



Asie

INDE

L'irrésistible ascension de Narendra Modi

A quelques mois des législatives, le ministre en chef du Gujarat a le vent en poupe malgré un passé sulfureux. Figure charismatique, il bénéficie du soutien des milieux économiques.

OUTLOOK
New Delhi

Il y a quelques semaines, des partisans de Narendra Modi, le ministre en chef du Gujarat, ont créé sur Internet la Nano League [Ligue Narendra Modi], un réseau social auquel adhèrent les personnes qu'il fait rêver. En octobre, Modi a réussi à décrocher l'assemblage de la Nano [la voiture populaire construite par Tata, qui devait initialement être construite au Bengale-Occidental]. Ce succès économique est un repère important dans l'ascension de ce dirigeant local, car il a des répercussions au-delà du Gujarat. Modi est l'homme à surveiller, dit-on dans les milieux politiques et économiques. Il pourrait bien devenir une personnalité centrale de son parti, le Bharatiya Janata Party [BJP, Parti du peuple indien, formation nationale-hindouiste et principal parti d'opposition].

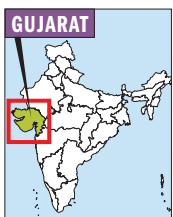
Reste à savoir si la modimania va gagner le reste du pays. Pour une partie du BJP, Modi est la figure nationale la plus charismatique – quelqu'un aussi capable d'attirer les foules qu'une pop star. Il a des partisans puissants, tel Arun Jaitley [ancien ministre et actuel secrétaire général du BJP], qui est considéré comme un des meilleurs stratèges de campagne et un artiste de la communication. Nombre de cadres du BJP voient d'un mauvais œil son influence grandir, mais aucun n'a le courage de l'affronter. Lors de la réunion du comité exécutif national qui s'est tenue à Bangalore en septembre, Modi avait réussi un petit coup en faisant publier séparément dans les médias une de ses interventions sur le terrorisme, alors que les débats se déroulent habituellement à huis clos. "Les gens ont dit tout bas que c'était inacceptable. Mais personne n'a



dit quoi que ce soit en public, car nous savons tous que Modi est le dirigeant qui monte et aucun d'entre nous n'osera s'opposer à lui", explique un cadre expérimenté du parti. En d'autres termes, il est plus sûr de jouer le jeu de Modi que de se dresser contre lui.

Pour les partisans du BJP, Modi est l'homme à mettre en avant, à l'heure où le pays baigne dans un climat d'attentats et de troubles communautaires [alors que ses détracteurs l'accusent d'avoir laissé faire les pogroms antimusulmans de février et mars 2002]. Il a la réputation d'être impitoyable en matière de terrorisme, tout en ayant manifestement obtenu des résultats sur le front économique dans le Gujarat. "C'est la demi-finale

▲ Dessin paru dans Outlook Saptahik, New Delhi.



pour Modi. Si L.K. Advani est aujourd'hui le candidat évident au poste de Premier ministre, Modi est le challenger. Il a beaucoup d'atouts pour lui. Une capacité établie à gagner les élections, un fort soutien des industriels, une image de dur en matière de terrorisme. Beaucoup pensent qu'il peut réussir. Si on m'interrogeait sur son crédit, je dirais que, au sein du BJP, oui, il a toutes ses chances ; et, au sein d'une coalition menée par les nationalistes hindous, peut-être – ça dépendra des chiffres et de l'humeur du pays", explique un proche du politicien à quelques mois des législatives prévues d'ici à 2009.

UNE VRAIE STAR POUR LES NATIONALISTES HINDOUS

Selon des sources proches de Modi, ce dernier orchestre soigneusement ses apparitions publiques. Au cours des derniers mois, il a tenu des conférences de presse à New Delhi, reçu les félicitations de Gujaratis dans tout le pays et été courtoisé par de nombreux industriels. De plus, des personnalités qui n'avaient pas de bons rapports avec lui sont désormais prêtes à envisager favorablement l'idée de le voir jouer un rôle plus important au sein du BJP. Modi sera de fait une star de la campagne dans les Etats au scrutin serré. Voilà déjà quelques années qu'il attire des foules plus importantes qu'Advani et les autres personnalités du mouvement national-hindouiste. "Le BJP n'a pas besoin de présenter Modi comme l'héritier présomptif. Tout le monde dans le parti sait qu'il l'est. Il sera bientôt le chef du parti", assure l'idéologue et éditorialiste de droite Swapan Dasgupta.

Parmi les membres de l'équipe Modi, on compte un noyau de bureaucrates. Mais le politicien assure lui-même sa publicité. Il évalue les apports de diverses sources, mais prend toutes les décisions lui-même. Et il a mis au

point un style très clair. Il s'efforce de faire oublier la souillure des violences antimusulmanes de 2002 et fait très attention à l'image qu'il donne. Il a un discours ferme sur le terrorisme, mais il ne parle pas des musulmans ni des communautés minoritaires. Il a choisi de ne rien dire sur le Bajrang Dal [milice extrémiste hindoue], qui a fait l'objet d'une controverse nationale après avoir, entre autres, lancé des attaques contre les chrétiens [voir CI n° 933, du 18 septembre 2008, et n° 936, du 9 octobre 2008]. Certains pensent néanmoins que l'attrait de Modi a des limites au niveau national. "La classe moyenne du Gujarat est profondément mercantile et adore les hommes qui permettent aux entreprises de gagner facilement de l'argent. Mais la classe moyenne n'est pas nécessairement marchande dans le reste de l'Inde. Elle est souvent constituée de gens travaillant dans le secteur des services ou pratiquant une profession traditionnelle liée à leur caste. Ces gens-là ont encore des sentiments ambigus vis-à-vis de Modi", estime le sociologue Achyut Yagnik.

Mais, à une époque où il n'y a pas de vrai héros ni de personnalité jouissant d'une popularité panindienne, Modi est en mesure de s'imposer. Il n'est peut-être pas encore suffisamment respectable pour les Etats-Unis [qui lui ont refusé un visa en 2005 à cause de son implication dans les massacres] ou pour l'Union européenne, mais les hommes qui contrôlent les grandes sociétés de l'Inde moderne le considèrent comme un "visionnaire dynamique". Bien avant de transférer la production de la Nano du Bengale-Occidental au Gujarat, Ratan Tata avait déclaré lors d'une cérémonie bondée à Ahmedabad en janvier 2007 qu'il fallait "être idiot pour ne pas faire d'affaires dans un Gujarat dirigé par Narendra Modi". Modi est assurément un phénomène à surveiller. **Saba Naqvi**

LE MOT DE LA SEMAINE

Il n'y a pas de thème plus récurrent dans l'histoire de la politique indienne moderne que celui de la victoire, exprimé par le substantif *jeet* et le verbe *jeetna*, qui veut dire gagner mais aussi prévaloir, réussir, triompher, voire dompter. C'est avec l'impératif *jai* que l'on appelle la victoire de ses vœux. Le terme est apparu en 400 avant notre ère, lorsque le poète Valmiki, dans sa version de l'épopée du *Ramayana*, a fusionné le religieux et le politique en mère patrie sacrée. Petite fille, j'étais naturellement fascinée par les déesses hindoues. Tous les matins, à l'école maternelle, à Bombay, je chantais à tue-tête la fin de l'hymne national : "La vic-

toire est arrivée ! La victoire, la victoire, la victoire est arrivée !" Le slogan de tous les leaders indépendantistes était "Jai Hind" ("Victoire à l'Inde"). Ce fut notamment avec ces mots que Nehru conclut son émouvant discours après l'assassinat du Mahatma Gandhi. Mais, après plus de deux mille ans et alors que l'impératif *jai* a bien servi les poètes et les politiciens, Narendra Modi, le chef de l'Etat du Gujarat, qui incarne cette Inde des nationalistes hindous aussi libéraux et technocrates qu'antimusulmans et antichrétiens, a décidé de pas-

"JEET"
LA VICTOIRE

जीत

ser à autre chose. Son slogan, "Jeetega Gujarat !" ("Le Gujarat gagnera !"), met le verbe *jeetna* au futur, ce qui change tout. Car ce petit glissement grammatical de l'impératif au futur comporte un grand glissement sémantique, un

glissement de la fusion du sacré avec le profane au profane tout cours. Modi, un politicien extrêmement malin, sait très bien que, dans l'imaginaire de la classe moyenne indienne, celle qui constitue sa base ainsi que celle de son parti, le Bharatiya Janata Party (BJP, Parti du peuple indien), cela évoque les titres des émissions de télé-réalité du moment – *Kaun Jeetega Bollywood Ka Ticket* (Qui gagnera une place à Bollywood ?) et *Biggest Loser Jeetega*, où des personnes obèses essaient de perdre le plus de kilos possible. Modi ambitionne de rayonner bien

au-delà du Gujarat. Son slogan le fait déjà. Après son succès local en décembre 2007, le BJP a adopté le slogan "Jeetega Bharat" ("L'Inde gagnera") pour sa campagne nationale. C'est un slogan qui sied bien à la classe moyenne indienne, qui rêve de se voir mise en scène sur le mode de la concurrence et de la consommation excessive, incarnée par une obésité dont on s'amuse alors que l'Inde est le pays qui compte le plus grand nombre d'enfants mal nourris. Effectivement, la réussite de l'Inde dans le futur et la victoire à la Modi exigent que les Indiens perdent beaucoup pour gagner.

Mira Kamdar
Calligraphie d'Abdollah Kiaie