

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES**

JULIANA SILVA FELIX DE PAULA

De monstros a heróis: o terrorismo transmídia do Estado Islâmico

SÃO PAULO

2019

JULIANA SILVA FELIX DE PAULA

**DE MONSTROS A HERÓIS: O TERRORISMO TRANSMÍDIA DO ESTADO
ISLÂMICO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Relações Públicas da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Valéria de Siqueira Castro Lopes

São Paulo – SP

2019

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa desde que citada a fonte.

JULIANA SILVA FELIX DE PAULA

De monstros a heróis: o terrorismo transmídia do Estado Islâmico

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Relações Públicas da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Valéria de Siqueira Castro Lopes

Data de aprovação: ___/___/___

MEMBROS COMPONENTES DA BANCA EXAMINADORA:

Orientadora: Profa Dra. Valéria de Siqueira Castro Lopes

Membro Titular

Membro Titular

Local: Universidade de São Paulo – Escola de Comunicações e Artes

Às minhas irmãs e irmãos que diariamente lutam por sua sobrevivência no Oriente Médio, lugar onde fui acolhida e que mudou a minha vida.

AGRADECIMENTOS

A Deus, com quem há tanto tempo conversava sobre esse sonho secreto e grandioso chamado estudar na USP. Graças a Ele, alcancei o que tanto queria. Seu amor me abraçou e me fez nova outra vez, me capacitou e me ensinou quão lindo é amar como Ele me ama. Obrigada, Jesus.

À minha mãe, por ser o maior exemplo de força, determinação e empoderamento feminino que já tive. Ela acompanhou o meu desejo de estudar na USP e alcançar tantos outros sonhos desde o início, me apoiou em primeiro lugar e fez tudo o que podia para que eu chegasse até aqui. Sem ela, não teria sequer chegado perto do meu menor sonho. Mãe, você é a minha heroína.

Ao meu pai, com suas orações fui mais longe do que jamais esperaria, muito longe e além do que eu mesma poderia suportar ou lidar. Seu amor me inspirou, me fez forte e capaz. Obrigada por sempre me ensinar sobre quanto a ansiedade é fugaz e passageira, e como o amor dEle é maior do que qualquer dor que eu possa ter. Pai e mãe, amo vocês ao infinito e além.

Às minhas avós, por sempre se preocuparem tanto comigo e me fazerem transbordar de amor. Viram uma Juliana que entrava na USP com apenas 17 anos e muitos sonhos, e também a Juliana de 22 anos, vivendo uma vida adulta corrida e maior do que ela. Mesmo assim, me amaram e me deram tudo o que puderam nos rápidos momentos que tivemos juntas nesses últimos cinco anos.

À ECA Jr., a gestão Pepeca Jr. 15/16 me fez ser mulher, forte, corajosa e empoderada. Vocês me ensinaram e me amaram muito. Mesmo sendo filha única, aos 18 anos ganhei irmãs para a vida inteira, que me inspiraram e me inspiram até hoje. O que vivemos na salinha 02 ficará pra sempre.

Aos tantos amigos que me acompanharam durante esse período louco e incrível que foi a faculdade. Foram cinco anos conhecendo e amando tanta gente. Agradeço em especial à Brunna, por ter virado minha irmã de alma em tão pouco tempo, conhecendo o pior e melhor de mim e tendo uma empatia inabalável quanto a tudo o que passei durante esse tempo em todas as áreas da minha vida.

Aos outros amigos e equipe do LinkedIn, por me incentivarem até o fim para que

me esforçasse e terminasse essa fase da melhor maneira que eu pudesse, pela compreensão nos days offs e apoio incondicional.

À ECA, faculdade que era apenas para ser o lugar de onde sairia uma profissional de Relações Públicas, mas que me fez uma nova pessoa, mulher e profissional., Me fez enxergar o que de fato é o mundo e me transformou num ser humano melhor do que jamais achei que pudesse ser. Sem a ECA, eu definitivamente não seria quem sou hoje.

RESUMO

DE PAULA, Juliana. **De monstros a heróis: o terrorismo transmídia do Estado Islâmico**. 2019. 70 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019.

O presente trabalho apresenta uma análise do terrorismo transmídia do grupo terrorista Estado Islâmico por meio da pesquisa exploratória de análise de caso de dois vídeos do grupo e a repercussão de comentários no *Twitter* após um de seus principais atos terroristas: o ataque de Paris de 2015. Partindo de revisões conceituais, busca-se compreender a construção do grupo e seu fortalecimento através do conceito de comunidade e senso de comunidade, além do espaço onde o ISIS se constitui com força: o cyber. Tal embasamento conceitual permite a exploração de como as redes foram essenciais para alguns movimentos políticos no Oriente Médio como a Primavera Árabe e a luta de Malala, como as redes sociais se constroem e a partir disso, como surge o terrorismo e quais são as ramificações consequentes disto. Por fim, dentro do terrorismo transmídia, a análise final de alguns de seus principais materiais de comunicação buscando compreender quais são as estratégias de comunicação utilizadas pelo grupo para atrair, recrutando pessoas e assustar, espantar seus principais inimigos.

Palavras-chave: Comunicação de massa; Estado Islâmico; Terrorismo Transmídia; Terrorismo; Comunidade; Audiovisual; *Twitter*.

ABSTRACT

DE PAULA, Juliana. **Monsters to heroes: Islamic State transmedia terrorism.** 2019. 69 p. Undergraduate Thesis (Social Communication graduation with emphasis on Public Relations) – School of Communication and Arts, University of São Paulo, São Paulo, 2019.

This paper presents an analysis about ISIS' transmedia terrorism through exploratory research of a case study: two ISIS' video and the impact of one of its main terrorists attack: Paris, 2015. This foundation allows the research of how the group was built not only *offline* but also in the *cyber*. Beyond that, how social media was important for some political movement in Middle East, such as Arab Spring and Malala fight and from that, how surges terrorism and which are its consequences. Lastly, through transmedia terrorism, the final analysis of some of its main communication materials seeking to understand its communication strategy to recruit and scare people

Keyword: Mass Communication; Islamic State; Terrorism Transmedia; Terrorism; Community; Audio-visual; Twitter.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Repercussão ataque de Paris no Twitter.....	50
Figura 2 - Homem árabe.....	53
Figura 3 - Logo do ISIS.....	55
Figura 4 - A Casa Branca.....	55
Figura 5 - Início do vídeo.....	57
Figura 6 - Prisioneiros na praia.....	57
Figura 7 - Prisioneiros e jihadistas.....	59
Figura 8 - Mar de sangue.....	60

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
CIBERESPAÇO	14
COMUNIDADE	17
3.1. Definições e conceitos	17
2.2 Senso de comunidade	19
3.2 Comunidades virtuais	21
4.2. Democratização das redes: Comunicação em Massa	27
4.3 AS REDES SOB A PERSPECTIVA DOS MOVIMENTOS POLÍTICOS NO ORIENTE MÉDIO	31
5.0 A PALAVRA TERROR	33
5.1 Terrorismo	34
5.2 Terrorismo religioso	37
5.3 O terrorismo transmídia	40
6.0 O ESTADO ISLÂMICO	43
6.6 Vídeo “A message signed with blood to the nation of the cross”	56

1. INTRODUÇÃO

O tema, em particular, foi escolhido pela experiência que vivendo em um país do Oriente Médio, o Egito, o qual foi palco da Primavera Árabe e atualmente faz parte da rota de recrutamento do ISIS. O encantamento pelo Oriente Médio começou pela experiência pessoal e foi transmitida através deste trabalho, estudando e lendo sobre um tema tão delicado, sensível e pouco discutido no Brasil e que é um dos grandes causadores de conflito no mundo: o terrorismo.

De acordo com índice de Terrorismo Global de 2019, “71 países registraram pelo menos uma morte em 2018 — o segundo maior número de países desde 2002 e quatro a mais que em 2017” (2019), além disso, mais de 15 mil pessoas morreram por ataques terroristas em todo o mundo em 2018, mostrando que o terrorismo ainda tem matado muitas pessoas e afetado diversos países, representando uma ameaça à segurança global. Ainda de acordo com o ranking (2019), o Talibã, grupo atuante no Afeganistão, é a organização terrorista mais violenta do mundo, seguido pelo Estado Islâmico que matou mais de mil pessoas entre 2018 e 2019 e possui mais de 18 mil militantes na Síria e no Iraque. Não apenas pelo número de mortes e conflitos provocados, mas o ISIS se destaca pelo uso constante da comunicação, tendo produzido desde 2014 mais de mil vídeos lançados na internet (LESACA, 2017), número que chama atenção pela fonte: um grupo do Oriente Médio que usa constantemente da comunicação, principalmente pelos meios digitais, para serem vistos como monstros e também heróis.

Além dos números alarmantes de mortes, conflitos e conteúdo produzido, o tema também me chamou atenção pela falta de fontes que o estudam com profundidade, aguçando a minha curiosidade de, após cinco anos no curso de Relações Públicas, entender qual é afinal a relação entre a comunicação e o terrorismo cujo protagonista da atualidade é o Grupo Estado Islâmico. Surgiram então alguns questionamentos ao longo do trabalho: como o ISIS se organiza e quais são suas principais estratégias de comunicação para atrair membros e, ao mesmo tempo, assustar seus inimigos.

Dessa maneira, esta pesquisa busca entender as estratégias comunicativas adotadas pela organização terrorista Estado Islâmico, principal grupo extremista islâmico da atualidade e que tem suas bases na Síria e Iraque. Para isto, foi essencial reunir embasamento teórico sobre comunicação nas redes digitais – entendendo, primeiro, seu surgimento, o conceito de comunidade e como tais redes existem hoje por meio das redes sociais – sempre à luz de autores como Levy (2012), Gibson (2003), David (2019), Tonnies (1947) e Rapoport (2006). Para estudar tal tema, foi importante estudar o significado das siglas EI, Estado Islâmico, ISIS, Estado Islâmico do Iraque e da Síria e DAESH, abreviação em árabe para Estado Islâmico do Iraque e da Síria.

Levy (2012) e Gibson (2003) são os principais autores usados como base para este trabalho. A escolha do primeiro justifica-se por suas contribuições sobre cibercultura, ciberespaço e as transformações que o desenvolvimento tecnológico provocou. Gibson (2003) analisa como o mundo digital transformou a noção de tempo e espaço e as relações sociais, e é, o principal estudioso da atualidade sobre a estratégia de comunicação massiva para seduzir e assustar adotada pelo Estado Islâmico.

Neste espaço do cyber, é onde o grupo Estado Islâmico se organiza usando da estratégia de comunicação estruturada para atrair e assustar seus públicos, estudado profundamente por Lesaca (2017), o principal autor da atualidade sobre o assunto, trazendo uma visão comunicacional, midiática e de marketing sobre as peças produzidas pelo ISIS. Jornais como o POST (2019) também foram essenciais para fonte de dados sobre a influência do grupo no ocidente.

O Estado Islâmico é pioneiro entre os grupos extremistas por usar a comunicação virtual para atingir seus objetivos políticos e religiosos. Neste espaço do cyber, o Estado Islâmico usa da estratégia de comunicação estruturada para atrair – e assustar – seus públicos. Esse funcionamento foi estudado com profundidade por Lesaca (2017), principal autor da atualidade sobre o assunto por trazer uma visão comunicacional, midiática e de marketing sobre as peças produzidas pelo ISIS. Jornais como o POST (2019) também foram essenciais por servirem como fonte de dados sobre a influência do grupo no ocidente.

O primeiro busca explorar o que é o ciberespaço e como este tem influenciado as relações sociais, além do surgimento das redes sociais como

principal ferramenta de comunicação da atualidade. O conceito de “comunidade” também aparece neste trabalho, discutindo como o pertencimento e identificação em um grupo se formam no *offline* e também *online*, pelas comunidades virtuais.

O quinto capítulo é central por explorar como surgiu o terrorismo, ramificando todas as fases desse movimento na história. O "terrorismo transmedia", conceito de Lesaca (2017), também é explorado, para além do ponto de vista religioso, estando diretamente entrelaçado a comunicação digital - utilizada, no caso do Estado Islâmico, para fins de assustar e recrutar com extrema objetividade e estratégia.

Por fim, há a análise de caso do grupo Estado Islâmico, focando em como a estrutura de comunicação da organização atua para alcançar seus objetivos, se manter na posição de grupo mais temido do planeta e seduzir adolescentes e adultos a se tornarem parte dessa comunidade terrorista.

Por fim, a análise de caso do grupo Estado Islâmico, como a estrutura de comunicação da organização a usa para alcançar seus objetivos, se tornar o grupo mais temido do planeta e seduzir de adolescentes a adultos a serem parte desta comunidade terrorista. Para a análise, foram escolhidos dois materiais audiovisuais de destaque. O primeiro deles é seu vídeo de estreia, lançado em 2014. O outro, um de seus principais vídeos de decapitação, de nome “A message signed with blood to the nation of the cross” que repercutiu nos principais jornais do mundo e ganhou o Twitter após o ataque de Paris que ocorreu em 2015, um dos mais estruturados já orquestrados por um grupo terrorista. Com essa proposta, o trabalho busca entender as semelhanças entre os materiais midiáticos produzidos pelo grupo e repercutidos na mídia e os principais aspectos da comunicação do ISIS.

2. CIBERESPAÇO

A internet surgiu no século 20 com os grandes computadores que, por vários anos, eram de uso exclusivo dos militares e serviam, sobretudo, como ferramenta para cálculos científicos. Com o tempo, a possibilidade de produção de modelos menores que não eram apenas máquinas de cálculo mas que possuíam hardwares muito mais desenvolvidos, permitiu a popularização do computador e o tornou acessível para uso domiciliar. Gradativamente, os computadores se tornaram canais onde indivíduos podiam trocar informações e, em um segundo momento, se relacionar.

É neste contexto que se estuda a definição da palavra ciberespaço. Criada em 1984 por Williams Gibson, é definida como o universo das redes digitais, ou seja, palco de conflitos mundiais e nova fronteira econômica e cultural. De acordo com Gibson (2003), o ciberespaço é, teoricamente, invisível, onde informações se conectam através da interconexão, sendo um espaço invisível, desterritorializante, e num lugar indefinido, pois está inserido no virtual. Este espaço afeta todas as camadas da sociedade, mesmo sem localização exata e definição de onde está, impacta os mundos *offline* e *online*. Mais precisamente, de acordo com o autor:

Uma alucinação consensual vivida diariamente por bilhões de operadores autorizados, em todas as nações, por crianças aprendendo altos conceitos matemáticos... Uma representação gráfica de dados abstraídos dos bancos de dados de todos os computadores do sistema humano. Uma complexidade impensável. Linhas de luz abrangendo o não-espaço da mente; nebulosas e constelações infindáveis de dados. Como marés de luzes da cidade. (GIBSON, 2003, p. 67).

Outro autor que se destaca no estudo das conexões sociais no ciberespaço é Pierre Levy. Nascido na França, filósofo, sociólogo e pesquisador, Levy lançou na década de 1990 o livro *Cibercultura*, onde apresenta a conexão entre o conceito de nome homônimo e o ciberespaço. Segundo Levy (2012), cibercultura é a reconfiguração das relações sociais, um novo campo onde se configuram as relações sociais, públicas e privadas; é uma nova forma de manifestação e organização da sociedade como um todo.

O autor cita em seu livro a definição e origem da palavra “ciberespaço”, definindo-a como o “espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores. Esse conceito inclui o conjunto dos sistemas de comunicação eletrônicos (...) na medida em que transmitem informações provenientes de fontes digitais ou destinadas à digitalização”. Em *Cibercultura*, Levy define diversas funções do ciberespaço como a transferência de dados e upload, acesso à distância e transferência de arquivos, a possibilidade de enviar e receber mensagens através do correio eletrônico, as conferências eletrônicas e o *groupware* –sendo a principal o acesso à distância aos diversos recursos de um computador. As novas formas de interação elencadas por Levy, seja por e-mail ou por upload de arquivos, transforma o social e como ele se organiza, principalmente porque as interconexões que ocorrem neste espaço invisível e infinito entram num círculo do *online* para o *offline* e vice-versa. A interação por conferência em vídeo, por exemplo, acontece entre uma pessoa que está presente no mundo “real” e outra também da esfera real. No entanto, tal relação ocorre virtualmente.

Após Gibson, diversos autores também buscaram explorar a definição de ciberespaço, sua localização, limites e como de fato se constroem as interações que ocorrem nele. Para Koepsell (2019), filósofo e educador norte-americano, por exemplo, o ciberespaço nada mais é que uma rede de computadores onde se constituem relações e interações chamada internet,, termo mais amplamente usado.

Seja internet ou ciberespaço, este “espaço” é palco para que informações, dados e interações sejam trocadas constantemente por pessoas e máquinas em localizações geográficas diferentes. Tal base de dados, como pode-se chamar as informações e dados que navegam pelo *cyber* constantemente, se mantém no espaço *cyber* e pode ser acessadas por qualquer indivíduo que tenha acesso à internet, uma vez públicos.

A definição, no entanto, não é um consenso., Diversos autores definem a internet de maneira diferente, sem chegar de fato a uma conclusão sobre onde exatamente está este espaço, qual é sua dimensão e para onde pode nos levar.

Levy já listava em *Cibercultura*, escrito na década de 1990, as diversas possibilidades que o ciberespaço poderia levar as relações sociais, não somente entre humanos, mas também pessoas e máquinas, para muito além do que era

conhecido naquela época. Para o autor, a digitalização geral das informações tornaria o ciberespaço o principal canal de comunicação e suporte de memória da humanidade a partir do século 21. Foi assim que aconteceu.

O surgimento do ciberespaço levou à ressignificação das relações sociais, noção de tempo, espaço e realidade. O tempo no *cyber* passa a ser percebido como o agora, instantâneo e simultâneo. Enquanto uma mensagem é enviada por meio de um correio eletrônico, bilhões de outras mensagens no formato de imagem, vídeo, gif ou diversos outros já existentes, são enviados para destinatários diferentes.

Monteiro (2019) explora a transformação e impacto do ciberespaço ao apresentar o conceito na perspectiva de vários autores e abordar as modificações e ressignificações de tempo e espaço provocados pelo ciberespaço:

A emergência do ciberespaço possibilita o surgimento de uma nova era da sociedade humana, uma revolução análoga à invenção da escrita. No entanto, trata-se de um novo meio, um local ainda desconhecido, começando a ser explorado. O ciberespaço implica uma nova relação de tempo e espaço. O espaço não é mais concreto, localizado em um território, mas um espaço cibernético, virtual, abstrato. O tempo não é mais linear, não é mais o tempo da História, cronológico; é o tempo real, o agora e atual. (MONTEIRO, 2019)

Indefinível e com muitas ramificações de impacto e significado, a internet mudou o mundo – e continua mudando. Uma vez que é impossível prever o futuro da tecnologia ou mesmo traçar um caminho a ser percorrido por ela, as relações humanas e virtuais continuam se transformando ao longo do tempo, pois o *cyber* está em todo lugar.

3. COMUNIDADE

3.1. Definições e conceitos

A palavra comunidade vem do latim, *communitas*, e quer dizer aquilo que é comum, distinguindo grupos diferentes como pessoas com interesses em comum – seja por religião, opinião política ou fatores econômicos. A ideia do termo surgiu com Ferdinand Tönnies, sociólogo alemão, que define comunidade como algo formado por relações de consanguinidade e afinidade em prol de algo em comum, movidas pelo amor, afeto e devoção. O autor define como leis principais da comunidade: “a) parentes, cônjuges, vizinhos e amigos que se gostam reciprocamente; b) entre os que se gostam, há consenso; c) os que se gostam, se entendem, convivem e permanecem juntos, ordenam sua vida em comum” (TÖNNIES, 1947: 41). Comunidade é, ainda, algo regido pela vontade natural do homem que se refere aos instintos do homem .

Tönnies (1947) ainda separa o conceito de sociedade e comunidade, sendo o primeiro baseado em relações utilitaristas ou afinidade, sem ligação de consanguinidade, – ou seja, relações extremamente baseadas em interesse do que pode ser obtido em troca. Diferente da comunidade, a sociedade seria regida pela vontade arbitrária (*gesellschaft*) que determina as relações por fatores externos aos próprios indivíduos envolvidos nessa interação. A diferença entre comunidade e sociedade é, respectivamente, vontade natural e vontade arbitrária é que, se regidos pela primeira, os indivíduos se unem submetidos à durabilidade e natureza da relação, enquanto que, pela segunda, o grupo é compreendido como mutável e superficial, submetido aos interesses individuais dos membros do grupo.

Um exemplo do conceito de comunidade, para Tönnies, era a sociedade em seus primórdios, quando os *Homo sapiens* eram regidos por suas vontades naturais, guiados por seus instintos sem prezar ou priorizar o âmbito individual. Pelo contrário, o objetivo de atividades como a caça, cuidar dos filhos e alimentar os membros do grupo existiam totalmente em prol da sobrevivência do grupo. Se naquele momento

a sociedade descrita por Tönnies já existisse, é possível que a espécie humana não tivesse continuidade, vivendo em busca de seus próprios interesses.

Ao longo do tempo, outros teóricos propuseram novos conceitos de comunidade. Hamman (1999), por exemplo, considera que “comunidade” deve ser compreendida como um grupo de pessoas que partilham interesses em comum – este, talvez, o conceito mais usado na modernidade. Um exemplo de uso contemporâneo da interpretação de Hamman para o termo, pode ser observado em 2013, quando diversos protestos começaram no país em prol da diminuição da tarifa de ônibus. Nesse contexto, surgiram os chamados black blocks, cujos integrantes destruíram e vandalizaram espaços públicos durante as manifestações. Por toda a mídia, black blocks foram, por vezes, agrupados sob o conceito de comunidade, pois tinham o ponto em comum de vandalizarem bens públicos e privados. Nesse aspecto, eram um grupo regido por interesses em comum e, sendo assim, podendo ser rotulado, em uma visão moderna do termo, como uma comunidade.

Outro exemplo são as ativistas feministas que, em muitos protestos ao redor do mundo, tiram a blusa e reivindicam pelos direitos das mulheres. Por estarem de *top less* e usando frases de empoderamento feminino, são consideradas, de uma maneira pejorativa, “feminazi”, vistas, muitas vezes, como radicais.

Cohen (1985), entende comunidade como construção simbólica não limitada ao espaço físico. O autor interpreta a ideia de comunidade como independente do espaço geográfico – ou seja, os membros não precisam estar ou fazer parte do mesmo espaço para se sentirem parte da comunidade:

Comunidade é a entidade à qual dado indivíduo pertence, maior do que parentesco, mas mais imediata do que a abstração que chamamos de “sociedade”. É a arena na qual as pessoas adquirem a sua experiência mais fundamental e substancial da vida social, fora dos confins da casa. Nela aprende-se o significado de parentesco através da capacidade de perceber seus limites – ou seja, ao justapô-lo para não-parentesco; aprende-se o que é “amizade”; adquire-se os sentimentos associação social por proximidade e a capacidade de expressar ou administrar relações sociais. (COHEN, 1985, p. 15)

Para Cohen (1985), membros de uma comunidade compartilham interesses em comum. No entanto, tal fator não é suficiente para construir a identidade comunitária, mas sim para excluir aqueles que não compartilham de aspectos em comum.

Há outros teóricos que definem comunidade limitada ao espaço geográfico, como Gusfield (1975), que entende comunidade a partir dos conceitos geográficos de cidade, bairro e país, mas também como “qualidade do caráter da relação humana, sem referência para localização” (p. 60). No entanto, como já apresentado neste capítulo, observa-se que de fato, na modernidade, os conceitos mais usados de comunidade giram em torno dos interesses e habilidades dos indivíduos, independentemente do espaço geográfico.

2.2 Senso de comunidade

Além do conceito de comunidade, é importante explorar também o sentimento de pertencimento – o chamado “senso” de comunidade, definido como um aspecto psicológico do ser humano que descreve uma sensação genuína de conexão e pertencimento a um determinado grupo. Na contemporaneidade, tal senso se estende ao sentimento de pertencimento a uma organização ou um grupo de amigos.

McMillan e Chavis (2019) consideram que o senso de comunidade é estabelecido não apenas pela geografia, como também pelas habilidades e interesses dos indivíduos. Os autores separam o senso em quatro aspectos que serão discutidos neste capítulo: membresia, influência, reforço e conexão emocional compartilhada.

A membresia é o que gera o senso de pertencimento, é aquilo que existe de comum entre o grupo. A definição de pertencimento é embasada no sentimento de fazer parte, estar incluído e ter pontos de afinidade:

O senso de pertencimento e identificação envolve o sentimento, crença e expectativa que um se encaixa no grupo e tem um lugar ali, um sentimento de aceitação pelo grupo e vontade de se sacrificar pelo grupo. O papel da identificação deve ser enfatizada aqui. Deve representar nas recíprocas declarações “É o meu grupo” e “Eu sou parte deste grupo” (MCMILLAN, David W.; CHAVIS, David M, 2019, TRADUÇÃO NOSSA)

Nesse sentido, há um acordo tácito sobre quem pertence ou não ao grupo, como uma maneira de proteger a comunidade e eliminar aqueles que não encaixam.

A influência, outro fator indispensável para o senso de comunidade, é o ato de um membro influenciar outro dentro de um grupo. Para um indivíduo se sentir atraído a um grupo, ele deve ter alguma influência sobre aquilo que o grupo faz

(PETERSON & MARTENS, 1972; Solomon, 1960; Zander & Cohen, 1955). Do outro lado, a consistência e existência do grupo passam por sua capacidade de influenciar os membros. Se um integrante sente que não tem voz ou que não pode expressar sua opinião e pensamentos em um grupo, muito provavelmente não se sentirá pertencente a ele. Além disso, há membros que influenciam mais do que outros:

Diversos estudos sugerem que as forças podem, de fato, trabalhar simultaneamente (Grossack, 1954; Taguiri & Kogan, 1960; Thrasher, 1954). Pessoas que reconhecem que as necessidades, valores e opiniões importam para elas são constantemente os membros mais influenciáveis do grupo, enquanto aqueles que sempre se esforçam para influenciar, tentam dominar outros e ignoram os desejos e opiniões dos outros são, geralmente, os membros menos poderosos. (PETERSON & MARTENS, 1972; Solomon, 1960; Zander & Cohen, 1955, TRADUÇÃO NOSSA)

É essencial que o grupo como um todo tenha o poder de influência para atrair membros no contexto onde se organiza. É importante, no entanto, que dentro da própria organização exista membros com poder de influência para que incentivem a permanência de outros integrantes e não excluam nenhum dos componentes.

Outro aspecto dentro do senso de comunidade é integração e preenchimento de necessidades. A palavra em inglês “reinforcement” define o significado deste aspecto: “Reforço como uma motivação de comportamento é um pilar em pesquisa comportamental, e é óbvio que para qualquer grupo manter o senso positivo de união, a associação de grupo-individual deve ser recompensadora para seus membros”. (MCMILLAN; CHAVIS, 2019, TRADUÇÃO NOSSA).

É de extrema importância que as pessoas façam parte de um grupo onde sintam que as suas necessidades estão sendo preenchidas. Participar de um grupo de amigos, por exemplo, que não ajudam ou não constroem relação com afinidade e confiança, não faria sentido. Isso porque fazer parte de qualquer grupo envolve sacrifício, concessões, e pensamento coletivo, focado não somente em suas próprias necessidades. Ou seja, é algo que exige esforço. Qual seria o sentido de se esforçar em prol de um grupo que não preenche nenhuma necessidade e não traz recompensas? A partir daí, compreende-se a importância da recompensa que motiva à participação em um grupo, e deriva do sentimento de que os integrantes são importantes e têm suas necessidades preenchidas pelo conjunto.

Por último, a conexão emocional compartilhada, de acordo com Mcmillan e Chavis (2019), é o ato da fragilidade e confiança emocional entre os membros do grupo que compartilham entre si histórias em comum. É frequente, por exemplo, em universidades públicas de grandes cidades, que se formem grupos de alunos do interior e que estão de mudança a procura de informações sobre moradia e outros assuntos de interesse:

Uma conexão emocional compartilhada é baseada, em partes, em uma história compartilhada. Não é necessário que os membros do grupo tenham participado da história para compartilhar isso, mas elas precisam identificar-se com isso. As interações dos membros em eventos compartilhados e os atributos específicos dos eventos podem facilitar ou inibir a força da comunidade. (MCMILLAN; CHAVIS, 2019, TRADUÇÃO NOSSA)

Sarason (1974) define o senso psicológico de comunidade como:

a percepção de similaridade com os outros, uma reconhecida interdependência com os outros, uma vontade em manter essa interdependência dando ou fazendo pelos outros o que esperamos que nos façam a nós, o sentimento de que somos parte de uma grande e estável estrutura da qual podemos depender (p. 157).

Sua definição complementa a teoria de McMillan e Chavis (2019), compreendendo-a a partir da interdependência entre seus membros – um depende do outro e por isso há uma relação de necessidade.

No Estado Islâmico, por exemplo, o senso de comunidade é indispensável para que seus membros se sintam parte do coletivo – e isto é uma questão central, que envolve vida e morte. Por qual razão alguém deixaria a família para trás para se alistar ao principal grupo terrorista da humanidade e arriscar a vida por ele? O senso de comunidade do grupo é construído constantemente, principalmente através da doutrinação religiosa, aspecto que será explorado no capítulo sete deste trabalho.

3.2 Comunidades virtuais

Seja na forma de bandos, famílias ou grupos, a humanidade sempre se agrupou ao redor de interesses ou necessidades em comum. Não foi diferente no virtual. O que se chama hoje de comunidades virtuais, nada mais são que pessoas, através de seus dispositivos eletrônicos (computador, celular, tablet, etc), unidas por algum objetivo comum. Levy (2012) já afirmava que a internet revolucionou as

relações sociais e como as pessoas se relacionam, possibilitando a comunidade no ambiente digital.

Jones (1997) atribui dois significados para comunidade virtual. O primeiro diz respeito a diversas formas de agrupamento no digital, enquanto o segundo é que comunidades virtuais como novas formas de comunidade no espaço digital. O autor ainda define outro conceito, o virtual settlement – um ciber-lugar, ou seja, um lugar dentro do digital, delimitado por um tópico de interesse e onde a interatividade acontece. Os aspectos de senso de comunidade definidos por Mcmillan e Chavis (2019) se dissipam dentro do virtual ao se considerar a teoria de comunidade digital de Jakob Nielsen (2006):

90% dos usuários são “espreitadores” que nunca contribuem, 9% postam nos murais pouquíssimas vezes e apenas 1% participa ativamente das discussões. Esses dados apontam a desigualdade participativa que permeia as interações sociais desenvolvidas no ciberespaço, afinal esse 1% de usuários altamente engajados é responsável por 90% de todo o conteúdo produzido pela comunidade (NIELSEN, 2006)

A ideia de membros influenciadores é fundamental no âmbito virtual. O fundamento aqui é que, no digital, há pessoas que podem ter perfis ativos, mas não os utilizam – ou ainda gostam de acompanhar o conteúdo porque se identificam e se interessam, mas não necessariamente querem contribuir.

No Twitter, por exemplo, há diversos usuários que apenas acompanham as hashtags e tweets mais comentados, porém não publicam nada em seus perfis, nem mesmo compartilham. A internet, portanto, permite a participação passiva em uma comunidade. O mesmo é válido para outras redes sociais, como Facebook, onde usuários fazem parte de grupos, mas não comentam nem curtem os conteúdos – nem sequer publicam – apenas leem e acompanham. O mesmo ocorre em qualquer website onde é possível formar comunidades.

Há também o anonimato permitido pelo ciberespaço. É possível que pessoas criem perfis anônimos para participar de certas comunidades, interferindo assim em aspectos como a familiarização e confiança entre os membros.

É interessante pensar o quanto comunidades virtuais são o futuro do conceito de comunidade. A maioria das pessoas se comunica com mais de um contato ao mesmo tempo por meio de grupos de , em aplicativos de mensagens instantâneas, sem necessariamente usar redes sociais tradicionais. Além disso, há também o fato

de que as comunidades digitais podem transitar do *online* para o *offline* e vice-versa. Um exemplo disso são os grupos de WhatsApp da família que moveram as interações do mundo real para o virtual.

O movimento da Primavera Árabe, contudo, começou no virtual através de discussões em grupos e se transferiu para o *offline* quando manifestações começaram no mundo árabe. De uma maneira ou de outra o *offline* e *online* se confundem na construção das comunidades virtuais, assim como no caso do Estado Islâmico que se organiza para recrutar integrantes para sua comunidade no mundo virtual.

4. AS REDES

4.1. As redes sociais

Levy (2012) acreditava que a digitalização geral das informações tornaria o ciberespaço o principal canal de comunicação e suporte de memória da humanidade a partir do século 21. Essa previsão se cumpriu. Com o surgimento do Ciberespaço, as redes sociais se tornaram a melhor representação de comunidades virtuais no *cyber*. Nesse meio, onde as pessoas se organizam com interesses ou necessidades em comum, as redes sociais certamente transformaram essa organização virtual, de uma maneira que não há limite de espaço ou de tempo. As redes sociais dentro do ciberespaço são onde as comunidades virtuais atualmente se organizam.

O Estado Islâmico foi o primeiro grupo terrorista a compreender o poder dessa transformação – das comunidades virtuais, do ciberespaço e das redes sociais –. ao surgir com um vídeo no YouTube, analisado neste trabalho, e por usar as redes sociais, principalmente o Twitter como arma de comunicação. Para compreender a formação das redes e como tudo começou, é importante analisar o surgimento das redes sociais e da forma como elas se parecem hoje.

O primeiro exemplo de rede social remonta ao ano de 1995, quando o primeiro site de relacionamentos foi criado, o *ClassMates.com*. O objetivo do domínio era facilitar o encontro entre amigos que estudaram juntos no colégio e na faculdade. Era bem diferente das redes sociais atuais, a começar pelo fato da rede ser paga e exclusiva aos Estados Unidos. O site permanece ativo e, até hoje, mantém o mesmo objetivo..

A rede social que sucedeu o *ClassMates.com*, ainda na década de 90, tem a cara das redes como as conhecemos hoje. O *Six Degrees* (Seis Graus em inglês), criado por Jonathan Abrams nos Estados Unidos, foi um sucesso na época: permitia a criação de perfis, envio de mensagens e publicações em murais semelhantes ao *Orkut*, além da possibilidade de adicionar amigos como contatos da rede.

Em 2002, uma outra rede social de destaque é criada, o *Friendster*. . Após recusar uma proposta de compra pelo Google, a empresa foi à falência mesmo tendo alcançado, à época, a marca expressiva de mais de 3 milhões de usuários.

Finalmente, em 2003, chega o *MySpace*, conhecido da atual geração *millenium* – que, à época, já usava computadores e internet. A rede foi criada para copiar o *Friendster* e com o tempo foi ganhando novas funcionalidades não existentes em nenhum dos sites anteriores. Entre elas estava o *upload* de músicas, fotos e a possibilidade de escrever publicações para a sua rede de amigos. Dois anos depois, o *MySpace* se tornou a maior rede social já vista. Atores, cantores e diversos outros influenciadores, antes mesmo do termo virar moda, participavam da rede em todo o mundo.

No mesmo ano de surgimento do *MySpace*, nasce também o *LinkedIn*, com uma proposta diferente: ser uma rede social profissional com foco em oferecer oportunidade de trabalho a pessoas do mundo todo. Como se fosse um site de relacionamento, só que voltado para o mundo dos negócios.

Em 2004, com a chamada Web 2.0, nascem o Orkut e o Facebook. O primeiro tinha como principais características publicação de fotos (assim como *MySpace*), bate-papo instantâneo, depoimentos e criação de comunidades com temas que reuniam pessoas com interesses em comum. Porém, o sucesso da rede social indiana não foi suficiente para frear a atual maior rede social do mundo. Com quase mais de 2 bilhões de usuários, o Facebook inovou por possibilitar uma maior produção de conteúdo dos usuários, acessível por um feed de notícias, além de álbuns de fotos maiores, com maior número de imagens.

Já em 2006, surge o Twitter trazendo um conceito diferente do explorado até então. Os usuários podiam compartilhar conteúdos em até 140 caracteres – hoje, são 280 –, além de usarem hashtags, frases que viram *trend* na lista dos mais comentados da rede social.

Além disso, diversas outras redes sociais surgiram ao longo do tempo. Pode-se tomar como exemplos principais o Tumblr, Instagram, Pinterest, Google+, Flickr, etc. É importante destacar também o Telegram:

Criado pelos irmãos Durov, os mesmos fundadores da rede social mais popular da Rússia, a VKontakte, também conhecida como VK, o programa para celulares combina a rapidez do WhatsApp à efemeridade das mensagens do Snapchat e recursos de segurança avançados. (BBC, 2019)

A segurança de informação fornecida pelo Telegram aos usuários é um dos principais fatores que se relacionam com o fato do Estado Islâmico adotar o

aplicativo como seu principal meio de comunicação. As mensagens, criptografadas, não podiam ser rastreadas. E por conta disso, não havia o risco de que a organização tivesse diversos perfis excluídos por violar regras da comunidade, como ocorreu no Twitter ao longo do ano de 2014.

O uso do Telegram se baseia em criar grupos de mensagens instantâneas que permitem distribuí-las para diversos usuários. Assim que seus perfis foram excluídos da mídia mais usada originalmente, o Twitter, os membros do Estado Islâmico já criaram um canal de distribuição de mensagens no Telegram e, como destaca reportagem da BBC (2019), a adesão por parte dos seguidores foi massiva:

Em 26 de setembro, apenas quatro dias depois do lançamento da nova funcionalidade, os seguidores do "EI" no Twitter começaram a anunciar a existência do canal jihadista no Telegram, batizado com o sugestivo nome de Nashir – "distribuidor", em árabe. Em 15 dias, tinha mais de 4,5 mil assinantes. (BBC, 2019)

A relação entre as redes também é significativa na construção das comunidades virtuais. Uma mesma organização pode ter perfil em diversas redes com propostas diferentes, já que cada uma tem um público específico. No caso do ISIS, por exemplo, o Twitter servia como o principal meio de comunicação do grupo com o ocidente, alcançando jornalistas, admiradores e governantes de todo o mundo. Conforme seus perfis foram sendo banidos do site, o grupo adotou a estratégia de usar o Telegram por sua alta segurança de dados, que bloqueia o rastreamento e permite encaminhar, de forma ilimitada, novas mensagens a admiradores que poderiam se tornar futuros membros.

As redes sociais foram as principais ferramentas usadas pelo ISIS seja para avisar ao mundo de seu surgimento, para recrutar novos integrantes ou assustar seus maiores inimigos. Tal fato significa o poder relevante que o virtual ganhou sobre o mundo real. 'A rigor, cada conteúdo compartilhado ali pode motivar internautas a se conectar a um grupo terrorista, deixando suas famílias e se mudando para viver uma nova realidade. Da mesma maneira, governos podem preparar para proteger suas nações contra ataques e explosões devido a uma simples publicação ou mensagem rastreada do ISIS em um aplicativo ou perfil.

Observa-se que o real e online são intrínsecos, principalmente no que diz respeito a movimentos políticos, terroristas ou de qualquer outra natureza que se

organizam virtualmente., Isso quer dizer que a formação em comunidade, como discutido no segundo capítulo deste trabalho, pode começar na esfera do cyber. Isso significa que, de forma geral, as redes sociais provocaram uma transformação nas relações sociais, no senso de comunidade e em como o ser humano enxerga a si próprio e seu relacionamentos. Redes sociais se expandiram para além de tempo e espaço do cyber, o que permitiu que grupos, movimentos e grande parte dos acontecimentos mundiais se concentrassem nelas.

4.2. Democratização das redes: Comunicação em Massa

Os meios de comunicação têm se transformado desde a evolução tecnológica que começou com os computadores e surgimento do ciberespaço. A internet possibilitou a democratização das redes, quando o usuário se torna a voz principal – não mais um receptor (a audiência ou o leitor) – e o emissor, o veículo que está comunicando o conteúdo. Os canais de comunicação em massa eram representados pelos jornais, livros e revistas e rádio, pelos quais havia o emissor, responsável por comunicar a mensagem, e o receptor, o público que recebia a mensagem. Era uma nova forma de comunicação que alcançava além da noção de espaço e tempo daquela época, também através da invenção do telégrafo e da imprensa, com Guthenberg (DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993).

O público em geral, funcionários do governo e a mídia de massa formavam um triângulo de interesses relacionados que tradicionalmente, contribui para a formação da opinião pública. A relação estabelecida entre esses atores e a maneira pela qual entre eles novas abordagens foram geradas e disseminadas refletiram no modelo de ativação em cascata descrito por Robert M. Entman, que determina o processo de construção da realidade através de significados e interpretações (quadros) e como esses quadros são disseminados para os mais altos níveis de administração política e vão para o público e cidadãos com a cumplicidade da mídia. (LESACA, 2017)

Apesar de haver a clara ideia de quais eram os meios de comunicação considerados “de massa” da época, medir a influência que esses meios tinham na sociedade é uma linha tênue e talvez imensurável.. Em Teorias da Comunicação de Massa, Defleur e Ball-rokeach (1993) discutem que não há um único ponto de vista sobre a influência desses meios na sociedade, mas pode-se entender que os efeitos eram de monopólio da voz. Afinal, o que o jornal da cidade divulgava era verdade e notícia absoluta, não havia muitas opções de fonte de informação a não ser a mídia

imprensa e o rádio. Com pouco espaço para que emergissem vozes dos receptores, o que a imprensa falava era considerado verdade, podendo até mesmo provocar uma alienação pela informação. Uma teoria que reafirma tal interpretação dos meios de comunicação de massa do século 21 é apresentada por Defleur e Ball-roekash (1993, TRADUÇÃO NOSSA):

(...) advogados de pontos de vista opostos dizem-nos que nossos jornais, rádios televisores e outras coisas parecidas não são artefatos insidiosos a serviço do mal, mas sim, de fato, fiéis servidores, ou até salvadores nossos, pelo fato de estarem: (1) expondo pecado e corrupção, (2) agindo como guardiães da preciosa liberdade de expressão, (3) levando um mínimo de cultura a milhões, (4) oferecendo divertimento diário inócuo para as massas cansadas da força de trabalho, (5) informando-nos acerca dos acontecimentos do mundo, (6) melhorando nosso padrão de vida por sua insistência para comprarmos e consumirmos produtos a fim de estimular nossa instituição econômica (1993, TRADUÇÃO NOSSA)..

Com as redes sociais, o monopólio da voz e da verdade não é mais possível. Há jornais de esquerda e direita, por exemplo, que divulgam a mesma notícia de maneiras diferentes, e há usuários que reproduzem esta mesma notícia em seus perfis das redes sociais também destacando um conteúdo diferente sobre o mesmo fato.

Waisbord (2019) destaca a transformação que o desenvolvimento tecnológico provocou nos meios de comunicação de massa:

Nos anos que se seguiram, os meios de comunicação massivos se quebraram, principalmente devido às inovações tecnológicas que possibilitam a comunicação por fora das estruturas clássicas, massivas, das velhas tecnologias e indústrias [...] A digitalização e o crescimento da internet provocaram a explosão dos meios e quebraram divisões claras entre comunicação interpessoal e massiva (WAISBORD, 2019).

Este cenário reconfigurou a opinião pública e a organização midiática de uma maneira irreversível. O jornal da cidade não é mais a principal referência da informação, ou seja, a mídia tradicional não é a única voz que publica manchetes, assim como a hegemonia de governos e nações se perdeu. Isso abriu espaço para grupos extremistas em territórios frágeis e conflituosos.

Lesaca é um importante, senão o principal, teórico sobre o poder das redes digitais usadas pelo Estado Islâmico. Em sua obra “Armas de seducción

masiva”, o autor destaca o quanto a digitalização foi essencial para a democratização da informação:

A evolução tecnológica gerada pelas redes sociais, a democratização dos dispositivos móveis inteligentes e os aparelhos eletrônicos de gravação e edição de imagem e vídeo em alta qualidade têm alterado os esquemas habituais de construção da opinião pública. (Lesaca 2017, TRADUÇÃO NOSSA)

Para Lesaca (2017), as últimas transformações fizeram com que a internet, as redes sociais e a estratégica de marketing transformassem a maneira com que a opinião pública é criada e se manifesta na sociedade – e até mesmo a maneira que os cidadãos, ou seja, a opinião pública, enxergam as instituições formais. As crises políticas e econômica dos países em desenvolvimento colaboram para a falta de confiabilidade de seus cidadãos nas instituições tradicionais como imprensa e governo.

O Estado Islâmico, por exemplo, não permite com que a mídia tradicional seja a principal voz acerca do movimento. Para ir contra essa ordem, o grupo tem o hábito de usar hashtags para viralizar conteúdo e garantir que seu público alvo tenha a visão desejada. Principalmente os países marginalizados, que foram os primeiros alvos de conquista do grupo, como Síria e Iraque, perderam a confiabilidade em seus governos, fato que colaborou para uma opinião pública em prol dos terroristas, conforme afirmação de Lesaca (2017):

Iraque e Síria (os dois países onde se estabelece o grupo terrorista) são claros exemplos de tal crise institucional e política. Iraque é o sétimo país mais corrupto do mundo, enquanto que Síria ocupa a décima quarta posição, de acordo com os dados da ONG Transparência Internacional (LESACA, 2017).

Um cenário de crise política e econômica abre espaço para o desenvolvimento de comunidades como o Califado, que será explorado a seguir neste trabalho, onde todos que seguem as regras e a mesma religião pertencem ao local onde se obtém comida, refúgio e proteção contra os infiéis do ocidente. As

instituições tradicionais perdem a credibilidade e a voz de confiança e os cidadãos passam a seguir outros líderes. No que se refere a mídia, os órgãos oficiais não representam mais a opinião pública, pelo contrário, as redes originais de determinadas organizações têm maior confiabilidade perante o mundo.

Um exemplo recente do controle das comunidades virtuais em âmbito mundial foi a morte do chefe do EI al-Baghdadi. A mídia divulgou que, apesar dos Estados Unidos terem confirmado a morte do líder, o Estado Islâmico não havia se posicionado, e estavam à espera do pronunciamento do porta voz do grupo. Era uma mensagem clara que a mídia tradicional não respondia por eles. O grupo se posicionou alguns dias depois, fato que foi divulgado nos principais jornais do mundo, online e offline. Por meio de um áudio de sete minutos de duração compartilhado em suas redes sociais, representantes afirmavam que seu líder havia sido assassinado, assim como os Estados Unidos já haviam repercutido. O mesmo conteúdo serviu para anunciar o novo líder, Abu Ibrahim al-Hashimi al-Qurayshi, e informar que o EI planejava uma vingança.

De acordo com Rita Katz, analista de terrorismo e co-fundadora do Search International Terrorist Entities Intelligence Group, empresa de inteligência nos Estados Unidos, o assassinato do líder do ISIS culminou em diversas pessoas de todo o mundo interessadas em fazer parte do grupo.

Em uma série de postagens no Twitter, a diretora do grupo de inteligência SITE, Rita Katz, que há anos acompanha o Estado Islâmico, diz que a máquina de propaganda dos terroristas segue ativa, e que a morte de al-Baghdadi não mudará nada. Ela afirma que, pouco depois do anúncio, muitas pessoas juraram lealdade ao grupo — e que as primeiras reações mostram que, ao invés de retrain seus apoiadores, o ataque apenas os inflamou (G1, 2019).

. A mensagem divulgada como resposta tem em seu final um pedido para que os seguidores do EI continuem a recrutar interessados em fazer parte da organização (G1, 2019), conteúdo frequente quase que em 100% de suas comunicações.

Tendo isso em vista, pode-se afirmar que o Estado Islâmico é o principal grupo terrorista que usou a transformação dos meios de comunicação em massa e da opinião pública a seu favor para alcançar seus objetivos políticos e religiosos. Os materiais que serão analisados mais à frente neste trabalho reforçam que o grupo tem obtido êxito nesse sentido.

4.3 AS REDES SOB A PERSPECTIVA DOS MOVIMENTOS POLÍTICOS NO ORIENTE MÉDIO

Como discutido no tópico anterior, é nas redes sociais que as relações humanas se estabelecem – algo notável principalmente nas cidades globalizadas,. Contudo, é importante compreender como essas relações se desenvolvem do *online* para o *offline* sendo poderosas o suficiente para alcançarem milhões de pessoas e transformarem a política de um país, essencialmente no mundo árabe.

A Primavera Árabe representa um dos maiores movimentos políticos contra o governo já realizados na história do Oriente Médio, sendo definida como uma onda de protestos contra os governos ditatoriais de alguns países da região. A onda de protestos começou na Tunísia em 2011, quando o ditador *Zine El Abidini Ben Ali* foi derrubado por demanda popular. Em seguida, tal movimento se espalhou através da internet e atingiu países árabes como Líbia, Argélia, Síria e Egito, além de dar visibilidade mundial às suas condições precárias nos aspectos econômico e político. O país que mais se destacou neste movimento, no entanto, foi o Egito.

O Egito sempre teve uma população ativa nas redes sociais, mesmo antes da Primavera Árabe. Apesar disso, os usuários egípcios ainda encontram algumas restrições de uso nas redes até hoje. Para chamadas de voz ou vídeo, por exemplo, há apenas o aplicativo *Messenger* do *Facebook* – *Skype* e *Whatsapp*; ainda são bloqueados ou não funcionam bem, Além disso, há também censura: certos assuntos políticos não podem ser comentados na rede, principalmente quando publicados no *Facebook* ou *Instagram*. Qualquer manifestação contra o governo pode ocasionar um sumiço sem volta.

Apesar dessas limitações, o Egito já se destacava entre os países árabes no uso da internet, ferramenta que começou a representar uma ameaça ao governo já em 2005. Nesse ano um blogueiro egípcio, *Abdolkarim Nabil Seliman*, foi condenado a quatro anos de reclusão por criticar online o presidente da época, *Hosni Mubarak*. (HOWARD; DUFFY; FREELON, 2019). Em 2007, diversos blogueiros egípcios também foram presos por divulgarem protestos que estavam acontecendo pelo país.

Assim como no Egito, blogueiros de outros países do Oriente Médio usavam da internet e redes sociais para criar espaços virtuais onde as pessoas pudessem

divulgar e protestar contra a repressão por parte do governo . A importância dessas comunidades virtuais hospedadas na *deep web*, para que não pudessem ser rastreadas por órgãos do Estado, é de suma importância. Comunidades políticas como a *Muslim Brotherhood*, irmandade que ganhou importância no Egito durante a Primavera Árabe, se apoiam nessas comunidades secretas para continuar com suas atividades até hoje. De acordo com Howard, Philip D. e Deen Freelon (2019),

o Egito tem um número de partidos políticos ativos, muitos dos quais mantêm websites e *newsletters online* para se comunicarem com seus apoiadores e constituintes, mas também entre si. Quase todos os principais partidos publicam jornais *online*, como *New Wafd PartyVs Al Wafd Daily*, *the National Progressive Unionist PartyVs Al-Ahali newspaper*, *the Arab Democratic Nasserist PartyVs Al-Arabi weekly*, and *the Tomorrow PartyVs Al Ghad weekly*. (HOWARD; DUFFY; FREELON, 2019)

As principais redes sociais usadas durante a Primavera Árabe foram o Facebook e Twitter. O primeiro era o espaço preferido para divulgação de vídeos reais da repressão militar sobre os manifestantes. Já o segundo servia para comunicar acontecimentos em tempo real para o mundo. No documentário *The Square* (2013) divulgado pela Netflix , fica claro que, para os manifestantes, é indispensável filmar e divulgar todos os acontecimentos, garantindo que a edição do vídeo foque nos policiais retalhando os manifestantes indefesos. Aida El Kashef , uma das ativistas retratadas no documentário, declara que “Enquanto tivermos uma câmera, teremos revolução” *The Square...*(2013). Ou seja, enquanto pudessem filmar e divulgar nas redes os acontecimentos da revolução – e enquanto a revolução ainda estivesse na rede – ela ainda seria real.Quando Mubarak estava no poder, ativistas começaram a se mover para acessar todas as pessoas que possuíssem uma câmera para garantir que tudo fosse filmado e divulgado.

Assim como foram imprescindíveis para o crescimento e visibilidade do movimento da Primavera Árabe, as comunidades virtuais. , se tornaram a principal ferramenta de comunicação do grupo Estado Islâmico. Como dito anteriormente, comunidades virtuais, servem tanto para divulgar atos terroristas assustar quanto, ao mesmo tempo, atrair simpatizantes de diversos lugares do mundo a fazerem parte do grupo.

Além disso, pós era da democratização das redes e além da Primavera Árabe, a história da Malala também representa um grande exemplo da influência das redes no Oriente Médio. Vivendo no Paquistão, Malala tinha 15 anos quando assistiu à tomada de seu país pelo Talibã, grupo terrorista que fechou todas as escolas para meninas – inclusive o colégio dirigido pelo seu próprio pai – e estabeleceu diversas leis que limitavam os direitos da população.

Foi quando um jornalista da BBC entrevistou o pai de Malala sobre o domínio do Talibã e perguntou se algumas meninas poderiam ceder relatos para ele sobre a atual situação do Paquistão. Malala decidiu expandir sua voz para além dos canais locais ou apenas conversas dentro de casa e criou seu próprio *blog online*, chamado “Diário de uma Estudante Paquistanesa”. Nesse *espaço virtual*, Malala publicava o que de fato estava acontecendo no Paquistão e, a partir dele, o mundo passou a ter conhecimento sobre os ataques terroristas e repressão que os paquistaneses vinham sofrendo.

Malala ficou conhecida no mundo todo e se tornou a voz dos antes não ouvidos, das meninas que haviam sido proibidas de ir à escola, das crianças que sofriam com a violência do terrorismo e de toda a população que não tinha recursos ou possibilidades de se manifestar. A partir de então, Malala passou a conceder entrevistas a TVs e jornais. Sua vida mudaria de vez após sofrer um atentado durante uma excursão da escola, quando levou um tiro e quase morreu. O incidente fez sua família mudar para a Inglaterra, onde vivem até hoje. Não fosse pelo blog de Malala, ou seja, sua presença ativa no *online*, seria muito improvável que ela tivesse chegado até onde chegou sendo voz para milhares de crianças que buscam ter acesso mínimo a serviços de mínima educação. Vencedora do prêmio Nobel da Paz com apenas 17 anos de idade e até hoje ser uma porta voz referência em prol da educação feminina no mundo inteiro através de sua ONG, Malala usa das redes sociais como Instagram, Facebook e Twitter para expor seus ideais e prosseguir com sua missão.

5.0 A PALAVRA TERROR

5.1 Terrorismo

A palavra terror é uma definição moderna que surgiu no século 18, na França, com o Reino do Terror. O termo está associado à ebulição da Revolução Francesa, em um contexto em que a monarquia tratava muito mal seu povo e controlava a maior parte das riquezas. A primeira vez que “terrorismo” foi empregado com o sentido atual foi durante o anarquismo russo (PETROSKI, 2019), época em que ativistas do movimento tinham como hábito praticar mortes e sequestros. Eles acreditavam que através da demonstração de atos dramáticos e ações repetidas, a sociedade se polarizaria e inevitavelmente a revolução iria acontecer.

A lógica não é muito diferente da adotada pelo Estado Islâmico, uma vez que seus atos se baseiam em ações repetidas, como explosões constantes de homem bombas em pontos principais de cidades importantes do mundo ocidental.

Terrorismo ocorre quando um grupo ou indivíduo usa da força ou ameaça da força contra o público ou governo com o propósito de intimidar suas vítimas. Por natureza, é ideológico, seja por ideias nacionalistas, luta por liberdade ou independência, oposição à regimes opressivos e libertação étnica. (DEVEZAS; SANTOS, 2006) Rapoport (2006) que destaca o atentado de 11 de setembro, nos Estados Unidos, como a maior ação já feita por um grupo terrorista no mundo. Isso se deve ao fato de o Presidente dos Estados Unidos da época, George W. Bush, ter declarado guerra ao terrorismo até que cada grupo terrorista seja encontrado e combatido.

Apesar de um dos maiores atentados terroristas ter acontecido no século 20, a década de 1970 foi a que se destacou pela emergência de diversos grupos terroristas. Destacam-se, entre eles, o Red Brigades, na Itália, o irlandês Irish Republican Army Provisional Wing (IRA Provos) e o The Black Panthers, nos Estados Unidos. O ápice da caça contra o terrorismo se deu quando um clérigo iraniano islâmico declarou guerra contra os Estados Unidos. De acordo com Devezas e Santos (2006), o ataque ocorreu da seguinte maneira:

Quando seus seguidores militantes islâmicos invadem os Estados Unidos atacando o território soberano da embaixada americana em Teerã, sequestrando 52 diplomatas americanos e os mantendo refém por 444 dias. Tal ação, fez com que o mundo islâmico enxergasse que os Estados Unidos

eram um alvo fraco e fácil de ser invadido, servindo como estímulo para futuras ações fanáticas. (DEVEZAS E SANTOS, 2006)

A partir deste ataque o mundo islâmico radicalista começou a se preparar para futuras investidas contra o ocidente, recrutando e treinando pessoas interessadas, além de acumular recursos financeiros para financiar as próximas ações. Surge, então, a *Anti Western Islamic Nations*, que inclui países como Arábia Saudita, Paquistão, Irã, Egito, Síria, Líbia, Iêmen, Sudão e Afeganistão.

Na obra “The Four Waves of Modern Terrorism”, Rapoport destaca sua crença de que existiram quatro ondas de terror no mundo – começando na França e na Rússia, como já citado anteriormente. Uma onda é definida como “um ciclo de atividade em um determinado período de tempo – um ciclo caracterizado pela expansão e contração de frases.” (RAPOPORT, 2006). A segunda onda foi ao final da Primeira Guerra Mundial quando foi assinado o Tratado de Versailles. A partir da estabilização pós-guerra de países da Europa, atos terroristas aconteceram, principalmente em território cuja política já apresentava instabilidade – como o conflito entre árabes e judeus na Palestina.

A partir desse momento, grupos terroristas passaram a entender que precisavam de uma nova linguagem para agirem, pois o termo “terrorista” implicava interpretações negativas (RAPOPORT, 2006). Nesse contexto, associações extremistas começaram a se identificar por termos como “lutadores livres” – começando pelo grupo Lehi, que surgiu em Israel. Outros grupos terroristas sucessores adotaram a mesma prática, que não foi comprada pelos governos. Já a mídia expandiu seu vocabulário, incorporando vocábulos como “terroristas”, “milícia”, “guerrilha” e “soldados” para se referir a ações do tipo.

A terceira onda foi marcada pela Guerra do Vietnã. Diversos grupos terroristas aprenderam que importantes potências demonstravam bastante fragilidade e usaram de sequestro de figuras importantes para afirmar seu poder. Foi o caso do ex-primeiro ministro italiano citado por Rapoport (2006), que “sequestrado pelo Red Brigades, quando o governo se recusou a negociar foi brutalmente assassinado e teve seu corpo jogado na rua.” Sequestros ocorreram em mais de 71 países, entre eles Itália, Espanha e nações da América Latina.

A primeira e a terceira onda se assemelham no quesito sequestro, porém se diferenciam quando se leva em conta a razão dos sequestros. Na primeira onda, as

peessoas eram sequestradas apenas por terem um cargo público. Já na terceira, os atos eram em vingança ao país, usando uma figura importante como chamariz.

Por fim, ao final da década de 1970, começa a quarta onda, marcada pelo terrorismo religioso. Budistas no Sri Lanka tentam mudar seu país e surge um grupo terrorista como resposta às manifestações. O coração dessa onda, no entanto, é o islamismo radical. De acordo com Rapoport (2006):

Grupos islâmicos tem conduzido os ataques mais significativos, mortais e profundamente internacionais. Igualmente significativos, os eventos políticos fornecendo a esperança para a quarta onda originada no islã e o sucesso alcançado aparentemente influencia pelo terror religioso em outros lugares. (RAPOPORT, TRADUÇÃO NOSSA)

Além dos budistas e islâmicos, o cristianismo também influenciou a quarta onda com o surgimento do grupo racista Christian Identity, nos Estados Unidos. Alguns acontecimentos, inesperadamente, fizeram com que o número de grupos terroristas diminuísse de 200, número de ativos na década de 80, para 40 na década seguinte. Curiosamente, Rapoport (2006) também compara os terrorismos cristão e islâmico:

O maior número de grupos seculares terroristas vieram de países cristãos e a tradição cristã sempre gerou muito mais divisões religiosas do que a tradição islâmica. Os grupos islâmicos são mais duráveis do que seus predecessores da terceira onda, os maiores grupos no Líbano, Egito e Argélia têm persistido por duas décadas e ainda estão ativos. O grupo do Bin Laden, a al-Qaeda, foi o maior, contando talvez com mais de cinco mil membros com células operando em 72 países (RAPOPORT, 2006)

Os ataques de grupos terroristas islâmicos ganharam destaque ao longo da década de 1990, ocasionando no posterior surgimento do Estado Islâmico. É notável, porém, que diversos conflitos políticos e econômicos influenciaram fortemente as ações de tais grupos presentes até os dias de hoje. A Al-Qaeda começou a agir em regiões como a Península Árabe, África e Estados Unidos – sendo este seu foco principal, já que tinha como objetivo pressionar os americanos a retirarem sua base militar da Arábia Saudita. Após tal período de pressão, a Al-Qaeda lutou por um único território islâmico regido sob a Sharia, conjunto de leis islâmicas. O grupo começou a apoiar e fortalecer diversos grupos islâmicos ativos para que seu objetivo de Estado fosse cumprido – mesmo que, no fim, os EUA não

tenham retirado suas tropas da Arábia Saudita, fatores conflituosos que culminaram no ataque terrorista de 11 de setembro.

Outra característica peculiar da quarta onda é a relação entre o terror e governos. O ISIS, por exemplo, principal grupo terrorista do século, possui entre 25 mil e 30 mil militantes armados – todos pagos. O dinheiro para financiar o grupo viria, basicamente, de três fontes: tributos cobrados nos territórios que dominam (em troca de serviços), sequestros e, principalmente, venda de petróleo. A questão nesse caso é : quem compra o petróleo que financia o terror? Jornalistas e investigadores dizem quase todos são da Turquia, o grande comprador. (MUNDI, 2019)

Alguns fatores político-econômicos do mundo árabe também são indispensáveis para se interpretar por que o terrorismo ascendeu e se destacou na década de 1970. Desde essa época, houve um crescimento econômico entre as classes e conseqüentemente o aumento da desigualdade, tornando uma parte da população mais pobre e necessitada. Isso contribuiu para que crescesse o número de pessoas se alistando à grupos terroristas. Há também o peso da popularização de vertentes como o marxismo e outras ideias sociais e econômicas que impulsionaram movimentos radicalistas.

5.2 Terrorismo religioso

A partir da quarta onda é que surge o chamado terrorismo religioso, conceito psicológico e radicalista baseado no caráter ou influência religiosa de uma pessoa (Rapoport, 2006). Religião significa “um complexo de relacionamentos: com uma figura divina, um professor ou um líder, com um texto sagrado ou um grupo de símbolos, de ideias e comunidade de co-religiosos” (JONES, 2008), uma crença ou fé em algum ser ou representatividade que leve ao transcendente, além da existência.

O islamismo, por exemplo, tem como entidade divina Allah, Deus em árabe, e tem a mesma origem que o judaísmo e cristianismo. A bíblia sagrada cristã conta que existia um profeta chamado Abraão. Este teve dois filhos, Isaac e Ismael – o segundo deu início ao islamismo.

O terrorismo religioso vem quando, a partir da fé ou crença, o indivíduo acredita que outras fés são errôneas e precisam se converter à sua religião. Esses “não convertidos” são chamados infiéis pelo Estado Islâmico e outros grupos

terroristas muçulmanos. O radicalismo está em não compreender que a fé é individual e cada ser humano tem o direito a crer ou não na divindade de sua preferência. E também em interpretar o mundo com uma visão única, na qual a existência de qualquer outra chega a ser inadmissível.

A temática do terrorismo religioso carrega o paradoxo de seu próprio significado: o primeiro termo está associado à destruição, morte e horror, já o segundo está ligado à união das pessoas em prol de uma divindade. Por isso, estão em constante conflito. O terrorismo religioso também é mais violento. Essa justificação existe graças ao culto a uma divindade que somente o fiel conhece e crê:

o terrorismo religioso comparado com o terrorismo político costuma apresentar um nível de violência muito superior, infringindo um número muito maior de mortes, com a admissão do uso de armas de destruição de massa, sem qualquer preocupação com o perfil das vítimas que advirão. (SUSANA; SILVA, 2019)

Tal violência está bastante presente no terrorismo religioso islâmico. De acordo com Stern (2004), “as operações de martírio são consideradas, por determinadas facções religiosas islâmicas atos sagrados, dignos de recompensas celestiais e terrenas.” Um verdadeiro espetáculo, de acordo com Susana e Silva (2019), já que qualquer evento terrorista, ainda que pequeno ou em um país sem tanta relevância como os da Europa, por exemplo, se torna notícia nos principais canais da mídia.

É importante ressaltar, no entanto, que o islamismo não é uma religião violenta e perigosa – o radicalismo, sim, é que torna qualquer crença letal. Allah prega no Alcorão, livro sagrado islâmico, a paz entre a humanidade e a não-violência. Portanto, qualquer ação violenta a favor da morte de pessoas está relacionada com o comportamento humano e sua interpretação sobre a religião.

Para compreender o terrorismo religioso é importante também entender qual é o perfil do terrorista. De acordo com Stern (2004), interpretado por Susana e Silva (2019), há um recrutamento específico voltado para o público interessado em ser terrorista:

Um elaborado planejamento estratégico, do ponto de vista psicológico, familiar e socioeconômico, identifica o perfil emocional típico do futuro

candidato como sendo um adolescente mentalmente imatura, desempregado e pressionado a trabalhar, mas sem dispor de um adequado sistema de apoio que lhe dispense a necessária ajuda. (...) Nessa ocasião, os recrutadores abordam a ideologia de uma outra vida, celestial, se ele morrer de jihad originalmente abrange qualquer tipo de esforço em prol de Deus (STERN, 2004, apud SUSANA E SILVA, 2019) .

O processo de recrutamento demonstra ser bastante estruturado e profissional, voltado para encontrar a carência das pessoas. O Hamas, um grupo terrorista palestino, por exemplo, possui mais de 200 recrutadores (SUSANA E SILVA, 2019), suficientes para mobilizarem não só árabes, mas estrangeiros do mundo todo.

Tal estrutura é capaz de identificar os pontos mais frágeis de uma nação ou indivíduos insatisfeitos, algo que se relaciona com o pensamento de Lesaca (2017). O autor afirma, como citado anteriormente, que países em crises políticas e econômicas estão mais suscetíveis a serem dominados por grupos terroristas. No entanto, mesmo países em desenvolvimento podem ter uma população insatisfeita ou depressiva que se apoie em conceitos radicalistas. Foi o caso de Maik Messing, uma jovem alemã que aparentava ter boa estrutura familiar e econômica. Aos 15 anos, ela se alistou ao Estado Islâmico e fugiu para a Síria, onde vive até hoje com seu marido e filhos. Depois de ter sido entrevistada, Maik afirmou que foi encontrada pelo ISIS através de um grupo no Facebook, se identificou com os valores do islã e por isso, decidiu se converter e se alistar (MY... 2018).

A figura de Osama Bin Laden teve forte influência na evolução desse tipo de terrorismo. De acordo com Petroski (2006):

Um líder proeminente da onda de terrorismo religioso, Osama Bin Laden prometeu restaurar o orgulho para o povo islâmico. Algumas pessoas islâmicas se identificaram com o ponto de vista de Bin Laden, por conta da falha do mundo islâmico. Isso aconteceu devido a conflitos internacionais, como a Guerra Fria, e seus efeitos negativos sob o islã, cuja população sofreu por uma liberdade reprimida durante a década de 1980. (RAPOPORT, 2006).

Bin Laden foi influenciado pelo escritor egípcio Sayyid Qutb, um membro da Irmandade Muçulmana – grupo que influenciou também a Primavera Árabe, cuja ideologia fez com que Bin Laden revivesse a ideia de *jihad*, luta contra os inimigos do islã. A jihad que foi financiada inicialmente por um grupo de *network* chamado

Golden Chain, criada por financiadores da Arábia Saudita que recebiam doações de caridade e Organizações Não-Governamentais (ONGs).

Observa-se no caso da Al Qaeda e do atual ISIS que a questão política e econômica também são fatores relacionados ao terrorismo religioso, em questão de interesses de outras nações em alcançar territórios e se tornarem mais poderosas, já que qualquer grupo terrorista tem um enorme poder de influência em sua própria comunidade e principalmente no mundo.

5.3 O terrorismo transmídia

Em maio de 2011, Osama Bin Laden disse: “Pela vontade de Deus, você verá nosso trabalho nas notícias”. A declaração faz indagar: por que a mídia e a comunicação são tão importantes para o terrorismo? O terrorismo tem o objetivo de assustar as suas vítimas para demonstrar poder e controle, além de recrutar para sua expansão. Usa da emoção, adrenalina e medo através de seus atos e de como os comunica. O terrorismo precisa justificar a sua existência, quais são seus valores, causas pelas quais luta. A melhor maneira de se vender tudo isso para o mundo é através da comunicação, arma poderosa que, principalmente com a democratização das redes, tem um alcance enorme e segmentado de acordo com o objetivo do emissor. Na era da informação, comunicação é o que mais importa.

Em *The Four Waves of Modern Terrorism*, Rapoport (2006) descreve a frase de um ex-terrorista da facção do exército alemão e da *Red Brigades* da Itália:

Nós damos à mídia o que eles precisam: eventos midiáticos. Eles nos cobrem, explicam nossas causas e isso, desconhecido por eles, nos legitima...Você tem que compreender: a mídia está muito interessada em nossas ações. Eles querem falar conosco, tentam tirar informações de nós e têm interesse em reportar tudo o que fazemos e falamos...Tome como exemplo as agências de notícias – dentro de uma hora e meia depois de ligar para eles, o que nós fizemos com frequência, você está nas manchetes por todo o mundo...tudo o que você precisa é de uma ligação, uma ameaça ou declaração.

Margaret Thatcher, que foi primeira-ministra do Reino Unido desde a década de 1970 até os anos 1990, definiu a publicidade como o oxigênio do terrorismo (RAPOPORT 2006.) A mídia, aparentemente, de fato representa o principal instrumento dos grupos terroristas para expansão, para intimidar inimigos ou fascinar aqueles que se sentem atraídos pela violência e terror. A mídia é vista pelos

terroristas como uma aliada. O mundo saberia de seus atos, quem são e o que pretendem alcançar sem a mídia? Muito provavelmente não. Até mesmo o uso das redes sociais é um produto midiático essencial, pois o que é compartilhado nos principais jornais é divulgado nas redes, podendo se tornar uma tendência no Twitter.

O controle midiático sob os meios de comunicação de massa é um sinônimo absoluto de poder, uma vez que aquilo que os grupos falam ou divulgam aparece nos jornais do mundo inteiro. Principalmente quando a porta de entrada no ocidente são veículos como *The Washington Post* e *The New York Times*. Qualquer notícia com relevância mundial que seja divulgada por tais fontes são replicadas em jornais do mundo inteiro. Seu alcance é incalculável e, com as redes virtuais, tudo se torna replicável infinitamente.

Rapoport (2006) também acredita que a definição de terrorismo não pode ser atrelada somente à violência, mas também à propaganda. É a comunicação pela violência atrelada à espetacularização.

Em "*A sociedade do espetáculo*", Guy Debord (2003) analisa a sociedade contemporânea pelo conceito de espetacularização:

forjada pela mídia ou não, nomeia o processamento, enquadramento e reconfiguração de um evento" (p. 203), ela "aciona, simultaneamente, uma multiplicidade de dimensões – emocionais, sensoriais, valorativas e também cognitivas para fabricar e dar sentido ao espetáculo" (idem, p.199). "O espetáculo é o mesmo tempo parte da sociedade, a própria sociedade e seu instrumento de unificação. Enquanto parte da sociedade, o espetáculo concentra todo o olhar e toda a consciência (DEBORD, 2003).

A comunicação do ISIS demonstra ser espetacularizada, assim como toda e qualquer comunicação de grupos terroristas. A ideia em usar de extrema violência para assustar e ao mesmo seduzir é enxergar suas vítimas e assassinatos como simulacro, espetáculo. Seduzir pelo poder, alcance bélico e geográfico, despertar o imaginário de admiração por terem planejado e executado ataques e explosões tão sincronizadas como as de Paris em 2015 ou a da Bélgica. Como um grupo que surgiu da falida Al Qaeda do Oriente Médio conseguiu chegar até a Europa e amedrontar as principais potências do mundo?. O grupo trabalha muito bem essa estratégia de comunicação, que será analisada mais detalhadamente no próximo capítulo. "Uma estratégia de comunicação construída sobre a base de uma narrativa

transmedia atrativa e distribuída diretamente às audiências potenciais, pode fortalecer as adesões, mesmo que em relação a um grupo subnacional de caráter violento e extremista” (LESACA, 2017).

6.0 O ESTADO ISLÂMICO

6.1. Origem do ISIS

O Estado Islâmico é o primeiro grupo terrorista que usa ativamente as redes digitais como ferramenta de comunicação, profissionalizando seus recursos através de um ponto focal para a comunicação e uma agência de propaganda exclusiva, a Amaq, criada pelo próprio ISIS (GLOBO, 2019), que ainda não se sabe como realmente funciona:

Não se sabe como a Amaq funciona em detalhes, apesar dos depoimentos de alguns antigos membros que deixaram o grupo ou de integrantes detidos e interrogados. Eles a descrevem como um organismo importante do EI, com muitos recursos e considerado crucial pelos chefes do grupo (GLOBO, 2019).

O grupo é formado por radicalistas muçulmanos que acreditam que sua luta é contra os infiéis, ou seja, qualquer pessoa que não crê em Allah, Deus em árabe, com exceção dos cristãos presentes nos territórios dominados e que aceitam a pagar uma taxa para o ISIS (O Estado de S.Paulo, 2019). Creem firmemente que sua missão é estabelecer o islamismo radical à força, com o uso de armas, e através do domínio de territórios.

Seu surgimento se dá em 2002, quando *Abu Musab al-Zarqawi* chega ao Iraque. *Zarqawi* já era conhecido por ter formado um grupo extremista na década de 90 após ter conhecido conheceu Osama bin Laden, o fundador da Al-Qaeda e líder do grupo nos ataques do 11 de setembro. Dois anos depois, *Zarqawi* se fidelizou a Bin Laden e a Al-Qaeda se tornou o grupo predominante no Iraque contra a presença dos americanos. Depois da morte de Bin Laden, *Zarqawi* se tornou líder da Al Qaeda sendo morto em 2006, ano em que de fato surge o Grupo Estado Islâmico. Hoje a Al Qaeda não é mais aliada do ISIS, grupo que agora domina o Iraque, e prega abertamente que é contra seus preceitos.

Em 2011, os Estados Unidos retiram suas tropas do Iraque, deixando o território livre para o ressurgimento do ISIS. É quando Baghdadi assume o comando do Estado Islâmico, cargo que ocupou até 2019. Alguns historiadores, como por exemplo o professor Juan Cole, especialista em Oriente Médio pela Universidade de Michigan, enxergam o surgimento do ISIS e até o fortalecimento da Al Qaeda no Iraque como resposta à repressão americana na região,,. Outros estudiosos, porém, acreditam que não houve ligação com a invasão norte-americana. De qualquer

forma, entre uma teoria e outra, o ISIS é um grupo que representa revolta contra o Ocidente, e, ao mesmo tempo, vontade de dominar o mundo inteiro. O poder do grupo parece imensurável: possui armamentos poderosos, pedaços de territórios ricos em petróleo e membros com um senso de pertencimento até mesmo idólatra, a ponto de deixarem suas famílias e correrem o risco de se matarem como homens-bombas. Em 2018, a imprensa divulgou que a estimativa de sua fortuna é de mais ou menos 3,5 bilhões de dólares, dinheiro resultado de doações, cobrança de impostos dos povos dominados e outras fontes. Como um grupo ilegal e procurado pela potência mundial mais temida, os Estados Unidos, consegue acumular tamanha fortuna sem apoio de nenhum governo? Como o Grupo Estado Islâmico consegue continuar crescendo por si próprio e de maneira independente?

No documentário “O Estado Islâmico” (2016) o jornalista Medyan Dairieh mostra a experiência que teve após três semanas convivendo com membros do Grupo Islâmico. Tais membros usam e abusam da comunicação, repressão e lavagem cerebral entre seus integrantes e até mesmo crianças. Desde muito novas, elas já são ensinadas a se considerarem jihadistas, nome dos membros do grupo, cuja missão de vida é extinguir a infidelidade, dividir a América e destruir os países da Europa. Tal doutrinação significa que o grupo já está formando soldados fortes, seguros de seus ideias e parte do princípio de pertencer, do senso de comunidade, assim como analisado no primeiro capítulo deste trabalho.

O senso de comunidade é extremo, é mais forte do que o laço sanguíneo, uma conexão quase transcendental. No documentário (O ESTADO 2016), nota-se que os povos dominados em Raqqa, cidade síria, imediatamente atendem a todos os pedidos, regras e ordens dos jihadistas.

6.2. O terrorismo transmídia: a Produtora Al-Hayat Media Center

O Estado Islâmico não trabalha sua comunicação de forma desordenada. , Pelo contrário, possui agências e um chefe de comunicação responsáveis pelas produções audiovisuais e profissionais no idioma árabe, como também francês e espanhol.

Segundo levantamento de Lesaca (2017), 87% das produções audiovisuais estão em árabe, a principal audiência de recrutamento, 33% estão em inglês, 24%

em russo e 22% em francês. Esses conteúdos reforçam o objetivo claro do grupo em alcançar tais públicos.

De 2014 a 2019, a Al-Hay Media Center lançou mais de 1.300 vídeos do EI, e de acordo com Lesaca (2017) “mostrando o assassinato de mais de 1000 pessoas, mais de 90% deles muçulmanos e árabes do Iraque, Síria, Egito, Líbia e Iêmen. 15% do conteúdo mostra a execução de pessoas, 20% serve para divulgar o ISIS como Estado, provendo serviços básicos para a população e 25% dos entrevistados são com líderes estrangeiros, usando diversos idiomas para alcançar seu público alvo.

A estratégia da Al-Hay Media Center e de outras agências de comunicação afiliadas ao califado são de extrema importância em aspectos como difusão e alcance. Uma vez que um vídeo é publicado em qualquer rede social, é questão de segundos até que alguém possa filmar e guardar o conteúdo, mesmo que o vídeo seja excluído posteriormente. Isso aconteceu no episódio em que perfis no Twitter criados por integrantes do ISIS foram excluídos. Mesmo tendo seus perfis sendo deletados, sempre criavam outros e o conteúdo publicado continuava sendo difundido por seus seguidores, independentemente da exclusão. Mesmo não os encontrando atualmente, é possível ver prints desses conteúdos antigos. Os vídeos da agência também se caracterizam pela trilha sonora, que oscila de suspense até dramática, além de sincronizar de acordo com as cenas apresentadas.

Para Lesaca (2017), o atentado de Paris de 2015 significou um divisor de águas para a estratégia de comunicação do grupo. O atentado em si foi um verdadeiro espetáculo, transmitido ao vivo nas redes sociais:

Em janeiro de 2015, divulgavam seus protagonistas como heróis em suas revistas. Antes do atentado, foram gravados em um vídeo no qual eram convertidos nos heróis de um videogame. Durante o atentado, mais de três mil contas do Twitter mesclaram as imagens reais com imagens de ficção. Depois do ataque, publicaram mais de 17 vídeos...foi uma estratégia de comunicação totalmente pensada para que as audiências o percebessem como um evento de entretenimento (LESACA, 2017).

Além da transmissão ao vivo de ataques e publicação de vídeos posteriores, o EI começou a publicar tutoriais no YouTube, atualmente já removidos da rede. Em 26 de novembro de 2016, um cidadão francês aparece em um vídeo alertando para que os seguidores do califado não fossem para o Iraque e Síria – e, em vez disso, começassem a explodir tudo em suas próprias cidades. Após este vídeo, tutoriais

foram lançados explicando como degolar reféns (usando reféns de verdade), ou como roubar um carro e usá-lo para atropelar pessoas e como produzir uma bomba caseira. De acordo com o jornal La Van Guardia (2019) todos os ataques de 2017 se seguiram conforme o vídeo publicado em novembro, demonstrando ser um tipo eficiente de comunicação, simples, rápida, alcance massivo e eficaz em seu principal foco: ter mais seguidores ativos em suas regiões locais.

A produção audiovisual produzida pela agência vai ao encontro com a linguagem do cinema, voltados para filmes de ação e, principalmente, videogames, uma das principais estratégias do chamado Terrorismo Transmídia. Para Javier Lesaca (2017) os filmes O Sniper Americano (2014), V de Vingança (2005) e jogos como Call of Duty e Grand Theft Auto (GTA) inspiram as produções da Al-Hay Media Center. Através de imagens de campos de batalha, conflitos, explosões e assassinatos, o EI espetaculariza o terror se apropriando de elementos culturais do ocidente para atrair e recrutar a população jovem do ocidente, sendo mais de 50% dos vídeos inspirados em Call of Duty (Lesaca, 2017).

Partindo da concepção de Margulis e Urresti (2000) de que cada geração, até certo ponto, se origina de uma cultura e concede a seus membros destrezas, códigos, competências, hábitos próprios e particulares que são compartilhados entre os indivíduos que a representam, é possível afirmar que o Estado Islâmico sustenta sua propaganda nas características que cercam os millennials e seu comportamento de consumo em plena era digital. (COSTA, Ana Carolina; 2016; p.8)

Tal estratégia é essencial para a atração de seguidores ao redor do mundo, pois tem o poder de entrar no imaginário, envolver e se adequar à linguagem do espectador. Um exemplo da adequação de conteúdo do EI é o fato de seu líder, agora falecido, ter aparecido apenas duas vezes entre os mais de 1.300 vídeos produzidos até então. Tudo porque sua figura não seria atrativa ao público-alvo, os jovens. Em resumo, o EI conhece muito bem seus *stakeholders* e o que lhes atrai.

Conforme Lesaca (2017):

O Estado Islâmico não se preocupou apenas em criar uma narrativa e um tema eficaz para alcançar suas realizações políticas. O processo de sedução de seus públicos potenciais também incluiu o desenvolvimento e construção de narrativas levando em consideração características e gostos culturais e estética de seus públicos. Para isso, a Dáesh lançou um sofisticado estratégia transmídia, típica das indústrias de entretenimento e do espetáculo audiovisual, dando origem a um novo tipo de terrorismo que poderia ser conhecido como terrorismo transmídia (LESACA, 2017).

Uma das principais características do terrorismo transmídia lançado pela comunicação do EI é uma narrativa também construída por diversos personagens e contextos. A Al Qaeda, por exemplo, tinha sua imagem associada ao Osama Bin Laden, quase uma representação transcendental do grupo, tanto que seu próprio filho assumiu seu legado depois de sua morte, prosseguindo com a força do sobrenome. Já o EI adaptou completamente a estratégia comunicacional: seu líder, como já citado neste trabalho, apareceu apenas duas vezes em vídeos em um período de cinco anos. Cada vídeo tem a representação de um jihadista diferente, não associado ao seu líder.

No transmídia, a estratégia é justamente a apropriação cultural para falar a mesma linguagem que o público, pois “quanto maior a ressonância cultural e a magnitude, existem mais possibilidades que a abordagem de uma mensagem alcançar o apoio dos pensamentos e emoções do público. (Lesaca, 2017).”

Além disso, o terrorismo transmídia também usa de uma estratégia para a mensuração de seu sucesso, são os chamados meios próprios e meios ganhos. Os meios ganhos são medidos de acordo com a quantidade de vezes que o conteúdo do EI são disseminados na mídia tradicional, como por exemplo onde que os vídeos de decapitação ou explosões do EI aparecem em jornais, websites e coberturas televisivas.

A estratégia dos meios próprios é que, através de seus próprios meios de comunicação, o EI consiga contrariar as ideias ocidentais para que os cidadãos dos países inimigos saibam exatamente o que o EI está fazendo (Lesaca, 2017)

A própria Al-Hayat Media Center também representa uma estratégia de transmídia, que consiste em centralizar toda a comunicação em um só órgão para alcançar seus objetivos e ter uma narrativa única em sua mensagem. Além disso, a rede vai muito além consolidando essa estratégia com revistas em diversos idiomas, agências de notícias, produtoras audiovisuais, e outros meios cujos donos são os jihadistas do califado.

Em julho de 2016, foi lançado um vídeo chamado “A estrutura do califado”, onde o grupo conta como é sua estrutura comunicacional: duas produtoras audiovisuais com uma audiência global não segmentada (Al Furqan e Al Hayat); Além disso, há 33 produtoras regionais de audiovisual segmentadas em diferentes regiões do califado; um produtor musical; uma estação de rádio; uma revista em

árabe, esta criada em 2014 como panfleto distribuído nos territórios dominados pelo ISIS, transformada em 2015 em uma revista digital sofisticada e melhor diagramada; quatro periódicos em língua estrangeira, inglês, francês, turco e russo; uma agência de propaganda *offline* e um departamento de tradução; uma produtora de comunicação e agência de notícias. (Lesaca, 2017)

Também há uma equipe exclusiva responsável por publicar mensagens nas redes digitais. Um exemplo disso são os diversos perfis de *jihadistas* que foram excluídos e criados novamente no Twitter, assim como os mais de 37 vídeos publicados e excluídos do YouTube e outros sites. Os dados são alarmantes quando se trata do alcance provocado por estes conteúdos:

Os dados mostram como a difusão média de cada campanha é de cerca de cinco horas e que a média dos impactos diretos é de uma audiência de mais de 110.000 pessoas. A organização terrorista está ciente de que as empresas de tecnologia leva em média duas e quatro horas para detectar e eliminar mensagens de suas plataformas. (LESACA, 2017)

Mais de cem mil pessoas impactadas, incluindo os pró-ISIS e anti-ISIS, é um número que demonstra a eficácia de alcance que a estrutura de comunicação do grupo consegue através do terrorismo transmídia.

Por fim, seu número alto de resultados não diminui mesmo com a perda contínua de território ao longo de 2017. Apesar de ter diminuído mais de 50% no número de publicação de vídeos, o grupo continuou postando cerca de cinco campanhas por dia e dez vídeos por mês.

O Estado Islâmico é o principal exemplo da atualidade em usar a democratização das redes para garantir sua presença no mundo. É uma organização que percebeu a importância do digital para atrair os jovens e atacar o ocidente, identificou a cultura e hábitos e se adequou ao universo onde gostaria de entrar para recrutar e ostentar seu poder. Além disso, reúnem números impressionam.. No próximo capítulo, alguns materiais da comunicação do ISIS serão analisados.

6.3 A comunicação por vídeo e Twitter

Em 2014, o grupo extremista divulgou no YouTube um vídeo que, hoje, tem mais de 160 mil visualizações. A partir desse vídeo (ISIS...2014), observa-se alguns aspectos que o

grupo usa da comunicação para atrair a atenção do público, assim como também em outros vídeos e conteúdos discutidos ao longo deste trabalho.

Para Lesaca (2017, TRADUÇÃO NOSSA):

A narrativa sedutora transmedia do grupo terrorista ISIS está elaborada para ser transmitida mediante técnicas eficazes de marketing digital direto a suas audiências potenciais, sem levar em conta os meios de comunicação tradicionais. O Estado Islâmico é o primeiro grupo terrorista da história que fundamenta e condiciona sua ação violenta neste novo contexto de construção da opinião pública. E faz isso de uma maneira estrutural e sistemática, consciente de que se trata de sua melhor arma para promover a mudança do comportamento de suas audiências (LESACA, 2017, TRADUÇÃO NOSSA).

O grupo tem consciência sobre o impacto que pode ser alcançado através das mídias digitais, usando de *tweets*, vídeos e declarações através de suas agências de comunicação afiliadas. É o poder da propaganda e dos meios de comunicação de massa aliados aos interesses do terror.

Para compreender o alcance do EI, também é importante entender as condições digitais da população dos principais países alvo, como o Iraque. No final de 2013, quando surgiu o califado, houve uma pesquisa no país chamada “*Broadcasting Borad of Governors: Media Use in Irak and Irak Kurdistan*” (GALLUP, 2015) sobre o uso de telefones móveis pela população do país. De acordo com os resultados:

92.2% dos adultos do Iraque possuíam um telefone móvel, um terço dos cidadãos (34,1%) usaram o celular se conectar a internet durante a última semana, 40,3% dos cidadãos entrevistados reconheceram ter se conectado a internet na última semana, 73,9% dos usuários da Internet consome com frequência programas de televisão, notícias, vídeos, esportes e filmes e 30% dos entrevistados também reconheceram ter usado as redes sociais durante a última semana (GALLUP, 2015).

A maior parte da população na região onde o ISIS se instalou primeiro já tinha acesso a internet. O grupo já conhecia seu público local, seus hábitos de consumo de informação, disponibilidade de recursos digitais e interesses. Sabendo de tudo isso lançou, primeiro no YouTube, um vídeo inteiro em árabe, seu principal público alvo.

A seguir, serão analisados três materiais digitais do Califado: a repercussão de sua ação no Twitter após os ataques de Paris em 2015, ação do ISIS com maior repercussão mundial até então, o vídeo “ISIS ameaça sunitas na Arábia Saudita e

na Jordânia” (2014), primeiro material audiovisual lançado pelo grupo na internet e “A message signed with blood to the nation of the cross” (2015), um dos mais famosos do EI, por ser um vídeo de decapitação de diversos egípcios por razões religiosas, além de representar um padrão em vídeos de assassinato de estrangeiros. Eguir, serão analisados três materiais digitais do Califado, o impacto no *Twitter* após os ataques de Paris em 2015, o vídeo “*ISIS ameaça sunitas na Arábia Saudita e na Jordânia*” (2014) e “*A message signed with blood to the nation of the cross*” (2015).

6.4. Movimento do Twitter pós-ataque de Paris

O conteúdo a seguir está focado na repercussão do pós ataque de Paris no *Twitter*, principal rede social utilizada pelo grupo naquele período. Tal ataque foi uma das ações do ISIS com maior repercussão mundial em seu segundo ano de existência quando estavam se lançando para o Ocidente através da rede social, por isto será analisada a movimentação do *Twitter* dos usuários do Grupo Islâmico e como ela repercutiu na mídia.

O Laboratório de Mídias Sociais e Participação Política (SMaPP), da New York University, nos Estados Unidos, computou mais de quatro milhões de *tweets* enviados nas 24 horas depois do ataque de Paris. Somam-se a esse número “28 milhões de *tweets* relacionados ao ISIS enviados entre fevereiro e agosto de 2015, fato que evidencia que incidentes violentos atraem muito mais atenção negativa que apoio positivo ao ISIS no *Twitter*.” (POST, 2019, TRADUÇÃO NOSSA)

Neste período, a maior parte dos *tweets* sobre o ISIS foram enviados em inglês, porém de diversas partes do mundo, confirmando o objetivo alcançado dos *jihadistas* e impactar o ocidente com seus conteúdos em inglês, usando de estrangeiros atuais membros do grupo e com seus ataques nessa região.

Figura 1 - Repercussão ataque de Paris 2015



(Data: NYU Social Media and Political Participation (SMaPP) Lab; Figure: Alexandra Siegel)

Outro aspecto interessante é o conteúdo dos *tweets* – e o que eles significam. De acordo com o Qatari Research Institute: “usar a palavra acrônimo em árabe ‘Daesh’ para descrever o ISIS prevê um sentimento anti-EI com 77,3% de precisão, enquanto que usar o nome oficial, as palavras em árabe para Estado Islâmico, prevê um sentimento pró-ISIS com 93,1% de precisão” (POST, 2019) Portanto, o uso da palavra Daesh ou palavras em árabe que se refiram ao público serviram como termômetro para a análise do The Washington Post (2019) para detectar os comentários prós e contras ao grupo.

Comentários no Twitter a favor do grupo costumam ser comuns após ataques, como o que aconteceu em Bruxelas e em Paris, foram mais de 300 *tweets* a favor do ISIS após o ataque. Não se compara com o número de *tweets* negativos, porém ainda é um número significativo, considerando que o conteúdo é em inglês, ou seja, de pessoas não árabes que são, de fato, o público alvo do grupo em suas comunicações e ações.

Apesar do maior número de comentários serem contra o grupo, a questão é quão relevante e perigosos são os autores dos *tweets*.

Deste modo, o Twitter pode atuar como uma câmera de eco para amplificar vozes extremistas nas comunidades fortemente agrupadas. Mas também pode ajudar a diminuir a divisão e expor os usuários on-line com sentimentos diferentes às fontes de informações e pontos de vista uns dos outros. (POST, 2019)

6.5. VÍDEO 1 - ISIS ameaça sunitas na Arábia Saudita

O vídeo *"ISIS ameaça sunitas na Arábia Saudita e na Jordânia"* (ISIS...2014) foi a primeira aparição oficial do grupo para o mundo. O local escolhido para esse evento foi a maior plataforma de vídeos do mundo, fundada no ocidente, e cuja maior parte da população é considerada infiel: o YouTube. O vídeo começa com uma tela preta e frases em árabe e segue com imagens de homens árabes em uma mesquita grande. Aos 33 segundos de vídeo, a narrativa corta para um árabe dando entrevista para uma televisão, tendo um ícone ao lado de sua imagem principal. O que o entrevistado apresenta é um vídeo de diversas pessoas levando tiros e fugindo.

A partir desse vídeo e também em outros vídeos e conteúdos discutidos ao longo deste trabalho, observa-se algumas técnicas que o grupo usa da comunicação para atrair a atenção da opinião pública. Não é possível compreender o que o vídeo fala originalmente, pois foi feito em árabe, porém trata-se de um apanhado de transições de vídeos de representantes do governo em entrevista para a mídia, textos e crianças e outros membros do grupo queimando passaportes de países considerados pelo ISIS como infiéis e cenas de explosão de carros. O grupo também usa aposta em uma produção de vídeo curta duração, com menos de quatro minutos, rápida de ser assistido, com imagens chocantes e storytelling emocionante.



Fonte: print do vídeo ISIS (2014)

Com o aparecimento de mais frases em árabe com o fundo preto, a música de fundo continua. Aparece, então, a cena em que alguns homens dentro de um carro de polícia dizem algumas frases em árabe, mas também em inglês “alguns países estão à caminho”. Com um storytelling que se inicia mostrando o grande impacto que o Estado Islâmico tem na imprensa, através de seu poderio bélico, há a transição para cenas reais do grupo em ação nos bastidores da mídia.

O destaque está no minuto 1'17", quando aparece a cena de uma criança, vestida como os membros do ISIS, falando em árabe segurando um passaporte – aparentemente de algum país também árabe. Outros membros do grupo também fazem o mesmo, e começam a rasgar seus passaportes. Tal cena demonstra o objetivo do califado dominar o mundo, como se os países dos quais os membros do grupo são provenientes não significassem nada perto do domínio estabelecido pelo grupo.

Figura 3 - Menino e o passaporte



Fonte: print do vídeo ISIS (2014)

O ato de rasgar passaportes também foi filmado e reproduzido no vídeo "*FRENCH Fighters Appear in New ISIS Video*" (2014), divulgado pelo jornal The New York Times. Neste vídeo, que tem falas em francês e legendas em inglês e árabe, diversos integrantes do grupo queimam seus passaportes em um ritual, dizendo “você nos oprimiram, lutaram contra a nossa religião e insultaram o nosso Profeta. E hoje nós desacreditamos nos seus passaportes e se vocês vierem aqui, nós vamos lutar contra vocês”. É um ato de vingança e inferiorização dos países ocidentais – no caso, a França.

O vídeo segue com o mesmo integrante enviando uma mensagem à França. No segundo 0'46", o integrante principal do vídeo aparece cercado de outros membros com armas e facas nas mãos, a maioria de cabeça coberta e somente um mostrando o rosto, enquanto dizem: “Essa é uma mensagem para todos os inimigos do islã, especificamente a França.”

Outro aspecto do vídeo em questão é o aparecimento da bandeira do ISIS, sempre presente, conforme figura abaixo:

Figura 3 - logo do ISIS



Disponível em:

<<https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/c/c7/ShababFlag.svg/300px-ShababFlag.svg.png>>

Acesso em nov. 2019.

A bandeira e os trajes dos integrantes remetem à uma só comunidade, , uma vez que sempre usam as mesmas roupas: o corpo inteiro coberto com macacões verdes e rosto encapuzado, além de constantemente carregarem a bandeira do califado.

Cenas de destruição e violência são frequentes na comunicação do grupo. Novamente aparece uma casa sendo explodida, agora no minuto 1'51". O vídeo prossegue com transições de imagens, vídeos e texto em árabe com fundo preto, até que, no final, surgem diversos membros uniformizados com grandes armas, num tom ameaçador. O integrante que está falando tem seu rosto coberto por um efeito *blur* do vídeo, até que este acaba com uma foto final mostrando a Estátua da Liberdade, a Casa Branca e o monumento de Washington, capital norte-americana.

Figura 4 - A Casa Branca



Fonte: print do vídeo ISIS (2014)

A trilha sonora infere uma sensação de suspense e adrenalina, envolvendo até o espectador que não compreende árabe. Desde o princípio é envolvente, trazendo ar de mistério e suspense. É possível se sentir envolvido pelo vídeo, mesmo sem compreender a mensagem em árabe. Na metade do vídeo, a música muda para uma canção em árabe, o que parece ser uma oração à Allah.

Outras ferramentas de comunicação usadas pelo Estado Islâmico serão discutidas ao longo deste trabalho, porém este vídeo representou a primeira aparição oficial e profissional do grupo para o mundo, principalmente ao ocidente.

Continuamente usando de cenas de violência para atrair seu público e assustar as nações inimigas, o Estado Islâmico garante um vídeo profissional, com uma sequência inteligente. Nele, aparece seu impacto através das cenas de notícias, seu poder bélico com as explosões e armas à mostra, além da inferiorização dos países estrangeiros diante ao califado.

6.6 Vídeo “A message signed with blood to the nation of the cross”

Diferente do primeiro vídeo, “*A message signed with blood to the nation of the cross*” (2015), é um vídeo de decapitação de 21 egípcios sequestrados na Líbia, todos homens cristãos que foram mortos em uma praia no país. Lançado pela All Hayat Media através de um perfil no Twitter de um membro do grupo, o vídeo é o primeiro lançado como uma execução fora do califado.

Assim como a produção analisada anteriormente, o vídeo parece profissional e planejado, visto que todos estão em uma praia e ainda assim aparentemente há diversas câmeras filmando o acontecimento. Seu destaque é pelo teor de violência, podendo ser considerado um dos mais violentos já divulgados pelo grupo, com assassinato explícito e 100% autoral.

Conforme outros vídeos já gravados pelo grupo, como o da execução de jornalistas japoneses (ISIS... 2015), o cenário padrão é o prisioneiro prestes a ser assassinado ajoelhado, com um membro do ISIS atrás encapuzado e inteiro vestido de preto com uma faca na mão, enviando alguma mensagem relacionada ao ocidente e ao país do executado. Após o discurso, os prisioneiros são degolados. As câmeras costumam mudar de foco, alternando entre o zoom no rosto dos prisioneiros e do membro que está discursando.

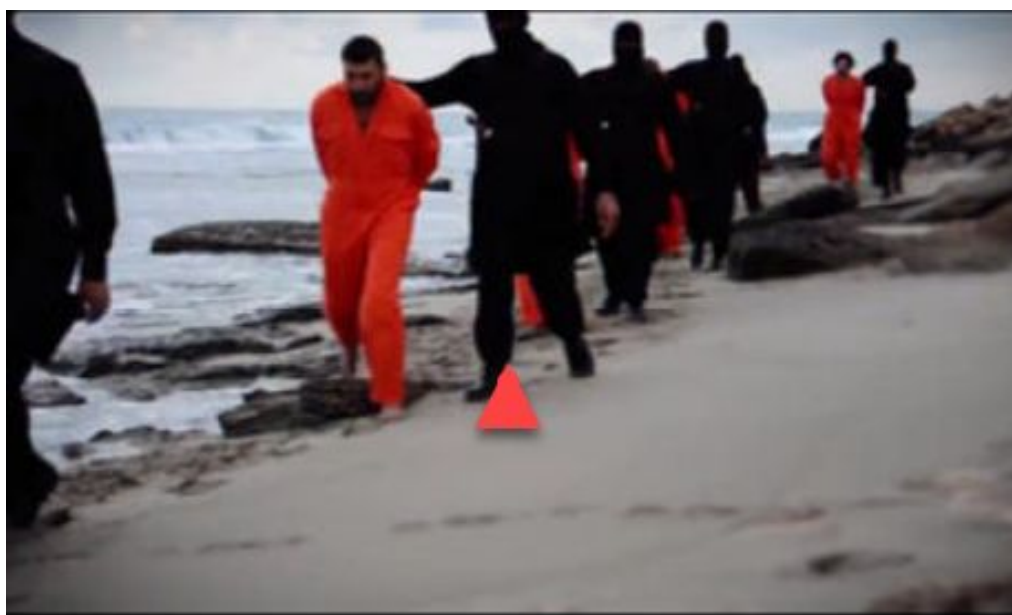
A alta produção do vídeo não é justificada somente pelas câmeras ou composição da cena, mas também por sua sequência. O vídeo começa com a cena da praia, os prisioneiros sendo levados pelo grupo e o título grande em inglês com legenda em árabe, conforme a imagem a seguir. A importância atribuída ao título ser em dois idiomas também enfatiza o objetivo da produção em alcançar o mundo árabe e também o ocidente.

Figura 5 - Início do vídeo



Fonte: trecho do vídeo *A message signed with blood* (2015)

Figura 6 - Prisioneiros na praia



Fonte: trecho do vídeo *A message signed with blood* (2015)

A vestimenta dos prisioneiros chama atenção. O macacão laranja se assemelha aos utilizados por prisioneiros do Campo de Detenção da Baía de Guantánamo, para onde muitos terroristas capturados no Oriente Médio foram levados para serem torturados pelas Forças Militares americanas. A referência reforça o objetivo do grupo em se mostrar superior e vingar o sofrimento de seu povo no passado.

No vídeo, são 21 prisioneiros na mesma posição que a mantida pelos japoneses, para afirmar sua inferioridade, rendição e impotência diante da situação. Aparecem com destaque as armas dos membros que estão prestes a matá-los. Os 20 membros estão com seus rostos e corpos cobertos, enquanto o membro principal, ao centro, está com uniforme de exército discursando: “o ISIS está cortando a cabeça daqueles que tem carregado a ilusão da cruz.” (A MESSAGE... 2015, TRADUÇÃO NOSSA), além de ameaçar dizendo “segurança para os seus membros que fizeram as cruzadas é somente o que você pode desejar.” (A MESSAGE... 2015, TRADUÇÃO NOSSA)

Nesse discurso, o líder claramente se refere aos cristãos durante as Cruzadas, período entre os séculos 10 e 15 no qual os cristãos foram da Europa até Jerusalém para evangelizar e estabelecer o domínio católico. Como uma forma de vingança, usam dos cristãos coptas egípcios para exporem seu ódio e ameaça sob a vida de todos os cristãos ao redor do mundo. A expressão “ilusão da cruz” pode ser interpretada como a infidelidade daqueles que creem no Deus dos cristãos e não em Allah, uma vez que a cruz é símbolo da morte de Jesus Cristo.

É interessante observar a importância da posição dos executados e membros do ISIS. Para denotar rendição e impossibilidade de reação, os cristãos estão de cabeça baixa. Alguns aparecem falando, como numa oração, enquanto outros apresentam um olhar vazio, tendo sua morte filmada e espetacularizada perante câmeras. Pessoas sendo objetificadas para aumentar o poder de ameaça do grupo.

Figura 7 - prisioneiros e jihadistas



Fonte: trecho do vídeo *A message signed with blood* (2015)

O ângulo, o enquadramento, as mudanças de câmera e foco, demonstram a profissionalidade e relevância da produção do ISIS em trazer dramaticidade para a cena, provocando no espectador tristeza e pena dos egípcios – e certo suspense pela cena de terror que virá. Aos 3'28', a execução é realizada. É quando os prisioneiros são empurrados ao chão e como um “dominó” são degolados um a um. A cena de execução parece extraída de algum filme de ficção, com a música de suspense tocando enquanto se ouve os gemidos dos egípcios sendo degolados. É clara também a construção de personagens que o grupo faz através do vídeo, com a posição clara de superioridade frente aos egípcios ajoelhados e o líder, alguém importante, apontando a faca para o céu enquanto expõe sua fala em nome de Allah.

Em um tom dramático de espetáculo, o vídeo termina com o mar ensanguentado onde os corpos foram jogados, momento que o grupo discursa que os cadáveres que morreram ali se unirão a Osama Bin Laden.

Figura 8 - Mar de sangue



Fonte: trecho do vídeo *A message signed with blood* (2015)

Sem piedade, como mártires objetos, os egípcios sequestrados são produtos da espetacularização da violência para atrair e recrutar interessados e assustar os inimigos dos jihadistas. Através da repercussão do vídeo, é possível notar o alcance que o ISIS alcança a cada produção visual. “*A message signed with blood to the nation of the cross*” (2015) foi notícia no mundo inteiro com manchetes em jornais *online* destinados ao público católico ou evangélico. Chama a atenção o fato de o grupo fazer uma execução fora de seu território, algo que ganha destaque nos principais sites de notícias do mundo, como The Washington Post e BBC.

CONCLUSÃO

Um dos principais desafios ao escrever este trabalho, foi, sem dúvidas, obter embasamento teórico sobre a comunicação e o terrorismo com autores brasileiros. A maior parte dos teóricos são estrangeiros, já que, sem dúvidas, o terrorismo alcança muito mais outros países do que o Brasil. Além disso, há pouco conteúdo sobre o Estado Islâmico em português, mesmo com a mídia brasileira sempre propagando notícias do grupo. As fontes estrangeiras demonstraram embasamento um pouco superficial ao abordar aspectos que já estavam disponíveis na mídia. Por isso Lesaca (2017) foi de extrema importância para a construção de um trabalho com maior número de dados e fatos concretos sobre a comunicação e o ISIS.

A evolução tecnológica transformou o mundo e o ciberespaço passou a ser o lugar onde tudo acontece na maior parte das sociedades, as comunidades passaram a se organizar no virtual e servir de ferramentas indispensáveis para mudar países e cenários, como o caso de Malala, que ganhou visibilidade após o uso da internet. Assim como expor contextos que criam espaço para organização de instituições radicalistas, no caso de países frágeis e instáveis como Iraque e Síria, a desigualdade, o desemprego e a falta de suporte governamental possibilitam a entrada de grupos que chegam com a mensagem de ajudar e acolher, a troca de violência e objetivo de dominação pela força e violência, como é o caso do ISIS.

Uma das perguntas feitas para entender qual seria o tema do meu trabalho de conclusão de curso foi como o ISIS cresceu em tão pouco tempo a ponto de ameaçar potências mundiais. Através do conceito de terrorismo transmídia, foi possível entender que a comunicação é a principal arma. Por isso é que o EI se destaca perante os outros grupos poderosos, com alto poder bélico e influência no mundo.

Através de Lesaca foi possível entender as semelhanças na comunicação do grupo, cuja estratégia se baseia em conhecer o público muito bem, entender sua cultura e se inserir nela – e através desse conhecimento, usar de outros idiomas para alcançá-los, recrutando e assustando. Por meio de integrantes provenientes dessas localidades, há a apropriação cultural do Ocidente, região considerada pelo ISIS como cheia de infiéis,. Outra estratégia é centralizar suas ferramentas de

comunicação como agências de notícias e comunicação, sendo seu conteúdo sempre padronizado e de acordo com a estratégia central citada.

A importância de discutir os problemas e questões do Oriente Médio é indispensável em tempos que o mundo inteiro é atingido por qualquer ataque, já que ataques terroristas acontecem em lugares bastante visitados por brasileiros, como Paris e Bruxelas. Estudar o tema para este trabalho foi extremamente desafiador, para além do acadêmico, uma experiência emocional. Primeiro por ter que assistir documentários e ler com maior profundidade sobre os danos que este grupo causa a diversas pessoas que não pediram ou quiseram estar inseridas no movimento do califado. Segundo por entender que o terrorismo é uma ideia materializada a custo alto de vidas de inocentes por ganância e radicalismo e, principalmente, ao ver crianças doutrinadas desde muito novas. E terceiro, por aprender sobre o perfil pouco preciso do terrorista, o que leva uma pessoa a se alistar a um grupo que mata a milhares em nome de conceitos religiosos criados por eles mesmos.

Discutir como a comunicação é uma arma poderosa, diretamente para um grupo terrorista, é mais do que necessário, indispensável, em tempos que as maiores potências mundiais lutam friamente contra o terrorismo e, principalmente, seus habitantes que acabam tendo suas imagens manchadas devido à violência propagada por tais grupos. Ainda mais necessário foi estudar que o terrorismo religioso vai muito além do islamismo, uma religião que não é violenta, pelo contrário, prega a união e paz, alcança o cristianismo e até hinduísmo. Além disso, foi interessante compreender a história por trás do início de tudo, afinal o Oriente Médio é e sempre foi uma das regiões mais exploradas do mundo pelos Estados Unidos e Europa. É uma parte do mundo que clama por socorro, pois vive em conflitos políticos, sociais e econômicos sérios e que precisam de visibilidade.

REFERÊNCIAS

A message signed with blood to the nation of the cross. Estado Islâmico, 2015.

AMARAL, Inês Albuquerque. **Ciberespaço: a reinvenção do conceito de comunidade.** Disponível em: <https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/46069870/Ciberespao_a_reinvencao_do_conceito_de_com20160530-678-hx6at2.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DCiberespaco_a_reinvencao_do_conceito_de.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A%2F20191019%2Fus-east-1%2Fs3%2Faws4_request&X-Amz-Date=20191019T022256Z&X-Amz-Expires=3600&X-Amz-SignedHeaders=host&X-Amz-Signature=2a8960f02b332c0546c82fa29cbf32261a46e052882cf452dd69ea810f8da88c>. Acesso em: 19 out. 2019.

BBC. **O novo aplicativo preferido do 'Estado Islâmico'.** Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/10/151026_telegram_aplicativo_estado_islamico_rb>. Acesso em: 03 nov. 2019.

BRANCALEONE, Cassio. **COMUNIDADE, SOCIEDADE E SOCIABILIDADE: REVISITANDO FERDINAND TÖNNIES.** Disponível em: <http://www.rcs.ufc.br/edicoes/v39n2/rcs_v39n2a7.pdf>. Acesso em: 19 out. 2019.

BRESSAN, Renato Teixeira. Dilemas da rede: Web 2.0, conceitos, tecnologias e modificações. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0555-1.pdf>>. Acesso em: 16 out. 2019.

COHEN, A. P. Symbolic construction of community (key ideas). 1. ed. Londres: Routledge, 1985.

COSTA, Ana Carolina. Propaganda do terror: A Relação Entre a Produção Audiovisual do Estado Islâmico e a Experiência Visual do First Person Shooter. Congresso Internacional Comunicação e Consumo. 2016. http://anais-comunicon2016.espm.br/GTs/GTPOS/GT5/GT5-ANA_COSTA.pdf (acessado em 06 de dezembro de 2017)

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. São Paulo: Projeto Periferia, 2003. Disponível em: <<https://www.marxists.org/portugues/debord/1967/11/sociedade.pdf>>. Acesso em: 14 nov. 2019.

DEFLEUR, Melvin; BALL-ROKEACH, Sandra J.. **Teorias da Comunicação de Massa**. São Paulo: Zahar, 1993.

DEVEZAS, Tessaleno; SANTOS, Humberto. **Kondratieff Waves, Warfare and World Security**. Covilhã: los Press, 2006.

Dorsey, James M. 2015. "Jihadists Seek to Exploit Wide Sense of Abandonment." International Policy Digest 2, no. 11 (2015): 67-9.

Estado Islâmico anuncia novo líder e promete vingança. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/mundo/estado-islamico-anuncia-novo-lider-promete-vinganca-1-24053716>>. Acesso em: 02 nov. 2019.

FRENCH Fighters Appear in New ISIS Video. Raqqit, 2014. P&B. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/video/world/middleeast/100000003246073/french-fighters-appear-in-new-isis-video.html?action=click>ype=vhs&version=vhs-heading&module=vhs@ion=title-area&cvview=true&t=7>>. Acesso em: 10 nov. 2019.

GALLUP. **Broadcasting Borad of Governors. Media Use in Irak and Irak Kurdistan**. 2015. Disponível em: <<https://www.bbg.gov/wp-content/media/2015/03/>>. Acesso em: 14 nov. 2019.

GIBSON, Willian. Neuromancer. São Paulo: Aleph, 2003.

GLOBO, O. **Amaq, o instrumento de propaganda do Estado Islâmico**. Disponível em:

<<https://oglobo.globo.com/mundo/amaq-instrumento-de-propaganda-do-estado-islamico-21446198>>. Acesso em: 07 nov. 2019.

HOWARD, Philip N.; DUFFY, Aiden; FREELON, Deen. **Opening Closed Regimes**. Disponível em:

<https://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/117568/2011_Howard-Duffy-Freelon-Hussain-Mari-Mazaid_PITPI.pdf?sequence=1&isAllowed=y%20>. Acesso em: 28 out. 2019.

ISIS ameaça sunitas na Arábia Saudita e na Jordânia. Internet: Youtube, 2014. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=ZcQxGG6y-MY>>. Acesso em: 02 nov. 2019.

ISIS releases purported execution video of Japanese journalists. New York, 2015. P&B. Disponível em:

<<https://www.cbsnews.com/video/isis-releases-putported-execution-video-of-japanese-journalist/>>. Acesso em: 11 nov. 2019.

JONES, James. **Blood That Cries Out From the Earth**. New York: Oxford University Press, 2008.

KOEPSELL, David R.. **Confusões Reais Sobre Fenômenos Virtuais**. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ss/v4n1/v4n1a06.pdf>>. Acesso em: 14 nov. 2019.

LESACA, Javier. **Armas de seducción masiva**. Barcelona: Península Atalaya, 2017.

LEVY, Pierre. **Cibercultura**. 1. ed. São Paulo: Editora 34, 2012.

MCMILLAN, David W.; CHAVIS, David M.. **Sense of Community: A Definition and Theory.** Disponível em: <<https://pdfs.semanticscholar.org/e5fb/8ece108aec36714ee413876e61b0510e7c80.pdf>>. Acesso em: 20 out. 2019.

MONTEIRO, R Silvana Drumond. **O Ciberespaço: o termo, a definição e o conceito.** Disponível em: <http://www.brapci.inf.br/_repositorio/2010/01/pdf_31a590c998_0007547.pdf>. Acesso em: 19 out. 2019.

MYDAUGHTER and the caliphate. Berlin, 2018. P&B. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=3LsqaJrKiPI>>. Acesso em: 14 nov. 2019.

NAE. **The ISIS Threat to Christians.** Disponível em: <<https://www.nae.net/isis-threat-christians/>>. Acesso em: 11 nov. 2019.

PAÍS, El. **Trump anuncia morte de al-Baghdadi, líder do Estado Islâmico, em operação militar na Síria.** Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2019/10/27/internacional/1572154565_877499.html>. Acesso em: 14 nov. 2019.

PETROSKI, Jaryd. **TERRORIST GROUP RECRUITMENT TACTICS USING SOCIAL MEDIA ON THE INTERNET.** Disponível em: <<https://search.proquest.com/openview/63066716c13cdc8435ae0c5cea8943b6/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y>>. Acesso em: 03 nov. 2019.

POST, The Washington. **Here's what we can learn from how Twitter responded to Paris.** Disponível em: <<https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2015/11/16/heres-what-we-can-learn-from-how-twitter-responded-to-paris/>>. Acesso em: 11 nov. 2019.

RAPOPORT, David C.. **The four waves of modern terrorism.** New York: Routledge, 2006.

Sarason, S. (1974). *The psychological sense of community: Prospects for a community psychology*. San Francisco: Jossey-Bass

STERN, Jessica. **Terror in the Name of God: Why Religious Militants Kill**. São Paulo: The New Yorker, 2004.

SUSANA, Blanca; SILVA, Margareth da. **Temas em Psicologia Clínica**. Disponível em:

<https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=M_YGnTidc3sC&oi=fnd&pg=PA87&dq=terrorismo+religioso&ots=L378m8l98-&sig=t9-3J9H7AGaQnsi_PXENMSbqJo4#v=onepage&q=terrorismo%20religioso&f=false>. Acesso em: 14 nov. 2019.

O ESTADO Islâmico. Raqqa: Vice News, 2016. P&B. Disponível em: <<https://video.vice.com/pt/video/the-islamic-state/559ea2a9884e6b677d5e2b25>>. Acesso em: 29 out. 2019.

THE Square. Cairo: Netflix, 2013. P&B.

TÖNNIES, F. (1942). *Principios de Sociologia*. México: Fondo de Cultura Económica. [1931].

VAN GUARDIA, La. **Javier Lesaca: “Los tutoriales de Youtube son la nueva inspiración de los ataques de Estado Islámico”**. Disponível em: <<https://www.lavanguardia.com/internacional/20170709/423937950050/javier-lesaca-tutoriales-youtube-ataques-estado-islamico.html>>. Acesso em: 11 nov. 2019.

WAISBORD, Silvio. **The communication of manifesto**. Cambridge: Polity Press, 2019.