

Ovidiu-Aurel GHIUTA
University Stefan cel Mare of Suceava

THE USE OF BRAND COMPONENTS IN ELECTORAL DEBATES. ROMANIAN PRESIDENTIAL ELECTIONS 2014*

Case
Study

* This article is a part of my post doctoral thesis "Analiza comparată a brandului electoral în paradigma epistemologică pozitivistă, interpretativistă și constructivistă" published with the name above in 2016 at Tehnopres publishing house, Iași. The defense of the postdoctoral thesis was in 2015 at Stefan cel Mare University of Suceava.

Keywords

Presidential election;
Brand;
Romania;
2014;
Political brand;
Iohannis;
Ponta;

JEL Classification

M31, D72, M38

Abstract

The present paper illustrates the use of the brand components in the most important campaign debate of the presidential elections in Romania in 2014: the first televised election confrontation between the candidates (Victor Ponta and Klaus Iohannis) in the second round of the presidential election. The research method of case study was selected. The research technique consisted of the content analysis of the two speeches. Finding the elements of the candidate's brand in a single confrontation implies, even more so, his presence in the entire election campaign. Six of the eight components of the brand (adaptability, differentiation, innovation, history, positioning, and segmentation) are used by both candidates with the purpose to influence citizens' vote.

INTRODUCERE

Alegerile prezidențiale din 2014 din România au reflectat foarte mult efectul utilizării mijloacelor moderne de comunicare cu ajutorul rețelelor sociale, dar și faptul că brandul este volatil, au arătat importanța capitală a unora din componentele brandului precum inovație, adaptabilitate dar mai ales segmentare și poziționare. Este unul dintre puținele cazuri în care candidatul care a obținut în primul tur peste 40% din voturile valabil exprimate și cu peste 10% față de cel aflat pe locul al II-lea în turul II a pierdut alegerile.

Vom analiza discursurile candidaților din turul II în cele două confruntări pe care aceștia le-au avut. Confruntările au fost televizate în direct, la ore de maximă audiență și reprezintă singurele întâlniri publice ale celor doi candidați pe durata turului doi de scrutin al alegerilor prezidențiale.

DEFINIȚIA BRANDULUI ȘI COMPONENTELE ACESTUIA

Ca definiție a brandului politic vom utiliza pe următoarea: Brandul reprezintă percepția publicului în particular și a societății în general despre o marcă/loc/persoană/idee la un anumit moment. Percepția despre marcă se realizează între bunuri și servicii în general și mai ales în acea categorie de produs-serviciu în care este amplasată acea marcă (Ghiuță, 2010, 2011). Brandul în politică este imaginea unui om politic sau a unui partid percepută de electorat la un moment dat. (Ghiuță, 2011).

Relația dintre modelele diferitelor paradigme care au dobândit până acum statutul de Teorii ale votului și brandul politic se vor identifica indirect prin faptul că unele componente ale brandului se regăsesc expuse sub diferite denumiri în modelele existente.

Definirea brandului prin componentele sale a fost realizată în lucrări anterioare (2009, 2010, 2011) și vom prezenta și aici tabele sintetizatoare referitoare la prezența componentelor brandului în general și a componentelor brandului în politică (tabel 1).

Totuși, pentru că avem de a face cu o construcție și evoluție continuă, reîntoarceri la etape anterioare, cel mai potrivit pentru analiza din această lucrare este modelul de stare sistematică, pentru că asupra unui brand deja construit toate cele opt componente continuă să-l influențeze, el regăsindu-se la intersecția acestora. Proporția influenței celor opt componente diferă de la un brand la altul și de la o etapă din ciclul de viață al brandului la alta. Brandul nu se află într-un loc specific, ci este rezultanta relațiilor permanente dintre cei opt factori.

Viziunea analizei pune accentul pe *imaginea de brand* care este un concept de recepție și nu pe *identitatea de brand* care este un concept de emisie.

Conceptul de emisie este cuprins în fiecare componentă percepută a brandului. Conformă cu conținutul lucrării este și opinia lui Thiétard: „indivizii își creează mediul prin gândirea și acțiunile pe care le fac, ghidați de o finalitate” (Thiétard et al., 2007). Adică, candidații folosesc componentele brandului pentru a influența comportamentul electorilor.

METODOLOGIE

Studiul de caz care trebuie să pornească de la teorie (definiția conceptului de brand) și să se întoarcă la teorie (fiecare componentă a conceptului de brand este utilizată în campania electorală pentru a influența comportamentul electorului), sporindu-i baza empirică (apud Chelcea, 2007).

Metodologia cercetării utilizate poate fi încadrată conform în epistemologiei cercetării din științele sociale în paradigma constructivistă, proiectul constructivist analizând construcția realității (Thiétard et al., 2007).

În această lucrare este utilizat ca studiu de caz prima și cea mai importantă confruntare electorală televizată (din 11 noiembrie 2014) în care s-au confruntat candidații din turul al doilea al alegerilor prezidențiale din România în 2014. Alegerile prezidențiale din România folosesc votul direct și se desfășoară în două tururi de scrutin, în cel de-al doilea tur (la două săptămâni de primul) intrând candidații cu cele mai bune două rezultate din turul întâi. La turul întâi în 2014 (2 noiembrie) primii doi au fost:

Ponta Victor-Viorel (candidat al alianței PSD-UNRP-PC) 40,44%;

Iohannis Klaus-Werner (candidat al alianței PNL-PDL) 30,37%.

Turul al doilea s-a desfășurat pe 16 noiembrie și câștigător a fost Klaus Iohannis cu 54,43% din voturile valabil exprimate.

Ipotezele de cercetare utilizate:

Componente ale brandului se găsesc indirect sau indirect ca și elemente utilizate în discursurile celor doi candidați (8 ipoteze) H1:H8. Ele se referă la următoarele componente ale brandului: valorile brandului (mod de gândire, stil de viață) – H1; inovație – H2; diferențiere – H3; poziționare – H4; segmentare – H5; adaptabilitate – H6; durabilitate, istorie – H7; notorietate – H8.

De exemplu:

H1: Valorile brandului (mod de gândire, stil de viață) se regăsesc în cel puțin unul din discursurile celor doi candidați.

H2: Diferențierea se regăsește în cel puțin unul din discursurile celor doi candidați.

H3: Poziționarea se regăsește în cel puțin unul din discursurile celor doi candidați.

H4: Notorietatea se regăsește în cel puțin unul din discursurile celor doi candidați.

H5: Istoria se regăsește în cel puțin unul din discursurile celor doi candidați.

H6: Adaptabilitatea se regăsește în cel puțin unul din discursurile celor doi candidați.

H7: Inovația se regăsește în cel puțin unul din discursurile celor doi candidați.

H8: Segmentarea se regăsește în cel puțin unul din discursurile celor doi candidați.

Tehnica de analiză utilizată

Analiza de conținut este o tehnică de analiză ce are avantajul de a reprezenta o tehnică cantitativ-calitativă de studiere a comunicării, dar nu numai a conținutului manifest al acesteia, ci și a celui latent (Chelcea, 2007; Mayring, 2000), deoarece de multe ori conceptele ce sunt definite apriori nu apar în mod explicit în text, am analizat textul și am efectuat codificarea dintr-o perspectivă a sensului de branding management al conținutului. Validitatea codării latente poate excede validitatea codării manifeste, deoarece oamenii comunică înțelesuri în multe feluri implicite care depind de context, nu numai de cuvinte specifice (Agabrian, 2006).

Definiția oferită de Chelcea (2007) pentru această tehnică „set de tehnici de cercetare cantitativ-calitativă a comunicării verbale și nonverbale, în scopul identificării și descrierii obiective și sistematice a conținutului manifest și/sau latent, pentru a trage concluzii privind individul și societatea sau comunicarea însăși, ca proces de interacțiune socială” arată că analiza de conținut reprezintă cea mai apropiată tehnică de cercetare științifică pentru scopul studiului de față, cel de a identifica, descrie și explica interacțiunile sociale.

Tipuri de analiză de conținut utilizate

Pentru analiza acestui discurs, am folosit analiza de conținut calitativă: în identificarea și atribuirea segmentelor de text pentru fiecare din cele opt concepte vizate și derivarea concluziilor (Am preferat termenul de concept față de cel de variabilă deoarece în analiza noastră ele nu au valori diferite pentru unități sau cazuri diferite. În această analiză conceptele sunt doar identificate și nu măsurate). Conținutul audio al confruntării electorale a fost transcris.

Definirea conceptelor și operaționalizarea

Conceptele au fost stabilite a priori pe baza componentelor brandului și componente ale brandului în politică validate de cercetător pe baza cercetărilor anterioare: stil de gândire, mod de viață, viziune; poziționare; diferențiere; segmentare; trecut, istorie; inovație; adaptabilitate și notorietate. Conceptele au fost stabilite în prealabil și nu am integrat și posibilitatea stabilirii a noi concepte în timpul analizei pe baza unor teorii.

Protocolul de codare și definițiile conceptelor ce au fost luate în calcul atunci când s-a realizat codarea (s-a acordat atenție deosebită sensului latent într-o abordare de branding management) sunt cuprinse în textul de mai jos (Ghiuță, 2015, 2016):

1. *stil de viață, mod de gândire, valorile brandului.*

Acest concept îl vom regăsi atunci când candidatul va vorbi despre un nou stil de gândire, un nou stil de viață (propriu) ce a fost introdus/ s-a încercat introducerea lui de el sau de partid.

2. *notorietate.* Se codifică segmentul de text în care se vorbește de faptul de a fi cunoscut, de a se face cunoscut, dorința de a fi cunoscut ca și candidat, ca om, ca politician sau cu referire la programul propus sau ca și partid.

3. *segmentare.* Se vor codifica părțile de text în care se vorbește de transmiterea de mesaje, targetarea, comunicarea, găsirea de soluții pentru anumite categorii ale electorilor.

4. *poziționare.* poziționare dorită, poziționare comunicată și poziționare perceptuală (aceasta din urmă reprezintă adevăratul sens al termenului utilizat în branding). Modul în care consumatorii percep mărcile și brandurile este descris cu ajutorul conceptului de poziționare. Poziționarea unui produs este modul în care produsul, raportat la produsele concurenților, este definit de consumatori. Analiza va cuprinde printr-un abuz de limbaj poziționarea dorită, poziționarea comunicată și poziționare percepută (a interviuatului despre un candidat sau un partid al cărui nu este membru). Se vor codifica părțile de text în care găsim referiri la caracteristici ale unui candidat (reale, percepute sau comunicate) sau a unui partid.

5. *diferențiere.* Acest concept arată distincția dintre candidat și ceilalți candidați. La fel ca și poziționarea, vom analiza diferențierea comunicată de candidat.

6. *adaptabilitate.* Acest concept vizează schimbări ale mesajului în timpul campaniei electorale, în funcție de eveniment, de etapa campaniei, dar și adaptarea și oferirea de soluții pentru problemele din acel moment ale electorilor. Cuvinte ajutoare: vom realiza, voi realiza;

7. *inovație.* De asemenea se va codifica partea de text care va releva inovație în comunicare în discurs;

8. *durabilitate, istorie.* Se vor codifica elementele pe care le va comunica despre trecutul său, despre acțiuni pe care acesta le-a făcut.

Fiecare din aceste concepte va fi codificat ca fiind spontan sau asistat; spontan în cazul în care interviuatul va introduce el singur tema în discuție și asistat în cazul în care cercetătorul va aduce în discuție direct sau indirect acea temă.

Codarea

În această analiză codarea s-a efectuat manual iar și această activitate a fost realizată de cercetător. Există posibilitatea, care de altfel s-a și întâmpnat în

dese ori ca o parte a textului să fie încadrată în două concepte. Acest fapt era oarecum previzibil deoarece toate aceste concepte se întrepătrund, unele fiind chiar construite în practică împreună (segmentare, poziționare și diferențiere) iar brandul ce se încearcă a fi construit se află într-un areal delimitat de conexiunile dintre aceste concepte componente ale acestuia.

Unitatea de înregistrare, unitatea de context și unitatea de numărare

Ca unitate de înregistrare pentru contextul nostru de concepte (componentele brandului în politică) am ales tema: acel fragment de text care, prin ideile conținute, corespunde semnificației uneia sau alteia din conceptele stabilite (Rotariu, 1986 apud Agabrian, 2006). Ole Holsti (1969) descrie tema ca fiind „o singură aserțiune despre unele subiecte”. Granița temei trasează o singură idee, nefiind restricționați de granițele semantice individuale ale propozițiilor frazelor și paragrafelor (Agabrian, 2006). Tema reprezintă cea mai potrivită unitate de înregistrare pentru a putea identifica conceptele create, creând ulterior și unele avantaje ca fidelizarea înregistrării și fiabilitatea analizei. Această variantă de unitate de înregistrare, tema, produce pentru unii autori chiar o nouă tehnică: analiza tematică de conținut. Aceasta se poate aplica doar atunci când codificarea se realizează în categorii stabilite a priori și există un cadru conceptual solid exemplificat, așa cum este în cazul cercetării de față. (Jolibert & Jourdan, 2006).

Fidelitatea/fiabilitatea și validitatea analizei

Termenul avut în discuție este cel de reliability din limba engleză (Mayring, 2002). Unii autori români preferă termenul de fidelitate (Chelcea [2007], Culic [2004] și Agabrian [2006]) în timp ce autorii francezi (Gavard-Perret et al. [2008], Thietart et alii [2007], Jolibert & Jourdan [2006]) utilizează termenul de fiabilitate a cercetării. În timp ce autorii români susmenționați vorbesc de fidelitatea/reliabilitatea instrumentelor de măsurare, unele lămuriri suplimentare, chiar dacă nu în mod direct, sunt aduse de Zaiț & Spalanzani (2006) care vorbesc atât despre fidelitatea surselor și a datelor, dar și de fiabilitatea instrumentului de cercetare și a metodologiei de cercetare utilizate în ansamblu.

Alegerea temei ca unitate de înregistrare oferă un plus de fidelitate analizei față de celelalte posibilități, Chelcea (2007): „(...) că celelalte unități de înregistrare (propoziția, fraza, paragraful), deși ușor de reperat, impun transformarea lor în unități tematice, ceea ce ridică serioase probleme în privința fidelității analizei conținutului.”

Referitor la fiabilitatea codării, analiza realizată are ca punct slab faptul că nu am verificat reproductibilitatea / replicabilitatea codării (fiabilitatea inter-codori) ci doar stabilitatea fiabilității codajului (fiabilitatea intra-codori),

cercetătorul reluând procesul de codare de două ori și găsind aceleași unități de text ce reprezentau una din cele nouă teme stabilite a priori (Gavard-Perret et al., 2008; Thiétart et al., 2007). Faptul că nu am verificat fiabilitatea inter-codori reprezintă una din limitele cercetării.

Pentru validitatea studiului de analiză de conținut am verificat dacă caracteristicile textului și concluziile sunt relevante cu ipotezele ce dorim să le verificăm. Analiza de conținut nu arată că fiecare din categorii influențează votul alegătorilor, dar indică o influență certă și puternică, deoarece ele sunt folosite de candidat în acest discurs.

REZULTATE ANALIZA DE CONȚINUT

Vom prezenta părțile din text, cele pe care le considerăm edificatoare pentru a susține faptul că acea componentă a brandului este utilizată de candidat în discursul său. Ponderile în care sunt folosite componentele brandului nu sunt egale.

Mod de gândire, stil de viață, valorile brandului

Nici unul dintre cei doi candidați nu a reușit să-și transmită valorile sale morale, modul de gândire sau stilul de viață în comportamentul electorilor. Nici unul dintre cei doi nu era la momentul alegerilor prezidențiale un model pentru un segment electoral. Această componentă a brandului este foarte puțin atinsă, dar într-un mod tangențial de Klaus Iohannis doar în două replici scurte, provenite de la discuția referitoare la imposibilitatea multor români din diaspora să voteze în primul tur de scrutin: „*Domnule Ponta, noi trăim într-o țară democrată! (...) Trăim într-o țară democrată. Fiecare cetățean are dreptul la vot!*”.

Istorie, trecut

Componentă a brandului este extrem de utilizată de fiecare dintre cei doi candidați în această confruntare de la RealitateaTV. Candidații fac apel la trecutul politic recent sau mai îndepărtat. Totuși sunt remarci care se vor referi la trecutul adversarului care nu are legătură cu politica. Ei încearcă prin istorie să se poziționeze sau să poziționeze adversarul politic, dar să se și diferențieze. Fiecare dintre ei vorbește despre istoria personală dar și mai ales despre istoria adversarului, istorie prin care să arate că acesta a promis lucruri electoratului și nu s-a ținut de cuvânt, că a guvernat slab, că nu și-a îndeplinit corect atribuțiile funcției, că este asociat cu istoria dezavantajoasă a unor colegi de partid anchetati penal sau chiar arestați.

Istoria proprie

Victor Ponta

Victor Ponta face referire la trecutul personal în încercarea de poziționare. Ilustrăm câteva detalii:

a) agreat de marii conducători de state

„Vă referiți la la vizitele... când am fost primit în vizita oficială la doamna cancelar Merkel, la asta vă referiți? Sau când am fost la Washington la vicepreședintele Biden?”

b) bun conducător al Românilor

„Eu le-am rezolvat până acum (nr. problemele românilor) și le voi rezolva în continuare și le voi rezolva ca Președinte cu un Guvern cu care voi colabora..”

„spre deosebire de oricine altcineva, repet: doi ani și jumătate ca prim ministru, nu doar persoanele care conduc aceste instituții, dar bugetare acestor instituții, legislația, ne-au făcut ca aceste instituții să aibă rezultate – exact ceea ce n-au avut în cei opt ani în care n-am fost Prim-Ministru.”

c) acțiunile în domeniul justiției

„Domnule Rareș Bogdan, spre deosebire de vorbele goale, eu pot să garantez cu fapte. Și anume: actualul șef al DNA, doamna Keovesi a fost propusă de către mine, Ministru Interimar al Justiției. Președinta Înaltei Curți de Casație și Justiție, doamna Stanciu, a fost votată inclusiv de către Ministrul Justiției, care reprezintă Guvernul în cadrul CSM. La fel s-a întâmplat cu conducerea CSM, la fel s-a întâmplat conducerea ANI în Parlament. Deci, tot ceea ce eu am făcut până acum ca Prim-Ministru, voi face ca Președinte. Și anume: garantarea independenței și a profesionalismului celor care trebuie să îndeplinească justiția.”

d) poziția sa pe teme în care a avut un trecut o poziție duplicitară subiect la care a trebuit să răspundă fiind întrebat de moderator)

„Poziția mea față de Roșia Montană și de toate proiectele care respectă standardele europene și creează locuri de muncă a fost acela de a se lua o decizie politică în parlament, Parlamentul României. Deci, foarte clar că nu se va face acel proiect și nici nu se va face, dar trebuie și avem obligația să găsim, trebuie să avem obligația să găsim soluții pentru toate zonele monoindustriale din România unde oamenii și-au pierdut locul de munca.”

Klaus Iohannis

Și candidatul liberal face extrem de puțin apel la istoria personală, doar o singură dată spontan și nu provocat de o întrebare a moderatorului sau o afirmație a contracandidatului. Mai jos avem ilustrate câteva pasaje:

a) la întrebarea Laviniei Șandru referitoare la trecutul său

„Nu am fost la Chișinău! Nici la Cernăuți!”

„Fiindcă am prieteni de mulți ani care se trag din Cernăuți și am prieteni foarte apropiați care vin din zona Chișinăului.”

b) referitor la Partidul Național Liberal

„Eu cred că este foarte important să vedem ce facem în viitor; ce-am făcut în trecut, am făcut; cred că

noi am dovedit bună-credință în ultima perioadă și toată lumea a putut să vadă aceste lucruri.”

Istoria contracandidatului

Victor Ponta

Victor Ponta nu a folosit foarte mult istoria personală sau politică a lui Klaus Iohannis ca și subiect de discuție, dar atins de câteva ori acest punct pentru a-l prezenta pe acesta din urmă într-o lumină negativă în fața unei anumite comunități sau a întregului electorat:

a) referitor la faptul că Iohannis nu a fost în campanie la românii din diaspora

„Când ați fost ultima dată la Chișinău? (...) Dar la Cernăuți? (...) Dar în Italia ați fost? (...) Ați fost acum în campanie, ați vorbit cu comunitățile românești? (...) Nu în vacanță, eu vă întreb dacă ați vorbit cu comunitățile românești! (...) În Spania ați fost, ați vorbit cu comunitățile românești? De unde știți dumneavoastră dacă nu v-ați întâlnit niciodată cu ei?”

„Pentru românii care se află în Italia, în Spania, pe care eu i-am vizitat, domnul Iohannis nu i-a vizitat, dar probabil îi va vizita; cei din Franța, din Germania există două lucruri importante pe care Guvernul și Președintele trebuie să le facă: în primul rând, să discute cu omologii săi din respectivele țări, pentru ca drepturile tuturor românilor să fie respectate în egală măsură cu ale oricărui cetățean european.”

b) Referitor la trecutul politic al lui Iohannis în cadrul alianței USL

„Aș vrea totuși un pic mai mult respect, când ați fost la mine în birou erați foarte umil și respectuos! (...) Da, dar să fiți ăla de la mine din birou, cuminte! Cuminte și calm! (...) Domnule Iohannis! Ați plecat și de la mine din birou foarte cuminte, cu coada între picioare!”

„Nu, partidele noastre PSD-PNL, începând cu PSD-ul, pe care domnul Iohannis acum se rușinează foarte tare, sunt cele care l-au propus pe domnul Iohannis Prim-ministru și atunci nu s-a rușinat, în 2009.”

c) Referitor la trecutul liderilor partidelor politice care-l susțin pe Iohannis

„dumneavoastră sunteți înconjurat, echipa noastră, cei care vă sprijină și cu care vă faceți campanie, de către cei care au tăiat pensiile și salariile din această țară. Am aici, le găsiți în Monitorul Oficial, legile prin care s-au tăiat pensiile, s-au tăiat salariile, s-a mărit TVA-ul și s-au închis spitale. Toate semnate de către domnul Cătălin Predoiu, cel pe care dumneavoastră îl susțineți ca Prim-ministru, domnul Vasile Blaga, șeful dumneavoastră și al domnului Băsescu de campanie, de către colegii dumneavoastră pe care-i aveți și-acum în partid. Pentru că dumneavoastră reprezentați PDL-ul,”

„Domnule Iohannis, le-am spus ceea ce veți face, dumneavoastră cu Predoiu și cu Blaga! (...) Pentru că ați mai făcut o dată!”

„Președintele Consiliului Județean Cluj, domnul Ioreanu și colegul dumneavoastră, Președintele Consiliului Județean Brașov, domnul Cancescu, sunt amândoi în arest preventiv, cred că știți asta. Bănuiesc că vă mândriți cu ei!”

Klaus Iohannis

Klaus Iohannis folosește în mare parte component de istorie a brandului pentru a-l poziționa pe Victor Ponta, atribuindu-i eșecuri din trecutul apropiat (organizare primului tur al alegerilor prezidențiale), rezultate slabe de guvernare, asocierea cu membri din PSD care au probleme penale.

a) Alegerile din diaspora

„Duminică, în jurul orei 12, m-a sunat un prieten care s-a dus să voteze la Munchen, și mi-a spus că sunt aproximativ 1000 de persoane care așteaptă să voteze la consulatul de la Munchen. M-a întrebat ce să facă. L-am rugat să aibă răbdare și până la urmă va vota. După-amiază m-a sunat și mi-a spus că sunt 1500 de persoane care așteaptă să voteze, i-am spus că mi se pare că aici este o mare problemă. Seara la ora 9, seara la ora 9 m-a sunat și mi-a spus că s-au închis porțile și o mie de persoane au rămas afară și nu au putut să își exprime votul. Domnule Ponta, ați organizat alegerile din Diasporă în mod execrabil! (...)”

Dumneavoastră ați suprimat dreptul la vot la cetățenii din diasporă. Același lucru mi s-a comunicat din Paris, din Londra; am teancuri de e-mailuri și scrisori primite de la cetățeni, absolut revoltați că nu au putut să voteze în 2 noiembrie. Aceste lucruri trebuia să prevedeați, fiindcă s-au întâmplat și în alți ani și a fost clar că vom avea o prezență destul de mare la vot. Dumneavoastră ați ignorat... (...)”

Cu rea credință, toate informările care au fost făcute. Și ați organizat în așa fel încât mii de oameni au rămas aseară, seara. Au fost bruscați cetățenii români care au vrut să intre în secțiile de votare de polițiile altor state, fiindcă că și-au cerut dreptul la vot. Domnule Ponta, dumneavoastră trebuia să demisionați, nu domnul Corlățean!”

„V-ați dus degeaba, fiindcă tot prost ați organizat scrutinul din diaspora! Degeaba îmi explicați mie în cuvinte foarte multe ce de lucruri ați făcut și ce spune legea. Pe omul care a plecat din țară de rău ce i-a mers aici, s-a dus să muncească în Germania, în Italia, în Franța, în Anglia, nu l-ați convins! Omul.. și mi-a scris cineva c-a făcut sute de kilometri cu mașina, plecând la patru dimineață de-acasă, s-a dus, a ajuns la prânz la secția de votare, până seara nu a reușit, domnule Ponta, să intre. Știu că nu vă preocupa aceste chestiuni foarte mult, dar totuși este bine să le știți, oameni care își sacrifică ziua liberă pentru a

vota! Nu au fost lăsați să voteze, degeaba le explicați cu Băsescu și cu legea și așa mai departe. Dumneavoastră, calitatea dumneavoastră de prim-ministru, răspundeți de organizarea acestor alegeri! Nu le-ați organizat bine, așa că degeaba veniți și ne spuneți și că au fost bine organizate! Faptele vă contrazic, miile de români care nu au putut vota și sunt foarte, foarte supărați, pe bună dreptate; vă contrazic... faptele contra vorbelor dumneavoastră cu vorbele... ei cu faptele!”

b) Vizita lui Ponta la comunitățile românești din Italia

„Dumneavoastră ați fost acela care le-ați spus să pregătească protofelul, sau nu?”

c) Pozițiile PSD-ului

„Vreau doar să fac o remarcă, care poate este interesantă în acest context, fiindcă veni vorba despre Constituție. În comisia care se ocupă de revizuirea Constituției, s-a discutat despre chestiunea votului electronic și votului prin corespondență și PSD-ul a fost ferm și total împotriva introducerii acestui concept în proiectul de revizuire a Constituției.”

„Si când s-a discutat despre Constituție, dumneavoastră sunteți sigur sigur că nu s-a vorbit despre asta? (...)”

Nu, în comisia de revizuire! Ați spus că nu s-a vorbit despre asta! (...)”

Domnule Ponta, așa pentru corecta informare a telespectatorilor, am citit stenogramele Comisiei! S-a discutat aceasta chestiune și dumneavoastră și colegii dumneavoastră din PSD... (...)”

Ați fost împotriva!”

„PSD-ul a fost împotriva introducerii acestei chesituni în Constituție! Acuma, la chestiune, la chestiune, domnilor! M-ați întrebat legat de anti-corupție. O temă care mie îmi este foarte dragă și îmi place să discutăm despre ea. În calitatea mea de Președinte, voi garanta independența justiției și statul de drept; în ce privește DNA, CSM, ANI și imunitate, pot să vă spun cum văd lucrurile!”

d) Asocierea lui Victor Ponta cu unii membri PSD

„Președintele Consiliului Județean Constanța, președintele Consiliului Județean pe lângă Constanța, președintele Consiliului Județean parca Argeș, Președintele Consiliului Județean Mehedinți si încă cațiva alții... Ce vă spune această enumerare, domnule Rareș Bogdan? (...) Sunt chiar unii dintre respectabilii PSD-iști, care au probleme cu legea, sunt cercetați sau condamnați pentru diferite fapte de corupție sau dacă mergem înapoi în Istoria PSD-ului, parca avem chiar și un fost prim-ministru, care a fost condamnat.”

e) Campania lui Victor Ponta

„Eu garantez că nu se vor tăia pensii, niciodată, cât voi fi eu președintele României. Iar afirmațiile făcute de domnul Ponta și PSD prin acei fluturași, dragi pensionari, cu care pesediștii v-au speriat, fiindcă v-au trimis prin poșta împreună cu

cuponul de pensie, acea fițuica electorală, că Iohannis vă taie pensiile, a fost o campanie mizerabilă a PSD-ului. Fiindcă s-au folosit o instituție publică, în așa fel încât dumneavoastră, dragi pensionari, ați crezut că poștașul vă duce o înștiințare, nu, v-a adus o minciunică de campanie de la domnul Ponta.”

„Domnule, domnule Ponta, așa cum dumneavoastră n-ați trimis echipa să-mi filmeze casa în care stau părinții mei! (...)

m-ați făcut vânzător de copii și traficant de organe (...)

Imediat ce vă cereți scuze că ați spus că nu sunt un bun român, că sunt neamț. Imediat ce vă cere scuze că nu sunt un bun ortodox, că sunt protestant.”

„Domnule Ponta, ați făcut cea mai mizerabilă campanie care s-a văzut vreodată în România!”

f) Modul de guvernare

„Guvernele Ponta au introdus în ultimii ani, cred că 36 de impozite și taxe noi. Acciza suplimentară la carburant, care a făcut pe toți transportatorii să caute soluții de a evada. Mulți alimentează în străinătate, mulți încearcă diferite căi de evaziune fiscală, o catastrofă! După părerea mea, cu toate că nu-i competiția pentru prim-ministru, pot să vă spun că noi, Partidul Național Liberal și cu mine suntem de părere că singura cale de relansare economică în România este relaxarea fiscală. Este evident că aceste lucruri nu se pot face de astăzi pe mâine, vom veni cu un plan care face sens, vom veni cu reduceri de impozite și taxe. Vom veni cu reducerea a TVA-ului gradual, în așa fel încât să putem să facem toate aceste lucruri. Este o promisiune pe care pot s-o fac atunci când voi fi președinte și Partidul Național Liberal va avea Guvern în România, vom reduce impozitele și taxe și vom relansa economia! (...)

Tot în recesiune tehnică suntem! (...)

Sunt îngrijorați cei de la FMI, fiindcă avem un Guvern ineficient. Avem un Guvern care a băgat țară în recesiune tehnică, avem un Guvern care nu a fost capabil să realizeze investițiile propuse, a distrus locurile de muncă prin această politică păguboasă de a nu realiza investițiile, a dat banii la primarii migratori care au fost astrași la PSD pentru a falsifica votul la prezidențiale. Toate acestea costă! Nici măcar nu a fost în stare acest Guvern, domnule Ponta, condus cu onoare de dumneavoastră să cheltuiască banii pe ce ați vrut să cheltuiți și rămâneți cu ei în buzunar, în condițiile în care n-ați făcut investițiile! Este cel mai prost rezultat posibil pentru cineva care lucrează cu bugete! Și vă spun ca unul pățit, că eu lucrez de 14 ani cu bugete, dumneavoastră abia de 2 ani și acum încet, încet, văd că în continuare, fără să citiți de pe hârtii nu puteți să ne spuneți nimic.”

g) Ruperea USL-ului

„Domnule Ponta, USL s-a rupt fiindcă PSD a vrut toată puterea și noi nu am fost de acord. Atât de simplu este, atât de simplă este explicația, indiferent cum o punem pe alte note, este singura chestiune reală, și vă reamintesc că nu am venit la dumneavoastră fiindcă guvernul a funcționat bine, eu am vrut să fiu vice-premier pentru că Guvernul a funcționat prost, și am vrut să fac lucrurile mai bine, dar dumneavoastră n-ați putut să suportați această chestiune...”

Notorietate

Nici unul dintre cei doi candidați nu aduce în discuție notorietatea decât extrem de puțin, acest subiect neavându-și rostul. Însă, notorietatea a avut un rol extrem de important în această confruntare. Klaus Iohannis era interesat de creșterea acesteia pentru că știa că are o notorietate evident mai scăzută decât cea a lui Victor Ponta în funcție, în special în mediul rural.

Victor Ponta

„Dar vreau totuși, e foarte important, pentru că sunt convins că acum se uită milioane de oameni la noi.”

Klaus Iohannis

„Vreau totuși să spun, din capul locului, că în afară de invitația generică pentru 90 de minute, nu am primit nicun fel de alte detalii, asta ca să știe toata lumea despre ce vorbim aici. (...)

Unde absolut toata lumea e interesată, are acces!”

Poziționare

Poziționarea este componenta brandului cei mai utilizată de cei doi candidați în această confruntare. Poziționarea este utilizată de ei spontan dar și asistat ca răspuns la întrebările moderatorilor referitoare la anumite teme de discuție.

Poziționarea candidaților se face în funcție de ceea ce vor ei să realizeze în funcția supremă în stat, dar mai ales prin trecutul acestora. După cum am putut observa și la subcapitolul ce face referire la componenta trecut, istorie personală, cei doi candidați și-au realizat strategia bazându-se pe un vot retrospectiv. Totuși Ponta, est cel care vorbește mai mult despre un vot prospectiv, despre ceea ce dorește să realizeze în continuare.

În schimb, Iohannis se axează doar pe votul retrospectiv și pe nemulțumirile românilor; de altfel, aceasta este și poziționarea pe care el dorește să o ocupe în ochii electorilor – reprezentant al românilor nemulțumiți, în special al celor din diaspora referitor la modul de organizare al alegerilor în primul tur de scrutin.

De obicei, noțiunea de poziționare în politică se referă la imaginea candidatului pentru electorat sau doar la anumite segmente ale acesteia. Poziționarea poate fi poziționare dorită, poziționare comunicată și poziționare perceptuală (aceasta din urmă reprezintă adevăratul sens al termenului utilizat în branding). Din motive de imposibilitate de analiză a

poziționării percepute și a celei dorite, analiza noastră va cuprinde printr-un abuz de limbaj doar poziționarea comunicată. În contextul acestei dezbateri am regăsit elemente ale poziționării comunicate atât despre propria persoană, cât și despre interlocutor.

Poziționare proprie

Victor Ponta

Victor Ponta se poziționează ca un candidat care a avut rezultate foarte bune la guvernare, a luptat împotriva corupției, a organizat modul de scrutin din primul tur în marja în care era limitat de prevederile legislative. Se poziționează ca un candidat informat, bine documentat (această poziționare se regăsește mai în toate componentele poziționării prin faptul că vine în fața electoratului cu cifre, cau date concrete). Totuși Victor Ponta nu a avut atribut pe care să-l cosntruiască în timp. La această confruntare atributul central în poziționare a fost faptul că este bine pregătit și informat.

a) Votul din diaspora.

„prin măsurile pe care Biroul Electoral Central și Ministerul de Externe le-au luat, iar noi astăzi am făcut un singur lucru, necesar de altfel, am alocat sumele suplimentare din buget pentru ca Ministerul Afacerilor Externe să poată asigura cheltuielile pentru organizarea, dotarea secțiilor din străinătate, oameni care să suplinească diplomați, să suplinească reprezentanții partidelor care eventual lipsesc, asigurarea tuturor condițiilor. În primul rând, Slavă Domnului! că Biroul Electoral Central nu a mai cerut să se completeze acele declarații antifraudă în biroul de vot, deci toate aceste lucruri, sub coordonarea unui om echilibrat. (...)

Este o decizie pe care BEC-ul și Ministerul de Externe după aceea o aplică poate să o ia, nu o iau eu, care sunt candidat, nici domnul Iohannis, dar ceea ce vreau totuși în această discuție, vrea să fim serioși, să știm despre ce vorbim. (...)

Nu e grav că nu știți, au fost 5 secții: Berlin, Hamburg, Bonn, Munchen, Stuttgart, asta e cererea făcută de către reprezentanții Ambasadei, a fost bineînțeles aprobată de Ministerul de Externe.”

b) Lupta împotriva corupției

„Domnule Rareș Bogdan, spre deosebire de vorbele goale, eu pot sa garantez cu fapte.

Și anume: actualul șef al DNA, doamna Keovesi a fost propusă de către mine, Ministru Interimar al Justiției. Președinta Înaltei Curți de Casație și Justiție, doamna Stanciu, a fost votată inclusiv de către Ministrul Justiției, care reprezintă Guvernul în cadrul CSM. La fel s-a întâmplat cu conducerea CSM, la fel s-a întâmplat conducerea ANI în Parlament. Deci, tot ceea ce eu am făcut până acum ca Prim-Ministru, voi face ca Președinte. Și anume: garantarea independenței și a profesionalismului celor care trebuie să

îndeplinească justiția. Ceea ce trebuie însă să scăpăm în continuare, este de discursul dublu. De demagogie! Spunea domnul Iohannis că i se pare inadmisibil ca cineva să nu poată fi anchetat, având votul Parlamentului.”

„Ideea este următoarea, aici am ajuns la un punct care este important pentru cei care ne privesc. Pe de o parte, Corupția trebuie combătută, nu doar la adversarii politici, trebuie combătută peste tot.”

c) Rezultatele bune ale guvernării

„Exact! Anul viitor vom avea, 1,4 deficit, anul ăsta greu facem 2, greu. Dacă plătim titlurile executorii pentru profesori, pentru magistrați, pentru funcționari 5,7 miliarde de lei, atunci vom reuși să ne apropiem de 2% deficit din Produsul Intern Brut, și anul viitor 1,4, fără niciun fel de creștere de taxe. Dacă se dorește reducerea TVA, fiecare punct procentual de TVA este de 2,6 miliarde de lei, și atunci va fi nevoie de creșteri de taxe.”

„Inflația 1,5 %, cea mai mică din ultimii 25 ani, anunțată de Guvernatorul Băncii Centrale. Creșterea economică 2,5 % anunțată de comisia Europeană. Șomajul de la 7,1 a scăzut la 6,7 în datele puse la dispoziție de INS, iar știrea exactă, pentru că dumneavoastră citiți titlul dat de Media Fax, domnul Tolosa a spus așa: “A fost făcut un efort mare, prin această stabilitate sporită rezultată din faptul că starea conturilor bugetare este mult mai bună, în aceste condiții este important ca România să meargă în continuare!”

„România, cu mine Președinte, domnul Tăriceanu prim-ministru, cu USL la guvernare, vom continua categoric să fie cea mai performantă economie din această regiune cu creștere economică, inflație scăzută și șomaj scăzut.”

„Vreau să vă spun că am candidat, și n-aș fi candidat niciodată împotriva domnului Crin Antonescu, ceea ce domnul Klaus Iohannis a făcut, am candidat pentru a duce la bun sfârșit un proiect, care s-a numit Uniunea Social Liberală, care a promis oamenilor două lucruri esențiale: în primul rând să ne scape de regimul Băsescu, asta însemnând și Blaga, domnul Mihai Razvan Ungureanu, și Falcă, și Flutur și toți cei care sunt lângă dumneavoastră, domnule Iohannis. Al doilea lucru pe care l-am promis a fost acela de a face dreptate oamenilor: pensii, salarii, TVA-ul scăzut la pâine și la alimente, agricultura, toate celalte lucruri pe care oamenii le așteptau, și mai ales ca să facem o societate în care să nu mai fim divizați, să nu mai fim de fiecare dată puși să ne luptăm unii cu alții. Eu am văzut în această seară, ceea ce am văzut și în urmă cu 8 luni, atunci când ați venit la mine și spuneți că Guvernul meu e bun și că voiam să faceți parte din el. Și anume, foarte multă poleială și nimic înăuntru. Și atunci eu sunt cel pe care oamenii l-au văzut, cu bune și cu rele și știu ce vreau să fac pentru România.”

„Legea pensiilor, care prevede indexarea cu sută la sută inflația, care e 1.5 și jumătate din creșterea venitului mediu salarial. Deci, pensiile, dacă abrogați sau nu? Creșterea cu 10 % salariilor din educație și sănătate, să răspundeți dacă o abrogați? Dublarea alocațiilor pentru copii de la 42 de la 84 RON? Creșterea cu 16 la sută, alocații pentru persoanele cu dizabilități? Creșterea subvenției agricole de la 160 la 170 € pe hectar? E vreuna din acestea la care renunțați, că altele nu există, n-am adoptate alte măsuri!”

Klaus Iohannis

Candidatul ACL încearcă se poziționeze ca apărător a românilor nemulțumiți de guvernarea Ponta și mai ales a celor nemulțumiți de organizarea votului în primul tur de scrutin pentru România din diaspora.

a) Problema votului din diaspora

„E greu din opoziție! Eu nu pot sa organizez secții de votare! Am trimis, am trimis totuși voluntari cu formulare pentru că dumneavoastră nu v-ați gândit la asta, am trimis voluntari la toate secțiile din diaspora, cu formulare, cu acea declarație pe proprie răspundere; cu toate că sigur nu ar fi fost treaba noastră, ar fi fost treaba dumneavoastră!”

„Eu în continuare și astăzi și mâine, când ne vedem cu domnul prim-ministru, fiindcă atunci în chestiunea de diaspora este vorba de primul ministru, o să-l rog în numele miilor de români din diaspora care n-a putut să voteze, să facă pentru Dumnezeu ceva, să poată și acei oameni să voteze!”

b) Temele abordate

„Am considerat că trebuie să vin la aceasta dezbateri, cu toate că dumneavoastră domnule Ponta și echipa dumneavoastră, parțial de față, ați evitat cu mult succes să discutăm despre o dezbateri pe o platformă neutră publică.”

c) Anticorupție

„M-ați întrebat legat de anti-corupție. O temă care mie îmi este foarte dragă și îmi place să discutăm despre ea. În calitatea mea de Președinte, voi garanta independența justiției și statul de drept; în ce privește DNA, CSM, ANI și imunitate, pot să vă spun cum văd lucrurile! (...)

În calitate de Președinte, voi lua toate măsurile care se impun pentru ca acest demers al DNA-ului să continue, ca să facem odată curățenie în clasa politică! În ce privește ANI, eu sunt de părere că trebuie îmbunătățit mersul lucrurilor, în sensul că avem legislații care nu sunt compatibile una cu alta. Sunt legi care au lacune, sunt legi care se contrazic, după părerea mea este bine sa se consolideze ANI, să-și facă treaba în continuare, iar legislația să fie unificată, să fie pusă de acord cu legislația europeană în materie și să mergem mai departe. În tema imunității, în Constituție la articolul 92, citim că Președintele se bucură de imunitate, acest lucru mi se pare că este un lucru la care putem să renunțăm. Atunci când voi fi

Președinte, voi solicita acestei comisii care se ocupă de revizuirea Constituției, să reentre în discuție acest articol, să renunțăm la o imunitate totală a Președintelui României, fiindcă nu are nevoie de așa ceva! Președintele nu trebuie să fie protejat mai mult decât sunt protejați și aleșii din Parlament, în speță pentru opiniile și opțiunile politice, nu pentru alte fapte penale! Cred că în Parlament este nevoie de asemenea de o schimbare a regulilor. Este inadmisibil să avem parlamentari care nu pot fi anchetați, fiindcă de exemplu, PSD-ul s-a hotărât să voteze împotriva anchetării unor parlamentari. Aceste lucruri trebuie schimbate! Sunt perfect de acord, orice parlamentar trebuie să aibă protecție pentru votul și opinia politică, dar nu pot să accept să nu poată fi anchetat pentru alte fapte sau pentru corupție, fiindcă în Parlament se votează împotriva urmării penale. Aceste lucruri, după părerea mea, trebuie radical schimbate, trebuie înlesnită întreaga procedură și în afară de opțiunea politică, parlamentarii să poată fi anchetați, exact la fel ca și orice alt cetățean.”

d) Creșterea pensiilor

„Atunci când voi fi eu Președinte și avem Guvernul PNL, vom avea în foarte scurt timp o economie, care realmente funcționează și atunci pensiile vor crește. Eu garantez că nu se vor tăia pensii, niciodată, cât voi fi eu președintele României.”

e) Politica externă (temă asistată ca urmare a întrebării moderatorului)

„Este extrem de simplu! Securitatea României și faptul că suntem acum în situația în care suntem... cu toată complicația geo-politică din zona Ucrainei, se datorează celor 3 piloni pe care s-a bazat politica externă a României și care trebuie continuată, nu trebuie să reinventăm nimic în zona politicii externe. Este vorba de parteneriatul strategic cu Statele Unite ale Americii, este vorba de locul și rolul nostru în NATO, este vorba de locul și rolul nostru în Uniunea Europeană. Aici trebuie să dovedim că suntem parteneri serioși, că suntem parteneri de lungă durată, că suntem dispuși să ne însușim rolul nostru, că suntem dispuși să creștem bugetul pe apărare până la 2% din PIB, și de aici derivă toate celelalte. Nu este nevoie de nicio nouă axă București-China, nu este nevoie de nicio reinventare, de data aceasta este simplu, trebuie să dovedim că suntem oameni serioși. Pentru asta este nevoie de un Președinte serios!”

Poziționarea adversarului

Victor Ponta

Victor Ponta îl poziționează pe Klaus Iohannis:

a) prin asociere cu membrii ai PDL sau PNL ce nu o imagine pozitivă în percepția generală a electoratului:

„Este vorba despre cum vedem, domnul Iohannis și cu mine, oamenii din jurul domnului Iohannis, echipa sa, echipa mea, viitorul României în următorii 5 ani, ce dorim să schimbăm.”

„Pe 2 noiembrie, 132 de persoane reprezentanții ACL-ului au lipsit din secțiile din străinătate.”

„dumneavoastră sunteți înconjurat, echipa noastră, cei care vă sprijină și cu care vă faceți campanie, de către cei care au tăiat pensiile și salariile din această țară. Am aici, le găsiți în Monitorul Oficial, legile prin care s-au tăiat pensiile, s-au tăiat salariile, s-a mărit TVA-ul și s-au închis spitale. Toate semnate de către domnul Cătălin Predoiu, cel pe care dumneavoastră îl susțineți ca Prim-ministru, domnul Vasile Blaga, șeful dumneavoastră și al domnului Băsescu de campanie, de către colegii dumneavoastră pe care-i aveți și-acum în partid. Pentru că dumneavoastră reprezentați PDL-ul,”

„Domnule Iohannis, le-am spus ceea ce veți face, dumneavoastră cu Predoiu și cu Blaga! (...)Pentru că ați mai făcut o dată!”

„Președintele Consiliului Județean Cluj, domnul Ioreanu și colegul dumneavoastră, Președintele Consiliului Județean Brașov, domnul Cancescu, sunt amândoi în arest preventiv, cred că știți asta. Bănuiesc că vă mândriți cu ei!”

b) Nepregătit pe tema votului din diaspora, pe teme economie sau teme legislative

„Nu e grav că nu știți, au fost 5 secții: Berlin, Hamburg, Bonn, Munchen, Stuttgart, asta e cererea făcută de către reprezentanții Ambasadei, a fost bineînțeles aprobată de Ministerul de Externe. Câte secții credeți că ar trebui, întreb de Germania, că bănuiesc că e țara pe care o știe cel mai bine domnul Iohannis, câte secții credeți că ar trebui să fie ca să fie în regulă? (...)”

Mi-aș fi dorit să-mi dați un răspuns, regret că nu dați răspunsuri la întrebări, poate o să dați mai târziu, pentru că dacă ziceați 10, sau 20 sau 50, cât vă trecea prin minte, vă citeam ce scrie ambasada noastră:”

„Cum propuneți dumneavoastră, domnule Iohannis, care ne dați note la toți? Habar n-aveați nici câte secții sunt în Germania!”

„Eu am spus, eu am spus că domnul Iohannis, necunoscând lucrurile, dovadă că nu știa nici de secții, nici de votanți, nici n-a fost pe acolo, folosește niște lozinci pe care echipa de campanie, echipa domnului Băsescu din campaniile anterioare le folosea!”

„Nu, a fost foarte clar că domnul Iohannis vorbea despre ridicarea imunității Președintelui, care să fie exact ca cea pentru parlamentari, ceea ce valabil acum. În rest, pentru parlamentari nu există imunitate după cum poate știți decât pentru arestare preventivă.”

„Dar cum poți să vorbești! Știi câți pensionari sunt în România?”

„Știi cât am încasat la buget? Nu, dar ați zis că reduceți TVA-ul! Știi cât este un punct de TVA la buget? (...)”

Deci nu știți, vă spun eu! Că e bine să știți ! 2,6 miliarde RON fiecare punct de TVA, e în regulă, oamenii trebuie să știe!”

c) Impertinent

„Nu trebuie să vă supărați, nu ne certați acum! Suntem alegători ai dumneavoastră, vă rog, tratați-ne cu respect, pe cei de la RTV nu i-ați tratat cu respect!”

„Doar sa criticați? Da, dar trebuie sa argumentați!”

„Cred că folosiți un limbaj care nu vă onorează și care-i dezamăgește pe alegătorii dumneavoastră!”

„Ca și cel cu cretinismele și alte lucruri, nu vă stă bine și nu vă recunosc! Când ați fost la mine în biroul de Prim-Ministru, erați mult mai politicoși!”

„Dar nu sunteți vreun stăpan de sclavi!”

„V-am întrebat politicoși!”

„Nu, a fost foarte clar că domnul Iohannis vorbea despre ridicarea imunității Președintelui, care să fie exact ca cea pentru parlamentari, ceea ce valabil acum. În rest, pentru parlamentari nu există imunitate după cum poate știți decât pentru arestare preventivă.”

d) Il asociază cu Traian Băsescu

„Bun, în primul rând, am zâmbit puțin pentru că parcă-l văd pe Traian Băsescu. La fel critică, dar nu dă nicio soluție.”

e) Referitor la trecutul politic al lui Iohannis în cadrul alianței USL

„Aș vrea totuși un pic mai mult respect, când ați fost la mine în birou erați foarte umil și respectuos! (...)Da, dar să fiți ăla de la mine din birou, cuminte! Cuminte si calm! (...)Domnule Iohannis! Ați plecat și de la mine din birou foarte cuminte, cu coada între picioare!”

„Nu, partidele noastre PSD-PNL , începând cu PSD-ul, pe care domnul Iohannis acum se rușinează foarte tare, sunt cele care l-au propus pe domnul Iohannis Prim-ministru și atunci nu s-a rușinat, în 2009.”

f) referitor la faptul că Iohannis nu a fost în campanie la românii din diaspora

„Când ați fost ultima dată la Chișinău? (...) Dar la Cernăuți? (...) Dar în Italia ați fost? (...) Ați fost acum în campanie, ați vorbit cu comunitățile românești? (...) Nu în vacanță, eu vă întreb dacă ați vorbit cu comunitățile românești! (...) În Spania ați fost, ați vorbit cu comunitățile românești? De unde știți dumneavoastră dacă nu v-ați întâlnit niciodată cu ei?”

„Pentru românii care se află în Italia, în Spania, pe care eu i-am vizitat, domnul Iohannis nu i-a vizitat, dar probabil îi va vizita; cei din Franța, din Germania există două lucruri importante pe care Guvernul și Președintele trebuie să le facă:

în primul rând, să discute cu omologii săi din respectivele țări, pentru ca drepturile tuturor românilor să fie respectate în egală măsură cu ale oricărui cetățean european.”

g) Oportunist

„Proiectul USL, proiectul pe care 60% din români l-au considerat cel mai bun. Întrebarea mea este următoarea: Dacă aveți vreun moment, totuși Uniunea Social Liberală s-a rupt la momentul la care dumneavoastră n-ați primit funcția pe care v-o doreați. Dacă aveți vreun moment, un sentiment de vinovăție față de milioanele de români care au crezut în USL și care s-a rupt, repet, pentru că n-ați primit dumneavoastră o funcție pe care v-o doreați, cum vă doriți și acum o altă funcție, e adevărat.”

Klaus Iohannis

O mare parte din discursul lui Iohannis este bazată pe încercarea de a-și poziționa negativ adversarul. De obicei, acest lucru îl realizează în funcție de rezultatele avute de acesta ca premier, campania electorală desfășurată de acesta, organizarea votului în diaspora, asocierea cu unii membri PSD, acordul semnat cu Băsescu și comportamentul acestuia în timpul dezbaterii.

a) Organizarea votului în primul tur de scrutin în diaspora (reavoință)

„Seara la ora 9, seara la ora 9 m-a sunat și mi-a spus că s-au închis porțile și o mie de persoane au rămas afară și nu au putut să își exprime votul. Domnule Ponta, ați organizat alegerile din Diaspora în mod execrabil! (...)

Dumneavoastră ați suprimat dreptul la vot la cetățenii din diaspora. Același lucru mi s-a comunicat din Paris, din Londra; am teancuri de e-mailuri și scrisori primite de la cetățeni, absolut revolțati că nu au putut să voteze în 2 noiembrie. Aceste lucruri trebuia să prevedeați, fiindcă s-au întâmplat și în alți ani și a fost clar că vom avea o prezență destul de mare la vot. Dumneavoastră ați ignorat... (...)

Cu rea credință, toate informările care au fost făcute. Și ați organizat în așa fel încât mii de oameni au rămas aseară, seara. Au fost bruscați cetățenii români care au vrut să intre în secțiile de votare de polițiile altor state, fiindcă și-au cerut dreptul la vot. Domnule Ponta, dumneavoastră trebuia să demisionați, nu domnul Corlățean! Domnul Corlățean a fost trimis acasă de dumneavoastră așa ca să detensionezi un pic lucrurile, nu ați reușit.”

„V-ați dus degeaba, fiindcă tot prost ați organizat scrutinul din diaspora! Degeaba îmi explicați mie în cuvinte foarte multe ce de lucruri ați făcut și ce spune legea. Pe omul care a plecat din țară de rău ce i-a mers aici, s-a dus să muncească în Germania, în Italia, în Franța, în Anglia, nu l-ați convins! Omul.. și mi-a scris cineva că-a făcut sute de kilometri cu mașina, plecând la patru

dimineață de-acasă, s-a dus, a ajuns la prânz la secția de votare, până seara nu a reușit, domnule Ponta, să intre. Știu că nu vă preocupa aceste chestiuni foarte mult, dar totuși este bine să le știți, oameni care își sacrifică ziua liberă pentru a vota! Nu au fost lăsați să voteze, degeaba le explicați cu Băsescu și cu legea și așa mai departe. Dumneavoastră, calitatea dumneavoastră de prim-ministru, răspundeți de organizarea acestor alegeri! Nu le-ați organizat bine, așa că degeaba veniți și ne spuneți și că au fost bine organizate! Faptele vă contrazic, miile de români care nu au putut vota și sunt foarte, foarte supărați, pe bună dreptate; vă contrazic... faptele contra vorbelor dumneavoastră cu vorbele... ei cu faptele!”

b) Rezultatele guvernării (prim ministru slab)

„Guvernele Ponta au introdus în ultimii ani, cred că 36 de impozite și taxe noi. Acciza suplimentară la carburant, care a făcut pe toți transportatorii să caute soluții de a evada. Mulți alimentează în străinătate, mulți încearcă diferite căi de evaziune fiscală, o catastrofă! După părerea mea, cu toate că nu-i competiția pentru prim-ministru, pot să vă spun că noi, Partidul Național Liberal și cu mine suntem de părere că singura cale de relansare economică în România este relaxarea fiscală. Este evident că aceste lucruri nu se pot face de astăzi pe mâine, vom veni cu un plan care face sens, vom veni cu reduceri de impozite și taxe. Vom veni cu reducere a TVA-ului gradual, în așa fel încât să putem să facem toate aceste lucruri. Este o promisiune pe care pot s-o fac atunci când voi fi președinte și Partidul Național Liberal va avea Guvern în România, vom reduce impozitele și taxele și vom relansa economia! (...)

Tot în recesiune tehnică suntem! (...)

Sunt îngrijorați cei de la FMI, fiindcă avem un Guvern ineficient. Avem un Guvern care a băgat țară în recesiune tehnică, avem un Guvern care nu a fost capabil să realizeze investițiile propuse, a distrus locurile de muncă prin această politică păguboasă de a nu realiza investițiile, a dat banii la primarii migratori care au fost astrași la PSD pentru a falsifica votul la prezidențiale. Toate acestea costă! Nici măcar nu a fost în stare acest Guvern, domnule Ponta, condus cu onoare de dumneavoastră să cheltuiască banii pe ce ați vrut să-i cheltuiți și rămâneți cu ei în buzunar, în condițiile în care n-ați făcut investițiile! Este cel mai prost rezultat posibil pentru cineva care lucrează cu bugete! Și vă spun ca unul pășit, că eu lucrez de 14 ani cu bugete, dumneavoastră abia de 2 ani și acum încet, încet, văd că în continuare, fără să citiți de pe hârtii nu puteți să ne spuneți nimic.”

c) Campania electorală desfășurată (campanie electorală mincinoasă)

„Eu garantez că nu se vor tăia pensii, niciodată, cât voi fi eu președintele României. Iar afirmațiile

făcute de domnul Ponta și PSD prin acei fluturași, dragi pensionari, cu care pesediții v-au speriat, fiindcă v-au trimis prin poșta împreună cu cuponul de pensie, acea fițuică electorală, că Iohannis vă taie pensiile, a fost o campanie mizerabilă a PSD-ului. Fiindcă s-au folosit o instituție publică, în așa fel încât dumneavoastră, dragi pensionari, ați crezut că poștașul vă duce o înștiințare, nu, v-a adus o minciunică de campanie de la domnul Ponta.”

„Domnule, domnule Ponta, așa cum dumneavoastră n-ați trimis echipa să-mi filmeze casa în care stau părinții mei! (...)

m-ați făcut vânzător de copii și traficant de organe (...)

Imediat ce vă cereți scuze că ați spus că nu sunt un bun român, că sunt neamț. Imediat ce vă cere scuze că nu sunt un bun ortodox, că sunt protestant.”

„Domnule Ponta, ați făcut cea mai mizerabilă campanie care s-a văzut vreodată în România!”

d) Asocierea cu membrii PSD ce au probleme cu justiția

„Președintele Consiliului Județean Constanța, președintele Consiliului Județean pe lângă Constanța, președintele Consiliului Județean parcă Argeș, Președintele Consiliului Județean Mehedinți și încă cațiva alții... Ce vă spune această enumerare, domnule Rareș Bogdan? (...)

Sunt chiar unii dintre respectabilii PSD-iști, care au probleme cu legea, sunt cercetați sau condamnați pentru diferite fapte de corupție sau dacă mergem înapoi în Istoria PSD-ului, parcă avem chiar și un fost prim-ministru, care a fost condamnat.”

e) Comportamentul acestuia (impertinent)

„Nu, nu, dumneavoastră le știți pe toate!”

„Domnule Ponta, eu vă rog să nu mă mai întrerupeți, fiindcă ați făcut un obicei din asta! (...)

Ați venit și vă simțiți ca în ședința de Guvern, și pe timpul meu ma întrerupeți! (...)

Dumneavoastră cine vă credeți în această confruntare? Cu biroul dumneavoastră? (...)

Când sunteți la Palatul Victoria, aveți biroul dumneavoastră! Aici, biroul este țara! Așa că v-aș ruga, un minim respect, dacă cumva îl mai aveți! Nu știu, poate nu îl mai aveți!”

„Dumneavoastră... m-ați întrerupt acum pentru aproximativ a 5-a oară, domnule Ponta! Și cred că nu rezolvăm problema!”

Eu față de dumneavoastră, și față de doamna de față , eu dacă am greșit cu ceva îmi cer scuze în public!

Repet: dacă în această campanie, că ați vorbit amândoi peste mine și vreau să repet, vreau să fie totuși clar, dacă în această campanie am lezat pe cineva prin afirmații pe care l-am făcut eu și dacă aceste afirmații au fost false, îmi cer scuze pentru aceste afirmații!”

f) Pozițiile PSD-ului

„Vreau doar să fac o remarcă, care poate este interesantă în acest context, fiindcă veni vorba despre Constituție. În comisia care se ocupă de revizuirea Constituției, s-a discutat despre chestiunea votului electronic și votului prin corespondență și PSD-ul a fost ferm și total împotriva introducerii acestui concept în proiectul de revizuire a Constituției.”

„Si când s-a discutat despre Constituție, dumneavoastră sunteți sigur sigur că nu s-a vorbit despre asta? (...)

Nu, în comisia de revizuire! Ați spus că nu s-a vorbit despre asta! (...)

Domnule Ponta, așa pentru corecta informare a telespectatorilor, am citit stenogramele Comisiei! S-a discutat această chestiune și dumneavoastră și colegii dumneavoastră din PSD... (...)

Ați fost împotriva!”

„PSD-ul a fost împotriva introducerii acestei chesituni în Constituție! Acuma, la chestiune, la chestiune, domnilor! M-ați întrebat legat de anti-corupție. O temă care mie îmi este foarte dragă și îmi place să discutăm despre ea. În calitatea mea de Președinte, voi garanta independența justiției și statul de drept; în ce privește DNA, CSM, ANI și imunitate, pot să vă spun cum văd lucrurile!”

Segmentare

Nici unul dintre candidați nu s-a adresat haotic românilor, ci fiecare a țintit anumite segmente particulare. Totuși comparativ cu confruntarea dintre Bănescu și Antonescu din 2009 în 2014 cei doi candidați au folosit mult mai puțin segmentarea. Principala segmentare s-a realizat în sensul de discuție despre românii din diaspora (având în vedere incidentele din primul tur de scrutin) și pentru pensionari.

Victor Ponta

a) Diaspora

„Răspunsul este da, vor vota, (...) toți cei din afara țării, dumneavoastră vorbiți peste mări și țări, eu vorbesc de cei de peste Prut, din Moldova, și am impresia că ne și urmăresc în acest moment această dezbateră; la cei din Italia, Spania, unde sunt cele mai mari comunități, Franța, Marea Britanie, Germania, toți vor putea să voteze și toți care vor respecta acele proceduri anti-fraudă, de data asta mult mai rapide și mult mai puțin birocratice o vor face.”

„legat de românii din diaspora, pentru mine există totuși! Au abordări diferite! Pentru românii din Republica Moldova, și aici nu vorbesc doar de cetățenii români din Republica Moldova, că toți sunt români. Pentru românii din Bucovina, care majoritatea sunt cetățeni ucraineni pentru că, Constituția Ucrainei le interzice să aibă dublă cetățenie. Pentru românii din Voivodina și din Valea Timocului, tot români. Pentru ei există un tip de abordare, în care țara mamă trebuie să

sprijine la păstrarea identității culturale, religioase, educaționale. Pentru românii care se află în Italia, în Spania, pe care eu i-am vizitat, domnul Iohannis nu i-a vizitat, dar probabil îi va vizita; cei din Franța, din Germania există două lucruri importante pe care Guvernul și Președintele trebuie să le facă: în primul rând, să discute cu omologii săi din respectivele țări, pentru ca drepturile tuturor românilor să fie respectate în egală măsură cu ale oricărui cetățean european.”

b) Pensionarii

„Dumneavoastră vă uitați astăzi la 5 milioane de pensionari, acum și le spuneți că nu le-a tăiat nimeni pensiile! (...)

Dar cum poți să vorbești! Știi câți pensionari sunt în România? (...)

Da, da! Dar despre pensii, da? (...)

Și pentru pensionari, domnul Iohannis nu știe că sunt în România. Sunt 5.300.000 de pensionari și sunt convins ca nu știți cât este pensia medie! Știi cumva?”

c) Republica Moldova

„Însă, eu cred că România trebuie să exercite un rol mult mai important, pentru prietenii și vecinii noștri din regiune. În primul rând pentru Republica Moldova, pe care trebuie să o sprijinim să se integreze în UE și să nu se schimbe în 30 noiembrie, când sunt alegeri și la ei drumul Pro-European.”

d) Români în general

„Eu am fost aseară la un alt post de televiziune, din respect pentru acei jurnaliști și pentru acei telespectatori. Astăzi seară sunt la dumneavoastră, din respect pentru jurnaliștii de la Realitatea TV și mai ales pentru telespectatorii Realitatea TV, cei care m-au votat, cei care au votat pe altcineva sau pentru cei care nu au votat deloc.”

Klaus Iohannis

a) Diaspora

„Duminică, în jurul orei 12, m-a sunat un prieten care s-a dus să voteze la Munchen, și mi-a spus că sunt aproximativ 1000 de persoane care așteaptă să voteze la consulatul de la Munchen. M-a întrebat ce să facă. L-am rugat să aibă răbdare și până la urmă va vota. După-amiază m-a sunat și mi-a spus că sunt 1500 de persoane care așteaptă să voteze, i-am spus că mi se pare că aici este o mare problemă. Seara la ora 9, seara la ora 9 m-a sunat și mi-a spus că s-au închis porțile și o mie de persoane au rămas afară și nu au putut să își exprime votul.”

„Dumneavoastră ați suprimat dreptul la vot la cetățenii din diasporă. Același lucru mi s-a comunicat din Paris, din Londra; am teancuri de e-mailuri și scrisori primite de la cetățeni, absolut revoltați că nu au putut să voteze în 2 noiembrie. Aceste lucruri trebuia să prevedeați, fiindcă s-au întâmplat și în alți ani și a fost clar că vom avea o

prezență destul de mare la vot. Dumneavoastră ați ignorat...”

„Domnule Ponta, ne tot spuneți multe lucruri, multe, multe, văd că aveți și multe hârtii acolo, este foarte bine, doar că rămân vorbe... fapte așteaptă oamenii din diaspora, domnule prim ministru!”

„Eu în continuare și astăzi și mâine, când ne revedem cu domnul prim-ministru, fiindcă atunci în chestiunea de diaspora este vorba de primul ministru, o să-l rog în numele miilor de români din diaspora care n-a putut să voteze, să facă pentru Dumnezeu ceva, să poată și acei oameni să voteze!”

b) Pensionari

„Nu, eu am o singură întrebare la această temă! Domnule Ponta, de ce ați mințit pe pensionari că eu le tai pensiile?”

„Atunci când voi fi eu Președinte și avem Guvernul PNL, vom avea în foarte scurt timp o economie, care realmente funcționează și atunci pensiile vor crește. Eu garantez că nu se vor tăia pensii, niciodată, cât voi fi eu președintele României.”

c) Republica Moldova (ca răspuns la întrebări)

„Iar Cernăuțiul nu este nici în Moldova, este în Ucraina, dar cu siguranță atunci când voi fi președintele României voi face vizite și în Chișinău și în Cernăuți! Și abia aștept! Fiindcă am prieteni de mulți ani care se trag din Cernăuți și am prieteni foarte apropiați care vin din zona Chișinăului.”

d) Români în general

„Eu am venit la dezbatere, din respect pentru alegătorii care vor să vadă aceasta dezbatere.”

„dar fiind vorba de o dezbatere cu o greutate foarte mare și cred că și în interesul telespectatorilor ar fi bine să știm cu toții despre câte minute vorbim”

Diferențiere

Diferențierea este folosită de cei doi candidați, ambii asociindu-și adversarul cu persoane cu o imagine publică negativă și disociindu-se pe sine.

Victor Ponta

a) Iohannis este cu PDL-ul

„Este vorba despre cum vedem, domnul Iohannis și cu mine, oamenii din jurul domnului Iohannis, echipa sa, echipa mea, viitorul României în următorii 5 ani, ce dorim să schimbăm. Eu doresc să schimb tot ce s-a întâmplat în ultimii 10 ani legat de funcția prezidențială, domnul Iohannis vrea să păstreze, eu doresc să conduc alături de un guvern USL, domnul Iohannis va spune alături de cine dorește să conducă, dar mai ales vreau să ascultăm și să arătăm respect pentru toată lumea.”

b) Iohannis este nepregătit (diferite teme : votul din diaspora, pensionari, economie, legislație)

„Spuneți-ne dumneavoastră cum trebuie organizat, dacă ambasadorul nostru din Germania ne-a

cerut 5 secții, noi le-am organizat în toate 5, și dumneavoastră nu sunteți de acord! Ce veți face dumneavoastră ca..., care-i soluția, dați-ne-o dumneavoastră!”

„Eu am spus, eu am spus că domnul Iohannis, necunoscând lucrurile, dovadă că nu știa nici de secții, nici de votanți, nici n-a fost pe acolo, folosește niște lozinci pe care echipa de campanie, echipa domnului Băsescu din campaniile anterioare le folosea!”

Domnul Iohannis a vorbit despre articolul 92, ați zis, nu? Din constituție? Parcă la imunitate. Mă rog, articolul 92 se referă la altceva, atribuții în domeniul apărării. Articolul 84, care se referă! E de înțeles greșeala, se referă la imunitatea Președintelui României, domnul Iohannis spunea să fie exact la parlamentari. Păi să vă citească ce scrie articolul 84, alineatul 2: „Președintele României se bucură de imunitate. Prevederile articolului 72 se aplică în mod corespunzător”. 72—ul se referă la deputați și senatori, deci, ideea este, dacă vorbim despre ceva, întâi trebuie să mai știm despre ce vorbim. Să nu-i păcălim pe oameni cu lozinci! Eu renunț la imunitate! Vreau să vă spun că atât are azi, Președintele ca și deputații și senatorii. Și am o întrebare, că și domnul Iohannis a pus întrebare: în 2012, domnule Iohannis a fost lovitură de stat, ce a făcut USL-ul? S-au au fost aplicarea prevederilor Constituționale? Că ați avut păreri diferite, în funcție de cel care vă întreba! Poate ne lămuriiți în seara asta!”

„Da, m-am pregătit să fiu președintele României, dumneavoastră nu!”

„Vorbe. Stați un pic, să vorbim de cifre, de lucruri serioase, nu lozinci!”

„Sunteți mult mai pregătită decât domnul Iohannis!”

c) comportament

„Domnule Iohannis, noi nu suntem slugile dumneavoastră aici prin România! Eu vă întreb de unde știți ceea ce afirmați acolo?”

„Nu-i nevoie să mă jigniți! Eu v-am întrebat politicos!”

„Vreau să vă rog un lucru, încă o dată. Eu vă tratez cu tot respectul, jignirile dumneavoastră nu vă fac cinste.”

Klaus Iohannis

a) Comportament

„Domnule Ponta, eu nu v-am întrerupt! (...)
Domnule Ponta, eu nu v-am întrerupt!”

„Domnule Ponta, noi trăim într-o țară democrată!”

b) Organizarea votului în primul tur în diaspora

„Dumneavoastră ați suprimat dreptul la vot la cetățenii din diasporă. Același lucru mi s-a comunicat din Paris, din Londra; am teancuri de e-mailuri și scrisori primite de la cetățeni, absolut revolțati că nu au putut să voteze în 2 noiembrie. Aceste lucruri trebuia să prevedeați, fiindcă s-au

întâmplat și în alți ani și a fost clar că vom avea o prezență destul de mare la vot. Dumneavoastră ați ignorat..”

„Eu în continuare și astăzi și mâine, când ne vedem cu domnul prim-ministru, fiindcă atunci în chestiunea de diaspora este vorba de primul ministru, o să-l rog în numele miilor de români din diaspora care n-a putut să voteze, să facă pentru Dumnezeu ceva, să poată și acei oameni să voteze.”

c) Poziții politice ale PSD-ului

„Vreau doar să fac o remarcă, care poate este interesantă în acest context, fiindcă veni vorba despre Constituție. În comisia care se ocupă de revizuirea Constituției, s-a discutat despre chestiunea votului electronic și votului prin corespondență și PSD-ul a fost ferm și total împotriva introducerii acestui concept în proiectul de revizuire a Constituției.”

d) Guvernarea lui Ponta

„Aceste lucruri țin sigur, de respectarea legii, de respectarea tuturor procedurilor; iar în ce mă privește pe mine, voi garanta acest parcurs, inclusiv oprind politicul să se amestece în treburile justiției, inclusiv încurajând toate instituțiile să facă promovări pe bază de competență și nu pe bază de trocuri politice sau pe bază de pact de coabitare, cum am avut situație chiar în istoria noastră recentă.

Nu v-am auzit bine, domnule Rareș Bogdan. Eu voi colabora instituțional corect cu oricine va fi premierul României, fiindcă așa e e absolut normal. Și președintele și primul-ministru sunt puși acolo, nu ca să se certe la televizor, cum se întâmplă de doi ani și jumătate. Sunt puși acolo ca să rezolve problemele României, or dacă se ceartă la televizor, nu știu zău cum se ocupă de problemele României!”

„economie funcțională, pe care s-o scoatem din recesiunea tehnică în care a băgat-o guvernul Ponta, care este foarte ineficient! Să avem creștere economică și să ajungem, ca să ajungem să creștem pensiile; indexarea pensiilor, care acum, dragi pensionari, vă este vândută ca și o mărire a pensiilor, este obligatorie prin lege și nu vi se face un favor; guvernul este obligat să facă acest lucru. Atunci când voi fi eu Președinte și avem Guvernul PNL, vom avea în foarte scurt timp o economie, care realmente funcționează și atunci pensiile vor crește.”

„Guvernele Ponta au introdus în ultimii ani, cred că 36 de impozite și taxe noi. Acciza suplimentară la carburant, care a făcut pe toți transportatorii să caute soluții de a evada. (...)Este evident că aceste lucruri nu se pot face de astăzi pe mâine, vom veni cu un plan care face sens, vom veni cu reduceri de impozite și taxe. Vom veni cu reducerea TVA-ului gradual, în așa fel încât să putem să facem toate aceste lucruri. Este o promisiune pe care pot s-o fac atunci când voi fi președinte și

Partidul Național Liberal va avea Gurvern în România, vom reduce impozitele și taxe și vom relansa economia!”.

Adaptabilitate

Aici putem vorbi de adaptabilitate la formatul dezbaterii televizate în direct, mai ales pentru că a fost un eveniment ce poate fi considerat ca fiind organizat fără a avea niște teme de discuție prealabil stabilite.

Victor Ponta

Victor Ponta a manifestat adaptabilitate (aici mai precis abilitatea de a răspunde presiunii sau a ieși dintr-o situație nefavorabilă):

a) când a fost acuzat de Iohannis că-l întrerupe în repetate rânduri

„Nu trebuie să vă supărați, nu ne certați acum! Suntem alegători ai dumneavoastră, vă rog, tratați-ne cu respect, pe cei de la RTV nu i-ați tratat cu respect!”

b) A folosit umorul în diferite situații

*„Eu cred că dumneavoastră o să aflați luni!”
„Dar nu puteți să fiți un bun ortodox dacă sunteți protestant. Cum să fiți un bun ortodox?”*

c) l-a determinat pe Iohannis să-și ceară scuze

„O să vă rog să-i cereți scuze soției mele, că n-are nicio vină! Se poate?”

Klaus Iohannis

Victor Ponta a manifestat adaptabilitate (aici mai precis abilitatea de a răspunde presiunii sau a ieși dintr-o situație nefavorabilă):

a) S-a adaptat la formatul emisiunii, spunând că Ponta probabil a avut mai multe informații

„Domnule Rareș Bogdan, haideți să începem cu începutul! Mulțumesc pentru invitație! Eu am venit la dezbateri, din respect pentru alegătorii care vor să vadă aceasta dezbateri. Vreau totuși să spun, din capul locului, că în afară de invitația generică pentru 90 de minute, nu am primit niciun fel de alte detalii, asta ca să știe toată lumea despre ce vorbim aici. Bănuiesc că dumneavoastră v-ați făcut un plan... Nu știu în ce măsură ați comunicat cu domnul Ponta despre acest plan. (...) Fiindcă dumneavoastră îmi spuneți că am același număr de minute, nu știu despre câte minute vorbim, dar bănuiesc că o să ne spuneți imediat. Am considerat că trebuie să vin la aceasta dezbateri, cu toate că dumneavoastră domnule Ponta și echipa dumneavoastră, parțial de față, ați evitat cu mult succes să discutăm despre o dezbateri pe o platformă neutră publică.”

b) A folosit umorul când nu știa date concrete

„Nu, nu, dumneavoastră le știți pe toate!” (...) „Sunt sigur că o să ne spuneți imediat!”

„1.100.000, i-am numărat eu, cu oamenii mei!”

c) l-a cerut scuze soției lui Ponta

„Eu față de dumneavoastră, și față de doamna de față, eu dacă am greșit cu ceva îmi cer scuze în public!”

Repet: dacă în această campanie, că ați vorbit amândoi peste mine și vreau să repet, vreau să fie totuși clar, dacă în această campanie am lezat pe cineva prin afirmații pe care l-am făcut eu și dacă aceste afirmații au fost false, îmi cer scuze pentru aceste afirmații.”

Inovație

În această confruntare componenta inovație este extrem de puțin utilizată de candidați. Inovația este folosită inițial Victor Ponta care introduce principiul de vot electronic dar asistat, atunci când este întrebat de unul dintre moderatori de introducerea votului prin corespondență:

„Sunt un susținător al ideii organizării în două mii șaisprezece a votului prin corespondență și a votului electronic. Sunt sigur că dumneavoastră știți foarte bine, că între o interpelare și o lege aflată în vigoare este o diferență de la cer la pământ. Stați un pic, că m-ați întrebat ceva, e bine să vă răspund: ideea este dacă putem, și eu cred că putem, ținând cont de noile tehnologii, semnătura electronică, identificare electronică; putem în două mii șaisprezece, să asigurăm votul prin corespondență și votul online în mod sigur fără a exista temeri de fraudă, asta eu cred că până în două mii șaisprezece se poate face!”

Klaus Iohannis nu face decât să răspundă pe acest subiect, invocând componenta de trecut prin faptul că Victor Ponta nu a avut în calitate sa de deputat nicio propunere legislativă în acest sens:

„Bănuiesc că nu sunteți deputat! Există o inițiativă legislativă pentru votul electronic și votul și prin corespondență?”

CONCLUZII

Prin analiza de conținut pentru acest studiu de caz, am legitimat că șase din cele opt componente ale brandului (adaptabilitatea, diferențierea, inovația, istoria, poziționarea și segmentarea) sunt utilizate de politicieni pentru a influența votul cetățenilor. Așadar, șase din cele opt ipoteze de cercetare au fost verificate. Acest rezultat este oarecum justificat de faptul că un candidat nu prea folosește în discursul său elemente care țin de notorietatea personală și nici unul dintre candidați nu avea un brand atât de puternic ca să vorbim un set de valori care se creeze comunități de brand (ca stil de viață, mod de gândire) oameni care să se identifice cu unul dintre cei doi candidați.

Am putut observa că patru dintre componentele brandului au fost mult folosite de ambii candidați: poziționare, segmentare, diferențiere și istorie. Acest articol este o dezvoltare a unei părți dintr-o cercetare mai amplă, lucrarea post-doctorală *Analiză*

comparată a brandului electoral în paradigma epistemologică pozitivistă, interpretativă și constructivistă (Ghiuță, 2015).

Mulțumiri

Lucrarea a beneficiat de suport financiar prin proiectul cu titlul "SOCERT. Societatea cunoașterii, dinamism prin cercetare", număr de identificare contract POSDRU/159/1.5/S/132406. Proiectul este cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013. Investește în Oameni!

BIBLIOGRAFIE

Articole

- [1] Butler, P., & Harris, P. (2009). Considerations on the evolution of political marketing theory. *Marketing Theory*, 9(2), 149 – 164.
- [2] Christodoulides, G. (2009). Branding in the post-internet era. *Marketing Theory*, 9(1), 141 - 144.
- [3] Cova, B. & Cova, V. (2002). Tribal Marketing: The Tribalisation of Society and its Impact on the Conduct of Marketing. *European Journal of Marketing*, 36, 595-620;
- [4] de Chernatony, L. (2001). A model for strategically building brands. *Brand Management*, 9(1), 32-44.
- [5] de Chernatony, L. (2009). Towards the holy grail of defining 'brand', *Marketing Theory*. 9(1), 101-105.
- [6] Fanning, J. (1999). Tell me a story: The future of branding. *Irish Marketing Review*, 12(2), 3-15.
- [7] Ghiuță, O.-A. (2009). Le « brand » n'est pas l'équivalent de la marque: essai sur des concepts majeurs en marketing. *Les Annales Scientifiques de l'Université Valahia de Târgoviște, section sciences économiques*, 24, 157-172.
- [8] Ghiuță, O.-A. (2010). L'identification du brand dans le discours d'Obama. *Revue Valaque d'Etudes Economiques*, 1(15-3), 57-64.
- [9] Ghiuță, O.-A. (2015). Brand components in electoral debates. Presidential elections Romania 2009. *ECONOMIA. seria MANAGEMENT*, 1, 27-48.
- [10] Henneberg, S., Scammell, M. & O'Shaughnessy, N. (2009). Political marketing management and theories of democracy. *Marketing Theory*, 9(2), 165-188.
- [11] Lieb, K. J. & Shah D. V. (2010). Consumer Culture Theory, Nonverbal Communication, and Contemporary Politics: Considering Context and Embracing Complexity. *Journal of Nonverbal Behaviour*, 34(2), 127-136.
- [12] Keller, L. K., Lehmann, D. (2006). Brands and Branding: Research Findings and Future Priorities. *Marketing Science*, 25(6), 740-759.
- [13] Mayring, P. (2000). Qualitative Content Analysis, *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 1(2), art. 20.
- [14] O'Cass, A. (2009). A resource-based view of the political party and value creation for the voter-citizen: an integrated framework for political marketing. *Marketing Theory*, 9(2), 189 -208.
- [15] Piekkari, R., Welch, C. & Paavilainen, E. (2009). The Case Study as Disciplinary Convention: Evidence From International Business Journals. *Organizational Research Methods*, 12, pp. 567-589.
- [16] Scammell, M. (2007). Political Brands and Consumer Citizens: The Rebranding of Tony Blair. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 611, 176-192.
- [17] Schouten, J. & McAlexander, J. (1995). Subcultures of consumption: An ethnography of the new bikers. *Journal of Consumer Research*, 22, 43-61.
- [18] Smith, G, & French, A. (2009). The political brand: A consumer perspective. *Marketing theory*, 2009, 9(2), 209-226.
- [19] Vekoutsou, C. (2009). Brands as relationship facilitators in consumer markets. *Marketing Theory*, 9(1), 127-130.

Cărți

- [20] Aaker, D. A. (1996). *Building strong brands*, Free Press.
- [21] Agabrian, M. (2006). *Analiza de conținut*. Iași, Editura Polirom.
- [22] Chelcea, S. (2007). *Metodologia cercetării sociale. Metode cantitative și calitative* (ed. a III-a). București, Editura Economică.
- [23] Culic, I. (2004). *Metode avansate în cercetarea socială: Analiza multivariată de interdependență*. Iași, editura Polirom;
- [24] Gavard-Perret, M.-L. et al. (coord.) (2008). *Méthodologie de la recherche*. Pearson Education.
- [25] Ghiuță, O.-A. (2011). *L'influence du brand sur le comportement de l'électeur*. Éditions Universitaires Européennes.
- [26] Ghiuță, O.-A. (2016). *Analiză comparată a brandului electoral în paradigma epistemologică pozitivistă, interpretativă și constructivistă*. Iași, Editura Tehnopress.
- [27] Heilbrunn, B. (2007). *La marque*. édition Presses Universitaires de France.
- [28] Jolibert, A. & Jourdan, P. (2006). *Marketing research. Méthodes de recherche et d'études en marketing*, Dunod.
- [29] Kapferer, J.-N. (2006) *La marque*. Paris, Editor Dunod.

- [30] Keller, K. L. et al. (2009). *Management stratégique de la marque* (3^e édition). Paris, Pearson Education.
- [31] Lewi, G. (2004). *La Marque*. Paris, Librairie Vuibert.
- [32] Lewi, G. & Lacoecilhe, J. (2018). *Branding management. La marque: de l'idée à l'action* (3^e édition), Montreuil, Pearson.
- [33] Sicard, M.-C. (2001). *Ce que marque veut dire*. Paris, éditions d'Organisation.
- [34] Thiétart, R.-A. et al. (2007). *Méthodes de recherche en management* (3^e édition), Paris, Dunod.
- [35] Trout, Jack & Ries, A. (2004). *Poziționarea. Lupta pentru un loc în mintea ta*. București, Ed. BrandBuilders.
- [36] Zaiț, D. & Spalanzani, A. (2006). *Cercetarea în economie și management*. București, Editura Economică.

Listă tabele

Tabel 1
Stadiul actual al cunoașterii: componentele brandului în general și în domeniul politic

Componente ale brandului	Autor care vorbește de această noțiune în raport cu brandul	Autor care vorbește de această noțiune în raport cu brandul politic
Cultură de brand/ valorile brandului (mod de gândire, stil de viață)	Lewi (2004), Lewi, Lacoeuilhe (2018), de Chernatony (2001), personalitate de brand (Heilbrunn, 2007), univers cultural, reflex (Kapferer, 2006) identitate a actorilor (Sicard, 2001), rezonanță (Keller, 2009) grup de brand (Vekoutsou, 2009), comunități de brand (Cova, Cova, 2002), subcultură de consum (Schouten, McAlexander, 1995)	Smith, French (2009), Lieb, Shah (2010)
Inovație	Aaker (1996), Heilbrunn (2007), Lewi, Lacoeuilhe (2009), Kapferer (2006), de Chernatony (2009, 2001), Fanning (1999)	O’Cass (2009)
Diferențiere	Trout, Ries (2004), Aaker (1996), Keller (2009), Kapferer (2006), Keller, Lehman (2006)	Smith, French (2009), Lieb, Shah (2010)
Poziționare	Trout, Ries, (2004), Aaker (1996), Keller (2009), de Chernatony(2009, 2001), Sicard (2001), Lewi, Kapferer (2006), Heilbrunnv (2007), Keller, Lehman (2006)	Butler si Harris (2009), Smith, French (2009), Lieb, Shah (2010)
Segmentare	Lewi (2004), Lewi, Lacoeuilhe (2009), Heilbrunn (2007), Aaker (1996)	Butler, Harris (2009), Lieb, Shah (2010)
Adaptabilitate	Kapferer (2006), viziune (Heilbrunn, 2007), relație socială Sicard (2001), transformare Christodoulides (2009)	Butler si Harris (2009), Scammell (2007), Hennenberg, Scammell, O’Shaughnessy (2009)
Istorie, durabilitate	Lewi (2004), Lewi, Lacoeuilhe (2009), Sicard (2001), Aaker (1996), Fanning (1999), Keller (2009)	Scammell (2007)
Notorietate	Lewi (2004), Lewi, Lacoeuilhe (2009), Keller (2009), Heilbrunn (2007), Kapferer (2006)	Smith și French (2009)