la turci în brandul României”, *Adevărul*, 10 Octombrie 2013.

PĂRĂIAN, Teofil, *Părintele Arsenie Boca, mare îndrumător de suflete din secolul XX: o sinteză a gândirii Părintelui Arsenie Boca în 800 de capete*, Cluj-Napoca, Teognost, 2002.

STOICA, Mihaela, „Alianța BOR-PSD. Operațiunea bani și imobile pentru Biserică contra voturi pro Ponta”, *Gândul*, 13 Noiembrie 2014.

SUROOSH, Irfani, *Iran's Islamic revolution: popular liberation or religious dictatorship?* London, Zed Books, 1983.

TĂTAR, Florentina, „Te iubesc, Transilvania! Analist: „Transilvania are o economie flexibilă, mai dinamică în timpul crizei”, *provincianews.ro*, 23 Noiembrie 2012.

ȚENE, Ionuț, „Vreau la toamnă un președinte român ortodox, nu un neamț de religie reformată”. *Napoca News*, 22 Iulie 2014.

WAGNER, Wolfgang, SEN, Ragini, PERMANADELI Risa și HOWARTH Caroline S., „The veil and Muslim women's identity: Cultural pressures and resistance to stereotyping”. *Culture and Psychology* 18(2012):521-541.

Index de Autori

Adrian-Cosmin Basarabă este conf. univ. dr. în cadrul Departamentului de Științe Politice al Facultății de Științe Politice, Filosofie și Științe ale Comunicării, Universitatea de Vest din Timișoara. Doctor în Sociologie la Universitatea «Babeș-Bolyai», Cluj-Napoca, Adrian Basarabă este specializat în sociologie politică, dezvoltare regională și statistică socială. A urmat stagii de pregătire și a participat la manifestări științifice internaționale în Danemarca, Franța, Italia și Marea Britanie.

Gherghina Boda este doctor în istorie al Institutului de Istorie „George Bariț” Cluj-Napoca, din anul 2007. În prezent este cercetător științific III, șef Birou Relații cu Publicul la Muzeul Civilizației Dacice și Romane Deva. A publicat 45 de articole științifice și 6 cărți (teza de doctorat, o publicație monografică și 4 dicționare în colaborare).

Daniel Buti este licențiat în Științe politice (2003). Doctor în Științe politice (2012). Lector universitar la Facultatea de Științe Politice din cadrul Universității Creștine „Dimitrie Cantemir”. Autor al mai multor articole privind alegerile și partidele politice din România postcomunistă. Este autorul/coautorul unor cărți precum *Pe cine reprezintă partidele politice. O analiză a partidelor din postcomunismul românesc* (Pro Universitaria, 2014), *Statul sunt eu! Un raport asupra politizării justiției românești* (Pro Universitaria, 2014), *Statul sunt eu! O istorie analitică a crizei politice din iulie-august 2012* (Monitorul Oficial, 2013).

Oana Băluță este conferențiar universitar la Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării, Universitatea din București, profesoară asociată la Masteratul de Gen, Politici și Minorități al Facultății de Științe Politice, SNSPA, doctor în științe politice din 2009 cu o temă despre gen și interese politice în România actuală. Din 2014 s-a înscris la postdoctorat în științe politice, SNSPA, cu o lucrare despre reprezentare politică. Domeniile sale de interes sunt: participarea și reprezentarea politică a intereselor de gen/a intereselor femeilor, armonizarea vieții de familie cu cariera, violența împotriva femeilor. Este coordonatoarea colecției de Studii feministe de la Editura Tritonic, autoarea volumului *Feminism modern reflexiv*, 2013, Editura Tritonic, coordonatoarea volumelor *Impactul crizei economice asupra femeilor*, 2012, Editura Maiko; *Femeile spun NU Publicității Ofensatoare*, 2013, Editura Maiko, București; *Parteneri egali. Competitori egali*, 2007, Editura Maiko; *Șanse egale prin concilierea vieții de familie cu cariera*, 2007, Editura Maiko, coautoare a volumelor *Gen și interese politice*, 2007, Editura Polirom, *Justiție și Afaceri interne*, 2007, Editura Tritonic, editoarea cărții *Gen și putere*, 2006, Editura Polirom.

Adrian-Cosmin Canae este masterand al Facultății de Științe Politice – Studii de Securitate și Apărare în cadrul Universității Creștine „Dimitrie Cantemir”, și licențiat în Științe Politice, Universitatea Creștină „Dimitrie Cantemir”.

Mihai Covaci este doctorant în Psihologie și Sociologie, lector la Universitatea Hyperion din București. Este co-autorul lucrării „Fenomenul e-”. Autorul a publicat peste 20 articole și studii în țară și străinătate.

Sabin Drăgulin este Conf.Univ.Dr. Facultatea de Științe Politice, Universitatea Creștină „Dimitrie Cantemir”, București, director executiv *Polis*. Revistă de Științe Politice, ultimele volume publicate în calitate de coordonator: Gheorghe Lencan Stoica, Sabin Drăgulin, *New studies on Machiavelli an machiavellism*, Editura Ars Docendi, București, 2014; Drăgulin Sabin, Florin Mitrea, *Confluente politice, economice și culturale*, Editura Ars Docendi, București, 2013.

Ionela Gavril este licențiată în științe politice, 2007, la Facultatea de Științe Politice, Universitatea București, și a urmat masterul de Politică Europeană și Românească, 2009, la aceeași facultate.

Florin Grecu este doctor în științe politice, 2011, Facultatea de Științe Politice, Universitatea din București; este Lector Univ. Dr., Universitatea Hyperion din București, specializarea Științe Politice. A scris volumul „*Construcția unui partid unic: Frontul Renașterii Naționale*”, Editura Enciclopedică,

București, 2012 și a publicat mai multe articole despre regimul monarhiei autoritare și câteva de analiză electorală.

Iulia Huiu are un master în științe politice și administrație publică, doctorandă în sociologie (SNSPA), actualmente consilier de stat în cadrul Cancelariei Președintelui României. A publicat ca și coautor volumele: Dan Mihalache, Iulia Huiu, *Trei ani de la urne (vol.I)*, ed. Nemira, București, 2012 și Dan Pavel, Iulia Huiu, „*Nu putem reuși decât împreună*“. *O istorie analitică a Convenției Democratice, 1989-2000*, ed. Polirom, Iași, 2003.

Dan Mihalache este doctor în științe politice, specialist în analiză și marketing politic, lector universitar la Universitatea Creștină „Dimitrie Cantemir“, actualmente consilier prezidențial, șeful Cancelariei Președintelui României. A publicat, ca și coautor, volumul Dan Mihalache, Iulia Huiu, *Trei ani de la urne (vol.I)*, ed. Nemira, București, 2012 și este autorul a numeroase studii și articole de analiză.

Viorel Mionel este doctor în geografie și lector la Facultatea de Business și Turism, Departamentul de Turism și Geografie, Academia de Studii Economice din București. Este autorul cărților *România ghetourilor urbane: spațiul vicios al marginalizării, sărăciei și stigmatului* (2013) și *Segregarea Urbană. Separați dar împreună* (2012) și, totodată, coautor al cărților *România așa cum estei* (2012) și *Methodology of Interdisciplinary Studies in the Area of Social Sciences* (2010). Domeniile de interes se orientează către segregarea socială și geografică, ghetoizare, urbanizare, geografie socio-economică, geopolitică și resurse naturale.

Radu-Ioan Opreș este masterand al Facultății de Istorie a Universității din București, în cadrul programului de master *Istoria și Practica Relațiilor Internaționale (sec. XIX-XXI)*, anul II de studiu.

Alexandru Radu este Prof.univ.dr. Facultatea de Științe Politice, Universitatea Creștină „Dimitrie Cantemir“. Publicații recente: *Politica între proporționalism și majoritarism. Alegeri și sistem electoral în România postcomunistă*, Iași, Institutul European, 2012; *FSN – Un paradox politic (1989-1992)*, București, ProUniversitaria, 2013; *Statul sunt eu! O istorie analitică a crizei politice din iulie-august 2012*, București, Monitorul Oficial, 2013.

Dumitru-Cătălin Rogojanu este doctor în istorie din anul 2012 al Universității „Babeș-Bolyai“, Cluj-Napoca. În prezent este cercetător postdoctoral al Facultății de Științe și Litere din cadrul Universității „Petru Maior“ Târgu-Mureș și cercetător științific III la Muzeul Civilizației Dacice și Romane Deva. A publicat o carte și mai multe studii despre Gulagul românesc.

Silvia Rotaru este licențiată în științe politice în cadrul Facultății de Științe Politice, Universitatea Creștină „Dimitrie Cantemir“, București, actualmente este masterandă în Relații Internaționale și Comunicare în cadrul aceleiași facultăți.

Tasențe Tănase, PhD. in Communication Sciences - University of Bucharest. He is the author of „The political communication through Social Media and the reactions of the online public“, the co-author of the 2 books, „Journalism and communication in New Media Age“ and „Convergence: Media in Future“, he has published over 25 scientific articles in international journals, he has participated with scientific communication at international and national conferences, he has coordinated the media relations for over 100 national and international projects and he has published over 2000 articles in press.

Andreea-Iustina Tuzu este absolventă a Facultății de Istorie a Universității din București, specializarea *Relații Internaționale și Studii Europene*. În prezent, urmează cursurile programului de master *Politică și societate în sec.XX*, în cadrul aceleiași instituții de învățământ. Aria de interes este circumscrișă analizei regimului comunist, politicii externe, conflictelor internaționale și diplomației.

SUMMARY

Editorial

Alexandru Radu <i>A pattern of Romanian presidential mechanism.....</i>	3
--	---

2014 Presidential Elections

Sabin Drăgulin, Silvia Rotaru <i>Presidential elections in Romania –The President and the prognosis failure – an analytical approach</i>	10
Dan Mihalache, Iulia Huiu <i>2014 Presidential elections in Romania – surprising result or strategy</i>	29
Daniel Buti <i>The SDP's Electoral Limits: The 2014 Presidential Elections</i>	40
Florin Grecu <i>Political and non- political actors in the 2014 presidential election campaign</i>	50
Adrian-Cosmin Basarabă <i>Voting Patterns and Social Cleavages in the 2014 Presidential Election in Romania's Region of Banat</i>	68
Gherghina Boda <i>The 2014 presidential elections in Hunedoara County</i>	78
Mihai Covaci <i>Facebook factor in presidential elections in 2014.....</i>	85
Tasente Tănase <i>The electoral campaign through Social Media. Case Study – 2014 Presidential elections in Romania</i>	92
Oana Băluță <i>Gender, politics and media: stereotypical representations. How do we draw the line?.....</i>	105
Dumitru-Cătălin Rogojanu <i>Presidential Elections 2014 - Klaus Iohannis and the Condemnation of Communist Past</i>	120
Radu-Ioan Opreș <i>The foreign policy and security options of Romania in the vision of Klaus Iohannis</i>	127
Andreea-Iustina Tuzu <i>The retrospection of Romania presidential elections of 2014</i>	134
Adrian-Cosmin Canae <i>Romanian presidential elections, November 2014 – a fierce struggle between left and right</i>	142
Ionela Gavril <i>The 2014 presidential elections and their impact on the premier-presidential regime in Romania.....</i>	152
Viorel Mionel <i>Politics and the Church. A segregational marriage that affects national integrity.....</i>	162

Index of authors	169
Summary	171

2014 Presidential Elections

„Sfera Politicii” este înregistrată în Catalogul Publicațiilor din România la numărul 4165.
*Textele vor fi trimise redacției. Deciziile privind publicarea sunt luate de către echipa editorială.
Pentru a reproduce un text din revistă este necesar acordul scris al redacției „Sfera Politicii”.
Reproducerea textelor în alte condiții constituie o infracțiune și se pedepsește conform legilor în vigoare.*

