



Os riscos do personalismo na política

*Paulo Roberto Figueira Leal **

Por todo o mundo, variadas democracias vêm assistindo nas últimas décadas a um processo de transformação da natureza e da forma das campanhas eleitorais e das estratégias de comunicação política de candidatos e governos. Mesmo em países com longa tradição de consolidação do sistema partidário – por exemplo, a Grã-Bretanha –, caem sistematicamente os indicadores de identificação partidária e aumentam os índices de volatilidade eleitoral. A esses fenômenos, soma-se uma importância crescente da mídia como arena central da disputa política.

Uma das marcas desse modelo é a valorização da figura do candidato ou do governante em detrimento do partido político ou do governo. No Brasil, todas as eleições presidenciais disputadas democraticamente desde 1989 parecem corroborar a hipótese: Collor se elegeu por uma agremiação inexpressiva; FHC venceu fortemente ancorado em fatores econômicos conjunturais (o Plano Real em 1994; o risco da perda da estabilidade econômica em 1998); Lula, em suas duas vitórias, mostrou ser eleitoralmente muito mais significativo que o PT; e, por fim, Dilma deveu muito de sua eleição à estratégia de campanha que colou sua imagem à de Lula.

Cada vez mais as propagandas institucionais dos governos, em todos os níveis, também tentam associar as eventuais conquistas – mesmo que indiretamente, já que a lei cria entraves para isso – ao governante de plantão. No caso brasileiro, as sistemáticas mudanças de partido por parte das lideranças políticas agravam ainda mais o quadro.

O autor norte-americano Martin Wattenberg designa esse fenômeno como a “ascensão da política centrada nos candidatos”.

Em resumo, ele sustenta que, quando a opinião pública tende à neutralidade sobre os partidos, é o candidato quem polariza o debate. A perda de referenciais ideológicos dos partidos ajudou a deslocar o eixo da discussão para as supostas qualidades dos candidatos e para fatores de curto prazo. Competência, integridade, capacidade de decisão, carisma e atributos pessoais (aparência, idade, religião, saúde etc.) preenchem o espaço deixado vago pela discussão política, sobretudo, em disputas pouco ideologizadas.

Há muitos riscos e problemas nesse modelo: a sociedade fica à espera daquele que nos redimirá dos problemas como se essa liderança existisse. Má notícia para quem espera por isso: na vida real, só há homens e mulheres, não heróis. Ou a sociedade se organiza para discutir seus problemas e apresentar soluções – e os partidos políticos deveriam ser fóruns para isso – ou o país continuará à espera de “salvadores” que nunca chegarão. Ou pegamos coletivamente o destino do espaço público em nossas mãos, o que implica que temos todos que participar do jogo político, ou os muitos problemas que se arrastam historicamente, mesmo que o país tenha avançado muito nos últimos anos, tendem a se perpetuar.

Não é com um discurso mitológico, em que políticos são transformados em “paladinos”, que se enfrentam os problemas coletivos. Ao contrário, é com trabalho duro de todos – dos políticos, dos partidos, da sociedade organizada, dos cidadãos. Em resumo, com a recuperação da atividade política como meio de transformação da realidade, e não como mero teatro burlesco.

**Professor da Faculdade de Comunicação/UFJF; mestre e doutor em Ciência Política pelo IUPERJ; jornalista pela UFRJ; co-organizador dos livros “Mídia e identificação política” (Editora Multifoco, 2011) e “Identidades midiáticas” (E-Papers, 2009); autor dos livros “Identidades políticas e personagens televisivos” (Editora Corifeu, 2007), “O PT e o dilema da representação política” (Editora da Fundação Getúlio Vargas, 2005) e “Os debates petistas no final dos anos 90” (Editora Sotese, 2004)*