

**LIBRIS**

We know  
books

**Cătălin-Gabriel BUTOI-PUȚ**

# **FENOMENUL CĂLIN GEORGESCU**

**EDITURA**



<b>CUVÂNTUL AUTORULUI</b> .....	9
<b>PARTEA I – OMUL CĂLIN GEORGESCU</b> .....	13
<b>Introducere</b> – De ce „Fenomenul Călin Georgescu”?.....	13
<b>Biografia unui personaj public</b> – Repere din viața și cariera lui Călin Georgescu.....	26
<b>Discursul și ideologia personală</b> – Temele principale și reperele retorice.....	40
<b>Imaginea publică</b> – Construirea personalității publice și percepția mediatică.....	50
<b>PARTEA II – NAȘTEREA FENOMENULUI</b> .....	55
<b>Contextul social și politic al apariției</b> – Crize, nemulțumiri și nevoia de lideri alternativi.....	55
<b>Mesajul și rezonanța sa</b> – De ce prinde discursul lui Călin Georgescu?.....	62
<b>Rolul mass-media și al rețelelor sociale</b> – Cum s-a amplificat fenomenul.....	68
<b>PARTEA III – ANALIZA PSIHOLOGICĂ</b> .....	77
<b>Arhetipul liderului salvator</b> – Proiecțiile colective asupra lui Călin Georgescu.....	77
<b>Mecanisme psihologice de adeziune</b> – Sugestibilitate, identificare, nevoia de certitudini.....	82
<b>Fenomenul de idealizare și deziluzie</b> – De la admirație la critică .....	88
<b>PARTEA IV – FENOMENUL DE MASĂ</b> .....	95
<b>Compararea cu alte figuri similare</b> – Modele din România și din lume.....	95
<b>Riscurile și oportunitățile fenomenului</b> – Ce înseamnă pentru societate.....	110
<b>Radicalizarea convingerilor și libertatea cuvântului</b> – între exprimarea liberă și riscul extremismului .....	144
<b>PARTEA V – CONCLUZII</b> .....	166
<b>Ce ne spune „Fenomenul Călin Georgescu” despre societatea românească?</b> .....	166
<b>Lecții pentru viitor</b> – Cum putem înțelege și gestiona astfel de fenomene colective.....	184
<b>CONCLUZIILE AUTORULUI</b> .....	203
<b>BIBLIOGRAFIE</b> .....	207

## PARTEA I

### OMUL CĂLIN GEORGESCU

#### Introducere – De ce „Fenomenul Călin Georgescu”?

Cele mai interesante manifestări recente ale psihologiei colective și ale nevoii de lideri providențiali în societatea românească le regăsim în „Fenomenul Călin Georgescu”.

Într-o epocă marcată de crize multiple – economice, sociale, politice, dar și de identitate – anumite figuri publice capătă o semnificație care depășește cu mult persoana lor. Ele devin proiecții ale speranțelor, frustrărilor și nemulțumirilor adunate în conștiința colectivă. Așa s-a născut ceea ce putem numi astăzi „Fenomenul Călin Georgescu”.

#### *Contextul apariției fenomenului*

România post – 1989 a fost un spațiu de transformări profunde, dar și de tensiuni sociale nerezolvate. Tranziția de la comunism la democrație a adus beneficii incontestabile, dar și traume colective, frustrări și sentimentul persistent al lipsei de direcție.

Mulți cetățeni resimt și astăzi o ruptură între promisiunile democratice și realitatea trăită: corupție instituțională, instabilitate politică, decalaje economice, exodul forței de muncă, pierderea încrederii în clasa politică tradițională. În acest climat de nesiguranță și neîncredere, societatea caută figuri capabile să ofere certitudini, să transmită siguranță și să propună o viziune simplă, dar fermă, asupra viitorului.

Călin Georgescu a apărut în spațiul public nu ca un politician clasic, ci ca un tehnocrat cu discurs moralizator, poziționat în afara elitei politice. Această poziționare i-a conferit o aură de „alternativă” și l-a transformat într-un catalizator al nemulțumirilor și al căutării de soluții „pure”, necontaminate de compromisurile scenei politice tradiționale.

#### *De ce „fenomen” și nu „persoană”?*

Este important de subliniat că această carte nu este despre biografia detaliată a lui Călin Georgescu, ci despre efectul său social. De aceea, folosesc termenul de fenomen.

Un fenomen social nu este definit doar de caracteristicile unei persoane, ci de interacțiunea dintre acea persoană și contextul colectiv în care se manifestă.

Călin Georgescu, ca individ, este un profesionist cu o carieră în domenii de expertiză internațională.

Însă „Fenomenul Călin Georgescu” depășește acest cadru și se referă la modul în care un segment semnificativ al populației îl percepe, îl investește cu semnificații și îl transformă într-un simbol al schimbării dorite.

Dacă am vorbi strict de „persoana Călin Georgescu”, analiza mea s-ar concentra strict pe cariera profesională (expertiza în politici de mediu, rolurile în organizații internaționale), viața privată (valori, traseu personal) și, nu în ultimul rând, pe opiniile sale (mai mult sau mai puțin controversate). Aceasta ar fi o abordare biografică, focalizată pe individ.

Fenomenul, în schimb, este dimensiunea colectivă a cărui impact depășește persoana în sine. Nu contează doar ce spune Georgescu, ci rezonanța pe care o au mesajele sale în societate, el reușind să devină simbol al unei nemulțumiri generale, canalizând astfel frustrările sociale, economice și politice acumulate în ultimii 35 ani. Succesul său este alimentat de dinamici psihologice și sociale: polarizare, identificare colectivă, difuzare digitală.

Astfel, fenomenul trimite la faptul că nu analizăm doar un individ, ci o interacțiune între lider, public și contextul istoric.

Așadar, nu discutăm doar despre omul Georgescu, ci despre imaginea sa construită și proiectată în conștiința publică. Această imagine devine mai puternică decât realitatea factuală și este alimentată constant de mecanismele psihologice ale mulțimilor: idealizare, identificare, transfer de speranțe și frici.

### ***Relevanța psihologică a fenomenului***

De-a lungul istoriei, societățile aflate în criză au generat figuri providențiale. Gustave Le Bon, în *Psihologia mulțimilor*<sup>2</sup>, observa că mulțimea caută lideri care să vorbească simplu, direct și ferm, chiar dacă mesajul lor nu este neapărat complex sau soluțiile propuse nu sunt detaliate.

Esențial este ca liderul să transmită certitudine. Călin Georgescu, prin discursul său, s-a poziționat ca o voce a adevărului spus fără compromisuri, o voce care promite o revenire la valori fundamentale, la simplitate și moralitate.

Din punct de vedere psihologic, acest tip de discurs răspunde nevoii colective de a găsi un reper stabil într-o lume percepută ca haotică.

---

<sup>2</sup> Gustave Le Bon, „*Psihologia mulțimilor*”, Editura: ANTET REVOLUTION, 2002.

Fenomenul devine, astfel, un caz de studiu: cum reușește o figură publică să atragă adeziune masivă fără să fie sprijinită de structuri politice tradiționale, fără campanii electorale majore și fără resurse mediatice comparabile cu cele ale partidelor consacrate.

Unul dintre aspectele cele mai fascinante ale „Fenomenului Călin Georgescu” este faptul că el s-a conturat în afara mecanismelor politice tradiționale. Dacă, în mod normal, notorietatea și sprijinul public al unei figuri politice sau civice sunt rezultatul unor campanii electorale costisitoare, al sprijinului mass-mediei tradiționale și al rețelelor de partid, în cazul de față observăm un proces aproape invers: o figură relativ marginală în spațiul politic clasic reușește să capteze atenția publicului larg și să mobilizeze mase fără aceste resurse convenționale.

Această situație ridică o serie de întrebări fundamentale: Cum este posibil ca un individ, fără suport instituțional și fără campanii masive de marketing politic, să devină reper public? Care sunt mecanismele psihosociale care explică această adeziune spontană? Este acesta un semn al maturizării democratice – o reacție autentică a societății civile – sau dimpotrivă, un simptom al fragilității sistemului democratic, predispus la fascinații carismatice?

Absența sprijinului politic clasic poate fi interpretată ca o garanție de autenticitate pentru susținătorii fenomenului. Într-o societate în care partidele sunt adesea percepute drept corupte, compromise și deconectate de la realitățile cetățeanului de rând, un om care nu aparține acestora capătă automat un capital simbolic.

Această „poziție din afara sistemului” devine un avantaj, nu o slăbiciune.

În logica psihologiei colective, outsiderul este perceput ca fiind mai aproape de oameni și mai puțin predispus la compromisuri murdare.

În mod paradoxal, lipsa unei campanii electorale clasice a funcționat ca un amplificator al credibilității. Campaniile sunt de obicei asociate cu manipularea, marketingul agresiv, promisiunile goale. Faptul că domnul Călin Georgescu a apărut în spațiul public fără afișe, fără mitinguri grandioase, doar prin declarații virale și redistribuite în mediul online, i-a conferit o aură de autenticitate și spontaneitate.

În ochii susținătorilor, el nu „cere voturi” și nu „vânează funcții”, ci doar „spune adevărul”.

Această poziționare este extrem de eficientă în contextul unei populații sceptice și obosite de propaganda electorală tradițională.

Mass-media tradițională, deși a rămas principalul instrument de propagare pentru partidele consacrate, și-a pierdut în mare parte credibilitatea. În schimb, rețelele sociale au devenit terenul fertil al noilor figuri publice.

Călin Georgescu nu a avut nevoie de sprijinul televiziunilor mari pentru a-și construi notorietatea. Internetul, prin mecanismele de răspândire a mesajului și prin comunitățile online închise (grupuri de Facebook și Instagram, canale de YouTube, TikTok), a creat un spațiu de rezonanță unde mesajele sale au fost nu doar distribuite, ci și discutate, reinterpretate și ridicate la rangul de „adevăruri alternative”.

Acest tip de propagare are două consecințe majore:

- creează impresia unei mișcări organice, „din popor”, spre deosebire de campaniile regizate ale partidelor;
- generează sentimentul de apartenență la o comunitate exclusivă, unde susținătorii se simt „inițiați” într-o viziune pe care „ceilalți” o ignoră sau o cenzurează.

### *Dimensiunea socială și mediatică*

Într-o epocă dominată de fluxuri informaționale rapide și de rețele sociale omniprezente, niciun fenomen public nu poate fi înțeles pe deplin fără a lua în calcul infrastructura mediatică ce îl susține. „Fenomenul Călin Georgescu” este, în mare parte, rezultatul revoluției digitale, care a democratizat accesul la public și a creat alternative la discursurile suveraniste.

Nu putem ignora rolul decisiv al rețelelor sociale în propagarea fenomenului. În lipsa unei prezențe constante în mass-media tradițională, imaginea lui Călin Georgescu s-a consolidat mai ales în mediul online, unde discursurile alternative și-au găsit un teren fertil.

Astfel, rețelele sociale au devenit noua agoră publică. Dacă, în trecut, marile cotidiene și televiziunile centrale reprezentau sursa dominantă de informare, astăzi Facebook, YouTube, Instagram și TikTok au devenit principalele canale de socializare și informare pentru milioane de români.

Aceste platforme funcționează ca adevărate „piețe publice” moderne, unde nu doar se consumă informația, ci se și creează, se discută și se validează.

Pentru Călin Georgescu, aceste rețele au constituit spațiul ideal de afirmare, n-a avut nevoie de acces în studiouri TV costisitoare, nu a depins de bunăvoința unor jurnaliști consacrați, nu a fost constrâns de regulile de timp și de limbaj ale mass-mediei tradiționale.

Astfel, platformele sociale i-au permis să ajungă direct la oameni, fără intermediari, fapt ce i-a conferit o aură de autenticitate.

Facebook, YouTube, TikTok, Instagram și alte platforme au devenit spații de promovare a ideilor și de construire a comunităților de adepți. Aici, mesajele scurte, ferme, cu tentă moralizatoare sau naționalistă, au circulat rapid și au prins rădăcini, mai ales în rândul celor care se simțeau marginalizați sau nereprezențați de discursurile politice oficiale.

Prin urmare, „Fenomenul Călin Georgescu” nu poate fi separat de revoluția comunicării digitale, care schimbă radical modul în care oamenii își formează opinii și se raportează la lideri.

Viralitatea mesajului lui Călin Georgescu a fost reprezentată de forța simplității.

Discursurile lui Călin Georgescu nu sunt sofisticate sau tehnic birocratice, ci se bazează pe mesaje simple, scurte și puternice. Termeni precum „demnitate”, „neam”, „pământ”, „onoare” sau „adevăr” rezonază imediat cu publicul larg.

Algoritmii rețelelor sociale favorizează tocmai acest tip de mesaj:

- scurt, pentru a putea fi consumat rapid;
- ferm, pentru a atrage reacții imediate (like, share, comentarii);
- încărcat emoțional, pentru a genera dezbateri și polarizare.

Așadar, viralitatea nu este întâmplătoare: ea este rezultatul unei convergențe între stilul discursului și logica algoritmică a platformelor.

Călin Georgescu a găsit în comunitățile digitale, terenul fertil al adeziunii. Un fenomen mediatic se rezumă la transmiterea de mesaje și la formarea unor comunități. Grupurile de Facebook, canalele de YouTube și Instagram sau conturile tematice de TikTok au devenit spații de întâlnire și consolidare a adepților.

În aceste comunități mesajele lui Călin Georgescu sunt interpretate și repuse în circulație, creându-se un sentiment de apartenență („noi, cei care vedem adevărul”), astfel, apare dinamica „noi versus ei” – comunitatea adepților versus sistemul politic și mediatic tradițional.

„Fenomenul Călin Georgescu” capătă astfel structură și coerență socială, nu doar vizibilitate.

Rețelele sociale transmit informații și oferă recunoaștere personală celor care interacționează. Un simplu „like” sau un „share” creează impresia participării la o mișcare mai amplă.

Mulți dintre adepți se simt, prin această implicare minimă, parte a unui proiect colectiv, chiar dacă nu participă la acțiuni fizice.

În termeni psihologici, această participare digitală satisface două nevoi fundamentale:

- nevoia de apartenență (a fi parte dintr-un grup cu valori comune);
- nevoia de semnificație (a simți că gesturile proprii contează).

De aici decurge și stabilitatea fenomenului: nu e vorba doar de mesaje, ci de identitate colectivă.

Un alt element esențial este raportarea critică la mass-media clasică. Pentru mulți români, televiziunile sunt percepute ca instrumente de manipulare, afiliate politic sau economic. În schimb, mediul online oferă iluzia libertății absolute: fiecare poate alege sursele, fiecare poate comenta, fiecare poate fi propriul jurnalist.

Această ruptură alimentează și mai mult fenomenul: Călin Georgescu nu apare ca „omul televiziunilor”, ci ca liderul născut din popor, crescut organic pe internet.

În ultimele două decenii, încrederea românilor în mass-media tradițională a scăzut constant. Televiziunile, odinioară percepute drept surse autoritare și credibile de informare, au ajuns să fie asociate cu interesele politice, patronate obscure sau manipulări deliberate.

Numeroase scandaluri de presă, partizanate evidente și lipsa unei autentice diversități editoriale au întărit percepția că presa clasică nu mai servește cetățeanul, ci puterii.

Această percepție este alimentată de câteva realități:

- afilierea politică a posturilor TV, unde aproape fiecare canal este văzut ca purtător de mesaj pentru un partid sau altul;
- comercializarea excesivă a conținutului, unde știrile senzaționaliste și subiectele mondene înlocuiesc adesea dezbateră serioasă;
- controlul economic asupra redacțiilor, care limitează libertatea editorială și face dificilă investigarea subiectelor sensibile.

În acest context, mulți cetățeni caută alternative. Internetul, și mai ales rețelele sociale, a apărut ca o supapă a nemulțumirii și ca un spațiu unde oricine își poate exprima punctul de vedere fără cenzura percepută a redacțiilor tradiționale.

Astfel, mediul online oferă iluzia libertății absolute. Platformele digitale oferă utilizatorilor senzația că dețin controlul total asupra propriului proces de informare.

Spre deosebire de televiziuni, unde programele sunt fixe și limitate, pe internet fiecare poate alege sursele de informare preferate, selecta conținutul care confirmă propriile convingeri, reacționa și interacționa în timp real prin comentarii sau distribuire și poate deveni creator de conținut, chiar și printr-o simplă postare.

Această libertate percepută, conferă o puternică validare psihologică utilizatorilor. Ei nu mai sunt simpli spectatori pasivi ai unei realități „dictate de alții”, ci participanți activi la construcția discursului public.

În acest climat, Călin Georgescu s-a putut poziționa cu ușurință ca lider alternativ, „născut din popor”, pentru că imaginea lui nu a fost asociată cu televiziunile sau cu presa mainstream.

Dimpotrivă, faptul că a circulat aproape exclusiv în mediul online i-a adus o dublă legitimitate:

- autenticitate – nu apare regizat sau cosmetizat de producători de televiziune, ci vorbește direct, „ca între oameni”.
- credibilitate prin opoziție – mulți adepți îl văd ca pe o voce liberă, neafiliată sistemului mediatic corupt.

Această ruptură de mass-media tradițională îi conferă o aură de outsider, de „om din afara sistemului” sau „om al adevărului” care sparge monopolul mediatic.

Faptul că nu a avut o expunere constantă la televiziuni a devenit, paradoxal, un avantaj, pentru că a consolidat percepția că el reprezintă „cealaltă voce” – vocea cetățeanului simplu, a neamului, a celor marginalizați de sistem.

Un alt aspect esențial este că, în mediul online, publicul devine și promotor. Cei care distribuie mesajele lui Călin Georgescu nu sunt doar receptori, ci și agenți activi ai fenomenului.

În lipsa unor campanii mediatice orchestrate, difuzarea organică a conținutului a funcționat ca o rețea descentralizată de difuzare a ideilor.

Astfel, fenomenul nu a avut nevoie de „megafonul” televiziunilor. A fost suficient ca mii de utilizatori să devină, fiecare în cercul său de prieteni, un mic canal media, multiplicând mesajele și consolidând comunitatea.

Raportarea critică la mass-media clasică și migrarea către spațiul digital explică de ce „Fenomenul Călin Georgescu” a prins rădăcini adânci în mediul online. Lipsa de încredere în televiziuni a creat o foame de alternative, iar Călin Georgescu s-a prezentat exact ca răspunsul la această nevoie: un lider care vorbește direct, fără filtre, „necontrolat” de sistem.

Această dinamică arată că nu este vorba doar de un om, ci de o schimbare structurală în modul în care cetățenii români se raportează la informație și la lideri. Fenomenul este, deci, inseparabil de criza de credibilitate a mass-mediei tradiționale și de ascensiunea culturii digitale participative.

### *Între fenomen românesc și fenomen universal*

Un alt aspect esențial este plasarea acestui fenomen într-un context mai larg. România nu este un caz izolat. În întreaga lume, perioadele de criză au generat figuri publice similare, care au devenit purtători de speranțe colective. De la liderii carismatici din America Latină<sup>3</sup>, până la mișcările populiste din Europa,

<sup>3</sup> Laclau E., „La razón populista. Fondo de Cultura Económica”, 2005.

tiparul este același: o societate dezamăgită de elitele tradiționale caută o voce alternativă, un „outsider” care promite reînnoirea.

În America Latină, fenomenul liderului carismatic și a mișcărilor populiste sunt bine documentate.

De exemplu:

- Juan Domingo Perón în Argentina a reușit să mobilizeze mase largi printr-un discurs centrat pe justiția socială și promovarea muncitorilor, poziționându-se împotriva elitei economice tradiționale;
- Hugo Chávez și mai recent Nicolás Maduro Moros, în Venezuela au captat sprijinul popular printr-o combinație de retorică naționalistă, reforme sociale și opoziție față de establishment, devenind „simboluri” ale speranțelor colective pentru o societate mai echitabilă.

Tiparul este clar: criza economică și dezamăgirea față de instituțiile tradiționale creează terenul fertil pentru figuri carismatice, care devin purtătoare ale visurilor colective.

În Europa<sup>4</sup> sunt promovate populismul și mișcările anti-sistem.

Europa contemporană oferă exemple similare ca mișcările populiste din Italia, Polonia sau Ungaria care au reușit să mobilizeze mase printr-un discurs simplu, direct și moralizator, centrat pe valori tradiționale și pe critica elitei politice.

În Franța, mișcările „vestelor galbene” au fost exprimate inițial în afara cadrului instituțional, iar liderii lor locali sau mediatici au devenit repere pentru frustrările colective.

În toate aceste cazuri, apariția unor lideri sau figuri carismatice alternative nu este întâmplătoare. Ea reflectă nevoia societăților de a găsi repere în perioade de incertitudine, de a proiecta speranțele colective asupra unor indivizi percepuți ca independenți de sistem.

Tiparul global este elementul comun – outsiderul providențial.

Acesta se situează în afara structurilor politice tradiționale, critică sistemul, prezentându-se ca vocea adevărată a poporului, folosește simboluri și discursuri simple pentru a fi ușor de reținut și de adoptat și se bucură de un suport popular organic, adesea amplificat de mass-media alternative sau digitale.

Tiparul se repetă de la continent la continent, demonstrând că fenomenul nu este o particularitate românească, ci un model universal al societăților aflate în criză sau în tranziție.

---

<sup>4</sup> Eatwell R. & Goodwin M., „*National Populism: The Revolt Against Liberal Democracy*”, Penguin, 2018.