

Prin două greșeli neprovocate, Dragnea și Firea și-au erodat credibilitatea în două săptămâni. EFOR prezintă în premieră cifre care susțin ceea ce spun majoritatea comentatorilor, generate prin market analysis pe "big data"



Pe 9 iunie PSD a organizat la București un miting împotriva abuzurilor în justiție, pentru care au fost aduși membri de partid din toată țara. S-a scandat împotriva lui Soros și a „statului paralel”. Imaginile din piață și analizele ulterioare ale comentatorilor conturează un semi-eșec: oamenii oboșiți și blazați, în general funcționari și lume modestă, adusă de la mari distanțe pe convocator, n-au reacționat la sloganuri și au început să plece înainte de un finalul gândit să fie triumfal, cu un discurs mobilizator al lui **Liviu Dragnea**, creierul acțiunii, și toți ceilalți lideri ai coaliției prezenți pe scenă.

Pe 11 iunie, primărița Bucureștiului, **Gabriela Firea**, a fost huiduită live de

publicul adunat pe Arena Națională ca să felicite pe Simona Halep pentru titlul de la Roland Garros. Exercițiile stângace de „damage control” care au urmat – ștergerea de comentarii negative; închiderea a paginii de FB a Gabrielei Firea; producția de fake news în departamentul de PR al PSD – n-au făcut decât să agraveze criza de imagine a celui de-al doilea lider social-democrat ca importanță.

Încă din weekendul 9-10 iunie, EFOR a lansat la lucru algoritmi pentru a măsura efectele în piața de comunicare ale erorilor politice ale celor doi lideri. Timp de o săptămână am analizat datele din **platforma ZeList Monitor**; mulțumim pentru acces companiei Tree Works (și personal lui Cătălin Teniță).

Important: sursele datelor analizate nu sunt doar social media (Facebook, Twitter) ci mult mai numeroase, incluzând blogurile independente, diverse forumuri de discuție, paginile de internet ale televiziunilor și ziarelor, portalurile de știri, etc. In fiecare saptamana Zelist Monitor analizeaza peste 86.000 de bloguri, peste 41.000 de pagini de Facebook, peste 298.000 de conturi de Twitter, 2.800 de publicatii online si 119 din cele mai importante forumuri în timp real¹. Fig 1 alăturat prezintă sursele de date pentru atitudinea față de Liviu Dragnea în săptămâna fatidică. Pentru Gabriela Firea procente diferă puțin, dar structura e cam aceeași.

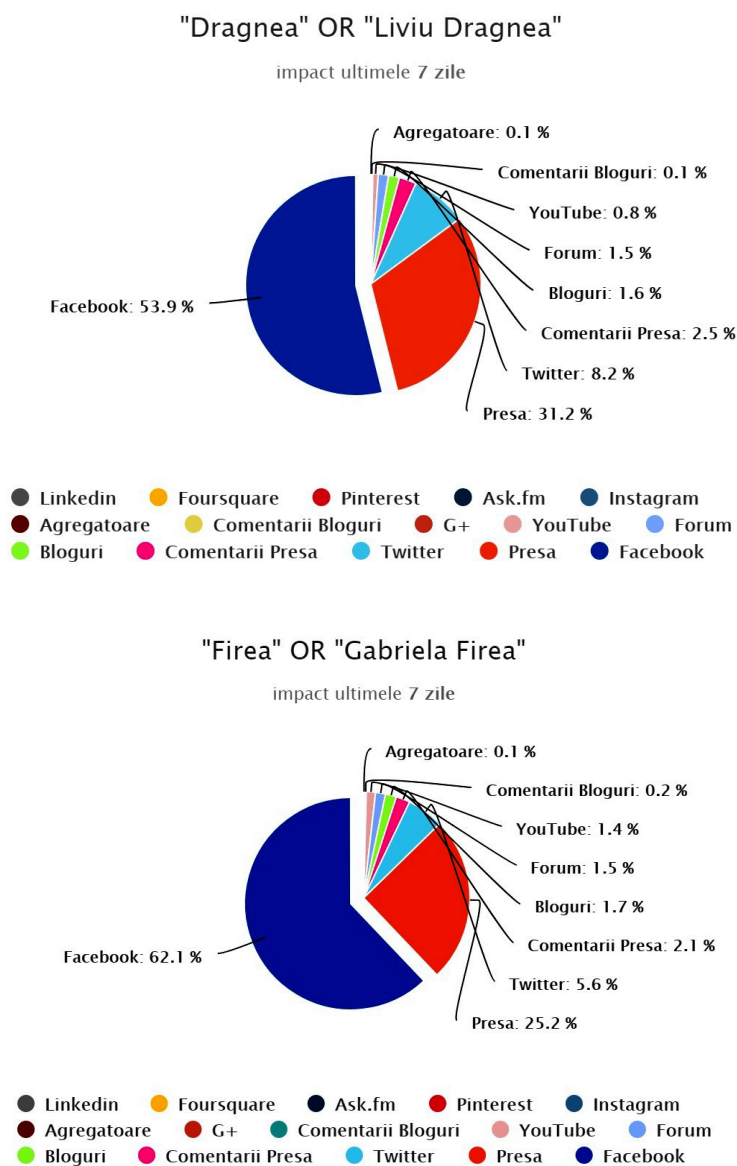
Cu alte cuvinte, graficele de mai jos reflectă cam tot ce a mișcat în online în ultima săptămână, pe două dimensiuni importante:

1. **Cât de mult s-a discutat** de personaje în chestiune sau teme propuse de ei
2. **Sentimentul (pozitiv/negativ)** pe care l-au provocat aceste personaje sau subiecte.

Rezultatele acestor acțiuni sunt importante, pentru că cele două evenimente au fost unele tipice de PR, menite (i) să proiecteze forță, putere de control și emoții pozitive legate de cele două personaje centrale; și (ii) să impună pe agenda publică teme centrale în campaniile de comunicare ale partidului, cum ar fi cea a „statului paralel” sau a conspirației Soros contra statului român.

Nici una din teme nu e originală în context actual sau regional, ci e o resuscitare a unor clișee din presa extremistă a anilor '90, întărită cu

Fig. 1. Sursele datelor analizate



importuri recente din discursul autoritarist din Turcia, respectiv Ungaria. Iar în privința efectului scontat se poate observa în graficele de mai jos că cei doi lideri nu doar au eșuat, dar chiar au produs rezultate contrare celor așteptate.

Fig. 2. Cât de mult s-a discutat despre Dragnea, Firea și teme PSD: importanța relativă

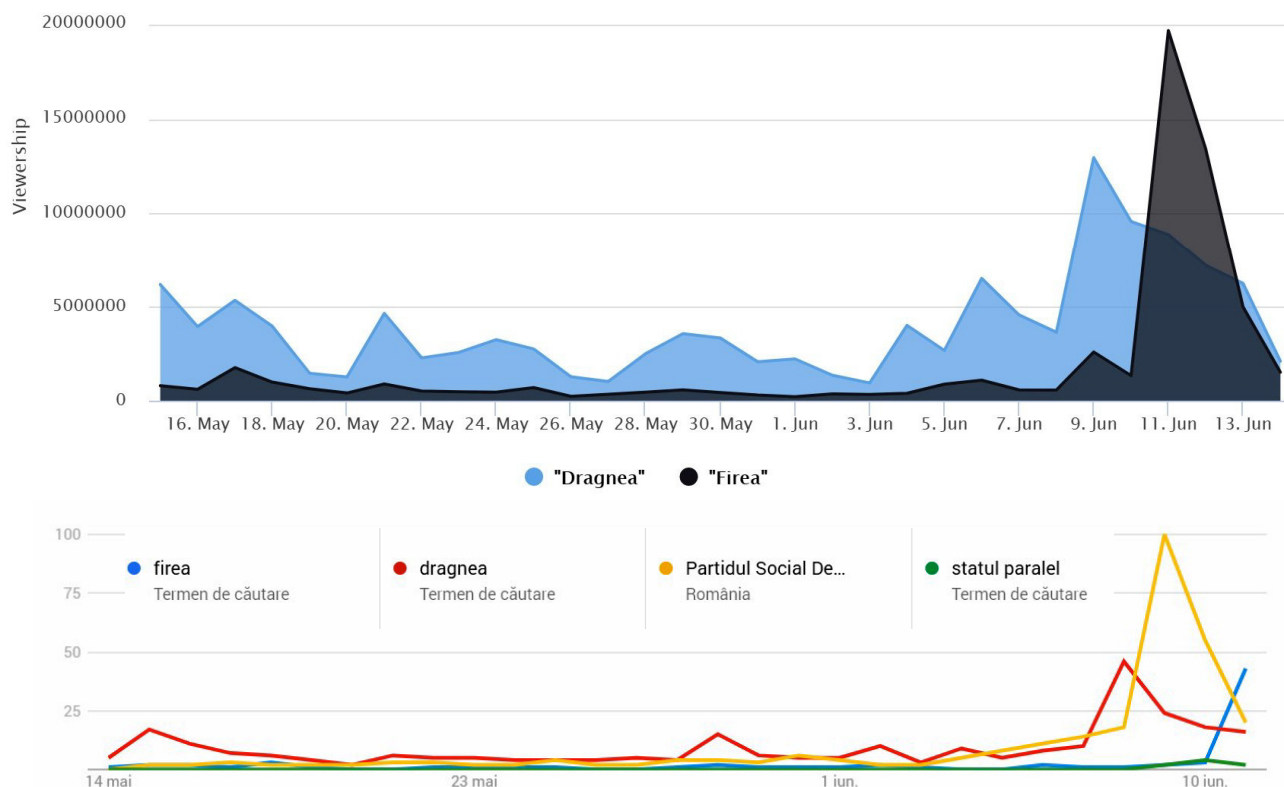
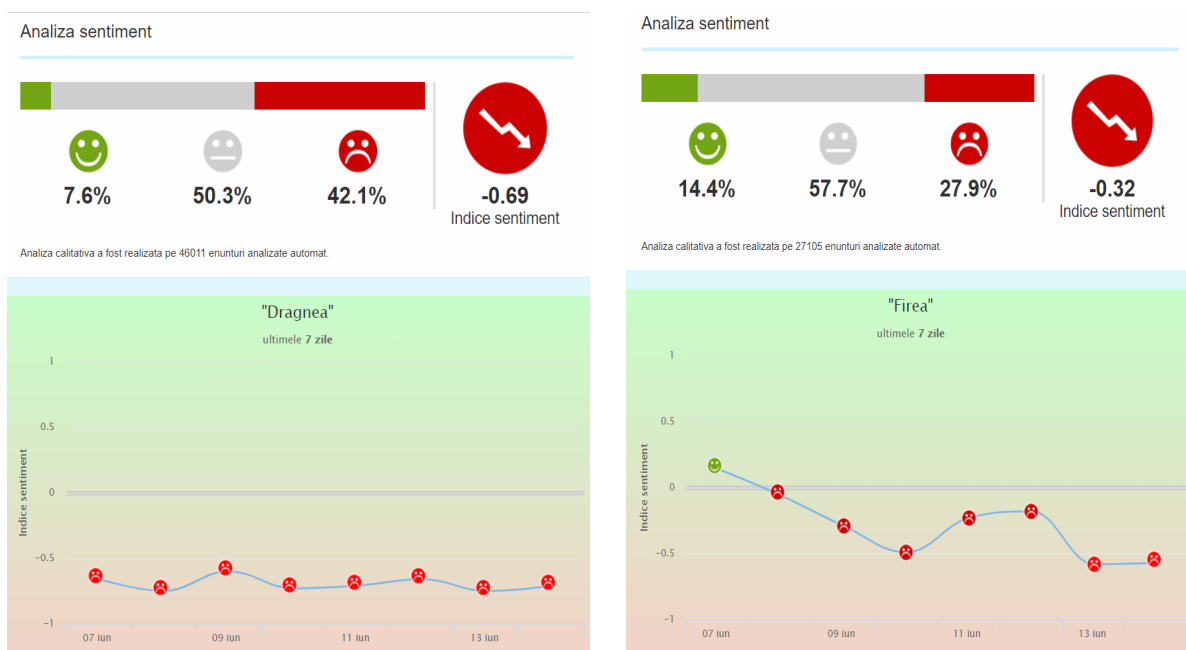


Fig. 3. Sentimentul discuțiilor despre Dragnea și Firea



Concluzii:

- Fig. 2 arată că apariția pe stadion a Gabrielei Firea în data de 11, dar mai ales încercările ulterioare de a escamota valul de critici pentru această apariție, au eclipsat discuțiile legate de protestul PSD din 9 iunie: viewership-ul legat de termenul 'firea' este semnificativ mai mare decât cel legat de 'dragnea'.
 - Temele gen Soros și „statul paralel” nu au prins, discuția publică centrându-se pe persoana celor doi lideri PSD (și pe partid ca atare), nu pe ce au vrut ei să transmită.
 - Poate cel mai important, ponderea celor doi lideri în imaginea publică s-a schimbat spre finalul săptămânii analizate. **Firea a trecut înaintea lui Dragnea ca frecvență a mențiunilor, dar cu prețul unei prăbușiri accentuate de percepție:** de la vag pozitiv înainte de mitingul PSD, la puternic negativ după episodul Halep.
 - Sentimentul față de Liviu Dragnea nu a crescut ci a rămas stabil negativ, ca și înainte de marele efort public al PSD în Piața Victoriei; cu alte cuvinte **mitingul nu a avut ecoul scontat de principalul său promotor.**
- Rămâne de actualitate întrebarea dacă liderii PSD pot ieși din patternul auto-distructiv verificat de mai multe ori în alegerile trecute, când prin propagandă intensă și virulentă, puternic personalizată, au obținut efectul contrar celui pe care-l doreau, adică au generat o reacție generală de respingere în societate.



Semilunei 7, ap. 1
București
www.expertforum.ro