

Transferuri de voturi, alegători nereprezențați și nou-veniți în cel de-al doilea tur al competiției prezidențiale din 2009⁵⁸

Andrei Gheorghiuță

Context general

Victoria lui Traian Băsescu în cel de-al doilea tur al alegerilor prezidențiale a fost în bună măsură surprinzătoare pentru analiștii fenomenului electoral. De fapt, este foarte posibil ca rezultatul să fi fost chiar mai spectaculos pentru aceștia din urmă decât pentru publicul larg, mai puțin atent la evoluțiile de campanie. De ce surprinzător? În primul rând, încă de la sfârșitul lunii octombrie, toate sondajele de opinie care îi contrapuneau pe Traian Băsescu și Mircea Geoană anticipau o victorie a celui din urmă cu 6-8 procente. În al doilea rând, după primul tur de scrutin, candidatul social-democrat a beneficiat de susținerea cvasiunanimă (explicită sau implicită) a celorlalți contracandidați, cumulând, cel puțin în plan teoretic, o bază de susținere mult mai largă decât cea necesară câștigării alegerilor prezidențiale. În al treilea rând, chiar dacă este vorba despre un argument subiectiv prin natura sa, dezbateră televizată din încheierea campaniei electorale nu a avut un câștigător atât de clar în Traian Băsescu pentru a compensa ecartul în intenția de vot care îi separa în momentul respectiv. Nu în ultimul rând, puțini au fost cei care au luat în considerare ipoteza că raportul de voturi în secțiile din afara granițelor țării, net favorabil președintelui în funcție, ar putea schimba în vreun fel soarta competiției. Sondajele la ieșirea de la urne (ulterior și numărătoarea Biroului Electoral Central) nu au făcut decât să confirme aceste așteptări, plasând victoria la nivelul secțiilor de pe teritoriul țării în tabăra lui Mircea Geoană. Cu toate acestea, învingătorul alegerilor din 6 decembrie a fost președintele în funcție, Traian Băsescu.

⁵⁸Elaborarea acestui capitol a fost sprijinită prin date și resurse provenite din grantul CNC SIS-UEFISCSU cod PNII – IDEI 2174/2008 pentru proiectul „Studiul alegerilor prezidențiale – România, 2009”, director Mircea Comșa. O versiune preliminară a acestui text a fost publicată în *Social Change Review* 9(2), 2011.

Pentru a contextualiza corect succesul neașteptat (sau puțin așteptat) al lui Traian Băsescu în turul al doilea al alegerilor prezidențiale, credem că se cuvin făcute cel puțin două observații. Pe de-o parte, *victoria acestuia în secțiile de vot din străinătate a fost suficient de categorică* pentru a compensa avantajul fragil obținut de Mircea Geoană în secțiile de vot din țară. Pe de altă parte, *ecartul dintre cei doi candidați în secțiile de vot de pe teritoriul țării a fost semnificativ mai redus (0,14%) decât cel anticipat de sondaje*. Orice explicație pentru rezultatul final al alegerilor trebuie căutată în spațiul definit de aceste două observații. Dacă ne oprim asupra primei și o confruntăm cu datele oficiale ale Biroului Electoral Central (BEC), constatăm o mobilizare superioară a diasporei în turul al doilea în comparație cu primul tur, sporul de participare fiind de peste 55%. Ponderea voturilor pentru Traian Băsescu crește de la 56,05% în primul tur la 78,86% în turul al doilea (spor real de 62.927 alegători, procentual 119%), în timp ce Mircea Geoană înregistrează o creștere relativă modestă de la 12,41% la 21,14% (spor real de 19.328 alegători, procentual 165%). În absența unor date de sondaj, este imposibil să estimăm cât de extinsă este suprapunerea între electoratul din primul tur și cel din al doilea, dar și cum s-au redistribuit voturile alegătorilor nereprezentați⁵⁹ sau nou veniți în cea de-a doua etapă a competiției prezidențiale. Putem totuși să remarcăm mobilizarea deosebită a alegătorilor din diasporă cu ocazia turului al doilea, cu efecte aparent favorabile pentru succesul candidatului Traian Băsescu.

Probabil mai fertilă sub raportul posibilităților de investigare empirică, cea de-a doua observație deschide multiple direcții de analiză. Dacă folosim drept referențial votul teoretic⁶⁰, Mircea Geoană ar fi trebuit să obțină o victorie facilă în cel de-al doilea tur de scrutin (peste 60% din voturi) la nivelul secțiilor de vot din interiorul granițelor țării. Totuși, votul real a consfințit o victorie extrem de fragilă (și insuficientă) a candidatului social-democrat. Pot fi găsite mai multe scenarii care să explice, individual sau cumulativ, diferența extrem de mare dintre votul teoretic și cel real: (a) *scenariul mobilizării*, conform căruia un număr mare de alegători „noi”, care nu votaseră în primul tur, au venit la vot, preferându-l într-o largă majoritate pe Traian Băsescu; (b) *scenariul demobilizării*, conform căruia o mare pondere a electoratului nereprezentat nu a mai venit la vot în turul al doilea, alianțele inter-

⁵⁹Literatura de limbă engleză a consacrat conceptul de *thwarted voters* (votanți ale căror planuri au fost zădărnicate) pentru alegătorii care sunt nevoiți să facă o nouă opțiune de vot pentru turul al doilea al alegerilor, în condițiile în care candidatul favorit nu a reușit să depășească primul tur de scrutin (Pierce 2003, 2004; Henderson, Hillygus și Tompson 2010). Același termen este folosit și în cazul sistemelor cu alegeri preliminare (cum ar fi cazul marcant al Statelor Unite) pentru a desemna alegătorii care au preferat un candidat care nu a intrat în competiția finală.

⁶⁰Rezultat pe baza unei redistribuiri „teoretice” a voturilor din turul întâi, pe baza recomandărilor formulate de către candidații învinși.

partinice (într-o largă majoritate favorabile lui Mircea Geoană) nemaiajungând să se materializeze; (c) *scenariul contextului de campanie*, conform căruia anumite evenimente dintre cele două tururi de scrutin s-au materializat în transformări ale intenției de vot. Nu poate fi lăsată în afara celor trei scenarii constatarea comună în studiile electorale potrivit căreia votul alegătorilor nereprezențați nu se îndreaptă în mod automat înspre finalistul recomandat de către candidatul preferat în primul tur de scrutin. Nu este deloc neobișnuită situația de *disonanță între recomandarea candidatului de ordinul întâi și valorile, opiniile, simpatiile alegătorului*, care se va traduce fie în absentism, fie într-o decizie de vot opusă. Din nou, având în vedere diversitatea resurselor de suport pentru Mircea Geoană în termeni de spațiu ideologic, afinități tradiționale etc., este extrem de probabil ca să avem de-a face cu un număr mare de astfel de situații de disonanță, care deviază astfel de la votul teoretic. Din fericire pentru o mai bună înțelegere a rezultatelor competiției prezidențiale, datele din sondajul panel *Studii Electorale Românești* (SER) permit în bună măsură explorarea acestor direcții analitice. Este de altfel ceea ce ne-am propus să facem pe parcursul acestui capitol, asumându-ne toate limitările aduse de folosirea datelor de sondaj de opinie în acest scop (supraraportarea votului în favoarea câștigătorului, analize pe subeșantioane reduse numeric ș.a.m.d.). De altfel, în absența asumării unei atare limitări analitice, credem că ar fi imposibil să furnizăm explicații fundamentate empiric asupra rezultatului final al alegerilor prezidențiale de la sfârșitul anului 2009.

Evoluții în participare și vot între cele două tururi de scrutin

Așa cum sugeram anterior, analiza evoluțiilor la nivelul participării și votului între cele două tururi de scrutin pornind de la date de sondaj de opinie nu este lipsită de pericole. Experiența analiștilor fenomenului electoral vorbește despre cel puțin două categorii de *efecte de supraraportare* care pot introduce distorsiuni semnificative în concluziile pe care încearcă să le formuleze. În primul rând ne confruntăm cu o *supraraportare a participării electorale*. Cu alte cuvinte, datele de sondaj culese *post factum* indică o rată de participare semnificativ superioară celei înregistrate de statisticile oficiale. Distorsiunile pe care le introduce la nivelul analizelor acest fenomen sunt evidente: operăm practic cu un subeșantion de respondenți care declară că au mers la vot, dar de fapt o parte semnificativă a lor sunt falși alegători, pe care îi tratăm sub aspectul răspunsurilor la multiple întrebări ca și cum ar fi autentici. Explicațiile generale pentru supraraportarea participării la vot formulate în literatură au fost deja tratate într-un capitol anterior și nu vom insista asupra lor. Pe scurt, acestea țin de dezirabilitatea socială a votului resimțită de către respondent combinată cu limitele firești ale memoriei umane. Acestea se suprapun în cazul SER peste un rikoșeu metodologic specific studiilor de tip panel (aplicarea chestio-

narului într-un prim val preelectoral și conștientizarea existenței unui val ulterior va stimula atenția respondenților, existând tendința ca ei să devină mai informați și mai participativi), dar și peste un efect contextual de subestimare a prezenței la vot în statisticile oficiale (discutat deja în primele două capitole ale acestui volum). Toate aceste categorii de efecte acționează în cazul nostru în același sens, sporind ecartul între participarea oficială și cea autodeclarată⁶¹, cu efecte greu de estimat asupra analizelor ulterioare.

Pe un al doilea plan se manifestă tendința de *supraraportare a votului în favoarea câștigătorului*, separat sau în relație cu efectul discutat anterior. Practic, datele de sondaj postelectoral indică o pondere mai mare a voturilor pro-învingător în comparație cu cea extrasă din rezultatele oficiale. În spatele unei atare situații pot sta două scenarii posibile: fie votanții fictivi despre care discutăm anterior raportează într-o mai mare măsură decât restul populației opțiunea în favoarea câștigătorului (dublă supraraportare), fie o parte a alegătorilor reali preferă să raporteze în mod fals o decizie de vot în favoarea acestuia⁶² (supraraportare a votului pro-câștigător). În general, literatura nu tratează diferențiat cele două situații, funcționând asumția implicită a unei cauzalități comune. Îndeosebi atunci când distanța în timp între momentul votului și cel al interogării este redusă în timp (cum este și în cazul prezentului studiu), deci riscul producerii unor erori în planul memoriei scade, explicațiile privind supraraportarea votului pro-învingător sunt construite în general pornind de la manifestări particulare ale fenomenului de dezirabilitate socială. Poate fi vorba despre o reformulare a clasicului *efect de raliere (bandwagon effect)* descris de Lazarsfeld, Berelson și Gaudet ([1944] 2004), care statuează existența unui segment al corpului electoral care dorește să fie asociat cu învingătorul și raportează în mod fals un vot în favoarea acestuia (sau nu raportează votul pentru unul dintre învinși). Sau motivațiile pot proveni din teama de izolare socială conceptualizată în forma *spiralei tăcerii* (Noelle-Neumann [1984] 2004), care îi determină pe indivizi să-și autocenzureze exprimarea opiniilor și pozițiilor minoritare (în cazul de față să raporteze votul pentru învinși). Indiferent de rațiunile supraraportării votului pro-învingător, este evident că și acest fenomen poate introduce distorsiuni la nivelul oricărei analize care își propune să explice decizia de vot pe date de sondaj de opinie. Din fericire, așteptările noastre vizează o manifestare mai degrabă izolată a fenomenului de supraraportare a votului în favoarea învingătorului în cazul ultimelor alegeri prezidențiale, dată fiind polarizarea ex-

⁶¹De fapt, putem vorbi despre două componente ale acestui ecart: o componentă autentică, reală, datorată în principal efectelor de dezirabilitate socială și o a doua componentă, virtuală, datorată efectului de panel și efectului contextual. Cea de-a doua componentă introduce în analizele ulterioare doar o eroare virtuală, fiind vorba despre respondenți ai sondajului care realmente au votat.

⁶²Sau, evident, să nu raporteze votul în favoarea unui învins.

tremă a contextului electoral, precum și echilibrul numeric relativ între cele două „tabere”.

În lumina acestor riscuri, devine clar că orice demers analitic ținând explicarea votului în cel de-al doilea tur al alegerilor prezidențiale nu se poate realiza în absența unei estimări a magnitudinii celor două categorii de efecte de supraraportare pe datele din sondajul panel SER. Rezultatele sunt sintetizate în tabelele 1 și 2. Ce observăm? În primul rând, supraraportarea participării la vot este ridicată⁶³ în cazul ambelor tururi de scrutin, plasându-se la un nivel apropiat de 28%. În al doilea rând, nu putem vorbi de o supraraportare a votului pentru câștigător⁶⁴ în nici unul dintre cele două tururi. Mai mult chiar, putem să întrevădem chiar o tendință inversă în momentul imediat postelectoral (valul 2 după turul I, valul 3 după turul II).

Tabelul 1. Raportarea participării la vot în comparație cu datele oficiale

Primul tur de scrutin			Al doilea tur de scrutin	
Participare raportată (SER, valul 2)	Participare raportată (SER, valul 3)	Participare oficială	Participare raportată (SER, valul 3)	Participare oficială
86,9%	82,6%	54,3%	85,8%	58,0%

Tabelul 2. Raportarea deciziei de vot în comparație cu rezultatele oficiale

Candidat	Primul tur de scrutin			Rezultat oficial în secții de pe teritoriul țării
	Intenție de vot (SER, valul 1)	Vot raportat (SER, valul 2)	Vot raportat (SER, valul 3)	
Traian Băsescu	31,8%	33,7%	35,4%	32,22%
Mircea Geoană	35,6%	34,5%	34,4%	31,34%
Crin Antonescu	18,4%	21,4%	18,9%	20,05%
Candidat	Al doilea tur de scrutin			Rezultat oficial în secții de pe teritoriul țării
	Intenție de vot (SER, valul 1)	Intenție de vot (SER, valul 2)	Vot raportat (SER, valul 3)	
Traian Băsescu	42,8%	32,1%	47,6%	49,93%
Mircea Geoană	58,2%	57,9%	52,4%	50,07%

⁶³Rata de supraraportare a participării la vot este superioară celei înregistrate în estimări anterioare pentru cazul României. Cu toate acestea, ne așteptăm ca o proporție semnificativă a acestora să nu fie de fapt supraraportare reală, ci o creștere a participării autentice la vot antrenată de efectul de panel asociat culegerii datelor.

⁶⁴În ambele tururi, învingătorul global a fost Traian Băsescu, în ciuda situației neobișnuite cu care s-a încheiat al doilea tur (înfrângere la nivelul secțiilor din țară și victorie per ansamblu, după includerea secțiilor de vot din străinătate). În aceste condiții, considerăm că referențialul în relație cu care urmărim supraraportarea votului pro-câștigător trebuie să fie, pentru ambele tururi de scrutin, Traian Băsescu.

Totodată, se cuvin remarcate abaterile mici ale votului raportat față de votul real înregistrat în statisticile oficiale, mai cu seamă în cazul celui de-al doilea tur de scrutin. Un alt aspect care atrage atenția este inversarea ordinii câștigătorilor din turul întâi între raportările din valurile 2 și 3 (ambele *post factum*): practic, raportarea votului pentru Mircea Geoană rămâne relativ constantă, în timp ce pentru Traian Băsescu crește cu 1,7%. Pur speculativ vorbind, o atare evoluție este explicabilă atât printr-un „efect de câștigător” după al doilea tur, dar poate fi pusă la fel de bine și pe seama variației în rata de acceptare a respondenților între valul 2 (n=1.125, telefonic, deci cu o rată mai scăzută) și valul 3 (n=1.403, față în față, rată mai ridicată).

O atare imagine asupra magnitudinii efectelor de supraraportare nu este nici-decum capabilă să ofere un răspuns clar asupra întrebării de pornire, respectiv: sunt distorsiunile introduse într-o marjă tolerabilă din perspectiva unor analize ulterioare privind votul sau nu? Buna capacitate a raportărilor din valul 3 de a reproduce structura reală a votului cu erori minime, atât pentru primul, cât și pentru al doilea tur de scrutin, este fără îndoială încurajatoare. Pe de altă parte, este neclar cât de mult ar putea afecta analizele explicative ale votului ecartul mare între participarea oficială și cea autodeclarată. Într-un scenariu optimist, ar putea fi vorba predominant de un ecart „virtual”, explicabil prin cumularea unui efect de panel cu o eroare în măsurarea participării oficiale. Există totuși și scenariul pesimist, care, cumulat cu reducerea numărului de cazuri în analize pe subșantioane, se poate răsfrânge negativ asupra calității analizelor ulterioare. Este un risc care nu poate fi trecut cu vederea și care îndeamnă la o anumită prudență în legătură cu concluziile din continuarea prezentului capitol.

Care sunt principalele evoluții la nivelul participării electorale între cele două tururi de scrutin? În primul rând, avem de-a face cu o *pierdere de aproape 6%* dintre alegătorii de la turul întâi, care, din varii motive, nu mai ajung să voteze la turul al doilea. Pierderea este mai mare în rândul votanților dezamăgiți de rezultatul primului tur și care, în mod natural, își găsesc cu dificultate un candidat preferat în turul al doilea. Astfel, nu mai vin la vot aproximativ 17% dintre alegătorii lui Kelemen Hunor, peste 15% dintre alegătorii lui Corneliu Vadim Tudor și 13% dintre alegătorii lui Sorin Oprescu. În ciuda eșecului din primul tur de scrutin, rata de abandon în rândul electoratului liberalului Crin Antonescu este deosebit de redusă, atingând mai puțin de 8%. Pierderile de electorat ale celor doi finaliști între tururi sunt, conform așteptărilor, scăzute și comparabile în zona a 4 procente, cu un minim avantaj pentru Mircea Geoană.

În al doilea rând, se înregistrează o *cotă de peste 9% a votanților noi* în rândul celor prezenți la urne cu ocazia celui de-al doilea tur al alegerilor prezidențiale. Voturile nou-veniților se îndreaptă predominant înspre Traian Băsescu (59%), fiind semnificativ mai favorabili președintelui în funcție decât restul electoratului pre-

zent la urne în al doilea tur de scrutin. Sunt majoritar de sex feminin (64%) și provin în proporție de peste 62% din mediu urban. Vom reveni în penultimul subcapitol cu o analiză extensivă a acestei categorii de alegători.

Analiza transferurilor de voturi între cele două faze ale competiției electorale (tabelul 3) este o direcție cel puțin la fel de fertilă pentru înțelegerea modului în care s-a realizat reconfigurarea raportului de forțe între Traian Băsescu și Mircea Geoană. În primul rând, *dezertările între cele două tururi sunt la un nivel relativ scăzut*: liderul PSD pierde mai mult de șapte procente dintre alegătorii din primul scrutin în favoarea președintelui în funcție, fenomenul invers fiind totuși mai puțin răspândit (puțin peste 3%). Totuși, aceasta înseamnă că, în termeni relativi și fără a lua în considerare alegătorii nereprezentați, Traian Băsescu câștigă teren în raport cu Mircea Geoană între primul și al doilea tur (retrageri similare, dezertări mai mici, nou-veniți mai mulți).

Tabelul 3. Cum se distribuie voturile în al doilea tur de scrutin în raport cu primul tur

Votul în primul tur de scrutin	Votul în al doilea tur de scrutin	
	Traian Băsescu	Mircea Geoană
Traian Băsescu	→ 96,7%	3,3%
Mircea Geoană	→ 7,5%	92,5%
Crin Antonescu	→ 22,3%	77,7%
Corneliu Vadim Tudor	→ 42,4%	57,6%
Kelemen Hunor	→ 47,8%	52,2%
Sorin Opreșcu	→ 37,0%	63,0%
<i>Alegători noi</i>	→ 59,2%	40,8%

Pe de altă parte, esențiale sunt, cel mai probabil, transferurile de voturi dinspre candidații care nu acced în turul al doilea. Ce observăm? Liderul PSD obține susținerea a mai mult de trei sferturi dintre alegătorii lui Crin Antonescu. Deși pusă sub semnul întrebării de către mulți dintre comentatorii vieții politice, teza unui *electorat liberal disciplinat și structural defavorabil lui Traian Băsescu* își găsește o susținere consistentă în date. Este un electorat care înregistrează pierderi reduse între tururi în termeni de participare (în ciuda nereprezentării în turul al doilea) și susține extensiv direcția de vot indicată explicit de către candidatul favorit. Evident, nu avem argumente pentru a ne pronunța în legătură cu măsura în care și rezonează cu sprijinul acordat de Crin Antonescu lui Mircea Geoană, însă aproape 78% dintre cei care vin la vot respectă această decizie⁶⁵. În cazul celorlalți candidați care nu acced

⁶⁵Nu poate fi ignorat și efectul marginal al unui scenariu alternativ: o parte dintre alegătorii lui Crin Antonescu din primul tur de scrutin declară că și-au redirecționat votul înspre Mircea Geoană în al doilea tur, deși de fapt ei au lipsit de la vot (cu efectul de supraportare

în turul al doilea, *tendința de transferare a voturilor predominant înspre Mircea Geoană* se păstrează, chiar dacă poate mai puțin clară: aproape 58% dintre alegătorii lui Corneliu Vadim Tudor, 52% dintre cei ai lui Kelemen Hunor și 63% dintre alegătorii lui Sorin Opreșcu își direcționează votul înspre liderul social-democrat. Îndeosebi în cazul primilor doi, candidați care au exprimat o susținere explicită față de liderul PSD pentru turul al doilea, transferurile de voturi înspre acesta din urmă trebuie privite ca destul de reduse, îndeosebi dacă coroborăm informația cu cea privind abandonurile destul de mari între cele două tururi de scrutin. Una dintre potențialele explicații pentru această constatare ține de *caracterul predominant pasiv al susținerii* acordate lui Mircea Geoană, nici Corneliu Vadim Tudor și nici liderii UDMR neimplicându-se activ în campania acestuia pentru al doilea tur de scrutin⁶⁶.

De cealaltă parte, Traian Băsescu reușește să își conserve remarcabil de bine electoratul câștigat în primul tur de scrutin, dezertările fiind deosebit de reduse (puțin peste 3%). Așa cum remarcam anterior, principalul motor de creștere relativă pentru președintele în funcție între cele două tururi îl constituie alegătorii nou-veniți, peste 59% dintre aceștia fiind mobilizați în favoarea lui Traian Băsescu. Nu în ultimul rând, Traian Băsescu reușește să capteze segmente semnificative din electoratele lui Kelemen Hunor (48%), Corneliu Vadim Tudor (42%) și Sorin Opreșcu (37%), în condițiile în care cel puțin primii doi lideri s-au declarat fățiș în favoarea lui Mircea Geoană, iar cel de-al treilea, deși independent, este asociat esențialmente cu Partidul Social Democrat. Dintre alegătorii lui Crin Antonescu din primul tur de scrutin, președintele reușește să își adjucece mai puțin de un sfert (22%). Se cuvine remarcat că, dacă considerăm drept referențial al prezentei analize votul teoretic (așa cum îl defineam anterior), atunci construcția deciziei de vot în rândul acestor segmente de electorat nereprezentat constituie o abatere de la acest principiu. În continuare, ne vom concentra asupra mecanismelor decizionale ce stau în spatele deciziei alegătorilor nereprezențați de a-și redirecționa votul în turul al doilea al alegerilor prezidențiale în conformitate cu recomandarea candidatului favorit sau dimpotrivă. Fără o astfel de analiză, este imposibilă înțelegerea configurației transferurilor de voturi între cele două tururi care a permis realegerea lui Traian Băsescu în funcția prezidențială.

asociat). Raportarea incorectă este explicabilă printr-un sentiment de vinovăție față de realegerea la limită a lui Traian Băsescu în condițiile propriei „dezertări” de la vot. Cu toate acestea, este greu de crezut că astfel de raționalizări sunt atât de răspândite astfel încât să afecteze concluziile.

⁶⁶Spre deosebire de Crin Antonescu și o bună parte din PNL, care au lucrat în parteneriat cu Mircea Geoană și PSD pentru pregătirea turului al doilea de scrutin.

Votul alegătorilor nereprezentați în al doilea tur al alegerilor prezidențiale

Conform datelor sondajului panel *Studii electorale românești*, ponderea alegătorilor nereprezentați (*thwarted voters*) în ansamblul votanților din primul tur al alegerilor prezidențiale este de aproape 27%. Cu alte cuvinte, mai mult de un sfert dintre alegătorii din primul tur votează în turul decisiv în ciuda eliminării candidatului favorit din cursa prezidențială. Este evident că ponderea lor este suficient de consistentă pentru a putea vorbi despre o *contribuție decisivă pentru stabilirea rezultatului final al alegerilor*, îndeosebi în contextul unei competiții atât de strânse cum a fost cea din 6 decembrie 2009. Raportat la corpul alegătorilor din al doilea tur de scrutin, definit de o cotă superioară a participării, votanții nereprezentați reprezintă aproape 26%.

Care este contextul în care operează alegerea de ordinul doi votanții nereprezentați? În primul rând, ei sunt definiți de un sentiment de insatisfacție în legătură cu rezultatul primului tur de scrutin, care le afectează motivația de a veni la vot cu ocazia celui de-al doilea tur. Apoi, aceștia sunt nevoiți să își reactualizeze opțiunea de vot într-un interval de timp limitat, de doar două săptămâni. În al treilea rând, ei nu acționează într-un „spațiu” electoral nou, reinventat, ci vin cu un bagaj anterior de opțiuni ideologice sau partizane, simpatii și antipatii față de actorii politici calificați în al doilea tur al alegerilor. O a patra categorie de constrângeri care modelează alegerea votanților nereprezentați este reprezentată de semnalele candidaților ce au constituit alegerea de ordinul întâi. În cele mai multe cazuri, aceștia se plasează explicit de partea unuia dintre cei doi finaliști în baza unor acorduri negociate între tururi, lansând mesaje clare de mobilizare a propriului electorat. Nu în ultimul rând, între cele două tururi de scrutin intervin factori contextuali legați de desfășurarea cotidiană a campaniei electorale, care, la rândul lor, este de așteptat să se răsfrângă la nivelul votului alegătorilor nereprezentați.

Particularizând pentru această competiție electorală, semnalele lansate de marea majoritate a candidaților reprezentând alegeri de ordinul întâi au fost favorabile lui Mircea Geoană, gradele de implicare în campania electorală pentru turul al doilea fiind totuși diferite. Punctul de maximum este atins de către candidatul liberal, reprezentând și cea mai semnificativă cotă de alegători nereprezentați, Crin Antonescu optând pentru o implicare activă în campania electorală a finalistului social-democrat. Kelemen Hunor (UDMR) și Corneliu Vadim Tudor (PRM) optează pentru a-și declara public susținerea pentru Mircea Geoană, fără însă a desfășura o campanie activă în favoarea acestuia⁶⁷. Nu există un semnal explicit de susținere

⁶⁷Evident, este dificil de estimat dacă aceștia și-au exprimat sau nu disponibilitatea de a acționa în campanie alături de Mircea Geoană. Este un scenariu plauzibil și un eventual refuz al

lansat de către candidatul independent Sorin Oprescu, însă este de așteptat să funcționeze asocierea sa în plan mental cu Partidul Social Democrat, deci favorabilă aceluiași Mircea Geoană.

Care sunt principalele evoluții în campania electorală cu efect potențial de ghidare pentru alegătorii nereprezențați în al doilea tur de scrutin? Pe un prim plan, la doar patru zile după primul tur al alegerilor prezidențiale, apare în spațiul public un film în care Traian Băsescu pare să lovească cu pumnul un copil în cadrul unui miting electoral din campania din 2004. Filmul este reluat obsesiv de către mass media în zilele de dinaintea celui de-al doilea tur de scrutin, stârnind și alimentând dispute consistente privind autenticitatea sa. Pe un al doilea plan, acordul Geoană-Antonescu pentru susținerea primului în turul al doilea formalizează nominalizarea lui Klaus Iohannis, primarul municipiului Sibiu, pentru poziția de prim-ministru în condițiile unei victorii a candidatului social-democrat. Astfel, Mircea Geoană avea oportunitatea de a capitaliza electoral pe seama imaginii de excelent administrator a lui Iohannis, amplificată de întreaga serie de stereotipii (larg favorabile) asociate originii etnice germane a primarului din Sibiu. Un al treilea eveniment cu implicații pentru structurarea deciziei de vot pentru turul al doilea este eșecul mitingului electoral de la Timișoara al lui Mircea Geoană din 1 decembrie, dedicat semnării „Parteneriatului pentru Timișoara”. Evenimentul gândit să lanseze public colaborarea PSD-PNL în spațiul simbolic al orașului de unde au pornit evenimentele care au dus la prăbușirea comunismului și, implicit, să „curățe” candidatul social-democrat de eticheta de succes al partidului comunist a eșuat din cauza unei contramanifestații anti-PSD, încheiată cu intervenția forțelor de ordine. Pe un al patrulea plan, în seara imediat anterioară dezbaterii finale televizate pentru turul al doilea, Mircea Geoană este surprins de către un ziarist al *Academiei Cațavencu* intrând în casa lui Sorin Ovidiu Vântu, personaj demonizat în discursul public al președintelui Traian Băsescu ca fiind unul dintre artizanii disoluției autorității statului. Inițial lansat doar pe pagina de internet a publicației, faptul răbufnește public cu ocazia dezbaterii finale între cei doi candidați, președintele în funcție acuzându-l explicit pe candidatul PSD că negociază interesul statului în schimbul susținerii omului de afaceri. Dezbaterea finală televizată, desfășurată cu trei zile înaintea celui de-al doilea tur de scrutin, reprezintă în sine cea de-a cincea evoluție importantă cu un potențial impact în formarea deciziei de vot. Pregătită într-un context deosebit de tensionat de către echipele tehnice ale celor doi candidați, confruntarea a pus față în față doi contracandidați pregătiți pentru a se ataca reciproc, însă prea puțin dispuși să aibă un schimb consistent de idei. În cele ce urmează ne vom referi pe scurt la cele cinci evoluții contextuale ca: *factorul film acuzator*, *factorul Iohannis*, *factorul Timișoara*, *factorul Sorin Ovidiu Vântu* și *factorul*

candidatului social-democrat, pentru a nu își asocia în mod direct imaginea cu UDMR ca partid al unei minorități etnice sau PRM perceput ca extremist.

dezbatere finală. Chestionarul folosit în cel de-al treilea val dedicat alegerilor prezidențiale din SER include o serie de itemi referitor la receptarea unora dintre aceste evoluții, respectiv filmul acuzator, factorul Iohannis și dezbaterile televizată, însă lipsesc trimiteri precise la evenimentele din Timișoara și întâlnirea Geoană-Vântu. În aceste condiții, în cele ce urmează, investigarea efectelor contextuale asupra votului alegătorilor nereprezentați rămâne doar una parțială.

Cum își construiesc alegătorii nereprezentați decizia de vot pentru turul al doilea al alegerilor prezidențiale din 2009? Pentru a răspunde acestei întrebări centrale a acestui subcapitol, ne concentrăm mai întâi asupra diferențelor dintre cei care își orientează votul înspre Mircea Geoană și cei care se îndreaptă înspre Traian Băsescu, urmând ca apoi să construim un model al deciziei de vot în cazul alegătorilor nereprezentați. Trebuie subliniat totuși numărul relativ mic de cazuri ($n=291$) pe care este construită această analiză și care, în mod evident, îndeamnă la un anumit grad de prudență în adoptarea concluziilor. Pe măsură ce vor apărea cercetări similare celor din seria *Studii electorale românești* pentru cazul viitoarelor competiții prezidențiale, prezentele rezultate pot suferi clarificări consistente.

La nivelul caracteristicilor socio-demografice nu apar diferențe semnificative statistice între cele două categorii de alegători nereprezentați, cu excepția *sectorului în care își desfășoară activitatea*. Astfel, angajații din sectorul public și-au redirecționat votul pentru turul al doilea înspre Mircea Geoană într-o proporție semnificativ mai mare decât cei din sectorul privat. Similar, Traian Băsescu atrage o proporție mai mare a voturilor alegătorilor nereprezentați angajați în sectorul privat decât reușește la nivelul întregii populații. Constatarea nu este una surprinzătoare, ea înscriindu-se în liniile generale discursive în care s-au poziționat cei doi candidați.

Odată acoperită pista caracteristicilor socio-demografice, în continuare ne vom concentra asupra relevanței factorilor contextuali în definirea opțiunii pentru cei doi contracandidați în rândul alegătorilor nereprezentați. Ce observăm? În primul rând, apar diferențe semnificative în ceea ce privește *calendarul formării opțiunii de ordinul doi*: alegătorii nereprezentați pro-Geoană par să funcționeze predominant în logica unei alegeri „de durată”, în care e mai probabil să se fi decis cu mai mult timp înaintea alegerilor ($VRA = 2,4$)⁶⁸ și să nu se declare influențați de traiectoria dezbaterii televizate finale ($VRA = 2,2$). De partea cealaltă, opțiunea de ordinul doi pro-Băsescu este într-o mai mare măsură una „pe termen scurt”, respectiv în cam-

⁶⁸Valorile reziduale ajustate (VRA) indică asocierile la nivel de celulă în tabelele de contingență. O valoare pozitivă mai mare de 1,96 indică faptul că în acea celulă sunt semnificativ (la nivel 0,05) mai multe cazuri decât dacă nu ar exista asociere între cele două variabile. Similar, o valoare negativă mai scăzută de -1,96 indică faptul că în acea celulă sunt semnificativ (la nivel 0,05) mai puține cazuri decât dacă nu ar exista asociere între cele două variabile. În cazul nostru, pentru $VRA=2,4$, este semnificativ mai probabil ca alegătorii nereprezentați pro-Geoană să se plaseze în categoria de răspuns care indică o decizie luată cu mai mult timp înaintea alegerilor decât cei pro-Băsescu.

pania electorală după primul tur de scrutin (VRA = 2,1) și sub influența dezbaterii televizate (VRA = 2,1). Observația este consolidată și de analiza relației dintre intenția de vot formulată restrictiv pentru turul al doilea⁶⁹ (conform valului 1 SER) și votul declarat *post factum* pentru același tur de scrutin (conform valului 3 SER). Astfel, în cazul a mai mult de 61% dintre alegătorii nereprezentați pro-Geoană votul corespunde preferinței de ordinul al doilea declarate înainte de al doilea tur de scrutin, ceea ce reflectă predominanța unei alegeri pe termen mai lung. Procentul celor consecvenți intenției inițiale este de doar 50% în rândul alegătorilor pro-Băsescu.

În al doilea rând, ei sunt fundamental *divizați la nivelul percepției asupra principalelor evoluții dintre cele două tururi de scrutin* ale campaniei electorale. Este semnificativ mai probabil ca alegătorii nereprezentați care se orientează înspre Mircea Geoană să creadă că înțelegerea privind susținerea lui Klaus Iohannis este un lucru bun (VRA = 7,6) sau să susțină caracterul autentic al filmului acuzator la adresa lui Traian Băsescu (VRA = 6,7). Invers, alegătorii nereprezentați care îl preferă pe președintele în funcție cred într-o măsură semnificativ mai mare că înțelegerea pentru Iohannis nu este un lucru bun (VRA = 4,8) sau că filmul acuzator este trucat (VRA = 7,9).

Nu în ultimul rând, trebuie remarcată o evoluție ce poate genera numeroase speculații. Nu de puține ori se discută despre semnificația deosebită a aleșilor locali în mobilizarea alegătorilor în favoarea partidului în contextul alegerilor naționale sau europene. Analize anterioare pe date la nivelul întregii populații demonstrează manifestarea unui atare fenomen (Gheorghită 2010). Însă, după știința noastră, acest fenomen nu a fost investigat în construcția opțiunii de ordinul doi la nivelul alegătorilor nereprezentați. Pentru cazul alegerilor prezidențiale din 2009 se manifestă o relație semnificativă statistic între *apartenența politică a primarului localității* și direcția în care își reorientează votul alegătorii nereprezentați în doar două situații, respectiv a localităților conduse de primari PSD și PNL. Sensul relației este însă surprinzător: probabilitatea de a vota cu Mircea Geoană este semnificativ mai mare în rândul alegătorilor nereprezentați domiciliați în localități cu primari liberali (VRA = 2,4) și mai redusă în cazul celor din localități conduse de aleși social-democrați (VRA = -2,6). Evident, relația este exact inversă în cazul votului pro-Băsescu. Cu alte cuvinte, *primarii PSD par a fi ineficienți în a mobiliza susținerea electorală adițională a nereprezentaților pentru al doilea tur de scrutin* în favoarea propriului candidat, în contrast cu primarii PNL. O atare situație este dificil de explicat, orice încercare rămânând în zona speculației. Pe de-o parte, poate fi vorba despre o demobilizare a aleșilor locali PSD pentru turul al doilea, în contextul unor sondaje

⁶⁹Respondenților li s-a cerut să își precizeze intenția de vot pentru eventualitatea unui al doilea tur de scrutin în contextul a trei scenarii: Geoană *versus* Băsescu, Antonescu *versus* Băsescu și Geoană *versus* Antonescu.

preelectorale liniștitoare. Pe de altă parte, observația poate fi tradusă și în cheia „epuizării” potențialului de creștere electorală (sau cel puțin a limitării acestuia) ca urmare a mobilizării extinse din primul tur de scrutin.

Principalul obstacol în încercarea de a construi un model explicativ al deciziei de vot pentru al doilea tur de scrutin în cazul alegătorilor nereprezențați este numărul mic de cazuri de care dispunem ($n=291$), care se poate răsfrânge asupra capacității de a generaliza concluziile. În contextul acestei limitări, principiul fundamental care a stat la baza elaborării modelelor alternative a fost cel al simplității, dublat de necesitatea limitării numărului de cazuri pierdute ca efect al nonrăspunsurilor. Am recurs la un model de regresie logistică în care predictorii sunt grupați în două blocuri, în funcție de momentul intervenției lor în „pâlnia cauzalității”, mai departe sau mai aproape de momentul formării deciziei de vot. Pe primul nivel am inclus *preferința relativă față de candidat și față de partidul acestuia* ca predictorii de nivel mezo- ai opțiunii de vot de ordinul doi. Prin preferință relativă ne referim la măsura în care alegătorul preferă unul dintre finaliști (respectiv partidele acestora) în raport cu celălalt (pentru un indicator construit într-o logică similară, vezi Pierce 2003: 273). Este calculată ca diferență (cu semn) între scorul de popularitate/simpatie (0-10) al candidatului de referință⁷⁰ și cel al contracandidatului, variind între -10 și +10. Semnul plus indică o preferință relativă pentru candidatul de referință, semnul minus preferința relativă pentru contracandidat, în timp ce valoarea absolută relevă intensitatea preferinței. Similar este calculată și preferința relativă pentru partid⁷¹. Pe cel de-al doilea nivel am inclus *predictorii contextuali*, măsurând reacția respondenților la două importante evoluții pe perioada dintre cele două tururi, la care ne refeream anterior ca *factorul film acuzator și factorul Iohannis*, pentru care avem indicatori în valul 3 al SER⁷². Variabila dependentă este reprezentată de *votul declarat în al doilea tur al alegerilor prezidențiale*, categoria de referință fiind votul pentru președintele în funcție. Am optat pentru a rula un unic model de regresie, dat fiind specificul alegerii studiate (cu două opțiuni, fiind vorba despre al doilea tur de scrutin, în cazul alegătorilor nereprezențați care au decis să voteze și nu să se abțină). Cu alte cuvinte, acesta *explică votul în favoarea lui Traian Băsescu* în turul al doilea⁷³. Rezultatele sunt sintetizate în tabelul 4.

⁷⁰În cazul prezentei analize, candidatul de referință este președintele în funcție, Traian Băsescu.

⁷¹Din nou, partidul de referință este cel care acordă susținerea președintelui în funcție, PD-L.

⁷²Primul este măsurat ca opinie privind autenticitatea filmului acuzator la adresa lui Traian Băsescu, în formă dihotomică, categoria de referință fiind *este autentic*. Al doilea este măsurat ca acord pentru faptul că înțelegerea dintre Mircea Geoană și Crin Antonescu privind susținerea lui Iohannis este un lucru bun pentru România, din nou în formă dihotomică, categoria de referință fiind *acordul (da)*.

⁷³În acest context, modelul explicativ al votului pentru Mircea Geoană va fi „imaginea în oglindă” a acestui model.

Tabelul 4. Explicarea intenției de vot pentru Traian Băsescu în al doilea tur de scrutin în rândul alegătorilor nereprezentați.

Predictori	Model 1		Model 2	
	b (SE)	exp(b)	b (SE)	exp(b)
Preferința relativă Traian Băsescu vs. Mircea Geoană	** +0,189 (0,08)	1,208	† +0,167 (0,08)	1,182
Preferința relativă PD-L vs. PSD	*** +0,639 (0,12)	1,894	*** +0,508 (0,13)	1,662
Filmul acuzator este autentic	▪	▪	* -1,145 (0,59)	0,318
Înțelegerea pentru susținerea lui Iohannis este un lucru bun	▪	▪	** -1,823 (0,70)	0,162
-2LL	97,737		87,260	
R ² Cox și Snell	0,423		0,461	
R ² Nagelkerke	0,608		0,663	
Cazuri corect clasificate	85,0%		87,6%	

Regresie logistică, coeficienți b cu erori standard, exp(b), *** p < 0,001, ** p < 0,010, * p < 0,050, † p < 0,100

Ce observăm? În primul rând, *blocul preferințelor relative* față de cei doi contracandidați și partidele cu care sunt asociați aduce o contribuție foarte mare în explicarea deciziei de vot în turul al doilea. Practic, putem estima corect votul a 85% dintre alegători considerând exclusiv indicatorii de simpatie pentru candidați și partidele lor. Este evident că, de fapt, lucrurile nu sunt atât de simple, fiind vorba despre preferințe măsurate postelectoral (valul 3 al SER), când unii alegători nereprezentați își vor regla *post factum* disonanțele generate de vot, raționalizându-și răspunsurile la itemii de simpatie/popularitate. Însă *evoluțiile de campanie pe termen scurt* par a aduce destul de puțin în explicarea deciziei de vot de ordinul doi. Pe de altă parte, acestea par să „întărească” decisiv (și diviziv) opțiunea pro sau contra fiecăruia dintre cei doi candidați considerați. Acest „efect de demarcație” pare a fi mai puternic pentru candidatul opoziției⁷⁴ (beneficiarul teoretic al celor două evoluții de campanie) decât pentru președintele în funcție. Per ansamblu însă, atitudinile construite pe perioade mai lungi de timp par să cântărească mai mult în decizia alegătorilor nereprezentați decât evoluțiile de campanie imediat anterioare momentului votului.

⁷⁴Astfel, dacă un alegător nereprezentat crede că filmul acuzator este autentic, probabilitatea ca el să voteze cu Mircea Geoană este de 89,3%. La fel, dacă consideră că înțelegerea pentru susținerea lui Klaus Iohannis este un lucru bun, probabilitatea ca el să voteze cu liderul PSD este de 82,4%.

În al doilea rând, trebuie remarcat *potențialul explicativ superior al preferinței (sau respingerii) partinice* în comparație cu simpatia sau antipatia față de candidat în cazul alegătorilor nereprezențați. Practic, în construcția logicii răului mai mic pentru al doilea tur de scrutin, aceștia recurg mai mult la referențialul partinic decât la propriile evaluări asupra candidaților. Nu este surprinzător, în condițiile în care cei doi contracandidați fuseseră deja evaluați ca „neatractivi” politic în contextul primului tur de scrutin. Pe de altă parte, de această dată pur speculativ, îndeosebi în cazul candidatului social-democrat putem vorbi despre un palmares consolidat de simpatii și antipatii la adresa PSD avându-și originile în chiar primii ani ai tranziției postcomuniste. Un atare palmares, îndeosebi construit în forma unei continuități cu fostul PCR, a fost constant readus în memoria publicului în discursul de campanie al contracandidatului Traian Băsescu.

Votul nou-veniților în turul al doilea al alegerilor prezidențiale

Așa cum observam anterior, *alegătorii noi* reprezintă puțin peste 9% dintre cei care și-au exercitat dreptul de vot în turul al doilea al alegerilor prezidențiale. Este vorba despre votanți care, din diferite motive⁷⁵, nu au participat la primul tur al competiției pentru președinția României. Categoria nou-veniților este mobilizată predominant în favoarea lui Traian Băsescu (59,2%) și este de așteptat să fi contribuit semnificativ la reducerea ecartului între președintele în funcție și contracandidatul său social-democrat la nivelul secțiilor de vot din interiorul granițelor țării. În această perspectivă, o analiză a resorturilor mobilizării și construcției deciziei de vot în rândul alegătorilor nou-veniți poate completa o parte importantă din puzzle-ul votului din 6 decembrie 2009.

Prin ce sunt diferiți alegătorii nou-veniți de restul corpului electoral? Pentru a putea răspunde unei astfel de întrebări, i-am comparat pe aceștia cu alegătorii „constanți”, participanți la ambele tururi de scrutin. În cele ce urmează ne vom referi doar la acele diferențe semnificative statistic. În mod evident, numărul mic de cazuri de alegători nou-veniți (n=109) cu care operăm în analiză trebuie să sugereze un anumit grad de prudență în formularea unor concluzii tranșante. Revenind la întrebarea de pornire, sunt două mari direcții interconectate după care alegătorii noi par a fi diferiți de restul corpului electoral: au o *expunere semnificativ mai redusă la informații politice*, materializată într-un (sau provocată de un) *deficit relativ de încredere politică*. Ce înseamnă acest lucru? În primul rând, în comparație cu restul votanților, este semnificativ mai probabil ca aceștia să nu fi urmărit deloc evoluțiile de campanie electorală, fie că avem în vedere emisiunile TV (VRA = 3,3), programe radio (VRA = 2,2) sau discuțiile cu familia și prietenii (VRA = 4,1). Conex, este mai

⁷⁵Incluzând aici și împlinirea vârstei de 18 ani între 23 noiembrie și 6 decembrie 2009.

puțin probabil ca alegătorii nou-veniți să fi accesat zilnic sau aproape zilnic informații legate de alegeri pe perioada campaniei electorale, indiferent de sursa de informații considerată: televiziune (VRA = -5,8), ziare (VRA = -3,0), radio (VRA = -2,1) ori prietenii și familia (VRA = -3,3). În al doilea rând, alegătorii nou-veniți se remarcă prin scoruri de încredere în organizații/instituții constant mai mici decât cele exprimate de restul corpului electoral, îndeosebi în cazul mass media ($t = -4,818$)⁷⁶, al partidelor politice ($t = -3,411$) și al primăriei localității de reședință ($t = -2,430$). Deficitul de încredere se reflectă într-o formă de parohialism, în care nu manifestă interes față de politic, dar nici nu se simt afectați de către acesta: cred că rezultatul alegerilor influențează într-o măsură mai redusă felul în care merg lucrurile în țară ($t = -3,213$) și propriul nivel de trai ($t = -1,967$), astfel încât este semnificativ mai probabil să declare că nu sunt interesați de politică în general (de loc VRA = 2,8/nu prea interesați VRA = 3,3) ori de campania prezidențială (de loc VRA = 2,4/nu prea interesați VRA = 2,5). Un atare tablou al caracteristicilor alegătorilor nou-veniți ne furnizează suficiente argumente pentru a explica absența lor de la vot cu ocazia primului tur de scrutin, el ilustrând în bună măsură *non-votantul tipic*. Însă o întrebare se naște în mod natural: ce i-a mobilizat pe aceștia să voteze brusc în al doilea tur al alegerilor din decembrie 2009?

Un prim scenariu ar fi acela al unei *mobilizări prin contagiune*. Cu alte cuvinte, alegătorii noi provin din medii în care practica votului este mai răspândită decât în cazul non-votanților (respondenți care nu au votat în nici unul dintre cele două tururi de scrutin), resimțind o presiune socială înspre participarea electorală, cel puțin într-un context limită cum este al doilea tur de scrutin. Întrebați în legătură cu comportamentul politic al celor apropiați lor, mai mult de trei sferturi dintre alegătorii noi în al doilea tur (77,1%) percep că jumătate sau mai mulți dintre membrii familiei și-au exercitat dreptul de vot, în timp ce mai mult de jumătate dintre ei (51,4%) cred că toți sau aproape toți membrii familiei au votat. Ponderile sunt mult mai mari decât în cazul non-votanților, unde procente sunt de 57,8% și, respectiv, 25,9%. Când vine vorba despre tentative de persuasiune directă, doar circa 17% dintre alegătorii noi raportează încercări ale celor din jur de a-i convinge să meargă la vot, procentul fiind de aproape 10% în rândul non-votanților. Per ansamblu, chiar dacă datele permit o explorare limitată a acestui scenariu, este totuși evident că probabilitatea individului de a merge la vot chiar și numai în turul al doilea crește atunci când este înconjurat de persoane active electoral.

⁷⁶Testul t indică în acest caz dacă diferențele între cele două subșantioane după o variabilă presupusă continuă sunt semnificative statistic. O valoare absolută a testului t mai mare de 1,96 indică o diferență semnificativă la nivel mai mic de 0,05. În cazul nostru, testul $t = -4,818$ indică faptul că alegătorii nou-veniți au semnificativ (la nivel $< 0,05$) mai puțină încredere în mass media decât restul corpului electoral.

Un al doilea scenariu care ar putea explica activarea unei părți a alegătorilor nou-veniți ar fi cel al unei *mobilizări contextuale*, ca răspuns la anumite evoluții politice din perioada campaniei electorale. Întrebați în legătură cu momentul în care au decis candidatul căruia îi vor acorda votul în turul al doilea, 45% dintre răspunsurile valide indică o decizie planificată înaintea campaniei electorale, în timp ce restul de 55% indică un moment de pe parcursul campaniei electorale ca stând la baza opțiunii de vot. 49% dintre alegătorii noi indică momentul formării deciziei de vot după primul tur de scrutin⁷⁷. Este evident că nu putem pune semnul egal între decizia de a vota în turul al doilea și decizia de a vota cu unul dintre cei doi contracandidați. Însă, în lipsa altor date, momentul formării opțiunii de vot poate fi un reper suficient de bun pentru a identifica alegătorii nou-veniți mobilizați contextual. Astfel, este puțin probabil ca cei 45% care indică o decizie planificată înainte de campania electorală (de aici încolo ne vom referi la aceștia prin *alegători nou-veniți de tip 1*) să fie mobilizați contextual. În cazul lor, cel mai probabil este probabil ca absența la primul tur de scrutin să fi fost un comportament atipic. Totuși, dacă urmărim în rândul acestora relația dintre intenția de vot în cazul unei confruntări Băsescu-Geoană declarată înainte de alegeri și votul raportat, observăm că Traian Băsescu înregistrează câștiguri relative din toate categoriile (susținători Geoană, indeciși, vot alb) și nu înregistrează pierderi de susținători. Conex, evoluția este defavorabilă liderului social-democrat, care pierde susținători declarați și câștigă marginal indeciși.

Cei mai susceptibili de o mobilizare contextuală sunt, în mod evident, cei 49% care indică momentul formării deciziei de vot între cele două tururi de scrutin (*alegători nou-veniți de tip 2*). În legătură cu aceștia, avem date privind impactul auto-declarat asupra participării pentru trei evoluții de campanie: factorul film acuzator, factorul Iohannis și factorul dezbateră finală. Conform răspunsurilor acestora, dezbateră finală pare a fi singurul eveniment cu un impact semnificativ asupra deciziei de a participa la vot, mai mult de jumătate dintre răspunsurile valide indicând acest lucru. Celelalte două evenimente de campanie sunt menționate cu o frecvență mai redusă ca stând la baza deciziei de a veni la vot. Dacă urmărim de această dată relația dintre intenția ipotetică de vot în cazul unei confruntări Băsescu-Geoană declarată înainte de alegeri și votul raportat în rândul alegătorilor nou-veniți de tip 2, observăm aceeași tendință: Traian Băsescu captează votanți noi din rândul indecișilor și a celor deciși să nu meargă la vot cu mult mai mult succes decât contracandidatul său. Mai mult, „întoarce” preferința fiecărui al treilea alegător nou-venit de tip 2 care exprimase inițial o simpatie relativă față de Mircea Geoană. Indiscutabil, astfel de observații trebuie privite doar ca niște repere analitice, date fiind numărul extrem de mic de cazuri pe care se bazează, dar și riscurile majore de apari-

⁷⁷Categoriile de răspunsuri în campania electorală după turul 1 și în campania electorală în ziua votului.

ție a unor *efecte de raliere (bandwagon effects)* în rândul unui electorat atipic cum este cel al nou-veniților. Totuși, aceste repere sugerează manifestarea unor forme de mobilizare contextuală la vot în rândul unei bune părți a alegătorilor nou-veniți, iar acestea par să fi funcționat în favoarea președintelui în funcție.

Odată explorate resorturile mobilizării alegătorilor nou-veniți pentru al doilea tur al alegerilor prezidențiale, în continuare ne vom focaliza asupra raționalităților deciziei de vot în rândul acestei categorii din electorat. Numărul extrem de mic de cazuri cu care operăm restrânge semnificativ plaja de predictorii care pot fi introduși în modelele explicative, obiectivul principal fiind minimizarea ponderii nonrăspunsurilor. Logica modelelor este similară cu cea la care am recurs anterior în cazul *alegătorilor nereprezentați*, accentul căzând pe *blocul preferințelor relative față de candidați și partidul acestuia*. Categoriile de referință în model sunt din nou președintele în funcție, Traian Băsescu, și Partidul Democrat-Liberal. Nu am mai introdus în modelul explicativ factorii contextuali, impactul acestora regăsindu-se mai degrabă la nivelul mobilizării pentru participare la vot decât la cel al deciziei electorale.

Tablelul 5. Explicarea intenției de vot pentru Traian Băsescu în al doilea tur de scrutin în rândul alegătorilor nou-veniți.

Predictori	Model 1		Model 2		Model 3	
	b (SE)	exp(b)	b (SE)	exp(b)	b (SE)	exp(b)
Preferința relativă Traian Băsescu vs. Mircea Geoană	*** +0,236 (0,06)	1,266	▪	▪	+0,061 (0,10)	1,063
Preferința relativă PD-L vs. PSD	▪	▪	*** +1,117 (0,28)	3,055	*** +1,161 (0,33)	3,194
-2LL	99,996		40,366		36,106	
R ² Cox și Snell	0,185		0,599		0,603	
R ² Nagelkerke	0,248		0,803		0,807	
Cazuri corect clasificate	69,8%		93,2%		92,5%	

Regresie logistică, coeficienți b cu erori standard, exp(b), *** p < 0,001, ** p < 0,010, * p < 0,050, † p < 0,100

Ce observăm? Așa cum se întâmplă și în cazul alegătorilor nereprezentați, *preferințele relative față de candidați și partidele acestora aduc o contribuție majoră la explicarea deciziei de vot* în cazul alegătorilor nou-veniți. Votul poate fi prezis corect în cazul a aproape 93% dintre alegătorii apăruți doar în al doilea tur de scrutin exclusiv pe baza indicatorilor relativi de simpatie față de candidați și partidele lor. Se cuvine subliniat faptul că *blocul preferințelor relative este un mai bun predictor al deciziei de vot în cazul alegătorilor nou-veniți decât era în cazul celor nereprezentați*, așa cum indică ambii pseudo-R². Cele două observații nu sunt surprinzătoare, ele venind în sensul

unor așteptări teoretice normale: nou-veniții recurg la mecanisme decizionale mai apropiate de momentul votului în pâlania cauzalității.

Surprinzătoare este însă *marea discrepanță între potențialul explicativ al celor două categorii de preferințe* introduse în model. Practic, decizia alegătorilor nou-veniți de a vota cu unul dintre cei doi candidați este explicabilă într-o măsură relativ redusă de simpatia (sau antipatia) resimțită în raport cu ei ca actori politici. Centrul de greutate este deplasat înspre acceptarea sau respingerea partidelor acestora. Este o concluzie pe care o formulăm și în cazul alegătorilor nereprezențați, însă discrepanța dintre capacitatea explicativă a celor doi predictorii este semnificativ mai mare în favoarea referențialului partinic. Fiind vorba despre o categorie de electorat slab mobilizat politic și, implicit, improbabil să dezvolte forme de identificare cu un partid sau altul, este credibil un scenariu potrivit căruia *votul alegătorilor nou-veniți este predominant un vot împotriva unuia dintre cele două partide reprezentate în turul al doilea, respectiv PSD sau PD-L.*

Concluzii

Pe parcursul acestui capitol am încercat să aducem o serie de explicații în legătură cu principalele evoluții la nivelul electoratului în perioada dintre cele două tururi ale alegerilor prezidențiale din 2009, materializate în victoria oarecum neașteptată a lui Traian Băsescu. Rezultatele obținute sunt dificil de integrat într-o continuum explicativ, iar interpretările nu sunt nici simple și nici atât de sigure pe cât ne-am putea dori. Nu sunt puține limitările metodologice de care s-a lovit acest demers și pe care le-am evidențiat cititorilor de câte ori a fost cazul. Cu toate acestea, credem că din acest demers analitic se pot evidenția o serie de observații care pot sta la baza – pe măsura consolidării lor prin acumularea mai multor date empirice – unei mai bune înțelegeri a raționalităților care guvernează decizia electorală în al doilea tur de scrutin.

Pe un prim nivel, am urmărit transferurile de voturi între cele două etape ale competiției prezidențiale, aducând argumente în favoarea tezei unui *electorat liberal disciplinat și structural defavorabil lui Traian Băsescu*, care își redirecționează masiv susținerea înspre Mircea Geoană în al doilea tur de scrutin. De cealaltă parte, președintele în funcție a reușit să capteze segmente consistente din electoratele acelor candidați care nu au depășit primul tur, în ciuda mesajului de susținere pentru liderul PSD transmis de către respectivii candidați. În plus, *Traian Băsescu capitalizează o cotă importantă a votanților noi*, veniți la urne doar în al doilea tur de scrutin.

Un al doilea palier este dedicat resorturilor deciziei electorale de ordinul doi în rândul alegătorilor nereprezențați (*thwarted voters*), al căror candidat favorit nu a reușit să depășească primul tur de scrutin. Votul acestora pare a-și găsi explicația predominant la nivelul *preferinței sau respingerii relative* fie a candidaților, fie a for-

mațiunilor politice pe care le reprezintă. *Referențialul partinic are un potențial explicativ superior*, lucru de înțeles fiind vorba despre doi contracandidați deja catalogați cel puțin ca „neatractivi” politic. Evoluțiile de campanie dintre cele două tururi par a avea un impact redus în planul reconfigurării votului alegătorilor nereprezențați.

Pe un al treilea nivel, am urmărit *locul alegătorilor nou-veniți* în stabilirea raportului de voturi dintre Mircea Geoană și Traian Băsescu la nivelul secțiilor din interiorul granițelor țării. Datele sugerează că avem de-a face cu circa 9% votanți noi în turul al doilea, caracterizați per ansamblu printr-o *expunere redusă la informații politice și un deficit relativ de încredere politică*. Resorturile mobilizării lor rămân un element insuficient clarificat, însă există argumentele empirice pentru două scenarii complementare: mobilizarea prin *contagiune în relație cu cei apropiați* și mobilizarea contextuală *sub impactul dezbaterii finale* între cei doi candidați. Decizia de vot în cazul acestora se bazează în principal pe *referențialul partinic*, ceea ce sugerează că votul alegătorilor nou-veniți este mai degrabă un vot împotriva unuia dintre partidele reprezentate în turul al doilea, respectiv Partidul Social Democrat (PSD) și Partidul Democrat-Liberal (PD-L).

Referințe:

- Gheorghiuță, Andrei. 2010. Cum explicăm votul? Lideri politici, candidați și construcția deciziei de vot. În *Alegerile pentru Parlamentul European – România, 2009*, eds. Mircea Comșa; Andrei Gheorghiuță și Claudiu D. Tufiș, 147–170. Iași: Polirom.
- Henderson, Michael, D. Sunshine Hillygus și Trevor Tompson. 2010. „Sour grapes” or rational voting? Voter decision making among thwarted primary voters in 2008. *Public Opinion Quarterly* 74 (3): 499–529.
- Lazarsfeld, Paul F., Bernard Berelson și Hazel Gaudet. 2004 [1944]. *Mecanismul votului. Cum se decid alegătorii într-o campanie prezidențială*. București: comunicare.ro.
- Noelle-Neumann, Elisabeth. 2004 [1984]. *Spirala tăcerii. Opinia publică – învelișul nostru social*. București: comunicare.ro.
- Pierce, Roy. 2004. Thwarted voters at the 2000 US presidential election. *Electoral Studies* 23 (4): 601–621.
- Pierce, Roy. 2003. Modelling electoral second choices: thwarted voters in the United States, France, and Russia. *Electoral Studies* 22 (2): 265–285.
- Pierce, Roy. 1995. *Choosing the Chief. Presidential Elections in France and the United States*. Ann Arbor: The University of Michigan Press.