

Rareș Bogdan, „Hopa Mitică” în dosarul lui Călin! **PAG. 3**



Parchetul General, politică pe față

Sună frumos? „Judecătorii și procurorii nu pot să facă parte din partide sau formațiuni politice și nici să desfășoare sau să participe la activități cu caracter politic. Aceștia sunt obligați ca în exercitarea atribuțiilor să se abțină de la exprimarea sau manifestarea, în orice mod, a convingerilor lor politice”. Sigur că sună bine. Legea 303/2004, privind statutul procurorilor și judecătorilor, nu este însă foarte clară. Am citit-o până m-am plictisit și nicăieri nu am găsit scris că se aplică și în cazul procurorilor cu trecere pe la Înalta Poartă a Cotroceniilor, direct sau prin intermediari. **pagina 5**

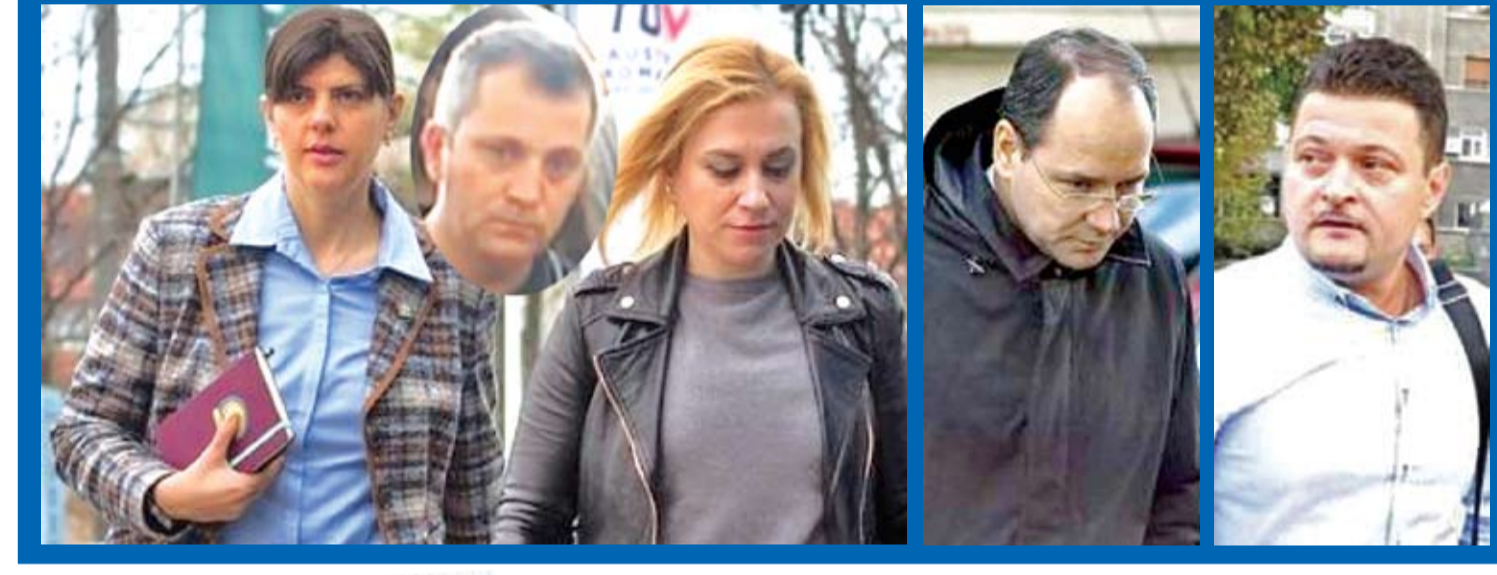
RADICAL... de Tatoi

MULTILEVEL MARKETING, PERSPECTIVA POLITICĂ

O să vă povestesc astăzi despre forma de marketing pe care am cunoscut-o în profunzime, cu bune și cu rele. Multilevelul e o formă de înregimentare bazată pe principiul vânzătorului de iluzii, cu vorbele la el, nu cu școala multă dar cu instinctul de supraviețuire al celui flămând de bani și putere, fără diplome pe bune, care este dispus să facă orice ca să salte în ierarhia piramidei. În politică este același model. El, liderul, recrutează adepți în numele unor ipotetice câștiguri, îi selectează pe cei care au potențial de recrutare și construiește piramidă pe care o conduce promițând imposibilul și investind doar în aceia care îi consolidează poziția. În politică, investind din banul public la care baza piramidei îi dă acces prin vot democratic. Maximum 2% din organizație câștigă ceva serios. Dacă ne uităm în ograda partidelor de la noi sau din lumea democratică cam asta-i metoda de consolidare a puterii. Cei mai buni de gură, cu puține probleme de conștiință ajung conform planului de afaceri, cel mai sus. După ce lipesc ceva afișe, fac treaba murdară a șefului de structură, se fac indispensabili și mai apoi din vasali devin baroni. Trebuie să fie capabili să stea pe scenă, să zâmbească chiar atunci când trebuie să spună o minciună, să anunțe o măsură nepopulară, să promită ceea ce știu că nu pot respecta. Nu știu dacă politică a fost găina sau oul în acest model dar funcționează, mai ales în zonele unde oamenii visează înainte de a gândi critic. Roland Whitsell punctează esența acestui model: „Cea mai puternică și mai tare forță motivațională de azi este falsă speranță”. Ce altceva decât speranța deșartă ne îndeamnă să folosim votul nostru pentru a achiziționa un produs politic de proastă calitate. Despre care citim în afișele electorale, la fel de mincinoase precum reclamele la produsele minune care ne vindecă de tot, mai puțin de prostie. O să spuneți că sunt ipocrită. Că am făcut parte din sistemul pe care îl critic. Într-o oarecare măsură aveți dreptate. Am fost și eu fascinată de model. Am crezut în el până am ajuns suficient de sus ca să îmi dau seama de capacitatea de manipulare malefică a resurselor reprezentate de cei needucați financiar sau politic. Atunci mi-am propus să îl schimb și sistemul m-a rejectat. M-am ales cu mai multă înțelepciune, așa că nu a fost degeaba. Aceeași fascinație am avut-o pentru politică între 2000 și

2004. Când am înțeles mecanismul multilevel de aici, învățând deja că nu poți schimba ceea ce place majorității m-am repliat în postura de spectator incomod pentru regizori. Degeaba îi spui unui visător hăbauc că e păcălit. El te calcă în picioare alergând după himera care îl face fericit. Din nou și din nou. Neînvățând nimic din pierderile inițiale. Cam cum s-a întâmplat cu jocurile de tip Caritas. Întotdeauna or să fie proști și șmecheri care or să îi jecmănească. Nu îi poți învața nimic pe cei care speră în miracole cu care să ocolească drumul anevoios al depășirii condiției inițiale. Listele pentru alegerile europarlamentare m-au inspirat pentru acest editorial. În industria FMG, când se lansează un ruj, un parfum sau vreun produs de machiaj, se plătește o acrită cunoscută să spună că este grozav. Când se lansează o listă electorală unele partide aleg o vedetă, pe care lumea să o știe din vreun rol în care personajul a fost pozitiv. Nici o diferență. Tot machiaj sau spray de ambient este la urma urmei. Doar că suma plătită vedeți diferă de la produs la produs. La Longines, a fost multă vreme Audrey Hepburn. La Nespresso, George Clooney. Brad Pitt a făcut reclamă la Pringles înainte de a deveni celebru. Așa că și mascocele de partid de la noi au toate șansele să devină celebri. Dacă respectă legile afacerii multilevel și ascultă de finanțatorii lor. Ce câștigăm noi dacă mergem la vot? Dreptul de a fluiera spectacolul după ce am plătit biletul cu votul nostru. Dacă suntem mai mulți, poate scot spectacolul prost de pe afiș. ■

„OPERATIUNEA TOPOR”: ȘEFII MAI, ȘCLAVII DNA! **EXCLUSIV** **PAG. 2-3**



Dictatura UE! România, sub bocancul Bruxellesului! **PAG. 8-9**

A început „decaparea” lui Dumitru Dumbrovă **PAG. 8-9**

Hexi Pharma reloaded! **pagina 10**

BREXIT... cu ceai și rugăciune **PAG. 7**



Ramona Gabor, la o bârfă ca-ntr-o fete



Masacrul din Noua Zeelandă trezește ISIS **PAG. 11**

Arabia Saudită, distracții de 23 miliarde de dolari **PAG. 8**



1€	↗ 4.7564 lei
1\$	↗ 4.1881 lei
1CHF	↗ 4.1890 lei
Bitcoin BTC	↘ \$ 4.057
Ripple XRP	↘ \$ 0,3196
Ethereum ETH	↘ \$ 140,02

