



A construção do inimigo político

Martín Granovsky
Historiador reflete sobre os caminhos que levaram à demonização dos adversários na esfera pública

Coordenador do núcleo de pesquisas sobre o Brasil na Universidad Metropolitana para la Educación y el Trabajo, da Argentina, Martín Granovsky esteve na Semana Acadêmica da Economia para discutir a formação de inimigos políticos públicos. Ele acredita que a incerteza, a insegurança e a falta de expectativas no futuro são as principais causas desse fenômeno, que elege bodes expiatórios para problemas complexos do país. O jornalista e historiador critica a postura da grande mídia: “Os meios de comunicação tradicionais terminaram de construir a imagem do inimigo ideal. No Brasil, ser chamado de petista é uma ofensa”.

Granovsky é colunista do jornal argentino *Página/12* e membro do Conselho Editorial de Crítica e Emancipação do Conselho Latino-americano de Ciências Sociais. É autor do documentário *Alcarajo, 10 años*, que apresenta as discussões que acabaram com a Área de Livre Comércio das Américas (ALCA).

Na tua visão, por que criamos inimigos políticos públicos?

Vamos separar as coisas: inimigos políticos sempre existiram. O que às vezes acontece é a demonização do inimigo político. Uma coisa é o inimigo como adversário, que pensa diferente, e outra, a demonização dele. As crises políticas e econômicas ajudaram a construir o inimigo político brasileiro, que hoje é sinônimo de PT. O partido passou a ser responsável por todos os males do país, especialmente a corrupção. Mas por quê? Essa construção foi possível por razões históricas e táticas. A incerteza moral, econômica, a incerteza da aposentadoria, a incerteza do emprego, a violência nas ruas. A incerteza é sempre a falta de expectativa no futuro. Existe uma realidade brasileira, que é ruim, e uma realidade construída, que é exagerada,

inflada, e elas acabam se mesclando. A construção do inimigo passa pela simplificação dessa realidade, o que cria estigmas. O estigma pode ser o PT, pode ser o pobre, pode ser o negro. É claro que o pobre, o negro, o gay e as mulheres já eram estigmas antes, mas agora, para essa onda Bolsonaro, os avanços progressistas desses grupos foi o que deixou o país como está. Bolsonaro faz com que esses preconceitos sejam naturalizados, mas diz que são negativos e que precisam ser eliminados, logo se torna normal falar certas coisas. Ele associa cada um desses estigmas a pontos negativos na sociedade. É uma dinâmica que vai construindo o bode expiatório; não acontece do dia para

a noite. Quando Bolsonaro e a grande mídia fazem menção ao *petismo*, estão se referindo a algo mais amplo que isso. O que estão dizendo é: a culpa é de Lula, Haddad, Dilma, Ciro Gomes ou qualquer um que tenha ideias de reforma social e intervenção na economia. O petismo virou ofensa, significa populismo, corrupção, roubo.

Como tu analisas essa ‘onda Bolsonaro’?

É uma análise complexa, que envolve esses outros fatores de que já falei. Por que 50 milhões votaram em Bolsonaro? Pela misoginia? Pelo racismo? Pela homofobia? Também. Mas eles pensam ainda que Bolsonaro é o grande salvador que irá re-

solver seus problemas. Muitos votariam em Lula se ele estivesse concorrido. As pessoas querem alguém que resolva os problemas de forma imediata; elas preferem respostas simples. A diferença é que, quando você aposta em Bolsonaro, está apostando no messiânico. Quando aposta em Lula, está apostando na construção coletiva, mesmo com as falhas. Parece-me que nunca houve um candidato como Bolsonaro em toda a história do Brasil. Além do mais, existe uma percepção popular positiva das forças armadas brasileiras que não existe no Uruguai, na Argentina, no Chile. Uma coisa a que eu me dedicaria no futuro é analisar o comportamento das forças armadas durante esses

anos. É um tema muito importante. Bolsonaro irá agradar o setor econômico e as forças armadas. Isso pode aprofundar o que há de pior no Brasil. Essa piora pode ocorrer, como pode não ocorrer, se existir uma resistência civil. O que a oposição irá fazer? Culpar esses 50 milhões que votaram nele e que irão presenciarem sua realidade piorando? Ou irá tentar conscientizar a população de que esse não é o melhor caminho para o Brasil?

Existe algo semelhante na Argentina? Algum inimigo político construído como aconteceu com o PT no Brasil?

Sim. Lá existe o “eles”, que é o outro, mas sempre meio indefinido. Mas na Argentina, se formos comparar com o Brasil, o sinônimo do PT é K, de kirchnerismo. É o juiz K, o funcionário K, o jornalista K. É um insulto. A construção é a seguinte: os que criticam Macri são ladrões, corruptos, populistas, venezuelanos, chavistas, petistas – porque se usa petista na Argentina agora como insulto também – irresponsáveis, culpados da terrível herança recebida. Eu não digo que tudo o que afirmam seja mentira, não é assim. O que estou dizendo é que há um sistema completo de um inimigo ideal para combater que se aplica até àqueles que não estão de acordo com Cristina Kirchner, mas que defendem uma política econômica heterodoxa, pois “esses serão populistas, e populista é ladrão, e um ladrão é como Cristina, e vamos acabar com a época dos populistas e ladrões”. Esse é o pensamento.

E qual o papel da mídia nessas construções?

A grande mídia foi quem terminou de fazer a construção do inimigo e ajudou a fomentar a ideia do “nunca mais”. Aqui no Brasil nunca mais reformas sociais, nunca mais Estado na economia, e isso resultou na aprovação da PEC do teto de gastos. O petismo como insulto foi em grande parte construção da mídia. Os jornais não confiavam em Dilma. Mesmo quando ela indicou Joaquim Levy para ministro da Fazenda, ela não deixava de ser Dilma, mandada pelo Lula, mesmo quando estava com uma relação conturbada com este. Isso era o que a mídia vendia e que acabou dando muito respaldo aos acontecimentos posteriores.



GUSTAVO DIEHL/SECOM

Bárbara Lima,
estudante do 6.º semestre
de Jornalismo da UFRGS