

Lideranças Políticas: entre o nascimento e a fabricação

Vera Chaia¹

Os momentos atuais presenciam mudanças fundamentais na vida política. Os partidos políticos vem perdendo centralidade e as ideologias, embora ainda presentes, também têm reduzido a sua importância face ao crescimento do personalismo na política.

Agora o que prevalece, em uma nova onda, é a emergência de lideranças políticas que passam a sensibilizar os eleitores, em imagens adequadas e/ou formadas para agradar da direita à esquerda, ‘gregos e troianos’. Simultaneamente, o ‘personal style’ e o ‘mídia training’ destacam-se, enquanto profissionais que irão moldar e/ou orientar os políticos na sua maneira de vestir, de se portar e de se manifestar politicamente.

A espontaneidade na política deixou de existir. Tudo é medido e ponderado para que a liderança se saia bem em todos os atos de sua vida política. Neste sentido a busca da visibilidade é o fundamental e o modo como o político aparece na mídia é um dos itens mais importantes na construção e manutenção de uma liderança política. Como escreveu Régis Debray, nestes tempos, o político é refém da tecnologia/mídia.

¹ Livre-Docente e professora do Programa de Estudos Pós-Graduados em Ciências Sociais da PUC-SP, coordenadora do NEAMP.

Outro aspecto que deve ser ressaltado, relevante na vida política contemporânea, é a presença que as campanhas eleitorais adquiriram: agora a estruturação e a montagem da campanha publicitária são feitas por equipes de estrategistas políticos, publicitários, marqueteiros, técnicos e especialistas em diferentes áreas. Em alguns casos presenciamos a substituição de programas partidários elaborados originariamente pelos partidos políticos, por programas e políticas públicas pensadas e produzidos por marqueteiros visando atender a objetivos “eleitoreiros” e criados a partir de necessidades e desejos apresentados pelos eleitores em sondagens e pesquisas de opinião.

Nesta situação geral assiste-se a exaltação das características pessoais dos candidatos, prevalecendo uma personalização na política. A imagem pessoal construída para os candidatos exalta certos traços individuais, em detrimento dos partidos políticos, dos programas e das ideias. O personalismo e a ênfase na liderança política propicia uma desqualificação das organizações democráticas e amplia uma concepção antipartidária, reforçando uma cultura política voltada à valorização e consagração do indivíduo.

Nas circunstâncias, nas quais predominam a personalidade política, a complexa rede de comunicação de massa e as novas tecnologias, os políticos passam a depender dos “consultores” ou dos profissionais do marketing político para serem conhecidos pelo eleitorado, afinal vive-se uma época em que a imagem é fundamental para conquistar “corações e mentes”. A oferta do mercado eleitoral é enorme, com candidatos de diferentes matizes e propostas políticas, portanto a propaganda é essencial. A centralidade da televisão nas campanhas políticas modernas significa que o pleito eleitoral não é restrito aos espaços públicos, como as ruas e praças públicas, mas se deslocou para o espaço privado, para a casa dos eleitores. As regras e os objetivos da política passam a serem as do mercado e o eleitor torna-se um consumidor.

A simultaneidade do marketing e dos tradicionais mecanismos políticos coloca as questões sobre a decisão dos eleitores e os limites da manipulação ‘marqueteira’. Na realidade, quando se analisa os condicionantes do comportamento político, deve-se levar em conta que, além do marketing político,

o eleitor vota também por motivações psicológicas, sociológicas, até motivações regidas pela escolha racional, além da nossa cultura política e das campanhas eleitorais. Assim, nesta época midiática recupera-se “o corpo do rei”, o “condottiere”, enfim, o líder cuja imagem melhor corresponde as necessidade de um mercado consumidor que dispensa o debate de ideias. Ao se observar o que vem ocorrendo apenas no continente latino-americano constata-se a primazia de lideranças como Hugo Chávez, Rafael Correa, Evo Morales, Cristina Kirchner, Luiz Inácio Lula da Silva e outros mais. Verifica-se o ressurgimento das ideias bolivarianas, principalmente na significação dada ao líder unificador, condutor de um povo por se fazer.

Um estudo das lideranças políticas deve levar em conta as características da cultura política presente sociedade, como também a compreensão de suas instituições e organizações partidárias, bem como todo o aparato criado na sociedade contemporânea para contemplar este novo momento de criação, exaltação e preservação das lideranças.