



Adrian FIRICĂ

Îmi umblă prin cap cuvinte – scrise, vorbite, n-are importanță. Îmi mai umblă și idei, alcătuite din mai multe cuvinte scrise sau spuse. O harababură, ce să mai discutăm.

Am suferit un eșec personal teribil, când am încercat să descopăr dacă măcar una dintre ideile mele e platonice. Nici vorbă, nu am așa ceva. Ia să mă-mprumut, de la Nichita, care bine spunea: „cuvintele atrag realul”. Asta da idee platonice, zdravănă.

La ce-mi folosește mie așa ceva? Păi m-ajută să percep lumea, realul, politica în speță, pentru a nu rămâne în lumea alunecoasă a închipuirilor, cum ar fi de exemplu, să rămân la părerea mea că prin democrațiile moderne așezate politica e făcută de partide, că partidele au o doctrină mai mult sau mai puțin inteligibilă, că partidele selectează și promovează dintre membrii de partid pe câte unii pe care-i trimite să se bată cu alții de la alte partide, pentru a impune și a implementa mai apoi o politică de guvernare, mai mult sau mai puțin corespondentă cu problemele reale ale unei națiuni. În fine, că dacă națiunea aceea devine nemulțumită, poate să-și modifice, fără supărare, opțiunile.

Avem noi partide? Aparent da, dar sunt platonice de-a binelea, iluzii, copii, nici măcar teoretice, d-apăi întruhipări reale ale ideilor.

Ca s-o spun pe șleau, politica noastră e una de brand personal, nu de partid, nu de doctrină, nu de interes ori de serviciu național. Mai apoi politica, la noi, e una ce-i judecată de D.N.A., P.N.A., Parchet, tribunale și “nici în ultimă instanță” de votanți, de populație - de masa de votanți, că asta-mi stătea pe limbă să spun. La rândul lor instanțele astea sunt apreciate cu un instrument etico/profesional, recent înființat, al cărui nume îmi scapă, în ciuda faptului că am reținut că este un instrument controversat, dar socotit a fi necesar, de către ministra justiției noastre. Acum, părerile sunt împărțite, unii spun că a mâncat-o undeva și că avea nevoie de un instrument de scărpinat, alții spun că o jena ceva printre dinți, în timp ce mânca reforma justiției pe pâine și că avea nevoie de o banală scobitoare, de fapt.

Cum e cu **brandurile**? Care sunt acestea? Păi avem branduri de două feluri: felul vechi și felul nou. Brandurile vechi sunt, la rândul lor extraordinar de mari și mari, iar brandurile noi sunt de anvergură națională și de anvergură locală. Ion Iliescu este un brand vechi extraordinar de mare. Nu-l poate

ignora nici dracu’, deși unii mai mici sapă agitați la soclu, sau împrășcă materiale corozive asupra sa. Degeaba! Corneliu Vadim Tudor este un brand vechi mare. Este așa pentru că merge cu mila Lui Dumnezeu înainte (asta vine să spună că are o notorietate mare, încât până și necuratu-a auzit de el), doar că mai calcă-n străchini din când în când, pătându-și negativ notorietatea. Brandul nou de anvergură națională este Gigi Becali, iar cel de anvergură locală este “care este Marean Vanghele care este de mai multe ori”. Caracteristica lor comună, a brandurilor noi, e că sunt tari în gură. De

mișcă mărcile: Bănescu, Stolojan, Boc, Meleşcanu, Geoană, Roman, Constantinescu, ș.a..

Care-i atitudinea și implicarea maselor în politică? Brandurile sunt intangibile, imuabile și imutabile în percepția publică. Asta este! Mărcile însă au altă “viață”, sunt un fel de bun de folosință imediată, cam ca uleiul: bun pentru salate, prăjeli, frecții și alte tratamente, ungerea balamalelor ușilor; nu prea stă lumea să facă diferența între uleiurile de masă “De la bunica”, Muntenia sau Soreanca. Ulei să fie!

După cum se vede, structura asta e asemănătoare unui con, sau unui sân

De la un sân la altul

||

Cultură

Politică

diferențiat îi diferențiază vârsta și funcțiile. Preocupările le sunt asemănătoare. Gusturile, în ceea ce privește tipurile de automobile și marca hainelor diferă, însă amândoi umblă cu automobilul și sunt bine îmbrăcați. Amândoi suferă la capitolul bune creșteri, prin urmare au capital – primul are capitalul depozitat la banca microbiștilor de fotbal, al doilea depozitează pe stăzile și prin casele din sectorul 5 al Capitalei și în sediul pesediștilor capitalei.

De unde știu eu că este așa? De unde și de la cine trebuie, adică de la institutele de sondare a opiniei publice. Dacă vrei să știi “cum stai”, te duci la unul dintre institutele astea, dai un ban și afli. Dacă mai dai ceva acolo, în plus, îți e respectată ... intimitatea. După ce ai aflat cum stai cu intimitatea, te duci la alt institut, dai un ban, dar spui că dacă plătești muzica vrei să o și comanzi. S-a făcut, când se publică datele sondajului ieși așa de fățos, încât depășești orice marjă de eroare.

Ca să nu uit, mai în aval de brandurile astea se află niște **mărci**, care au diferite interese (individuale, ori de grup, în funcție de tipul de acționariat), ce se întind de la termopane (foarte la modă acum în industria imobiliară autohtonă), până la conturile lui Ceaușescu (preocupare mai curând de natura cercetărilor științifice de anvergură internațională). Mărcile mai cunoscute sunt Năstase, D.I.P., Mitrea & Comp., Patriciu, D. Voiculescu & Fiicele, etc. Comportamental unele mărci sunt fixe precum pontoanele, altele sunt migratoare – cam pe aici stau sau

mic, dar tare, ca să mă exprim intuitiv (adică pe-nțelesul celor ce dau de regulă tonul și elanul electoralist pe la noi – bărbații, cum ar veni, care sunt sensibili la forme). În vârf este Brand-Ion, urmează un palier doi având în compoziție cei doi brand-noi și mai brand-vechiul Vadim și, în fine, baza, unde nu mai contează care-i compoziția și amestecul mărcilor, important fiind să reziste la șocuri, să nu se spargă și să se scurgă, sau să se-mprăstie, ori să se aneantizeze conținutul.

Structura nu e însă suficientă. Trebuie să vedem cum e cu mișcarea politică. Păi aici avem de-a face cu alternanța politică impusă constituțional, dar pusă în operă prin arajamentul de amploare al alegerilor generale. Acum alternează alianța DA cu P.S.D.. Apele nu sunt prea limpezi. Alianța se află ea la putere, dar are probleme de comunicare. În ultima vreme DA se antrenează ca să poată cânta la unison: DaDA, DaDa, DaDa! P. S. D.-ul are probleme cu bazinul, are contracții, vomită, nu-i e bine dar se tratează pentru a reveni la un bazin electoral normal pentru pretențiile sale. Dl. Dâncu, urmează chiar să facă până în septembrie a.c. o platformă, în fine, ideologică pentru un partid de masă (de mese!), de stânga, platformă care va fi avizată de Conferința dumnealor națională, apoi va fi distribuită rațional pentru bazinele electoratului greu încercat: natural de cutremure, inundații, alunecări de teren, secetă, incendii și alte calamități, precum și de molime și de gripa aviara europeană și internațională; dar și de niște chestii

moștenite și transmise socio-economic (le știe dl. Dâncu, pentru că e sociolog!), cum ar fi pauperitatea, hai să-i zicem endemică, și să nu ne ducem mai departe, cum ar fi să vorbim despre șansele de ascensiune socială și profesională, adaptarea învățământului la cerințele ocupaționale ale pieței muncii și a sănătății populației la un buget nesănătos, că ar fi prea de tot. Zău așa!

Facem pariu că “Strategia de recuperare Dâncu” o să fie o mixtură a borboroselilor Polului Social (P. S. D.-ul nu poate trăi fără tehnica “polilor”) și a P. I. N.-ului tinerilor transfugi (ăștia ar aduce cu ei rezolvarea perenei confuzii: “până când să n-aibă și P. S. D.-ul tinerii săi?”)?

Ei bine, un sân așa de tare și de frumos, trebuie să fie bine păzit și, de ce nu, ferit de ochii și de gura lumii. Pentru asta avem câinele de pază al democrației: PRESA. Aici stăm cel mai bine, nu avem doar un câine, ci avem mai multe cățelușe, care păzesc tânăra noastră democrație. Unele cățelușe sunt mai bine hrănite, altele așa și așa, dar de educație și dresaj nu duc lipsă, acestea fiind obligatorii. Unele cățelușe care au încercat să se sustragă programului, au fost reorientate profesional conform principiului: pagubă-n ciuperci, dacă dispăre o sursă de opinii bizare.

Exemplul bun și demn de urmat, vine de la o rasă bună de cățelușe (rasele bune omologate sunt: Publicistica, Posturile de radio, Posturile Tv, iar mai nou, Sit-urile web) și arată cam așa: o cățelușă cu echipament Tv. Însoțește o delegație a P.S.D.-ului undeva, într-o comună inundată. Domnul Geoană și alții înmânează sinistraților câte un plic. În fiecare plic, că să vezi, erau câte trei milioane de lei vechi. Una din năpăstuite, luată la rost la microfon de reporteriță, spune că a primit banii de la Primul ministru Geoană, care era acolo cu domnul Președinte. Seara, la emisiunea de știri, primadona știristă, dar și primadonul știrist, în loc să pună nițeluș cam profesionist lucrurile la punct, spunând că biata femeie nu prea e la curent cu mersul politicii, au comentat un fel de schetch umoristic, uitând “să se” și “să ne” întrebe, dacă nu era cazul să fie sesizat Parchetul pentru dare de mită. Asta pentru că nu s-a spus dacă acțiunea de înmânare de fonduri de către Primul ministru Geoană, însoțit de Președinte, era o acțiune de binefacere, așa cum scrie la carte: strângere de fonduri, alcătuirea unei liste ... și așa și pe dincolo pentru informarea publicului și formarea unei opinii corecte cu privire la clasa politică.