

Η συμμεταχή του κ. Μιχάλη Λιάπη και του κ. Θ. Ρουσόπουλου στον «πρωινό καφέ» της Ρηγάλλης θεωρείται δεδομένη



Του Γ. ΛΑΚΟΠΟΥΛΟΥ

ΤΟ ΕΡΧΩΣΙΜΑ είναι απλό: «Ποιο από τα δύο μεγάλα κόμματα θα κερδίσει τις επόμενες εκλογές...». Απαντήσεις του τύπου «αυτό που έχει το καλύτερο πρόγραμμα» ή «αυτό που έχει τον καλύτερο αρχηγό» απορρίπτονται. Η σωστή απάντηση είναι: Αυτό που έχει τον καλύτερο... «πρωινό καφέ»! Όλα δείχνουν ότι η προσεχής εκλογική αναμέτρηση θα κριθεί στο μέτωπο της επικοινωνίας και όποι-

ος έχει τους καλύτερους επικοινωνιολόγους αποκτά υπεροπλία. Στο ΠαΣοΚ το γνωρίζουν εδώ και πολλά χρόνια. Στη ΝΔ μόλις τώρα αντιλαμβάνονται ότι εκλογές δεν κερδίζονται από τα μπαλκόνι και σπειρίδουν. Όπως υπάρχει από το 1996 δίπλα στον πρωθυπουργό κ. Κ. Σημίτη μια ομάδα «επικοινωνιακής στρατηγικής», έτσι θα συσταθεί οσονούπω μια ανάλογη ομάδα δίπλα στον πρόεδρο της ΝΔ κ. Κ. Καραμανλή. Η συνέχεται επί της - τηλεοπτικής - οδού.

■ Η προσεχής εκλογική αναμέτρηση μεταξύ του ΠαΣοΚ και της ΝΔ θα κριθεί στο μέτωπο της επικοινωνίας

Ο πόλεμος του πρωινού καφέ

Ποιοι συζητούν κάθε πρωί με τον κ. Σημίτη και ποιοι θα συνεργάζονται με τον κ. Καραμανλή

Κάθε Δευτέρα πρωί ο κ. Σημίτης κάθεται στο μεγάλο τραπέζι σνακ-φίεριν που βρίσκεται στο γραφείο του στο Μέγαρο Μαξίμου και γύρω του παύρουν θέσει οι συνεργάτες του: ο κ. Ν. Θέμελης, σύμβουλος του και εξ απορρήτων του, ο Γραμματέας του Υπουργικού Συμβουλίου κ. Σ. Κοσιμίδης, ο ισχυρός άνδρας του κεντρικού μηχανισμού ο υπουργός Τύπου κ. Χρ. Πρωτόπαπας και ο υφυπουργός κ. Τηλ. Χατήρης ο προσωπικός υπεύθυνος Τύπου του Προθυπουργού κ. Γ. Παπαγιάννης. Κατά περίπτωση στη σύνθεση προστίθεται κάποιος από τους λοιπούς συμβούλους του Προθυπουργού, με σπουδαιότερο τον αρμόδιο επί των οικονομικών κ. Γκίκα Χαρδούβελη. Επίσημος συζητητής για το ατομικό πρόγραμμα του κ. Σημίτη. Καί ουσίαν είναι μια σημαντική ομάδα που χαράσσει την επικοινωνιακή πολιτική της κυβέρνησης.

■ Οι εξωτερικές συνεργασίες

Αιτή η πολιτική ενισχύεται - αν δεν σπρίτζεται κατά κύριο λόγο - με «εξωτερικές» συνεργασίες. Σε επαγγελματική βάση - έχει συμβόλαιο με το ΠαΣοΚ - συνεργάζεται τακτικά με τον ίδιο τον Προθυπουργό ο κ. Ελ. Κουσουλάς, της εταιρείας Λέξιν και Πράντιν, από τους ικανότερους σε θέματα πολιτικής στρατηγικής στην Ελλάδα. Ενίοτε εμπλέκεται και ο κ. Ευ. Φαναράς, ο οποίος παρίσταται σπανίως στις συσκέψεις, αλλά οι μετρήσεις της εταιρείας δημοσκοπήσεων Μέτρον Ανάλισις που διευθύνει βρίσκονται συχνά στο τραπέζι. Κατά περιόδους σε αυτά τα θέματα έχει λόγο και ο υπουργός Παιδείας κ. Π. Ευθυμίου. Οι προσεχείς δημοτικές εκλογές είναι το επόμενο μέτωπο στο οποίο η γνώμη τόσο του κ. Κοικαυίδη όσο και του κ. Φαναρά θα είναι βαρύνουσα, αρχής γε-

νομένης από την επιλογή των υποψηφίων για τους ΟΤΑ. Το «επικοινωνιακό» του ΠαΣοΚ έχει και έναν άλλο άξονα, τον κ. Κ. Λαλιώτη, που είναι το «βαρύ πυροβολικό» της κυβέρνησης σε αυτό το μέτωπο. Υπεύθυνος για την επικοινωνιακή στρατηγική του Κινήματος από το... 1974, ο Γραμματέας του ΠαΣοΚ βγαίνει στο προσκήνιο με αυτόν τον ρόλο συνήθως στις προεκλογικές περιόδους, όταν αναλαμβάνει επιπροσθέτως και ρόλο «πρωτοπόρου».

Ωστόσο η συμβολή του στις ενδιάμεσες περιόδους είναι ανελλιπής και συχνά κρίσιμη, καθώς είναι «παλιά καροβάνα» και γνωρίζει άριστα αυτό το παιχνίδι, στο οποίο οσονούπω θα εντάξει και τη Χαρ. Τρικούπη. Ο κ. Λαλιώτης γνωρίζει πρόσωπα και πράγματα στον χώρο της πολιτικής επικοινωνίας και θεωρείται ασυναγώνιστος στην προβολή συνθημάτων, ιδίως σε περιόδους προεκλογικής αιχμής, στις οποίες συνεργάζεται με διαφημιστές, όπως είναι οι εταιρείες Mass και BBDO. Λέγεται ότι σε δύο τουλάχιστον περιπτώσεις ο κ. Λαλιώτης κατάφερε να αντιστρέψει τις προβλέψεις και να εξασφαλίσει την εκλογική επικράτηση του ΠαΣοΚ με αμύγδαλες επικοινωνιακά εργαλεία. Η τελευταία ήταν στις εκλογές του 2000. Από τότε που ανέλαβε Γραμματέας της ΚΕ συνεργάζεται αρμονικά με τον κ. Πρωτόπαπα, είναι πιθανόν όμως να βάλει και ένα άλλο μπρίκι στη Χαρ. Τρικούπη και κάθε πρωί να πίνει καφέ με τον κ. Ν. Αθανασάκη, τον κ. Π. Κουτσουφά και ίσως με έναν δημοσιογράφο που θα αντικαταστήσει τον κ. Δ. Καρύδη στο γραφείο Τύπου του ΠαΣοΚ.

■ Ο αντι-καφέ της Ρηγάλλης

Λίγες εκατοντάδες μέτρα πιο μακριά, ο κ. Καραμανλής αρχίζει να αναλαμβάνεται ότι η

επικοινωνιακή πολιτική του ίδιου και του κόμματός του δεν μπορεί να εξαντλείται στην περιστασιακή - και συνήθως προεκλογική - συνεργασία με την εταιρεία Spot Tompson και αποφάσισε να ξεπερνήσει το «μυτιλό Σημίτη». Αυτή την περίοδο ο πρόεδρος της ΝΔ συγκροτεί την ομάδα του δικού του «πρωινού καφέ». Λέγεται ότι η ιδέα αυτή στον εξοδωτικό του κ. Μ. Λιάπη που θα είναι ένας από τους δύο σύγχρονους συνομιλητές του κ. Καραμανλή στον «καφέ της Ρηγάλλης». Ο άλλος θα είναι ο εκπρόσωπος Τύπου της ΝΔ κ. Θ. Ρουσόπουλος. Οι άλλες θέσεις παίζονται καθώς η πλήρωση τους μπορεί να απολήξει σε ανεπιθύμητους εσωκομματικούς συμβολισμούς, όπως θα συμβεί π.χ. με τη συμμετοχή ή όχι της κυρίας Ντόρας Μπακογιάννη. Μένει επίσης να αποφασισθεί αν στον «καφέ» θα ενσωματωθεί ολόκληρη η «παρέα» που διαδραματίζει ως τώρα - υποτυπώδως - αυτόν τον ρόλο, ήτοι οι κκ. Ευ. Μειμαράκης, Δ. Σιούφας και Πρ. Παυλόπουλος, αν θα μετόσχει ο κ. Στ. Δήμας και αν θα ζητηθεί και η συνδρομή κάποιου «εξωτερικού» από την ελεύθερη αγορά.

■ Η υπεροχή Σημίτη

Τα «καφενεία» και οι διαφημιστές είναι τα δύο σκέλη του «επικοινωνιακού τριγώνου» στο οποίο θα σπηρίξουν τα δύο κόμματα την τρέχουσα αναμέτρηση αλλά και την εκλογική τακτική τους. Η τρίτη πλευρά είναι οι εταιρείες δημοσκοπήσεων, και για την ακρίβεια τα ευρήματα των ερευνών τους. Ηδη και στα δύο επιτελεία αναμένουν με αγωνία τις μετρήσεις του Δεκεμβρίου, στα οποίες θα αποτυπωθεί το πολιτικό κλίμα μετά τις εξελέξεις της 11ης Σεπτεμβρίου, το συνέδριο του ΠαΣοΚ και τον ανασηματισμό. Η «πρωθυπουργική εικόνα» των κκ. Σημίτη και Καραμανλή, η πρόθεση ψήφου

και η δημοτικότητα των στελεχών είναι τα κρίσιμα σημεία των αναμενόμενων μετρήσεων. Από τη στιγμή που τα κομματικά επιτελεία θα πληροφορηθούν ότι αρχίζουν να τρέχουν οι νέες δημοσκοπήσεις θα ανεβάσουν τους τόνους για να κυριαρχήσουν στην επικαιρότητα και να καταγραφούν ευνοϊκά. Το ίδιο συμβαίνει κάθε φορά και με τα «μεγαλοστελέχη» των δύο κομμάτων που κάνουν ό,τι μπορούν για να βρεθούν στο προσκήνιο την περίοδο που «μετρώνε» οι δημοσκοπικοί. Η προϊστορία αλλά και τα σημερινά δεδομένα δείχνουν ότι το Πα-

ΣοΚ υπερέχει εμφανώς της ΝΔ στον «πόλεμο της επικοινωνίας» και ο κ. Σημίτης μετέχει στις καθημερινές μάχες του με πολύ καλύτερο εξοπλισμό. Η ομάδα του «πρωινού καφέ» του Μεγάρου Μαξίμου έχει δυνατότητες για καλύτερη ανάλυση του πολιτικού σκηνικού και μεγαλύτερη επάρκεια στη διαμόρφωση του, για την οποία συχνά χρησιμοποιεί ως «επικοινωνιακό όχημα» τον ίδιο τον κ. Σημίτη. Μελετούν με προσοχή τις δημοσκοπήσεις, χρησιμοποιούν επιστημονικά μέσα στην περιγραφή του πολιτικού κλίματος και αποτελεσματικές μεθόδους στον επηρε-

ασμό του. Το αποτέλεσμα είναι κατά κανόνα ικανοποιητικό, αφού καταρθώνουν αφενός να προβάλλουν τα πλεονεκτήματα της κυβέρνησης και να περιορίζουν τα μειονεκτήματα και αφετέρου να πλήττουν και να προφίλ του ανταπάλου, είτε είναι ο ίδιος ο κ. Καραμανλής είτε η ΝΔ στο σίκολό της. Πχ. αν παρατηρήσει κανείς το τελευταίο διάστημα τον συνδυασμό ανάμεσα στο «κλειρό ροκ» του κ. Λαλιώτη, την «υποσπρίτζη» του από τον κεντρικό εκπρόσωπο κ. Πρωτόπαπα και τις επλεκτικές παρεμβάσεις του ίδιου του κ. Σημίτη, θα διαπιστώσει ότι το ΠαΣοΚ γνωρίζει καλύτερα το επικοινωνιακό παιχνίδι, είτε πρόκειται για τοπικό «πολιτικό μάρκετινγκ» είτε για κλασική πολιτική επιπαράθεση.

■ Το κλωμό προφίλ

Στη ΝΔ η επικοινωνιακή πολιτική βρίσκεται ακόμη σε εμβρυϊκή μορφή και αν εξαιρεθεί η συγκροτημένη παρουσία του κ. Ρουσόπουλου, με τους υπόλοιπους «χάνει η μάνα το παιδί...». Πολύ συχνά τα κομμάτια κινούνται σε διαφορετικό μήκος κύματος από την ηγεσία - αφού δεν υπάρχει επικοινωνιακό κέντρο για να «ήλινε γραμμή» - και ενίοτε οι επίσημοι τοποθετημένοι του κόμματος απέχουν παρασάγγες από τις θέσεις, π.χ. της κυρίας Μπακογιάννη. Άλλο και το προφίλ του κ. Καραμανλή εμφανίζεται συχνά κλωμό, αναφαντικό ή δεν διαγράφεται καθόλου και η «πρωθυπουργική εικόνα» του πάσχει, καθώς η προβολή της απείχει πολύ από τις σύγχρονες επικοινωνιακές συνταγές. Η επικαιρότητα των τελευταίων ημερών δείχνει ότι στη Ρηγάλλη θα χρειαστούν πολλοί «καφέδες» ώσπου να συναγωνιστούν αξιοπριπώς το επικοινωνιακό ηπέρσημο του Μεγάρου Μαξίμου.



Ο υπουργός Τύπου κ. Χρ. Πρωτόπαπας συμμετέχει στη σύσκεψη της Δευτέρας με τον κ. Σημίτη