

## ÍNDIA

# A 'Modimania' veio para ficar?

Um ano depois de chegar ao poder, Modi tornou-se uma estrela da política, interna e externamente

CÁTIA BRUNO

“A Índia caminha a passos largos para um desenvolvimento completo. Veja como isso se reflete no concreto das coisas”. Esta é a mensagem que todos os seguidores no Twitter do primeiro-ministro indiano, Narendra Modi (popularmente conhecido como NaMo), receberam na passada terça-feira, acompanhada de um *link* para o sítio da internet do chefe do Governo. O objetivo era celebrar um ano de governação de Modi e, para tal, a equipa do primeiro-ministro indiano não hesitou em usar a arma que já lhe garantiu o epíteto de “primeiro líder indiano das redes sociais”.

Passou um ano desde que Modi e o seu Bharatiya Janata Party (BJP) conquistaram uma maioria estrondosa de 281 lugares na Lok Sabha, a câmara baixa do Parlamento, e inauguraram uma nova fase na política do país, quebrando a hegemonia do Partido do Congresso. A campanha mobilizadora de NaMo apresentou-o como um líder economicamente liberal, que iria acelerar a economia indiana e conseguir crescimento. Um ano depois, as reações ao trabalho do BJP não são unânimes, mas numa coisa todos os especialistas concordam: o seu desempenho tende a ser avaliado com um alto grau de exigência porque as expectativas eram grandes. Assim se exprimia esta semana Ravi Agrawal, correspondente da CNN na Índia.

## Indianos otimistas

Depois de uma campanha virada para as questões económicas, esse torna-se um tópico incontornável. Por um lado, há indicadores positivos (mais graças a circunstâncias como a descida do petróleo do que à ação governamental) como a redução do défice e uma inflação controlada. As verdadeiras vitórias de Modi prendem-se sobretudo com o aumento do investimento estrangeiro — que cresceu mais de 25% no último ano fiscal — e a imagem limpa do seu Governo, que não enfrentou nenhum dos escândalos de corrupção que mancharam o Partido do Congresso. Ainda esta semana, um empresário indiano ilustrava a situação ao “New York Times” dizendo que os inspetores que aparecem nas suas fábricas já têm mais “receio de aceitar dinheiro”.

Alguns programas, como um que pretendia abrir mais de 75 milhões de contas bancárias para que alguns indianos recebessem diretamente as ajudas do Estado, têm sido bem-sucedidos. Apesar destas boas notícias, o PM não se livra das críticas: os resultados das empresas têm ficado bastante aquém do previsto, os milhões de empregos prometidos tardam em surgir e mesmo os mais liberais dizem que Modi adiou as grandes reformas como a fiscal ou a fundiária.

Para Manjeet Kripalani, diretora executiva do *think-tank* indiano “Gateway House”, esses receios são infundados. “É difícil dar a volta a uma economia grande e diversificada como a indiana”, explica ao Expresso, comparando com a ação do Governo anterior, que crê ter prejudicado muito a economia. “O crescimento desceu de 9% para 4,5% em três anos. Essa queda



Narendra Modi é famoso pelos discursos em hindi, que agradam às multidões FOTO RICK STEVENS / REUTERS

rápida foi fatal para a Índia. Vai demorar até este pedaço grande de terra voltar a mexer-se. O Governo tem estado a tentar resolver isto antes de avançar para novos sistemas e regulações.”

Os indianos parecem pensar o mesmo — ou, pelo menos, estão dispostos a dar o benefício da dúvida a Modi e companhia. Uma sondagem do jornal indiano “Mint” dá uma espantosa taxa de aprovação do PM de 74%, enquanto outro estudo mais moderado do “Times of

India” diz que 47% da população classifica a ação de NaMo como “relativamente boa”.

## Reinvenção de imagem

Fora de portas, Modi é tão ou mais popular. NaMo tem tido valorizar a relação com o sudeste asiático, onde a democracia que é a Índia contrasta com as vicissitudes (golpes de estado) pelas quais têm passado Bangladesh ou Paquistão, para não falar nas “democracias autoritárias” de Singapura

ou Malásia ou ditaduras como a birmanesa. Igualmente importantes foram as várias visitas de Estado feitas pelo PM indiano a países como os EUA, Japão ou China, trazendo por um lado laços económicos reforçados e, por outro, cimentando a imagem de Modi como líder moderno e afável. As *selfies* que fez questão de tirar com vários líderes — inclusivamente com o homólogo chinês Li Keqiang — serviram para estender a estratégia de comunicação através das re-

des sociais além-fronteiras e conseguiram bons resultados, sobretudo entre os jovens.

“Há vários exemplos de *tweets* de Modi sobre temas populares entre os jovens, como o mundial de críquete”, explica ao Expresso Joyojeet Pal, investigador da Universidade do Michigan responsável pelo estudo “Banalidades tornadas virais: Narendra Modi e o *tweet* político”. Pal sustenta que a campanha nas redes sociais orquestrada pela equipa de Modi foi bem-sucedida ao apresen-

tá-lo com uma nova imagem, trocando o velho líder hindu da região de Gujarat, assombrada pelos motins religiosos, por um homem que utiliza um “um computador da Apple, usa uma câmara DSLR, lê uma biografia do Obama, veste fato de treino e usa um chapéu de cowboy.”

Muito embora a taxa de penetração de internet na Índia continue baixa (cerca de 11%), os *media* tradicionais acabam por seguir cada movimento de Modi (um dos cinco políticos mundiais com mais seguidores no Twitter) nas redes sociais. “Nas redes, a maioria das mensagens de Modi são cumprimentos, mensagens positivas e atualizações gerais. Por isso ele é muito cuidadoso e tenta evitar controvérsias ou tópicos que possam atrair respostas negativas”, explica Pal. “Mas o mais importante é que este se tornou o principal meio de comunicação do gabinete do PM e, portanto, apanha mais gente do que apenas os seus seguidores *online*. Isto é provavelmente o mais importante acerca da conta de Twitter de Modi: é que mudou a forma como o Governo utiliza os *media*.” Com mais ou menos sucesso, a verdade é que depois de Modi, a política indiana nunca mais voltará a ser a mesma.

cbruno@expresso.imprensa.pt

## VISTO PELOS OUTROS

“Por toda a Índia, e até por todo o mundo, Modi publicitou o ‘Índia, Lda.’ e vendeu este sonho. Mas, grandes expectativas trazem sempre o perigo de uma grande queda”

RAVI AGRAWAL  
Correspondente da BBC em Nova Deli

“A imagem *online* de Modi é cuidadosamente elaborada: um homem que, representando os valores e as tradições, também representa a modernidade globalizada”

JOYOJEET PAL  
Investigador da Universidade do Michigan

“O poder [na Índia] está tão disperso que não podemos esperar um processo de decisão rápido. É um processo de aperfeiçoamento. Notem que não digo que não vai acontecer; vai acontecer, mas devagar”

ARVIND SUBRAMANIAN  
Conselheiro económico do Governo

## Um homem ‘ascético’, com um percurso ascendente

Qualquer perfil de Narendra Modi que comece pelo princípio realça que o atual primeiro-ministro indiano nasceu numa família pobre e conservadora, de baixa casta, e que teve um percurso estonteante, de vendedor de chá a líder da maior democracia do mundo. NaMo nasceu em Vadnagar, atualmente na região de Gujarat, a 17 de setembro de 1950. As ligações à política começaram cedo, quando aos oito anos se juntou ao Rashtriya Swayamsevak Sangh (RSS), grupo nacionalista hindu associado ao Bharatiya Janata Party (BJP), o maior partido à direita no país. Aos 25 anos, Modi juntar-se-ia em definitivo ao BJP, na sequência de uma derrota desastrosa para o partido a

nível nacional (tendo conseguido apenas dois lugares no Parlamento em 1984). A partir daí, o seu carácter trabalhador e a sua boa oratória valeram-lhe uma subida progressiva nas fileiras do partido, conseguindo a vitória para o BJP em Gujarat em 2001. Venceria outras três vezes na região, muito graças ao crescimento económico ali verificado. Mas o período também ficaria manchado pelos motins religiosos de 2002, quando 800 muçulmanos foram mortos. Modi nunca condenou abertamente os tumultos. O caso valeu-lhe a impossibilidade de entrar nos EUA e na UE durante vários anos. Aparte o episódio de violência religiosa,

os bons resultados de Modi em Gujarat fizeram dele o candidato às eleições legislativas de 2014, tendo conquistado uma vitória esmagadora para o BJP. A sua campanha assentou sobretudo em questões económicas, mas grande parte do sucesso deve-se à própria figura de Modi, como explicava, na altura, o correspondente do diário britânico “The Guardian”: “O celibatário de 63 anos não tem filhos, é ascético e honesto. Não tem familiares poderosos a tomarem conta dele. Não andou nas melhores escolas indianas e não está interessado em grandes carros ou em vistosos sinais de riqueza.” Uma receita para o sucesso, como se comprovou na eleição de 12 de maio de 2014. C.B.