

Cuprins

Cuvânt-înainte (Bogdan Aurescu) 7

1. Anotimpuri arabe

Maree în deșert 13

Internetul aprinde revoluții 18

Necunoscuta Libia 23

Libia după Gaddafi – între fragmentare, salafism și sufism . . 28

Siria lui Assad – despre rezistență în Orient. 36

Siria-Iran, o prietenie pentru supraviețuire. 40

Siria femeilor muftiu 43

Starea de asediu 50

Iarna islamistă după primăvara arabă 55

2. Egipt – revoluția în direct

Meidan Tahrir. 69

Frații Musulmani – între PR și realitate 81

„Egiptul nu va ajunge ca Iranul“ 90

Cine putea fi președinte al Egiptului. 95

România și Egipt – două revoluții? 101

Alegerile lui Mohamed Morsi 105

Creștinii uitați ai Egiptului 112

Revoluția – brand turistic egiptean	116
Dacia și apa minerală	118

3. Iran – paradoxuri persane

Oglinzi persane – între democrație și teocrație	127
Ayatollahul din umbra lui Ahmadinejad	132
Vara iraniană	135
Iranul asediat din interior	152
Poker nuclear	156
România – în scutul anti-Iran	164

4. Un conflict fără sfârșit

Dezolare și narghilea	173
„Nu ați vrea să vă răpim?“	179
Israelul în „lipsa eroilor“	182
Leviathanul schimbă ecuația	192
Hamas și noul Orient Mijlociu	196

5. Liban – războiul civil de ieri și de azi

Vasalul de ieri, aliatul de azi	209
Viața între bombele israeliene și Hezbollah	212
A fost sau n-a fost: arme chimice	215
În palatul lui Lahoud	218
Bahia Hariri și Hezbollah	222
Hezbollah – campion de PR	226
Cea mai veselă țară tristă din lume	230
Liban – umbra războiului civil	234

6. Noul Imperiu Otoman

Turcia – între securitate și diplomația comerțului.	243
Lângă Europa sau în Europa	251
AKP și miracolul Erdoğan	256
Turcia față cu recesiunea	261
Turcia cucerește Orientul cu televizorul	265

7. Fețe islamice

Revoluția pop islamică.	271
Isus – profet în Coran	284
Șaria – legea islamică	288
Allah protejează mediul	296
Cum a făcut Osama o armă din Coran	299
Jihad împotriva Rusiei	306
Conturi reglate islamic.	309

Colecția „Ego. Publicistică” este coordonată de George Onofrei.

© 2013 by Editura POLIROM

Această carte este protejată prin copyright. Reproducerea integrală sau parțială, multiplicarea prin orice mijloace și sub orice formă, cum ar fi xeroxarea, scanarea, transpunerea în format electronic sau audio, punerea la dispoziția publică, inclusiv prin internet sau prin rețele de calculatoare, stocarea permanentă sau temporară pe dispozitive sau sisteme cu posibilitatea recuperării informațiilor, cu scop comercial sau gratuit, precum și alte fapte similare săvârșite fără permisiunea scrisă a deținătorului copyrightului reprezintă o încălcare a legislației cu privire la protecția proprietății intelectuale și se pedepsesc penal și/sau civil în conformitate cu legile în vigoare.

www.polirom.ro

Editura POLIROM

Iași, B-dul Carol I nr. 4; P.O. BOX 266, 700506
București, Splaiul Unirii nr. 6, bl. B3A, sc. 1, et. 1,
sector 4, 040031, O.P. 53, C.P. 15-728

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României:

GAVRILĂ, CARMEN

Revolta Orientului / Carmen Gavrilă; pref. de Bogdan Aurescu. – Iași:
Polirom, 2013

ISBN print: 978-973-46-3447-7

ISBN ePub: 978-973-46-3626-6

ISBN PDF: 978-973-46-3627-3

I. Aurescu, Bogdan (pref.)

821.135.1-92

Printed in ROMANIA

Carmen Gavrilă

Revolta Orientului

Cuvânt-înainte de Bogdan Aurescu

POLIROM
2013

Spre deosebire de soțiile candidaților reformiști, soția președintelui Mahmud Ahmadinejad nu a fost prezentă în campanie și nici acum nu există fotografii clare cu ea, pentru că a apărut foarte rar în public. Dar și actualul președinte beneficia în campania din 2009 de sprijinul unor femei activiste, dar din zona conservatoare – ca Fatemeh Rajabi, soția purtătorului de cuvânt al guvernului, o jurnalistă cu convingeri ultraconservatoare ce a scris cărți elogi-oase la adresa președintelui, dintre care una se numește *Ahmadinejad – miracolul celui de-al treilea mileniu*. Ea a creat o agenție de știri favorabilă președintelui și are un blog unde îi atacă virulent pe opozanții lui Ahmadinejad.

*

În campania cea mai dinamică electorală din istoria Iranului modern, sms-urile și internetul i-au adus pe iranienii tineri la vot. Telefoanele mobile s-au încins din cauza mesajelor prin care iranienii erau avertizați de tabăra politică reformistă să voteze în școli și acolo unde sunt observatori reformiști, să nu își lase voturile la urnele mobile ori în moschei, ca să evite fraudarea alegerilor. Iată un exemplu: „La moscheii extremiștii îți vor fura votul“. În total, Iranul are o populație de aproximativ 70 de milioane de locuitori.

Potrivit statisticilor de la companiile iraniene de telefonie mobilă, în țară sunt peste 45 de milioane de utilizatori, de aceea campania electorală s-a desfășurat preponderent pe telefoanele mobile ale iranienilor. Circulau glume, mai ales la adresa conservatorilor și a președintelui, care ajungeau inclusiv la jurnaliștii străini, ca mine, ce își

cumpăraseră carduri SIM iraniene. Circulau sms-uri de genul „Între rău și mai rău alegem prima variantă și mergem să votăm“ sau „Nu schimbi șoferul mașinii pe cale să cadă în prăpastie“, semnat Mahmud Ahmadinejad. Circulau și injurii foarte dure la adresa președintelui: „Comisia electorală a anunțat că, dacă scrii pe buletinul de vot «fascist», «prost» sau «trădător», votul va fi considerat pentru Ahmadinejad“. Asta pentru că în Iran alegătorii trebuie să scrie numele candidatului preferat pentru ca votul lor să fie înregistrat. Astfel de mesaje l-au făcut pe președinte să reclame o campanie murdară împotriva lui și l-a acuzat pe principalul său contracandidat, Mir Hossein Mussavi, că de fapt atacă guvernul și sistemul. S-a ajuns atât de departe cu atacurile, încât până și liderul suprem religios, ayatollahul Ali Khamenei, a fost nevoit să ceară public încetarea atacurilor la persoană. Dar nimic nu a stăvilit ploaia de fluturași pe care scria: „Iată de ce trebuie să votați cu Mussavi: nu are prieteni în America Latină, nimeni nu a plecat de la conferințele internaționale când el a făcut remarci antiamericane, nu și-a pus prietenii în funcții de stat“. Cei care scriau mesajele mizau și pe umorul negru al iraniienilor: „Votați-l pe Mussavi pentru că e mai bătrân decât Ahmadinejad și nu trebuie să îl suportăm prea multă vreme“. Campania prezidențială din 2009 în Iran a ajuns, în premieră, să coste zeci de milioane de dolari, dați pe DVD-uri, afișe, spoturi electorale, ziare nou-apărute, sedii de campanie închiriate cu mii de dolari pe lună. Nu au lipsit suspiciunile că o bună parte din bani ar fi venit din străinătate, mai ales pentru campania lui Mussavi, dar cifre oficiale nu au existat niciodată. „Am cheltuit

cam 45 de milioane de dolari“, a dezvăluit pentru un blog iranian o sursă implicată în campania lui Mussavi. În schimb, susținătorii lui Ahmadinejad au spus că pentru ei campania a fost ieftină deoarece oameni obișnuiți ar fi distribuit gratis, doar de dragul președintelui, aceleași variante de afișe multiplicat chiar de ei. La rândul lor, proreformiștii l-au acuzat pe președinte că a primit ilegal ajutor de la Corpul Gărzilor Islamice Pasdaran.

*

Străzile Teheranului nu au fost niciodată atât de animate până la orele dimineții înainte de ziua scrutinului. Susținătorii candidatului reformist Mir Hossein Mussavi, cei mai mulți tineri, împânziseră orașul cu afișe electorale, au patrulet cu motocicletele și mașinile fluturând steaguri verzi, ba chiar au dansat pe străzi, deși în republica islamică dansul în public este interzis. Muzica bubuia din mașini. Răsunau acorduri de rap, un gen interzis, cu câteva mici excepții, în Iran. Șoferii mașinilor acoperite de afișe cu Mussavi se claxonau în semn de recunoaștere. Cele mai multe dintre femeile care voiau să voteze cu candidatul proreformist Mussavi își arătau intenția purtând șaluri verzi, iar bărbații tricouri de aceeași culoare, cea aleasă de Mussavi pentru campania sa, verdele – culoarea islamului, dar un islam liberal. Peste tot, mai ales în marile orașe, erau agățate banderole, panglici și eșarfe verzi. De la revoltele studențești din 2000, tinerii nu au mai strigat ca în vara anului 2009 sloganuri atât de dure împotriva oficialilor iranieni. Un tânăr într-o mașină cu panglici verzi prinse de antena radio arăta un

afiș întors cu capul în jos cu președintele Ahmadinejad și liderul suprem, Ali Khamenei. L-am întrebat ce înseamnă. Mi-a răspuns zâmbind: „Jos cu ei!”. O fată cu poza reformistului Mussavi lipită de haine, urcată pe o motocicletă, striga „Bye-bye, Ahmadinejad, nu mai vrem încă patru ani cu tine” și ținea un afiș pe care scria „Minciuna interzisă”, aluzie la faptul că Mussavi l-a acuzat public pe președintele Ahmadinejad că minte în legătură cu starea economiei, inflația și șomajul. De cealaltă parte a străzii, un grup mai mic de suporteri ai lui Ahmadinejad, înfășurați în drapele iraniene, puseseră și ei un cântec electoral care abia răzbătea printre acordurile de rap venite din mașinile suporterilor lui Mussavi. „Noi credem în idealurile republicii islamice, pe care numai președintele Ahmadinejad le apără, nu vrem revoluție”, mi-a spus un susținător al președintelui. Când tabăra susținătorilor președintelui striga tradiționalul „Moarte Americii!”, suporterii lui Mussavi strigau „Moarte talibanilor de la Kabul și Teheran!”. Uneori s-a întâmplat ca taberele să nu se limiteze la a-și smulge reciproc afișele de pe parbrize, iar poliția a intervenit când invectivele s-au transformat în îmbrânceli, mai ales când suporterii lui Mussavi au început să strige că verdele, culoarea de campanie a lui Mussavi, este culoarea islamului, iar roșul, prezent în materialele electorale ale lui Ahmadinejad, este culoarea rușinii și a ticăloșiei. Tinerii se refereau la faptul că, tradițional, verdele este culoarea imamului șiiit Hossein, ucis mișelește de califul sunnit Yazid, a cărui culoare este roșul, ca sângele pe care l-a vărsat. O ofensă mai mare la adresa lui Ahmadinejad nici nu se putea... iar pumnii au ieșit imediat la iveală.

*

Campania electorală de pe străzi, de la mitinguri și de la televizor a fost dublată de cea de pe bloguri, Facebook (unde erau atunci membri aproximativ 150.000 de iranieni) sau MySpace. Tot de pe un blog, Pasdaran, din rândul cărora provine Ahmadinejad, au amenințat că îi vor strivi pe oponenții proreformiști, dacă încearcă să iasă pe străzi să protesteze în cazul în care Mussavi pierde alegerile, ceea ce s-a și întâmplat cu doar o săptămână mai târziu.

Campania cea mai dinamică pe internet a fost cea pentru Mussavi, în cel mai pur stil american. Puteai accesa clipurile electorale ale lui Mussavi ori discursurile lui sau puteai citi mesaje de genul „Votează pentru Mussavi și trimite acest text altor zece persoane, altfel vei avea coșmaruri“. Și suporterii lui Ahmadinejad încercau să țină pasul, pe site-urile lor: „Iranienii îl iubesc pe Ahmadinejad pentru că le apără demnitatea“, „Votați pentru curajosul nostru președinte ca să construim un Iran mai puternic“. Dar, în general, campania pe internet a președintelui nu a fost așa de dinamică și de colorată ca a reformiștilor pentru că, oricum, electoratul său tradițional era în zonele rurale sau cele mai sărace din orașe, unde de cele mai multe ori nu există internet sau oamenii nu au bani pentru acesta. „Accesul la internet este mai larg în orașe, mai limitat la țară; chiar și așa sunt cam 23 de milioane de utilizatori în Iran“, mi-a explicat un blogger iranian.

*

În Iranul anului 2009, în plină campanie electorală, în care subiectul politicii externe era cel mai important și mai amplu dezbătut alături de economie, discursul de la Cairo al președintelui Obama a fost întâmpinat, surprinzător, cu relativă tăcere la nivel oficial. Toți candidații la președinție au așteptat să se pronunțe mai întâi liderul suprem religios, Ali Khamenei. El a exprimat o opinie larg răspândită pe străzile iraniene: „Așteptăm fapte, nu vorbe“. Ayatollahul Khamenei a spus că numai câteva vorbe frumoase nu pot șterge ura acumulată în regiune față de America: „În ultimii ani guvernele americane, mai ales cel al nesăbuitului Bush, au ocupat două țări islamice, Irak și Afghanistan, pretinzând că luptă cu terorismul. Dacă noul președinte vrea o schimbare de imagine, America trebuie să își schimbe comportamentul. Doar vorbele dulci nu vor avea rezultate concrete“.

Cam la fel păreau să gândească și iranienii obișnuiți. „E greu să treci peste zeci de ani de neîncredere, chiar dacă Obama pare altfel decât Bush, aștept să văd dacă ne ridică sancțiunile economice“, mi-a spus atunci Mariam, care a ținut să remarce că iranienii nu îi urăsc pe americani, ci politica lor. Un tânăr care vindea ziare la un stand în sudul conservator al Teheranului mi-a spus că pe el doar niște măsuri concrete l-ar convinge că relațiile dintre cele două țări pot fi reluate: „Pare un semn bun, niciun președinte american nu a mai vorbit așa frumos, dar guvernul nostru și liderul suprem nu se vor lăsa convinși doar de niște vorbe, oricum, cred că Obama a vorbit așa ca să influențeze electoratul iranian să voteze un candidat reformist, pe Mussavi sau Karrubi“.