

*“Em agosto de 1990, quando o Iraque invadiu o Kuwait, precipitando a Primeira Guerra do Golfo, a mídia estatal árabe suprimiu as notícias por três dias. Hoje, a suspeita de tal ataque seria divulgada em minutos por causa de uma estação de televisão chamada Al Jazeera”
(Editorial do “The New York Times”, publicado em 29/03/03)*

Introdução

Com 40 milhões de espectadores e uma linha editorial que tem gerado polêmicas entre árabes e não-árabes, a emissora de televisão Al Jazeera consolidou-se como a maior e mais popular emissora árabe no ar, com significativo impacto na cobertura internacional da segunda Guerra do Golfo. O objetivo deste texto, em caráter exploratório, consiste em problematizar o processo de expansão da emissora sediada no Qatar que, após a cobertura da invasão americana no Afeganistão em 2001, tornou-se mundialmente conhecida como a “CNN árabe”.

A proposta deste texto é pensar a TV Al Jazeera com base em uma visão crítica da mesma, procurando apontar para os limites quantitativos e qualitativos da visibilidade e da socialização que ela engendra a partir, principalmente, da análise da cobertura da Guerra do Iraque, com início em março de 2003, e da sua ida para a “rede mundial” com a criação dos sites da Al Jazeera em árabe e, posteriormente, em inglês. É consensual na literatura a importância dos meios de comunicação de massa na sociedade contemporânea, em especial da televisão. Assim, não se trata de enumerar justificativas do *porque* se deve pensar a televisão, mas a questão central que se coloca é *como* pensar a televisão nas suas relações com a esfera da cultura e da política.

Por fim, este texto apresenta a idéia de que o processo de expansão e consolidação de uma emissora de TV árabe, com uma mais do que representativa audiência mundial que bateu na casa dos 40 milhões de telespectadores, consiste em novidade com significativo impacto na democratização do espaço transnacional, mas, não obstante, este processo apresenta ambigüidades e contradições que ganham em relevância quando consideramos os interesses, tensões e conflitos que envolvem o mundo árabe. A hipótese é a de que a TV Al Jazeera passou por um “boom” como resultado, principalmente, de dois fatores, o primeiro é a busca de uma prática jornalística objetiva e imparcial e, segundo, a cobertura de eventos com grande apelo midiático e de audiência, a invasão do Afeganistão, os pronunciamentos de Osama bin Laden e a Guerra do Iraque. É do

interesse deste trabalho refletir sobre esta convivência, lado a lado, de uma televisão que se configura como espaço de debate dos assuntos de interesse público e, também, como esfera de interesses políticos e econômicos privados.

Nesta direção, algumas perguntas orientam este trabalho. Como se deu o processo de formação e de expansão da TV Al Jazeera? Qual a estrutura administrativa e profissional da TV? Quais os principais fatores que contribuíram para um rápido e expressivo processo de expansão? Qual a imagem da TV Al Jazeera? A imagem da TV é a mesma entre árabes e não-árabes? Qual o perfil da sua audiência? Qual o impacto da expansão da TV Al Jazeera para o mundo árabe e no cenário da mídia internacional?

O texto está estruturado em três seções. A primeira apresenta o pano-de-fundo teórico sobre o qual se desenha esta reflexão, destacando aspectos do conceito de esfera pública que mais diretamente estão relacionados com os meios de comunicação, a concepção de televisão adotada e alguns elementos do processo de globalização como a concepção de um espaço transnacional. Na segunda parte, encontra-se um levantamento sobre a emissora de televisão Al Jazeera que, desde sua inauguração em 1996, tem sua história associada à cobertura de conflitos. A terceira seção procura analisar o processo de construção da imagem da Al Jazeera, com destaque para a cobertura da Segunda Guerra do Golfo feita pelas principais emissoras americanas e a Al Jazeera, fazendo referência a três episódios que se tornaram emblemáticos da guerra de versões e imagens que marcou o conflito, o bombardeio na central da Al Jazeera em Bagdá, a derrubada da estátua de Saddam Hussein na Praça Central de Bagdá e o resgate da soldada Jéssica Lynch.

Globalização, Espaço Transnacional e Meios de Comunicação

A diversidade de experiências de relacionamento que se estabelecem entre sociedade civil e meios de comunicação, meios de comunicação e Estado, e entre os próprios meios, aponta para a necessidade de estudos críticos que procurem problematizar os limites e possibilidades dos meios de comunicação no processo de construção democrática. Dito de outra maneira, as relações entre esfera pública e meios de comunicação apresentam ambigüidades e contradições que, desde logo, impossibilitam concepções maniqueístas dos meios de comunicação enquanto “bons” ou “maus” a priori. Nesta direção, Melucci diz que:

En las sociedades contemporâneas complejas, los movimientos sociales y políticos encuentran sus grandes clientelas en las sociedades civiles a través de los médios de comunicación masiva, y es a través de éstos que los ciudadanos obtienen la información necesaria para estar en posibilidad de controlar e influir el proceso político, incluyendo las decisiones de los funcionarios electos. Por ello es necesario indagar histórica y comparativamente el impacto de los médios em la discusión pública libre y em la formación de la sociedad civil (1999: 60).

Acontece que a paisagem televisiva mundial vem passando por um processo de diversificação capaz de criar impactos diferenciados – e matizados – sobre os espaços públicos nacionais e o espaço transnacional, para além da simplicidade de sua restrição ou ampliação (Martin-Barbero, 2004). É importante observar que o processo de transformação mundial no qual as mídias estão inseridas se desenvolve com a persistência de papéis que podem ser identificados com práticas de dominação e exclusão social. Por outro lado, é inegável que as mídias assumiram novos papéis, claramente associados a práticas com potenciais democratizantes. Assim, os meios de comunicação, em especial a televisão, atuam simultaneamente como espaço de mediação social, arena de debate e ator de mudanças culturais e políticas. Segundo Martin-Barbero (2004):

Tudo isso está acompanhado de funções que as mídias foram encontrando para si e que são indicativas das transformações políticas e culturais que ocorrem na sociedade. A idéia de que as mídias fundamentalmente “representam” o social cedeu diante de sua ascensão como atores sociais, diante de sua legitimidade como sujeitos que intervêm ativamente na realidade. O controle político e a fiscalização são funções básicas que se atribuem às mídias em sociedades nas quais os poderes se acrescentaram e definitivamente se diversificaram (pp. 74-75).

Se os efeitos da globalização significam profundas transformações, como nas noções de espaço, de público e de nação, nas formas de fazer política e na capacidade de exercício do poder do Estado, não significa, em absoluto, afirmar a existência de uma “esfera pública mundial” (Ortiz, 2004). Trata-se, na verdade, da formação de “contextos comunicativos transnacionais” (Avritzer & Costa, 2004:10). Nesta direção da formação de “contextos comunicativos transnacionais”, em nível mundial, e na construção de espaços públicos, em nível nacional-local, um aspecto da relação entre a esfera pública e os meios de comunicação ganha relevância, o da visibilidade. A visibilidade pode ser definida como sendo o potencial que os meios de comunicação têm de “deixar ver”, ou não, determinado tema. Porém, é preciso deixar claro – o que nem sempre acontece nos estudos que tratam sobre o assunto – que também a visibilidade não pode ser considerada boa ou má a priori. Assim, é possível distinguir dois elementos da visibilidade, a quantidade, comparativamente quanto de tempo é dedicado a cada assunto, e a qualidade,

que diz respeito à abordagem que os assuntos recebem, ou seja, o chamado “enquadramento”¹.

Propiciar visibilidade aos temas, ou seja, “dar publicidade” assuntos de interesse público, pode ser considerado como um dos principais papéis dos meios de comunicação na contemporaneidade. No entanto, visibilidade não deve ser confundida com neutralidade, nem com multiplicidade de interpretações (Rubim, 2003:45). Nesta mesma direção, Martin-Barbero (2004), quando analisa a participação da mídia na cobertura de denúncias de corrupção na Colômbia, aponta para a ambigüidade da visibilidade nos meios de comunicação, ao mesmo tempo em que chama a atenção para as potencialidades de ampliação do espaço público advindas com a visibilidade midiática:

A visibilidade que mídias como a televisão oferecem é quase sempre paradoxal: não responde a um ideal de total transparência, mas é o resultado mais ou menos ambíguo da intersecção entre informação e desinformação, verdade e artifício, montagens ritualizadas e espontaneidade (p. 100).

Retomando o contexto da globalização, Ortiz (2004a) aponta para as novas manifestações de guerra que passaram a ser fenômenos endêmicos e separados da esfera da política, apesar do monopólio do uso da força permanecer sob o domínio do Estado-nação: “Há portanto, ao lado de uma hierarquia econômica dos países, separando os mais ricos dos mais pobres, uma hierarquia das armas, pois o desarmamento de alguns resulta no poderio de outros” (Ortiz, 2004:22). Se a guerra, ou pelo menos a sua iminência, passa a fazer parte do cotidiano da modernidade-mundo e modifica a noção de espaço, noções como estratégia e tática também podem ser incorporadas ao se tratar de ações políticas que têm lugar no espaço transnacional, como sugere Ortiz que empresta de Michel de Certeau a distinção entre as duas noções, sendo que “A estratégia se fundamenta pois numa concepção mais dilatada do espaço, a tática restringe-se à uma intenção localizada (2004a:23)”.

Gostaria de dar ênfase à definição de estratégia que Ortiz recupera porque acredito que esta seja uma chave importante para a explicação do processo de expansão e diversificação das atividades da TV Al Jazeera, como a criação dos web sites. Há fortes indícios de que a expansão da rede foi uma ação meticulosamente planejada e articulada para garantir a sua supremacia no mundo árabe. Estratégia é definida como sendo “toda

¹ Para detalhes ver, entre outros, Porto (2000) e Lima & Guazina (2004).

ação a partir de um centro, tendo um raio suficientemente longo para potencializar sua intenção inicial; ela possui um alcance que suplanta seu lugar de origem e seu leque de abrangência inclui pontos distantes no espaço (Ortiz, 2004a:23)".

Do Qatar para o mundo²

A TV Al Jazeera, do árabe "a península", situa-se no sudeste da península arábica, às margens do Golfo Pérsico, no emirado do Qatar. A emissora de televisão, acessível para o mundo via satélite ou sistema de cabo³, foi inaugurada em 1996, já consumiu US\$ 150 milhões e é de propriedade do governo qatariiano, chefiado pelo emir Hamad bin Khalifa al Tani, 43 anos, cuja fortuna pessoal gira em torno de US\$ 5 bilhões. O emir Hamad chegou ao poder através de golpe que derrubou seu pai em 1995. Como, até então, a mídia no mundo árabe era dominada pelo governo saudita, o emir decidiu montar uma emissora no Qatar com o objetivo principal de "fazer frente à influência dos sauditas sobre as elites de seu país" ("A Ilha do Oriente", Revista Istoé, 17/10/01).

Conquistando uma audiência de 40 milhões de árabes, o maior e mais popular canal árabe é a primeira rede de televisão em cadeia do mundo árabe-muçulmano. Com 24 horas diárias de programação no ar, desde o início, o jornalismo constituiu-se como a principal "marca" da Al Jazeera. A grande maioria dos jornalistas foi recrutada junto à emissora inglesa BBC que mantinha um canal árabe em Londres. Assim, quase a totalidade do quadro de profissionais é composta por árabes que tiveram grande contato com o mundo e a mídia ocidentais. A Al Jazeera mantém cerca de 35 escritórios e mais de 50 correspondentes espalhados entre os países árabes, Europa e até Estados Unidos, estrutura sem dúvida grandiosa, diante da qual é difícil fazer frente. A emissora também é conhecida pelos seus "talk-shows" e programas interativos que contam com a

² Esta seção foi elaborada com base em pesquisas realizadas na mídia impressa, na Internet e, principalmente, a partir do documentário (disponível em DVD para compra pela Amazon.com) "Control Room", da diretora egípcia-americana Jehane Noujaim, justamente sobre a cobertura da Guerra do Iraque feita pela TV Al Jazeera. O documentário, lançado em 2004 e exibido no Festival de Cinema do Rio de Janeiro do mesmo ano, entre outros, foi muito bem recebido pela crítica internacional pelo seu rigor e imparcialidade e surpreendeu ao fazer sucesso nas bilheterias americanas.

³ No Brasil, inicialmente, era possível receber a Al Jazeera gratuitamente, para tanto, bastava possuir uma antena parabólica e direcioná-la aos satélites de retransmissão. Entretanto, desde 2002, só é possível sintonizar a emissora através de assinatura com a Multipole, responsável pela distribuição no Brasil e em parte da América Latina. "Em março de 2003, a Multipole contava com cerca de 1.600 assinantes. Hoje, diz ter ultrapassado os 3.000, sendo que mais de 60% deles são residentes no Brasil" (clipping da Abert – Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão, 21/11/2004). O presidente da Multipole, Maurício Goldberg, diz ainda que este é um mercado crescente, apesar de ainda muito distante dos 130 mil assinantes dos Estados Unidos.

participação da audiência, formato absolutamente inovador para os padrões das televisões árabes.⁴

Em janeiro de 2001, a rede de televisão Al Jazeera lançou, com ampla divulgação, o seu site em árabe que retransmitia on-line a programação da emissora. A idéia desenvolvida neste texto é a de que a entrada da Al Jazeera na rede mundial de computadores não significou uma ação isolada, muito menos um simples serviço adicional voltado para a sua audiência à época. Pelo contrário, a ida da emissora para a rede fez parte do seu plano estratégico de expansão e representou a “porta de entrada” para o mundo ocidental. No sentido de reforçar esta hipótese, cabe destacar o ainda reduzido número de usuários da rede nos países árabes. Conscientes desta realidade de atraso tecnológico em que vivem os árabes, o site foi construído para atingir, especificamente, as populações de língua árabe espalhadas pelo mundo. Em entrevista ao “The Wall Street Journal Online”, em novembro de 2001, o responsável geral pelo site, Mahmood Abdulhadi, declarou que o tráfego de visitantes seguia a seguinte ordem decrescente: Estados Unidos, Europa e, em terceiro lugar, países árabes.

Nesta mesma entrevista, duas outras informações merecem destaque tendo em vista a hipótese deste trabalho, a primeira é o extraordinário aumento do número de visitas ao site após os atentados de 11 de setembro e, mais ainda, depois da invasão do Afeganistão⁵, e a segunda diz respeito ao expressivo número de solicitações dos usuários para a criação de uma versão em inglês do web site, situação para a qual Abdulhadi responde: “We are studying this request now, and we will be able to launch it within one year from now”⁶ Demonstrando profissionalismo, determinação e um cumprimento razoavelmente rigoroso do cronograma planejado, em março de 2003 entrou no ar a aljazeera.net, versão em inglês. Por outro lado, o declarado projeto expansionista da emissora de televisão, francamente identificado com a lógica do capitalismo e indicando aguçada visão de mercado, pode contribuir para explicar o tipo de cobertura que vem sendo recentemente classificada por alguns analistas como oportunista e apelativa.

⁴ Para detalhes, consultar o site www.allied-media.com/aljazeera/.

⁵ “The web-site traffic jumped after the Sept. 11, 2001, terror attack in the U.S., from about 700.000 page views a day to about 1.2 million page views. Then it jumped to about two million page views a day in the first week after the U.S. strike on Afghanistan; and it reached about three million page views a day in the second week. More than 40% of our visitors are from the U.S.” (Abdulhadi, 2001).

⁶ Entrevista concedida ao “The Wall Street Journal Online, em novembro de 2001.

Ainda com relação à política de expansão da emissora através da rede, existe o aspecto da retransmissão ao vivo da programação da TV. Nas palavras do responsável pelo web site:

“The live streaming of Al Jazeera TV on the web site was a part of our marketing policy to let Al Jazeera broadcasts reach all Arabs in the world. Al Jazeera TV broadcasts now reach most parts of the world, and we are about to revise the live-streaming policy on the web site. We may stop it, because it reduced the number of the Al Jazeera-TV cable subscribers” (2001).

Atualmente, não é possível através de nenhum dos sites da emissora, seja na versão em árabe ou na versão em inglês, acessar a programação da televisão Al Jazeera em retransmissão ao vivo. Por outro lado, permanece liberado ao usuário da rede um grande arquivo de programas que já foram ao ar.

Outro aspecto com relação aos web sites da Al Jazeera diz respeito a uma forma de protesto que vem atingindo proporções significativas, tendo em vista, principalmente, o seu impacto na mídia impressa e televisiva. Trata-se do chamado “ciberativismo”, ou seja, manifestações contrárias ou favoráveis feitas através da invasão dos domínios dos sites, ou da paralisação destes através da elevação artificial do número de acessos aos mesmos. Como já era de se esperar, com a cobertura da guerra do Iraque realizada pela Al Jazeera, seus sites tornaram-se alvos frequentes dos hackers. Por outro lado, apesar de representarem um número significativamente menor, empresas de segurança na rede reportaram ataques com mensagens pacifistas a empresas americanas e inglesas.

Uma última observação trata da parceria firmada entre as emissoras de televisão Al Jazeera e a inglesa BBC em janeiro de 2003. Segundo Madhav Chinnappa, responsável por Direitos na BBC Notícias, “This is a bilateral deal which has formalised arrangements between the BBC and al-Jazeera. We have a number of similar agreements around the world including ABC in the US and NHK in Japan”⁷. Em contrapartida à cessão de imagens e uso de instalações e equipamentos, a BBC oferece assessoria para a versão em inglês do web site da Al Jazeera. Para a televisão árabe a parceria com uma emissora internacional não é novidade. Em 2001, quando da invasão do Afeganistão, a Al Jazeera estabeleceu um acordo de exclusividade, nada mais, nada menos, do que com a CNN que teve seu acesso às áreas do conflito negado por membros do Taleban.⁸. Este

⁷ Press Release, BBC, 15/01/2003.

⁸ “A ilha do Oriente”, Revista Istoé, 17/10/2001.

pode ser considerado o início da trajetória de exposição mundial da emissora Al Jazeera. Sem dúvida, a data que marca este processo é a transmissão do pronunciamento de Osama Bin Laden, em outubro de 2001, que a Al Jazeera colocou no ar, causando reações de ira e de apoio mundo afora.

Se for verdadeiro que a paisagem televisiva do mundo árabe sofreu profundas transformações causadas pelo impacto da entrada no ar da rede de televisão Al Jazeera, como busca mostrar este trabalho, também será verdadeiro que estas transformações não se restringiram – o que, por si só, já justificaria a sua importância para a democratização do espaço transnacional – à oferta de um “outro olhar” sobre os fatos envolvendo os árabes no mundo. Segundo Esther Hamburger (2004):

A emissora se consolidou no mundo árabe como um canal privilegiado de construção de uma imagem visual alternativa ao que se veicula no ocidente. Não vemos imagens de árabes feridos, humilhados ou em posição de ataque terrorista. As paisagens exibidas salientam a estabilidade de países prósperos, habitados por mulheres que aparecem como apresentadoras de TV, guardas de trânsito, motoristas e executivas desfazendo a expectativa convencional no ocidente:

A paisagem televisiva também sofreu mudanças no sentido do aumento na oferta de emissoras de televisão que, no esteio do sucesso alcançado pela Al Jazeera e visando um mercado em franca expansão e com grande potencial, entraram no ar, seja para imitá-la ou para combatê-la.⁹ A televisão Al Jazeera já é proibida – o que não impede a sua recepção - em pelo menos cinco países árabes, onde as sucursais foram fechadas, Arábia Saudita, Iraque, Kwait, Jordânia e Autoridade Palestina. Acontece que a emissora qatariana tem dado visibilidade a dissidentes de outros países árabes e para líderes israelenses, política editorial que tem contribuído para a construção de uma imagem de independência mas, também, de uma televisão polêmica. A cobertura da Segunda Guerra do Iraque reforçou, por um lado, a reputação de credibilidade da Al Jazeera e, por outro, a idéia de que a emissora assume uma postura apelativa e sensacionalista.

Na busca de uma visão crítica da Al Jazeera, não se pode deixar de chamar a atenção, sob o risco de incorrer em uma análise parcial, para o fato de que alguns temas estão completamente ausentes da “telinha” qatariana. Assim, não se vê críticas ao Governo do emir Hamad al Tani, nem tampouco às precárias condições de vida dos imigrantes indianos e paquistaneses no Qatar. Com relação a estas ausências, quando os

⁹ Só a Arábia Saudita possui quatro emissoras de televisão, sendo um dos canais em inglês, além de canais no Kwait, Líbia, Emirados Árabes, Egito e Argélia.

editores da Al Jazeera são questionados, todos são unânimes em afirmar que não existe qualquer tipo de censura por parte do emir que, desde que tomou o poder, tem se preocupado em apresentar ao mundo um país mais moderno¹⁰. Também tem sido alvo de críticas internacionais o relacionamento que a emissora mantém com líderes do Taleban e Al Qaeda: “Há quem critique nossa relação com o Taleban e a Al Qaeda. Mas qualquer televisão do mundo cultivaria uma certa proximidade com esse pessoal, para dar notícias em primeira mão”, declara Haddad, Editor-chefe da Al Jazeera¹¹.

De qualquer forma, a televisão Al Jazeera desponta em um cenário comunicativo habituado à “emissoras oficialistas”, ou seja, submetido à rígida censura de governos publicamente identificados como pró-Estados Unidos que, assim, passa a receber um volume de imagens não-censuradas sem precedentes. Apesar de não ser possível estabelecer uma medida, esta nova paisagem televisiva provocou significativo impacto no mundo árabe. Muito provavelmente, este é um caminho sem volta. Para Samir Khada, Editor-chefe da Al Jazeera “agora, no mundo árabe, nós viemos a descobrir as maravilhas da televisão, muito mais tarde do que o resto do mundo, e quando nós vemos os massacres na Palestina e como as pessoas estão sendo assassinadas, a idéia de outro território árabe ocupado causa raiva”¹²

Em pouco mais de oito anos, a emissora de televisão por satélite Al Jazeera colocou no ar uma considerável rede mundial de comunicação. Entretanto, o seu projeto expansionista não está concluído, prova disto é que a emissora planeja, para breve, mais um ambicioso lançamento que promete movimentar o mercado de telecomunicações transnacional, a versão em inglês do seu canal.

Fatos de Guerra e Eventos de Mídia

A construção e manutenção da audiência de um canal de televisão de notícias – projeto que a Al Jazeera, desde a sua inauguração, vem se empenhando em realizar - está diretamente associado à credibilidade e, conseqüentemente, à imagem da emissora. Quando olhamos para os 40 milhões de telespectadores que a televisão Al Jazeera

¹⁰ Assim, entre outras mudanças, as mulheres passaram a ter o direito de voto garantido e a liberdade de imprensa tem sido preservada, se não na sua totalidade, como seria o ideal, aparentemente em grande parte, o que já significa um inegável avanço em comparação ao cenário anterior.

¹¹ “A CNN do Catar e seus furos”, Revista Veja, 17/10/01.

¹² Tradução da autora, documentário “Control Room”, 2004.

conquistou e o expressivo grau de reconhecimento internacional de que desfruta, inclusive recebendo prêmios pelo combate à censura como o da organização britânica “Index on Censorship”, é inevitável perguntar como isto foi possível para um canal árabe, sediado em um país tão pequeno e com apenas oito anos de existência. Sem dúvida, este é um processo complexo e diversos fatores concorreram para a construção e manutenção desta audiência, mas dizer isto é muito pouco porque não ajuda na explicação do fenômeno.

A idéia central apresentada neste trabalho é a de que considerando os diferentes fatores envolvidos na construção da imagem da Al Jazeera, três fatores desempenharam papel fundamental, o “background” dos jornalistas da emissora, o projeto político do emir Hamad al Tani e a combinação de tecnologias de comunicação (emissora de televisão e Internet). Não há, necessariamente, uma hierarquização entre estes fatores, melhor seria dizer que eles se relacionam mutuamente estabelecendo uma variada combinação de interações que vão se transformando ao longo do tempo em um processo contínuo e permanente, permeado por contradições e ambigüidades. No caso da televisão qatariana é pertinente lembrar que o processo de construção da sua imagem é indissociável do contexto dos conflitos armados que envolvem os países árabes.

Neste ponto, a questão que se coloca é sobre a imagem da Al Jazeera. Afinal, diante de públicos tão heterogêneos culturalmente e dispersos espacialmente, qual a imagem da emissora? Hoje, é possível afirmar com relativa segurança que a Al Jazeera é identificada, principalmente, como sendo uma emissora de televisão polêmica. De polêmica, para corajosa e independente não parece ser um salto tão grande, entretanto, quando indagamos sobre as razões que levaram a estas visões, um abismo separa as justificativas citadas, que vão da postura imparcial e plural da emissora, ao sensacionalismo apelativo da exploração de imagens de cadáveres e sofrimento humano. A hipótese deste trabalho, ainda em caráter preliminar, é a de que dois aspectos principais explicam a imagem contraditória da Al Jazeera, o perfil da sua audiência e o estilo da cobertura que ela faz, especialmente, das guerras que envolvem o mundo árabe.

Atualmente, a audiência da Al Jazeera é formada por árabes – que por si só já representam uma extraordinária diversidade cultural com interesses conflitantes – e não-árabes; por pessoas comuns e pessoas pertencentes ao universo da mídia globalizada,

como jornalistas e executivos das grandes corporações internacionais de comunicação. Como é absolutamente improvável que qualquer emissora de televisão tenha controle absoluto sobre seus públicos¹³, parece ser mais improvável ainda sobre uma audiência como a da Al Jazeera, com expectativas e interesses diametralmente opostos. Ao que parece, no entanto, este não tem sido um problema para a emissora que tem demonstrado grande habilidade e competência no atendimento às demandas de sua cativa, diversa e crescente audiência.

Para refletir sobre o tipo de cobertura da Al Jazeera, é preciso voltar no tempo até a Primeira Guerra do Golfo, em 1991, quando ela ainda nem existia e a cobertura da guerra foi feita quase que com exclusividade pelo canal de notícias americano, CNN, que apresentou ao mundo um espetáculo de imagens de luzes verdes que mais lembravam uma tela de videogame do que um combate real. A cobertura entrou para a história e projetou a CNN para o mundo, exatamente no mesmo período em que se dava a expansão das tecnologias televisivas via satélite e por redes de cabos. Naturalmente, afóra o interesse econômico do invasor recorrente, a guerra de 1991 em pouco se assemelhou ao conflito de 2003 cercado, muito tempo antes do seu início, pelos olhares da mídia internacional. Segundo Alessandra Aldé:

O caráter polêmico que acompanhou a invasão do Iraque pelas forças americanas e britânicas, em 2003, refletiu-se na cobertura dada ao conflito, que já começou sob cisão internacional. A mídia acompanhou o longo processo de negociação dos EUA com a ONU, as inspeções infrutíferas e os relatórios suspeitos, sua busca de apoios bilaterais com vários países. (2004:5).

Para chegarmos à questão central desta seção – a cobertura da Segunda Guerra do Golfo realizada pela Al Jazeera – precisamos passar, ainda, pela invasão americana do Afeganistão no final de 2001. Como já mencionado, poucos dias após o início dos ataques, a emissora qatariana colocou no ar, na sua “janela para o mundo”, a gravação de um depoimento do terrorista Bin Laden que aparece armado e discursiva em tom ameaçador, “Deus abençoou um grupo de muçulmanos de vanguarda, a dianteira do Islã, para destruírem a América”¹⁴. A partir deste fato estava declarada uma outra guerra, a guerra de imagens e de versões entre o governo americano, com suas novas regras de censura e o seu poderoso conglomerado comunicativo, e a televisão Al Jazeera, o “outro

¹³ Contrário à noção de público passivo e acrítico, ver, entre outros, Wolton (1996).

¹⁴ “A ilha do Oriente”, Revista Veja, 17/10/2001.

canal”. De um lado “a guerra contra o terror”, do outro, “a luta pela liberdade de expressão”, ambos slogans com grande apelo emocional que prometiam, como não poderia deixar de ser em um mundo midiaticizado, lances espetaculares.

O caráter espetacular desta Segunda Guerra fica evidente na preparação de sua cobertura, de ambos os lados, e no ultimato de 48 horas dado pelo presidente Bush para a saída de Saddam Hussein do Iraque, com transmissão ao vivo pela Al Jazeera, em rede mundial e com tradução simultânea. A montagem do “Coalition Media Center”, em Doha, impressiona não tanto pela sua grandiosa estrutura¹⁵, o que já era esperado, mas pelo evidente esforço americano, nem sempre bem sucedido, empreendido no sentido de controlar as informações da guerra (Aldé, 2004).

A TV Al Jazeera, também demonstrou profissionalismo e determinação, investindo em treinamento de segurança para os seus profissionais e enviando repórteres para vários lugares do Iraque e região. Sem dúvida, pelo menos em termos da captação de imagens do cotidiano do país invadido, a emissora qatariana levava franca vantagem e demonstrou – com base nos índices de audiência que ela desfruta hoje – competência no uso destas imagens. O fato é que a Al Jazeera soube transformar os créditos conquistados com a cobertura da guerra do Afeganistão e a sua origem árabe - o conhecimento da língua, da cultura e da realidade política local - em diferencial competitivo. Para se ter dimensão do investimento realizado, a emissora, com o início da guerra, passou a veicular durante a sua programação normal, spots de 30 e 60 segundos com chamadas para a cobertura da guerra.¹⁶ Considerando o formato, o conteúdo e os enquadramentos¹⁷ dos spots, não há como não classificá-los de sensacionalistas, apesar da justificativa da emissora – que não deixa de ser verdadeira - de que guerras são assim mesmo, elas tem um elevado custo humano que precisa ser divulgado e que, neste caso, estava sendo censurado pelos americanos.

A questão central que se coloca é a de que, se não fosse pela cobertura da Al Jazeera, importantes acontecimentos da Segunda Guerra do Iraque passariam para a

¹⁵ No “Coalition Media Center” circulavam, diariamente, mais de 200 jornalistas do mundo inteiro e as principais redes de notícias internacionais tinham escritórios lá (CNN, NBC, Fox e BBC) e, inclusive, a TV Al Jazeera.

¹⁶ Nos extras do DVD do documentário “Control Room” é possível assistir a todos os spots veiculados pela televisão Al Jazeera.

¹⁷ Com relação aos principais enquadramentos identificados na cobertura jornalística da Segunda Guerra do Iraque, ver o artigo “Mídia e guerra: enquadramentos do Iraque”, de Alessandra Aldé (2004).

história somente nas versões autorizadas pelo Pentágono (Aldé, 2004:8). Considerando a repercussão que foi dada à “versão oficial” e a gravidade das manipulações envolvidas, três episódios tornaram-se emblemáticos na “guerra de imagens”: o bombardeio ao escritório da Al Jazeera em Bagdá, com a morte de um repórter da emissora, a derrubada da estátua de Saddam Hussein e o resgate da soldada Jéssica Lynch.¹⁸

O bombardeio em questão foi na cidade de Bagdá, em 08 de abril de 2003, e causou grande perplexidade nos correspondentes de guerra credenciados junto ao “Coalition Media Center”, principalmente pela forma como o comando central lidou com o episódio. No dia 08 de abril de 2003, Bagdá sofreu ataque de três mísseis em alvos pré-definidos, o escritório da Al Jazeera, matando o repórter Tarek Ayyoub, o escritório da emissora de televisão árabe Abu Dhabi, e o Hotel Palestine com a morte de outros dois jornalistas. O clima de indignação que tomou conta dos jornalistas no “Coalition Media Center” e a revolta entre os profissionais da Al Jazeera foi documentado com rigorosa fidelidade por Jehane Noujaim.¹⁹ A declaração oficial simplesmente alegava que Bagdá era um lugar perigoso e que os jornalistas não deveriam estar lá, deixando várias perguntas sem respostas. Para os profissionais da TV Al Jazeera ficou a certeza de que o ataque havia sido deliberado. O cortejo público e o sepultamento do repórter Tarek Ayyoub, com transmissão ao vivo pela emissora quatariana, contou com centenas de pessoas que foram tomadas por grande comoção e que gritavam palavras de ordem.

A derrubada da estátua de Saddam Hussein²⁰ na Praça Central de Bagdá ocorreu no dia seguinte ao bombardeio. A entrada de canhões das forças de coalizão, carregando uma bandeira americana, era acompanhada por supostos iraquianos que comemoravam a tomada da capital. Em seguida, e com a ajuda dos canhões, eles passam a derrubar a estátua que ruiu estrondosamente no chão, não antes de um manifestante empunhar a bandeira do Iraque. Inúmeros são os detalhes desta cena que chamam a atenção da Chefe de Redação da Al Jazeera, Deema Khatib. Primeiro, a ausência de mulheres, crianças e idosos, o grupo de manifestantes era formado apenas por homens jovens, a maioria sem camisa. Dado o enquadramento das câmaras, não é possível ver a movimentação nos

¹⁸ Os três episódios são abordados em profundidade de detalhes e riqueza de imagens no documentário “Control Room”.

¹⁹ “Control Room”, 2004.

²⁰ Ver Aldé (2004).

arredores da Praça. Terceira observação de Deema Khatib, e motivo de seu riso e chacota, a bandeira do Iraque erguida era a anterior a 1991.

O terceiro episódio, o resgate da soldada Jéssica Lynch, contou com lances que lembram os filmes de ação hollywoodianos, desde a retirada arriscada em helicóptero, até as versões e contra-versões oficiais que culminaram, de um lado com a declaração da soldada de que não se lembrava de nada e, de outro, com a investigação da BBC que comprovou a manipulação do episódio. “A BBC julgou que seu principal compromisso era de esclarecimento da sociedade, e só depois desta denúncia é que a grande imprensa americana – *Washington Post* à frente – admitiria ter sido manipulada pelo Pentágono” (Aldé, 2004:11).

Considerações Finais

O processo de expansão e consolidação da emissora de televisão árabe por satélite Al Jazeera está intimamente associado à cobertura dos conflitos armados entre americanos e árabes a partir de 2001. A existência de um “outro canal” na cobertura da Segunda Guerra do Golfo, de origem árabe e não-submetido à censura do Pentágono e dos governos árabes pró-americanos, representou uma novidade com significativo impacto para a democratização do espaço comunicacional transnacional. Dentre os diversos fatores que causaram este fenômeno, três contribuíram de forma decisiva, o “background” dos jornalistas da emissora que foram recrutados junto à BBC, o projeto político do emir Hamad al Tani que tomou o poder em 1995 disposto a passar uma visão de país moderno e a combinação de tecnologias de comunicação (a televisão e a Internet).

Por outro lado, a construção de uma audiência mundial de 40 milhões de telespectadores e de uma corporação de comunicação formada por um canal de televisão por satélite e dois web sites, um em versão árabe e outro em inglês, é um processo contínuo e permanente, perpassado por contradições e ambigüidades. Audiência e credibilidade estão diretamente relacionadas, não só no caso da TV Al Jazeera. Credibilidade, por sua vez, determina a formação da imagem por parte de uma audiência heterogênea culturalmente e dispersa espacialmente, com diferentes expectativas e interesses, como é o caso da emissora qatariana. Outro aspecto que é preciso levar em consideração é o tipo de cobertura feita pela emissora. O histórico da Al Jazeera indica uma opção por eventos de grande apelo de público, como as guerras, e uma

predominância de um clima sensacionalista na tela. É neste sentido que se pode compreender a existência de uma imagem da Al Jazeera como polêmica e contraditória.

Dessa forma, apesar das ressalvas à emissora, os episódios relatados – o bombardeio no escritório da Al Jazeera em Bagdá, a queda da estátua de Saddam Hussein e o resgate da soldada Jéssica Lynch - indicam a sua significativa contribuição para a ampliação da pluralidade de olhares e, conseqüentemente, do espaço comunicacional transnacional.

Referências Bibliográficas

- ALDÉ, Alessandra (2004). “Mídia e guerra: enquadramentos do Iraque”. Trabalho apresentado no XIII Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – Compós, São Bernardo do Campo, SP.
- DAGNINO, Evelina (2002). *Sociedade Civil e Espaços Públicos no Brasil*. São Paulo: Paz e Terra.
- EVANS, Dominic (12/01/2004). “Arábia Saudita inaugura TV que terá mulheres como apresentadoras”. Da Agência de Notícias Reuters. www.uol.com.br/radiosetvs/reuters/
- GRENIER, Melinda P. “Aljazeera.net Offers Arab News To Wider Audience Through The Net”. The Wall treet Journal Online. www.allied-media.com/aljazeera/
- HAMBURGER, Esther (20/10/2004). “TV Al Jazeera mostra outro mundo árabe”. Folha de São Paulo, Caderno Ilustrada.
- HAMMOND, Andrew (08/12/2004). “Filme sobre TV Al Jazeera levanta polêmicas no festival de Dubai”. In: Agência de Notícias Reuters.
- LIMA, Venício e GUAZINA, Liziane (2004). “Responsabilidade Social em tempos de crise: novo oficialismo do Jornal Nacional?”. Trabalho apresentado no XXVIII Encontro Anual da Anpocs, Caxambu, MG.
- MAISONNAVE, Fabiano (04/04/2003). “Iraque tem mídia mais madura que EUA, diz editor da Al Jazeera”. In: Folha Online.
- MARTIN-BARBERO, Jesus e REY, Germán (2004). *Os Exercícios do Ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva*. São Paulo: Editora Senac.
- MATTOS, Laura e LIMA, Isabelle (21/11/2004). “Árabe Al Jazeera dobra o número de assinantes no Brasil”. Folha de São Paulo, Caderno Ilustrada. www.abert.org.br
- MELUCCI, Alberto (1999). “Esfera Pública y democracia em la era de la Información”. In: Revista Metapolítica, v.3, No.9.
- ORTIZ, Renato (2004). “A redefinição do público, entre o nacional e o transnacional” (no prelo).
- PORTO, Mauro (2000). “Making sense of politics: TV news and the interpretation of politics in Brazil”, trabalho apresentado à XXII Conferência Internacional da Latin American Studies Association (LASA), Miami, Estados Unidos.