

DANA GAGNIUC¹, ROMÂNIA

Cuvinte cheie: rit, ritual, simbol, mit, putere, campanie electorală.

Rituri în sistemul puterii. Rituri românești de câștigare și menținere a puterii

Rezumat

De câteva mii de ani încoace, omul a încercat să-și impresioneze semenii fie pentru a le obține bunăvoința, fie pentru a-și menține puterea sau pentru a accede în ierarhiile de putere. În jurul acestor dorințe s-au construit rituri, ritualuri, strategii de imagine, care se perpetuează în timp. Structura, scopul și actanții sunt în general aceiași. S-au diversificat și s-au modernizat în timp doar mijloacele de punere în scenă.

Puterea din România oferă imaginea unor rituri diversificate, uneori cu accente hilare, altele aproape exotice, derulate atât în rândul deținătorilor puterii politice, cât și în rândul celor care aspiră la câștigarea acesteia. Spectacolele pe care le oferă au, de cele mai multe ori, în spatele lor staff-uri formate din ideologi și teoreticieni care realizează regii și strategii complicate. Se urmărește astfel atingerea unor resorturi emoționale profunde ale populației și, prin aceasta, influențarea deciziei de vot.

Structurat pe două paliere, prezentul studiu conține o analiză din perspectivă teoretică a riturilor din sistemul puterii, cu tot ce cuprind acestea ca forme de manifestare, și o aplicație pe „scena puterii” din preajma alegerilor prezidențiale din 2009.

¹ Baia Mare, Maramureș, România.

Key words: custom, ritual, symbol, myth, power, election campaign.

The Rituals in the System of Power. Romanian Rituals to Gain and Maintain the Power

Summary

For some thousands of years, the man has tried to impress the other people to gain their friendship, to maintain his power or to join the power hierarchies. Around these wishes there were rituals, customs, image strategies that continue in time. The structure, the aim and the actors are generally the same. Only the means to put on stage have been diversified and modernized.

The power in Romania offers the image of some diversified rituals, sometimes with hilarious accents, or almost exotic, which can be seen at those who have the power or at those who want to gain it. Their shows often have a staff in the background that involves ideologists and theorists who make complicated strategies. The aim is to reach people's profound emotions and thus to influence their decision to vote.

Structured on two levels, this study includes an analysis from a theoretical perspective of the rituals in the system of power with everything they involve as forms of manifestation and an application on the "scene of power" around the presidential elections from 2009.

Rituri în sistemul puterii. Rituri românești de câștigare și menținere a puterii

Viața fiecărei comunități, a fiecărui individ se desfășoară după reguli și tipare, mare parte dintre ele fiind rituri și ritualuri, derulări ale unor înșiruiți de simboluri și de înțelesuri, mai mult sau mai puțin evidente la o primă privire. În contemporaneitate, când viața politică a căpătat conotații și dimensiuni nebănuite, când bătălia politică se dă în cele mai diverse și sofisticate moduri, rolul ritualului a crescut semnificativ, acesta fiind un element de manipulare a publicului, cel mai adesea folosit în campaniile electorale, în scopul maximizării rezultatului votului.

În prezent, un participant neavizat la aniversarea unui eveniment politic va fi șocat de solemnitatea unor gesturi și de reprezentarea lor secvențială în cadrul unei ceremonii special pregătite pentru această aniversare. Nefiind în posesia unei chei de decodificare a acestor secvențe, el va avea impresia că participă la un spectacol omagial. Nu își va da seama că se află în prezența unor „reguli de conduită socială” cu finalități precise pentru ordinea sau regimul politic. Aceste reguli de conduită socială sunt riturile și manifestarea lor concretă – ritualurile.

Componentă permanentă și certă a vieții politice, ritul reprezintă un mijloc prin intermediul căruia oamenii politici încearcă să-și câștige dreptul de a conduce iar cei aflați la putere urmăresc menținerea ei și întărirea autorității. Cetățenii unui stat modern, prin participarea la ritualuri se identifică în mod perfect cu forțele politice care îi guvernează. Aceste forțe pot fi percepute doar prin reprezentarea simbolică. Ritul politic este un mijloc de a înțelege ce se întâmplă în contemporaneitate și de a simplifica universul în scopul de a-l pătrunde și stăpâni cât mai mult cu putință.

Campania electorală, cu toată gama ei de manifestări: pre-campania, acțiuni publice, lansări de candidați, ieșirile candidaților în media, atacarea (directă sau indirectă) a contracandidaților, confruntarea dintre candidați, nu înseamnă altceva decât punerea în scenă a unei serii de ritualuri și simboluri, contopite în rituri care capătă uneori dimensiuni și forme nebănuite. Ca urmare, campania poate fi definită ca fiind cel mai evident rit al puterii, cu o importantă componentă manipulatorie, menită să obțină efecte, care sunt traduse în votul electoratului.

Deși sunt omniprezente, riturile politice nu s-au bucurat de atenția prea mare a specialiștilor. Puțini sunt cei care recunosc importanța ritului pentru politica de tip modern, el fiind adesea identificat cu religia. Însă, pentru un antropolog nimic nu poate fi mai relevant decât desprinderea unui fir comun ritualului și politicii. Un număr semnificativ de antropologi a subliniat complementaritatea ritului cu mitul în procesele de legitimare și de actualizare a ordinii politice. Elita politică folosește ritualul pentru a-și legitima autoritatea, iar rebelii ripostează cu rituri de delegitimare.

Toate personajele care populează scena politică se folosesc de rituri pentru a promova o bază politică pentru semenii lor. „Iar prin intermediul ritualului politic ni se dă ocazia să

înțelegem ce se întâmplă în lume, fiindcă trăim într-un univers ce trebuie simplificat în mod drastic, dacă vrem să-l înțelegem.”²

Între rit și mit există o strânsă relație. Ritul precede mitul, poate fi concomitent cu el sau îi poate succede. În toate aceste cazuri, ritul participă la dramatizarea mitului și a elementelor lui de bază. Antropologii defineau ritul ca pe o activitate repetitivă, standardizată din punct de vedere cultural, cu un caracter primordial simbolic, efectuată în scopul influențării acțiunilor umane (sau cel puțin, permițându-le să înțeleagă mai bine locul lor în lume) și fiind de domeniul supranatural. Durkheim oferă cea mai timpurie și mai exhaustivă înțelegere științifică a ritului, în conexiune cu practica religioasă, care la rândul ei, credea el, împarte lumea în două categorii: sacru și profan. Riturile, afirmă el, sunt reguli de conduită care îl învață pe om cum să se comporte în prezența obiectelor sacre.

Dramele rituale sunt adeseori manifestări ale politicului. Ritul structurează imaginarul politic într-un ansamblu coerent și îi relevă temeiurile. În majoritatea țărilor, campaniile electorale necesită montarea de către candidați a unor astfel de producții dramatice și se impune mediatizarea acestora pentru a fi recepționate de către alegători. Ritualurile își schimbă forma, înțelesul simbolic și au un efect social diferit; noi ritualuri se nasc și altele vechi mor. Calitatea dramatică a ritualului nu se reduce la crearea de roluri bine conturate, ci asigură și un conținut emoțional. Așa cum emoțiile sunt manipulate la teatru de o varietate de stimuli, lumină, culoare, gest, mișcare, voce, tot așa aceste elemente, și nu numai acestea, dau ritualului capacitatea de a genera emoții puternice. Simbolul stabilește corespondențe ideative și afective între obiecte, semne, gesturi, sunete și cuvinte în actele de creație culturală. Simbolul camuflează și codifică; dezvăluie și relevă o categorie a inteligenței umane, interpenetrația realului cu irealul, pluridimensionalitatea experienței totale.

În *Mesajul subliminal*, Doina Ruști vorbește despre simbol ca fiind un limbaj la îndemâna tuturor membrilor unei comunități și inaccesibil străinilor. Simbolul închide în sine un secret și complicitatea celor care îl cunosc, de aceea descifrarea oricărui simbol presupune participarea la taina inițială, intrarea într-un cod, descoperirea unor mentalități conservate în acel simbol, atitudini și gânduri care au evoluat sau care s-au păstrat întocmai, iar uneori, care există doar prin atestare simbolică. Simbolurile recompun schema gândirii arhetipale, iar cercetarea lor sintetică, prin găsirea tuturor relațiilor dintre ele și mai ales prin descoperirea rădăcinii lor conduce la natura intimă și adevărată a ființei.³

Miturile tradiționale și miturile moderne nu se deosebesc din punctul de vedere al structurilor. Diferența majoră apare datorită sistemului de diseminare. Miturile tradiționale se construiau într-o perioadă relativ îndelungată și se transmiteau prin viu grai în povestiri rostite mai mult sau mai puțin ritualic, în circumstanțe bine determinate (sărbători, târguri). Miturile moderne interacționează în primul rând cu mass-media. Mare parte din construcția lor se datorează acesteia, iar diseminarea lor se face aproape în totalitate prin aceasta.

Potrivit explicației dată de Bogdan Teodorescu, „Propaganda, manipularea,

² David Kertzer, *Ritual politică și putere*, Editura Univers, București, 2000, pag.14.

³ Doina Ruști, *Mesajul subliminal*, Editura Tritonic, București, 2007, pag. 65.

comunicarea instituțională, persuasiunea și strategiile de imagine nu s-au născut nici în sânul bisericii catolice, nici în teribila ascensiune a statelor totalitare, nici în timpul mega campaniilor prezentului. Ci cu aproape cinci mii de ani în urmă în valea Nilului, acolo unde, pentru prima dată oamenii au crezut și au urmat un simbol generat de o structură administrativă, simbol care a fost folosit de un grup dominant pentru a-și menține și perpetua puterea.”⁴

În Antichitate, Confucius a intuit importanța ritualului pentru conservarea ordinii sociale prin intermediul unui ansamblu de norme care direcționează conduita socială, preamărește tradiția și tinde la înfăptuirea „omeniei”. Nazismul este cel mai evident caz de identificare a politicii cu ritualul.

Orice familie, orice asociație sau colectivitate simte nevoia să își reafirme periodic încrederea în valorile și sentimentele lor de bază care să le reamintească semnul existenței lor, să le întărească sentimentul de identitate și de coeziune internă. O asemenea reafirmare a solidarității, în jurul valorilor de bază ale comunității, angajează fiecare participant și are loc în cadrul unor ceremonii organizate unde prin repetarea unor gesturi solemne, se urmărește obținerea efectului scontat. Din această perspectivă, ritualurile politice au ca scop să legitimizeze o nouă putere, un nou regim sau un nou lider sau să inoculeze în rândul participanților credința în societatea lor sau în valorile de grup. Riturile religioase se pot transforma în rituri politice prin „inversiune” sau „conversiune”, iar relația dintre sacru și putere prelungește relația dintre divinitate și credincioși prin intermediul unor practici pseudo-religioase.

Ritualul este extrem de valoros pentru organizațiile ierarhice, în activitatea de informare a naturii relațiilor prin care se impune puterea. Prin manipularea ritualului se poate augmenta puterea indivizilor, tot așa cum incompetența și ignorarea ritualului le poate diminua puterea. Acolo unde puterea este cea mai concentrată, întâlnim cele mai dramatice exemple privind importanța ritualului. Ritualurile proliferază în perioadele de criză politică sau de schimbare a ordinii politice și se aseamănă ca formă cu riturile de instituire sau de trecere. Ca structură, ele se aseamănă cu o credință religioasă care reclamă devotament, solidaritate și sacrificiu în jurul unei valori sau realități sacre: patrie, democrație, monarhie, republică, unitate națională.

Comunicarea de mesaje prin dramatizarea ritualului este mult mai eficace decât informarea prin declarații verbale. Chiar mai mult, în multe situații exprimarea verbală directă a diferențelor de statut dă naștere mai degrabă la nemulțumiri printre cei de rang inferior decât exprimarea aceluiași mesaj prin intermediul ritualului.

Tipologii

Ritualul își îndeplinește menirea de a informa nu numai despre relațiile de putere din cadrul elitei politice, dar și dintre cei puternici și cei lipsiți de putere. Una din cele mai

⁴ Bogdan Teodorescu, *Cinci milenii de manipulare*, Editura Tritonic, București, 2007.

uzitate clasificări ale riturilor politice contemporane este cea care le împarte în rituri consensuale și rituri de confruntare. Din prima categorie fac parte riturile de inaugurare și riturile aniversare (sau comemorative). Din a doua categorie fac parte riturile de încorporare și riturile electorale. Ambele categorii de rituri presupun anumite principii de succesiune a unor operații care constau în decuparea sau asamblarea secvențelor ritualice și anume repetiția și fărâmițarea (dezasamblarea). Toate categoriile de rituri presupun următorii actanți: 1) organizatorii; 2) actorii; 3) publicul (spectatorii).

Inaugurarea unui edificiu public, de exemplu, este un excelent prilej pentru ca un președinte sau un prim-ministru să-și îmbunătățească imaginea sau să câștige încrederea populației. Ea se compune din următoarele secvențe: marcarea simbolică a spațiului (pavoazarea cu drapele, buchete de flori etc.); prezența camerelor de luat vederi, ceea ce indică faptul că un eveniment important se va produce; prezența notabilităților centrale și locale (ministrul de resort, prefectul județului, primarul localității); prezența unui numeros public; alocațiunea de bun venit; tăierea panglicii inaugurale; alocațiunea oaspetelui de onoare. Unele din aceste secvențe pot lipsi sau pot fi inversate, însă esențial este ca evenimentul organizat, prin forța sa emoțională, să devină o „capcană a gândirii” pentru publicul spectator prin orientarea percepției sociale.

În ceea ce privește ritualurile aniversare sau comemorative, ele conțin potențialul emoțional cel mai ridicat. Acestea articulează emoția pe conștiința identității colective, regăsită sau recuperată, pe legăturile sacre ale memoriei sociale. Un exemplu elocvent este sărbătorirea Zilei Naționale a României – zi cu înțelesuri multiple și profunde, cu o uriașă încărcătură emoțională. Această zi este un prilej nu doar de sărbătoare pentru oamenii politici, ci și de participare la un ritual din care pot extrage capital de imagine, în special datorită emoției colective, asocierii imaginii cu cea a armatei, prin identificarea cu valori fundamentale ale poporului român. Elementele de simbolică țin de prezența mulțimii, a șefului statului, de intonarea imnului, de drapelul național, de depunerea de coroane de flori, de defilarea armatei. În imaginarul colectiv, armata reprezintă expresia bărbăției unui popor, simbolul luptei pentru apărare, un garant al integrității naționale. De asemenea, uniforme, drapelele naționale, drapelele de luptă ale marilor unități, pasul cadențat sunt reprezentări simbolice condensate prin care se creează și re-creează acea stare de grație a regenerării unei națiuni și face din emoția participanților o premisă a identității colective, a conștiinței naționale.

În cadrul comunicării politice, mai mult decât în celelalte rituri de trecere, riturile funerare au un impact deosebit în legitimarea puterii politice. Între putere și moarte există un raport mai profund decât îl poate evidenția un rit de trecere. Dimensiunea metafizică a morții, ca blocare brutală a funcțiilor vitale ale unui organism, lezează caracterul integrator și dominant al puterii. Moartea unui lider politic sau a unei personalități a vieții publice, constituie un prilej oportun de creare a consensului și a legitimității în jurul unei organizații, mai ales dacă aceasta se află într-un proces accelerat de eroziune. Prin ritual se realizează un veritabil proces de transfer de legitimitate de la cel dispărut, la noul ales, o contagiune mitico-magică a voinței de unitate internă a organizației și a eredității politice. Spre

exemplu, la moartea liderului țărănist Corneliu Coposu, la căpătâiul său s-au perindat inclusiv marii săi adversari politici. Aici este vorba de un transfer inconștient de imagine, dinspre un lider spiritual legitimat într-o lume politică plină de frivolități.

Politica se exprimă prin simboluri, acestea fiind importante în comunicare prin sensurile ascunse în ele, care pot fi percepute și deciptate, dar și prin diversitatea domeniilor în care apar. Simbolica este un limbaj care se adresează inițiaților. Fiecare semn închide un potențial nedefinit de sens. Nu există ritual și nici ritualuri politice fără medierea simbolică a realității. Prin faptul că simbolurile ascund și relevă în același timp, că exprimă „vraja nepătrunsului ascuns” ele sunt o punte de legătură între realitatea fizică și cea imaginară.

Este imposibil să avem relații sociale fără evenimente de ordin simbolic. Prin simbolism ne dăm seama cine este puternic și cine este slab în politică, iar prin manipularea simbolurilor cei puternici își întăresc autoritatea. Realitatea politică este în mare măsură expresia unor modalități simbolice, așa cum și-au dat seama mulți candidați pentru funcții politice. Crearea unui simbol, sau mai degrabă identificarea cu un simbol popular, poate deveni o unealtă foarte potentă în obținerea și menținerea puterii, fiindcă trăsătura esențială a simbolicului este zămisirea realității.⁵

Unii analiști politici au mers până într-acolo încât au afirmat că oamenii trăiesc într-o „lume de vis”, o lume a iluziei. Ei fac distincție între lumea reală și tărâmul fantomatic al simbolului. Ritualul este una dintre modalitățile prin care organizațiile impun viziunea pe care o au despre ele însele și prin care oamenii se raportează la acestea. Susținând o organizație, omul se susține pe el însuși. Pentru mulți analiști, rezultatul de natură politică determinat de ritual duce în primul rând la legitimarea sistemului existent și a deținătorilor puterii din cadrul acestuia. Durkheim este primul care susține această teză. Peste tot în lume oamenii au tendința de a sacraliza climatul social politic în care trăiesc. Liderul politic care urmărește să dea publicului impresia că este un campion al justiției, al dreptății și al bunăstării majorității are mai multe șanse de a lăsa o impresie de durată dacă recurge la o ilustrare dramatică a propriei imagini, decât dacă și-ar expune intențiile printr-o simplă alocuțiune. Apariția lui trebuie să fie încărcată de simboluri adecvate, ajutat de o echipă de actori colaboratori. Astfel, deținătorii puterii, sau cei care aspiră la putere, încearcă să propage viziunea unei eventualități politice pe care și-o doresc nutrită de către majoritatea populației. Momentul dramatic nu numai că pune în scenă o posibilă viziune a acestei eventualități, dar în același timp, declanșează o reacție emoțională care înlesnește asocierea noțiunilor de bine și rău cu elementele acestei viziuni.

Prin ritual oamenii își formează o idee despre ceea ce ei consideră că este o instituție politică adecvată, despre ce calități ideale trebuie să aibă un lider politic, și în ce măsură lumea în care trăiesc corespunde acestor norme. Înțelegerea politicului este mediată de simboluri, iar ritualul, ca o formă potentă de reprezentare simbolică, este o unealtă valoroasă în construirea unei realități politice.

⁵ David Kertzer, *op. cit.*, pag. 25.

Reprezentarea rituală a realității politice

Ca formă importantă de activitate simbolică, ritualul ne structurează experiența, ne ghidează percepțiile și ne canalizează interpretările acestor percepții. Prin ritual, ca de altfel, în general prin cultură, nu numai că lumea din jurul nostru se conturează semnificativ, dar în același timp trăim senzația că logica pe care o percepem nu este propria noastră creație culturală ci o logică inerentă lumii exterioare. În mod paradoxal, ceea ce este persuasiv în ritual este felul în care descurajează gândirea critică. Riturile bine puse în scenă sunt importante și pentru carierele politice ale primarilor marilor orașe ale căror destine depind de succesul punerii în scenă a evenimentelor rituale.

Simbolurile au o istorie de asociații emoționale și cognitive. Parțial, forța lor vine din trecut: din amintirile copilăriei legate de acestea, din sentimentele unei solidarități de odinioară, și din felul în care simbolurile au ajutat la definirea identității cuiva și la înțelegerea realității. Prin folosirea în mod repetat a unei game limitate de simboluri semnificative, deseori asociate cu fervoarea emoțională, ritualul devine un agent formativ decisiv al convingerilor politice. Realitatea politică ne este prezentată în primul rând prin intermediul ritualului, iar convingerile noastre sunt reafirmate ulterior prin expresii colective ce survin în mod regulat.

Ritualul poate duce la acțiuni comune fără a fi necesare convingeri comune. Comportamentul oamenilor poate fi mai bine explicat în multe împrejurări, ca fiind mai mult o reacție la situații tensionate decât o manifestare a unei convingeri adânc înrădăcinată. Marile emoții stârnite de ritual conferă și mai multă energie tendinței de conformism. Un gen comun de disonanță cognitivă apare atunci când percepția noastră despre evenimentele din lume este în contradicție cu convingerile noastre despre acel fenomen: „în astfel de cazuri, realitatea care impresionează o persoană va exercita o presiune în sensul inducerii de elemente cognitive adecvate, care să corespundă cu acea realitate.”⁶

Lupta pentru poziționarea rituală este foarte actuală. Percepția publicului este extrem de importantă pentru politicieni, fiindcă nu există un context mai redevabil pentru impunerea unei imagini semnificative decât ritualul politic. Dacă în anumite societăți restrânse liderii apar în riturile publice numai după ce și-au vopsit corpul în culorile adecvate, și-au aranjat părul de o manieră adecvată și s-au îmbrăcat în straiile potrivite ocaziei, la fel procedează politicienii americani atunci când se machiază, se tund îngrijit și își selectează îngrijit hainele în care vor apărea la ceremonii. Nu numai că politicianul se zbate să devină centrul atenției în cadrul unei ceremonii politice, dar în același timp caută să se folosească de acele simboluri care îi pot conferi o aură de legitimitate în ochii publicului. Contează spectacolul cu public, nu platforma politică propusă. Cea mai mare dramă socio-politică și cea mai elaborată formă de competiție rituală din politică are loc la fiecare patru ani cu ocazia alegerilor prezidențiale. Metafora călătoriei însoțește întreaga aventură a alegerilor: campania cu pelerinaj. Populația are șansa da a-l cunoaște pe candidat prin intermediul aparițiilor supraritualizate, iar candidatul se folosește de rituri pentru a promova imaginea

⁶ *Ibidem*, pag. 114.

care dorește să fie percepută despre el însuși, în contrast cu imaginea pe care o zugrăvește despre competitorii lui. În acest scop, apelul la simboluri, în scopul definirii anumitor emoții, este crucial. Platforma politică este eclipsată de punerea în scenă, de stegulețe, limuzine, sărutatul copiilor, o gură de mâncare luată în băile de mulțime, un costum popular îmbrăcat la o serbare câmpenească, apariții cu casca de protecție pe schele, plimbatul prin lanul de porumb cot la cot cu agricultorii (de preferință îmbrăcat în haine de lucru). Prin intermediul acestor socio-drame, politicienii încearcă să impună o imagine publică despre ei înșiși, aceea de bastioane ale moralității și de slujitori neobosiți în serviciul binelui public.

Campanii și pre-campanii electorale românești - Rituri românești de câștigare și menținere a puterii. Campania și pre-campania electorală din 2009

Riturile turistice. În categoria riturilor de menținere și consolidare a puterii sau de demonstrare ostentativă a acesteia se regăsesc și vizitele de lucru ale miniștrilor la diverse obiective. Transformarea în eveniment a unor vizite de lucru, care fac parte de fapt din atribuțiile de serviciu firești, este un rit cu substrat electoral. Un exemplu elocvent este minivacanța de 1 Mai (2009) a ministrului turismului, Elena Udrea (www.stiri.ro). Aceasta, îmbrăcată în alb, călare pe un cal alb, pe malul mării, recompune o imagine de basm. Apar aici o serie de imagini și simboluri prin care se încearcă transmiterea unor mesaje subliminale telespectatorilor: culoarea albă și părul blond al Elenei Udrea – sugerează similitudinea cu eroinele pozitive din basme. Calul alb este un alt element care apare frecvent în basme. De altfel, multe din vizitele obișnuite ale ministrului turismului se transformau în adevărate spectacole, mediatizate excesiv. Aducerea unui mare număr de jurnaliști în scopul mediatizării evenimentului conferă, în ochii spectatorilor și a telespectatorilor, un plus de importanță evenimentului, chiar dacă acesta este unul banal. Potrivit lui Chevallier, albul este „culoarea candidatului”. Candidații la funcțiile publice se îmbrăcau în alb. „Este o culoare de trecere, în sensul în care se vorbește de rituri de trecere: el reprezintă chiar culoarea privilegiată a acestor rituri prin care se înfăptuiesc mutațiile ființei, potrivit schemei clasice a oricărei inițieri: moartea și renașterea.”⁷ Calul are o simbolistică legată atât de focul care nimicește și triumfă, cât și de apa care hrănește și îneacă, fapt care proiectează în percepția publicului o imagine pozitivă a celei care călărește pe calul alb, pe malul mării. În basmele românești, calul alb este întotdeauna „vehiculul” purtător al eroului pozitiv. Căii sunt simboluri solare, sunt cei care trag carul soarelui. „Solar, înhămat la carul astrului, calul alb devine imaginea frumuseții desăvârșite, prin dominația spiritului. Este un simbol al măreției.”⁸

Portul popular. Îmbrăcarea în portul popular din zonele pe care le vizitează face parte din programul multor oameni politici, fie că sunt din partidul care guvernează, fie că

⁷ Jean Chevallier, Jean Gheerbrant, *Dicționar de simboluri*, Editura Artemis, București, pag. 75-76.

⁸ *Ibidem*, pag. 225.

sunt din partidele care aspiră la putere. Adoptarea portului popular al acelei zone și „defilarea” prin mijlocul mulțimii cu acest port este o încercare de integrare în societatea, în mediul respectiv, un mod de a se considera „de-al lor”, „de-al locului”. Ziarul „Adevărul” scria în 3 mai 2009: „Președintele Traian Băsescu și soția sa Maria, au fost astăzi Huta Certeze, din Satu Mare, la serbarea câmpenească Sâmbra Oilor. Ei au primit costume tradiționale din Țara Oașului, fiind întâmpinați cu colaci, sare și pălincă. După ce au fost întâmpinați de oficialitățile locale, șeful statului a dansat cu interpreta de muzică populară Maria Tripon, iar soția sa cu primarul din Certeze” (www.adevarul.ro).

Cântecul, dansul, munca. La o serbare câmpenească din Teleorman – în 2 iunie 2009 – Emil Boc cântă pe scenă un cunoscut cântec popular „Pușca și cureaua lată”, împreună cu cântăreața de muzică populară Maria Dragomiroiu (www.antena3.ro). El este protagonistul mai multor demonstrații de acest fel: cioplitul lemnului, dirijatul fanfarei, cositul și mâncatul unui prânz în câmp etc., toate etalate în scopul de a-și demonstra lipsa de formalism și dezinhibiția. Scopul acestor demonstrații este crearea imaginii unui premier „din popor”, apropiat de oameni, nesofisticat. Crearea senzației apropierii de popor este unul din tertipurile electorale ale multor oameni politici. Majoritatea candidaților de la funcții importante în stat, din perioada supusă analizei, au dansat împreună cu alegătorii: Traian Băsescu, Ion Iliescu, Călin Popescu-Tăriceanu, Elena Udrea, Emil Boc, Ludovic Orban, Mircea Geoană etc. Dansul este celebrare, este limbaj. „Acolo unde cuvintele nu mai sunt de ajuns apare dansul. Dansul exprimă și celebrează identificarea cu ceea ce este nepieritor. Astfel sunt toate dansurile primordiale, toate dansurile considerate sacre. Tot astfel sunt, în viața profană, toate dansurile populare sau savante, elaborate sau improvizate, individuale sau colective, care caută mai mult sau mai puțin o eliberare în extaz, fie ca aceasta se limitează la trup, fie că este mai sublimat. Caracterul structurat al dansului, ritmul său, reprezintă scara prin intermediul căreia se realizează eliberarea.”⁹

Inaugurările și tăierile de panglici. Inaugurările, cu toată gama de manifestări aferente, sunt unele dintre cele mai frecvente rituri ale puterii actuale. Spre exemplu, în 13 noiembrie 2010, presa prezintă ca spectaculos un eveniment devenit aproape banal, tocmai datorită frecvenței cu care s-a apelat la el: premierul Emil Boc împreună cu ministrul Transporturilor, Anca Boagiu au mai inaugurat 10 km de autostradă. „Emil Boc a inaugurat sâmbătă, încă 10 kilometri ai Autostrăzii (A3), între Turda și Câmpia Turzii, după care s-a urcat la volanul unei mașini Dacia Duster pentru a testa tronsonul finalizat, alături de ministrul Transporturilor, Anca Boagiu. Boc a tăiat panglica alături de ministrul Transporturilor Anca Boagiu, la intrarea pe A3 dinspre Câmpia Turzii, și a ascultat detalii privind lucrarea din partea reprezentantului constructorului.” (www.gandul.info.ro). Asemenea inaugurări au loc frecvent și, la fel de frecvent și de spectaculos sunt mediatizate de presa favorabilă. Scopul mediatizării excesive și al punerii unei banalități într-o lumină spectaculoasă este sugestionarea în rândul publicului a imaginii unor

⁹ *Ibidem*, pag. 427-429.

guvernanți activi, competenți, preocupați de realizarea unei infrastructuri puternice. De fapt, finalizarea unor tronsoane foarte mici de autostradă face parte din normalitate, iar inaugurarea cu fast nu se justifică.

Lansarea candidaturii. Lansarea candidaturii este unul dintre cele mai somptuoase și ostentative rituri ale puterii actuale. Fiecare candidat încearcă să deruleze un spectacol cu cât mai multe simboluri și mesaje subliminale. Se desfășoară sub semnul opulenței de mijloace, resurse și simboluri. Lansarea candidaturii se anunță de regulă cu mult timp înainte, fără a se preciza inițial data și locul exacte, tocmai pentru a alimenta curiozitatea și suspansul. Spațiile unde se desfășoară lansarea sunt de obicei săli, aule, amfiteatre cu capacitate mare, pentru a putea suporta un număr cât mai mare de invitați din toată țara. Lansările demarează cu mitinguri de amploare, prin declarații solemne, prin strategii teatrale foarte bine puse la punct. Nu lipsesc difuzoarele de unde se aude imnul partidului, așezarea pe scenă a personalităților partidului în ordinea importanței ierarhice, discursurile fulminante, aplauzele, împodobirea sălii în culorile partidului etc.

Spre exemplu, Traian Băsescu a anunțat – aparent intempestiv – că s-a decis să candideze pentru al doilea mandat. Declarația a avut loc în precampania din 2009, la un miting la Sânicolaul Mare – în județul Arad, când un bătrân din mulțime îl provoacă să-și depună candidatura. Personajul este foarte bine ales, pentru că îngemănează în imaginea sa o serie de simboluri generatoare de încredere: om bătrân, cu părul alb, îmbrăcat sobru, cu un discurs simplu. Bătrânețea este un semn de înțelepciune și virtute și reprezintă un transfer de încredere și respect în rândul publicului.

Candidatul PD-L la Primăria Baia Mare la alegerile din 2008, Corin Cherecheș și-a lansat candidatura într-un loc considerat simbolic pentru oraș – Câmpul Tineretului. Însoțit de personalitățile PD-L Maramureș, aranjate în semicerc, având în spate Muzeul de Etnografie, candidatul și-a prezentat echipa și o parte din membrii acesteia au ținut scurte discursuri de susținere. Toți cei prezenți acolo purtau însemnele partidului. Fotografia și filmarea sunt făcute dintr-o perspectivă imagistică prin care se accentuează grandoarea evenimentului (*Glasul Maramureșului*).

Pentru a-și lansa candidatura la Primăria Baia Mare, independentul Mircea Dolha, s-a deplasat de la sediul primăriei până în centrul orașului, însoțit de familie și de un grup de cetățeni îmbrăcați în violet, culoare cu o simbolistică electorală devenită importantă: aceea de a intimida adversarul și de a aduce victoria. (*eMM*).

Depunerea candidaturii. În mod firesc, dacă nu s-ar fi transformat în rit, un asemenea demers ar trebui să dureze câteva minute. Concret – depunerea candidaturii constă în predarea listelor cu semnături birourilor electorale, chestiune care durează efectiv câteva minute, însă spectacolul de dinainte și de după depunere face de obicei obiectul unor talk show-uri ample. Staff-ul fiecărui candidat – format întotdeauna din personalități politice, din reprezentanți cu notorietate ai societății civile, din tehnocrați și din membrii familiei sunt cei care îi însoțesc pe candidați la depunerea candidaturii. Se marșează mult pe ideea

transferului de notorietate de la personalitățile aduse, pe ideea de familist a candidatului etc. Declarațiile celor care însoțesc candidații, descrierea decorurilor de reprezentanții presei, comentariile analiștilor politici, toate la un loc, pot să dureze ore în șir. Presa favorabilă unui anumit candidat va comenta mult pentru a-i face publicitate pozitivă, presa ostilă va critica mult, pentru a-l decredibiliza. Cert este că, în ambele cazuri, telespectatorilor li se vor oferi multe ore de informații și comentarii și implicit mesaje electorale, pe toate canalele media legate de aceste evenimente. În riturile puterii actuale, presa are un rol decisiv. Cu ajutorul ei se poate da grandoare unui eveniment aparent banal sau care, în mod firesc n-ar necesita prea multă mediatizare. Important de punctat este faptul că, toate aceste puneri în scenă sunt create în laboratoarele de partid, sunt opera strategilor de campanie care, adesea se folosesc de presă, fără ca aceasta să realizeze în totalitate că este parte a unor rituri ale puterii.

Candidatul USL la Primăria Baia Mare, la alegerile din 2011, Cătălin Cherecheș și-a depus candidatura la Biroul Electoral Județean, după care, însoțit de personalități ale PSD și PNL și de un grup de susținători – tineri și pensionari – s-a deplasat în fața Prefecturii Maramureș. Acolo, a rostit discursul de lansare a candidaturii. Au fost prezenți tineri și bătrâni împreună cu candidatul, pentru ca electoratul de toate vârstele să se simtă reprezentat. Filmarea era realizată în așa fel încât clădirea primăriei să se vadă în perspectivă, pentru a proiecta imaginea candidatului pe cea a primăriei, astfel încât să sugereze alegătorilor care va fi viitorul său loc de muncă (*CBN TV Maramureș*).

Crin Antonescu își depune candidatura pentru Președinția României la alegerile din 2009, însoțit de o serie de membri marcanți ai PNL, cu toții persoane publice, legitimate cultural și politic. S-a marșat atunci pe declarații moderate care să inducă senzația de siguranță, bun-simț, accentuându-se unul dintre mesajele campaniei: „România bunului-simț”.

Mitingurile electorale. Mitingurile electorale sunt puneri în scenă de anvergură, cu regii complexe, la care se adună mii de susținători. Fiecare partid caută să le organizeze cât mai solemn și mai grandios pentru a impresiona electoratul, pentru a da o senzație de putere cât mai accentuată. În campania electorală la prezidențialele din 2009 este prezentat spre exemplu mitingul candidatului Mircea Geoană la Ploiești, unde Sala Sporturilor a fost neîncăpătoare pentru publicul numeros. Tinerii activiști au făcut pregătirile pentru venirea oficialilor, împărțind stegulețe și banner-e cu mesajul „Îvingem împreună. Mircea Geoană, președinte!” La finalizare pregătirilor a venit candidatul însoțit de „greii” partidului, în timp ce în boxe suna imnul PSD. Invocând metafora călătoriei, liderul județean al partidului a ținut un discurs fulminant, spunând: „Pornim marșul triumfal asupra Cotrocenilor! Vulturul care pleacă de aici va merge din primărie în primărie și din oraș în oraș, și la 7 decembrie se așază la Cotroceni”. L-a ironizat pe contracandidatul său și a recitat din Eminescu, în timp ce pe cele două plasmă din sală se proiectau spoturile electorale cu Mircea Geoană (*www.ziare.ro*). Aici avem de-a face, pe lângă legitimarea candidatului prin compararea sa cu personalități importante ale literaturii românești, și cu un demers de delegitimare a

contracandidatului său – Traian Băsescu. Acesta este comparat cu eroii negativi ai istoriei. Pregătirea, desfășurarea și tensionarea în crescendo a evenimentului conțin toate ingredientele unui scenariu tipic de rit politic: solemnitatea, asistența numeroasă, discursurile fulminante, mesajele discursurilor, acuzațiile și comparațiile pentru adversarii politici, decorarea sălii, emoția candidatului, invocarea religie, pornirea simbolică a călătoriei electorale dintr-un județ care este un fief al PSD.

Congresele partidelor politice. Congresele au devenit în timp spectacole extrem de importante, cu o mediatizare excesivă, precedate de adevărate campanii pentru competitorii la funcțiile din partid. Fastul, muzica solemnă, imnul partidului, simbolurile și culorile partidului, aducerea unui număr cât mai mare de delegați, pentru ca sălile să fie pline, discursurile, transmisiile directe pe posturile de știri – toate sunt elemente de rit. Spre exemplu, Congresul PNL din martie 5-6 martie 2010 a fost mediatizat integral pe cele două posturi naționale de știri – Realitatea TV și Antena 3 – prin aceasta dându-se note suplimentare de solemnitate și importanță. Locul ales – Palatul Parlamentului –, organizarea unor studiouri de știri ad-hoc, pentru transmiterea fiecărui moment, mai mult sau mai puțin important al congresului, au contribuit la conturarea unui eveniment cu alură de rit. În pauzele lucrărilor, au fost luate interviuri delegaților, s-au prezentat știri și imagini de culoare, pe la studiourile improvizate s-au perindat o serie de invitați etc., toate acestea sporind tensiunea atmosferei, care s-a finalizat cu „deznodământul” aflării numelui noului președinte al PNL. Escaladarea tensiunii, tonul uneori agitat al prezentatorilor, vacarmul și agitația de pe holurile Casei Poporului au fost elementele constitutive ale unui nou tip de rit politic care s-a consolidat în ultimii ani în România (www.realitatea.net).

Călătoriile din campania electorală. Toți candidații la președinție – și mai nou chiar la președinția partidelor politice – își fac campanie în întreaga țară. Este un mod de a oferi imaginea preocupării pe care o au pentru problemele fiecărei zone, o formă de „a se apropia” de alegători. Însoțind întreaga aventură a alegerilor, metafora călătoriei este o caracteristică a campaniilor de tip american. Simbolismul **călătoriei**, extrem de bogat, se rezumă totuși la căutarea adevărului, a păcii, a nemuririi, la căutarea și descoperirea unui centru spiritual. Călătoria exprimă o dorință profundă de schimbare interioară, o nevoie de noi experiențe, mai degrabă decât o deplasare locală. După Jung, ea este mărturia unei nemulțumiri care împinge la căutarea și descoperirea de noi orizonturi. În toate literaturile, călătoria simbolizează o aventură și o cercetare, fie că este vorba de o comoară sau de o simplă dorință de cunoaștere, concretă sau spirituală. Dar, această cercetare nu este în fond decât o căutare și cel mai adesea o fugă de sine.¹⁰ Fiecare vizită presupune un întreg arsenal de ritualuri: așteptarea la aeroport de către oficialitățile județului sau orașului, întâmpinarea cu pâine și sare, întâlniri cu persoanele importante din administrație, conferințe de presă, întâlniri cu electoratul, eventual vizite pe la școli sau societăți comerciale importante. Pe parcursul vizitei, candidatul este însoțit de staff-ul său, de gazde și de presă. Cu cât grupul

¹⁰ *Ibidem*, pag. 269.

este mai numeros, cu atât impactul la public este mai puternic. Adunările publice pot să fie parte componentă a ritului călătoriei. În cadrul acestora se circumscriu alte rituri, deja amintite: dansul, cântecele, băile de mulțime, discursurile etc.

Sărbătorile creștine. Prin prezența la slujbele religioase, pioșenia excesivă, uneori cu accente ostentative, sub ochiul camerelor de filmat se urmărește conturarea unei imagini de lider credincios, milostiv, apropiat de oameni. Publicului i se induce ideea că un om cu asemenea calități va fi și un bun conducător.

Serbările câmpenești. Participarea la serbările câmpenești are menirea de a spori popularitatea unui om politic. Acesta va face băi de mulțime, va închina un pahar și va mânca împreună cu participanții, va da mâna cu cât mai mulți. Majoritatea oamenilor politici români au la activ un mare număr de participări la asemenea manifestări. Spre exemplu, „Sărbătoarea țiganilor din Costești” se circumscrie riturilor de menținere și legitimare a puterii în sânul unei etnii în care ierarhiile sunt foarte importante. La „Sărbătoarea țiganilor de la Costești” (11 august 2009) participă și președintele României – Traian Băsescu – împreună cu soția sa. Căpeteniile țiganilor se întrec în a le oferi cadouri, în a o îmbrăca pe prima doamnă cu haine tradiționale țigănești și în a-i invita să danseze împreună cu ei. Oferirea – și acceptarea – cadourilor de către președinte este un semn de apreciere pentru etnicii țigani, venit din partea șefului statului. Însă, mai are și o altă conotație pentru căpeteniile țigănești. Acceptarea lor în proximitatea președintelui le sporește legitimitatea și puterea în propriile ierarhii. Este o formă de transfer de influență și putere. Pe de altă parte, președintele – aflat în pre-campanie electorală – acceptă să danseze împreună cu ei, oferind astfel impresia că se integrează în comunitatea lor. Evident, toată această atitudine are conotații electorale.

Campania electorală și pre-campania lui Traian Băsescu.

Repere de campanie

Întreaga campanie electorală este un spectacol cu o regie atentă, este o derulare ordonată de ritualuri și simboluri, scopul fiind bine definit: acela de a impresiona electoratul, de a-i atinge coarda emoțională și – în final – de a-i obține votul, întrucât - se știe - oamenii aleg emoțional. Strategii de campanie cunosc resorturile emoționale care trebuie atinse, raportate la tipologia candidatului, a contracandidaților și a expectațiilor electoratului. Campaniile și perioada de precampanie a lui Traian Băsescu au avut puncte-cheie menite să accentueze imaginea mitică a președintelui. În această a doua campanie, președintele în funcție și-a construit un nou mesaj electoral care marșă pe lupta anticorupție. Dacă în prima campanie era eroul eliberator, era „președintele-jucător” care venea să schimbe regimul unui președinte în vârstă, asimilat cu remanențele comuniste, în a doua campanie, își construiește imaginea haiducului care se va lupta cu corupția. „În discursul său de un

populism evident, mulți dintre alegători s-au regăsit și, ca urmare i-au dat votul. A reușit să electrizeze electoratul prin apetența sa pentru băile de mulțime, prin demagogia ambalată frumos, prin umorul său grobian, prin mimarea unor bătălii în interesul poporului, prin lansarea pe piață a sintagmei „președinte jucător”.¹¹ O asemenea sintagmă plăcea electoratului care vedea în președintele jucător – președintele implicat, interesat de problemele cetățeanului. Înaintea campaniei din 2009, analiștii se întrebau dacă Traian Băsescu – a cărei imagine se erodase serios – mai are resurse și teme de abordat pentru câștigarea unui nou mandat. Maestru al manipulării, printr-o campanie bine condusă de specialiști în comunicare, sociologie și imagistică, Traian Băsescu reușește să-și înfrângă adversarii politici. Victimizarea, aruncarea în derizoriu a unor teme importante și aducerea în prim-planul dezbaterii publice a altor teme convenabile, ritualizările, mistificările, ambiguitatea etc. au fost doar câteva din elementele utilizate în scenariul ritualic al campaniei. S-a conștientizat faptul că „spectacolul public contează, nu platforma politică.” Promovând teme în care alegătorii se regăseau s-a reușit stimularea solidarității, chiar și în lipsa consensului.¹²

Pornind de pe o poziție avantajată de deținerea funcției de președinte, candidatul Partidului Democrat Liberal la alegerile prezidențiale din 2009 – Traian Băsescu – a apelat la o gamă variată de rituri, spectacole și simboluri. Presa și analiștii acreditează ideea unei campanii opulente, avantajate tocmai de accesul la banul public. În perioada campaniei, dar și în pre-campanie, oamenii politici cu notorietate din proximitatea președintelui au fost, la rândul lor, protagoniști ai altor rituri, în scopul sensibilizării electoratului, a atragerii simpatiei spre reprezentanții partidului președintelui. Aceștia au devenit rele de diseminare a mesajelor electorale, dar și poli de atragere a simpatiei electorale. Campania agresivă a continuat în 2009 și în stradă, organizându-se mitinguri așa-zis „spontane” îndreptate împotriva contracandidatului său Mircea Geoană, încadrate în categoria riturilor de delegitimare. Iată câteva din elementele de precampanie care s-au sincronizat la nivel național și au punctat și au contat în destabilizarea adversarului. Aparent, păreau să nu aibă legătură între ele, însă tocmai sincronizarea, identificarea aceluiși mesaj la fiecare dintre ele, relevă faptul că sunt acte ale aceluiși spectacol. Prima manifestație din acest ciclu a avut loc la Timișoara, pe 1 Decembrie, pretextul fiind semnarea de către Mircea Geoană, Crin Antonescu, Klaus Iohannis și Gheorghe Ciuhandu a „Parteneriatului pentru Timișoara”. În paralel, 300 de protestatari s-au solidarizat la Brașov cu manifestații anti-PSD de la Timișoara, scandând lozinci împotriva comunismului și a lui Ion Iliescu. Fenomenul a continuat și în București, în Piața Universității, unde manifestații au scandat lozinci precum „Jos comuniștii!”, „Timișoara!”, „Azi în Timișoara, mâine-n toată țara!”, dar și mesaje anti-Geoană. În următoarele zile protestele au continuat la Cluj, Constanța, Sibiu, Târgoviște. Symbolismul este evident prin alegerea unor orașe-simbol în care să răbufnească aceste manifestații „spontane”. Este vorba de Timișoara, Brașov, București – Piața Universității – adică exact locuri de unde au mai pornit mobilizări de anvergură ale populației nemulțumite de regim.

¹¹ *Raport de analiza politică asupra alegerilor din 2009* – Institutul Ovidiu Șincai, pag. 14.

¹² *Ibidem*, pag. 34.

Punerea în scenă a confruntării televizate Băsescu – Geoană. Finalul campaniei a fost reprezentat de întâlnirea televizată dintre cei doi finaliști: Traian Băsescu și Mircea Geoană. În 3 decembrie 2009 are loc confruntarea televizată a celor doi candidați – Traian Băsescu – și Mircea Geoană, moderatorul fiind Robert Turcescu. Confruntarea a fost amplu mediatizată, punându-se accent pe apropierea orei de difuzare, totul având ca rezultat tensionarea și stârnirea curiozității telespectatorilor. Promo-ul făcut cu mult timp înainte, așa cum se procedează în cazul spectacolelor, al filmelor importante face parte din scenariul întâlnirii. Fiecare detaliu al întâlnirii, de la decor până la discursuri, a căpătat greutate ca urmare a unei asemenea mediatizări. Moderatorul este unul cunoscut ca fiind sobru, acid, riguros, fără umor, tocmai pentru a părea un arbitru care urmează să arbitreze un meci din categoria grea. Apar o serie de simboluri și de elemente de decor și o mulțime de actanți, pentru a da o grandoare deosebită acestei puneri în scenă și, evident, pentru impresionarea receptorului mesajului, adică a publicului.

Alaiul – ambii candidați au venit însoțiți de familie, de cele mai importante personalități din partid, dar și de persoane cunoscute din societatea civilă. Locul de desfășurare – Palatul Parlamentului – clădire simbolică pentru politica românească, impresionabilă prin grandoare și decor.

Filmarea sosirii – fiecare candidat este filmat și urmărit, din momentul coborârii din mașină, până la locul desfășurării confruntării. Toată derularea confruntării, cu filmarea și prezentarea elementelor de dinainte și de după confruntare, dar și din pauzele publicitare, plasează simbolic confruntarea la nivelul unui concurs, a unei bătălii pe viață și pe moarte, escaladând tensionarea momentului. Filmarea susținătorilor în timpul desfășurării confruntării, rumoarea provocată în rândul acestora de unele întrebări sau răspunsuri, emoția, frământările membrilor familiilor candidaților, au fost alte elemente care au avut menirea de a impresiona și de a sensibiliza resortul emoțional al alegătorului.

Presă – prezența unui mare număr de jurnaliști, care au fost filmați și arătați dinainte, are menirea de a accentua importanța comunicării, a transmiterii mesajului, dar și tensiunea care urmează să apese pe umerii candidaților în timpul confruntării. Prin toate acestea, se valorizează și omul din fața ecranului, telespectatorul care devine atent la fiecare detaliu, este tentat să valorizeze la rândul său prestația candidaților. Pentru cei indeciși, care sunt în general numeroși, orice detaliu poate fi decisiv în alegere. Prezentarea candidaților în timp ce se concentrează pentru emisiune, filmarea lui Traian Băsescu în timp ce-și citea notițele, conturează telespectatorului imaginea unui om emoționat, apăsător de importanța momentului, a alegerilor și a funcției pentru care se luptă.

„Glonțul de argint” – este un element-cheie în confruntările finale dintre candidați. Este momentul cel mai tensionat și mai așteptat, echivalentul apogeului dintr-un film, al punctului culminant din orice spectacol ritualic. În timp, publicul a fost „pregătit” să aștepte

și să mizeze pe acest moment al aruncării glonțului de argint. Traian Băsescu s-a folosit cu abilitate de vizita făcută de Mircea Geoană cu o seară înainte tocmai la Sorin Ovidiu Vântu. Asocierea imaginii candidatului cu un personaj controversat a fost devastatoare pentru Mircea Geoană. Intonația și insistența – derulate într-o tonalitate teatrală și bine jucată - cu care Traian Băsescu l-a întrebat pe Mircea Geoană: „V-ați simțit bine la Vântu?” au fost decisive pentru ca, în ochii alegătorului indecis, Mircea Geoană să pară mincinos, slab, aservit unui om de afaceri controversat și nesimpatizat de public. Scenariul se circumscrie momentelor importante din derularea oricărei povești: are un început, legat de sosirea actanților, desfășurarea, intriga (atacurile sub centură, provocările) apogeul (respectiv „glonțul de argint”) și deznodământul. Deznodământul este unul nefast pentru contracandidatul lui Traian Băsescu, Mircea Geoană care este marele perdant al acestei confruntări. Atitudinea lui defensivă, fâstâceala, imposibilitatea de a da un răspuns ferm unei asemenea provocări l-au costat procente importante în bătălia pentru președinție. Este o dovadă a faptului că simbolica cuprinsă în rit, ritualurile derulate au fost asimilate și percepute de publicul receptor conform scopului pentru care au fost concepute. Cu alte cuvinte, ritual de delegitimare, bine pus în scenă și insinuat de staff-ul de campanie al președintelui Traian Băsescu, a funcționat.

BIBLIOGRAFIE

- Ballandier, George**, *Scena puterii*, Editura AION, Oradea, 2000.
- Boia, Lucian**, *Istorie și mit în conștiința românească*, Editura Humanitas, București, 1997.
- Chevallier Jean, Gheerbrant, Jean**, *Dicționar de simboluri*, Editura Artemis, București.
- Culianu, Ioan, Petru**, *Religia și creșterea puterii*, Editura Nemira, București, 1996.
- Durkheim, Emile**, *Formele elementare ale vieții religioase*, Editura Polirom, Iași, 2005.
- Eddelman, Murray**, *Politica și utilizarea simbolurilor*, Editura Polirom, Iași, 1999.
- Eliade, Mircea**, *Aspecte ale mitului*, Editura Univers, București, 1987.
- Frigoiu, Nicolae**, *Antropologie politică*, Editura Tritonic, București, 2009.
- Glasul Maramureșului** – colecția mai-iunie 2008.

Institutul „Ovidiu Șincai” – *Raport de analiză politică asupra alegerilor prezidențiale din 2009.*

Kernbach, Victor, *Dicționar de mitologie generală,* Editura Albatros, București, 1983.

Kertzer, David, *Ritual, politică și putere,* Editura Univers, București, 2002.

Le Bon, Gustave, *Psihologia mulțimilor,* Editura Antet, București, 2000.

Machiavelli, Niccollo, *Principele,* Editura Antet, București, 2000.

Ruști, Doina, *Mesajul subliminal,* Editura Tritonic, București, 2005.

Săftoiu, Claudiu, *Jurnalismul politic. Manipularea politicienilor prin mass-media, manipularea mass-media de către politicieni,* Editura Trei, București.

Teodorescu, Bogdan, *Cinci milenii de manipulare,* Editura Tritonic, București, 2007.

Vulcănescu, Romulus, *Dicționar de etnologie,* Editura Albatros, București, 1979.

Van Gennep, Arnold, *Riturile de trecere,* Editura Polirom, Iași, 1996.

www.adevarul.ro

www.antena3.ro

www.gandul.ro

www.mediafax.ro

www.realitatea.net

www.stiri.ro

www.ziare.ro