

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”  
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

ANA CAROLINA COSTA

A NOVA FACE DO TERROR: UMA INTERPRETAÇÃO DA PROPAGANDA AUDIOVISUAL  
DO ESTADO ISLÂMICO COMO FENÔMENO CULTURAL NA ERA DA MUDIATIZAÇÃO

BAURU  
2018

ANA CAROLINA COSTA

A NOVA FACE DO TERROR: UMA INTERPRETAÇÃO DA PROPAGANDA AUDIOVISUAL  
DO ESTADO ISLÂMICO COMO FENÔMENO CULTURAL NA ERA DA MUDIATIZAÇÃO

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, campus de Bauru, como requisito para a obtenção do título de Mestre em Comunicação. Área de concentração: Comunicação Midiática. Orientador: Prof. Dr. Arlindo Rebechi Junior.

BAURU

2018

Costa, Ana Carolina.

A nova face do terror: uma interpretação da propaganda audiovisual do Estado Islâmico como fenômeno cultural na era da midiaticização / Ana Carolina Costa, 2018

163 f.

Orientador: Arlindo Rebechi Junior

Dissertação (Mestrado)- Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2018

1. Estado Islâmico. 2. Midiaticização. 3. Cultura visual. 4. Propaganda. I. Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação. II. Título.



UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA

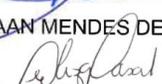
Câmpus de Bauru



**ATA DA DEFESA PÚBLICA DA DISSERTAÇÃO DE MESTRADO DE ANA CAROLINA COSTA, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, DA FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO - CÂMPUS DE BAURU.**

Aos 30 dias do mês de agosto do ano de 2018, às 09:00 horas, no(a) Auditório dos Programas de Pós-graduação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, reuniu-se a Comissão Examinadora da Defesa Pública, composta pelos seguintes membros: Prof. Dr. ARLINDO REBECHI JUNIOR - Orientador(a) do(a) Departamento de Ciências Humanas / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação de Bauru, Prof. Dr. LAAN MENDES DE BARROS do(a) Departamento de Comunicação Social / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação de Bauru, Professor Doutor ELIZA BACHEGA CASADEI do(a) Programa de Pós-graduação em Comunicação e Consumo / Escola Superior de Propaganda e Marketing, Escola Superior de Propaganda e Marketing do Rio de Janeiro, sob a presidência do primeiro, a fim de proceder a arguição pública da DISSERTAÇÃO DE MESTRADO de ANA CAROLINA COSTA, intitulada **A nova face do terror: uma interpretação da propaganda audiovisual do Estado Islâmico como fenômeno cultural na era da midiatização**. Após a exposição, a discente foi arguida oralmente pelos membros da Comissão Examinadora, tendo recebido o conceito final: Aprovada. Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que após lida e aprovada, foi assinada pelos membros da Comissão Examinadora.

  
Prof. Dr. ARLINDO REBECHI JUNIOR

  
Prof. Dr. LAAN MENDES DE BARROS

  
Professor Doutor ELIZA BACHEGA CASADEI

## DEDICATÓRIA

Aos meus pais, que mesmo diante de todas as dificuldades nunca colocaram a educação dos filhos em segundo plano. O esforço segue valendo a pena.

Aos meus eternos mestres, pelos incontáveis ensinamentos e palavras de incentivo que sedimentaram o caminho até aqui. Tenham certeza: a paixão pelo conhecimento, a História e seus personagens não seria a mesma se não fosse por vocês.

Aos meus sobrinhos, por me lembrarem constantemente que a vida se renova e cabe a nós tentarmos ser melhores por aqueles que vêm por aí. Espero que um dia seja motivo de orgulho e inspiração para vocês.

Aos irmãos de alma Danilo, Kelly e Kleber, que mesmo após tantos anos compreendem as ausências e transbordam companheirismo e aconchego quando o fardo se torna muito pesado para carregar sozinha.

À amiga Leire Bevilaqua, pelas poderosas palavras de incentivo nos momentos mais difíceis dessa jornada. Não teria conseguido sem você. Minha eterna gratidão.

## **AGRADECIMENTOS**

Ao meu orientador, Prof. Dr. Arlindo Rebechi Junior, por acolher este projeto e ter a paciência de guiá-lo com a cordialidade de alguém que respeita opiniões e acredita na importância delas para a construção do conhecimento. Foi uma honra trabalharmos juntos.

À Profª Drª Eliza Bachega Casadei, por ser a primeira a identificar potencial nesta pesquisa e a cada encontro, especialmente em sala de aula, comprovar que não construímos nada sozinhos. Afinal, o altruísmo e a humildade também merecem seu espaço na academia.

Ao Prof. Dr. Laan Mendes de Barros, por me apresentar a discussões tão atuais no campo da Comunicação e fomentar reflexões que foram fundamentais para a condução desta pesquisa.

Aos companheiros de jornada Victor e Soloni, pelas trocas tão valiosas que fortalecem coração e mente. Sim, a união faz a força.

À Unesp, onde entrei menina e me tornei mulher. Num país onde a Educação é um bem em disputa, nessa instituição tive o privilégio de desfrutar do seu poder transformador. Só posso desejar que mais pessoas tenham a mesma oportunidade.

*Vítimas, parentes angustiados, consumidores de notícias – todos possuem sua própria  
proximidade ou distância da guerra  
(Susan Sontag, 2003)*

COSTA, Ana Carolina. A nova face do terror: Uma interpretação da propaganda audiovisual do Estado Islâmico como fenômeno cultural na era da midiaticização [dissertação]. Bauru: Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, 2018.

## RESUMO

Esta pesquisa se propõe a investigar as marcas da cultura audiovisual contemporânea inscritas nas propagandas produzidas pela Al Hayat Media Center, braço midiático do Estado Islâmico (EI) especializado na produção de conteúdos em inglês e idiomas europeus. A investigação cerca-se de um repertório teórico que procura elucidar os motivos por trás das escolhas discursivas e técnicas que dão forma a essas produções, o que nos conduz a três etapas iniciais de trabalho. A primeira é o mapeamento do processo de ascensão dos movimentos fundamentalistas islâmicos modernos, o que nos dá um vislumbre da narrativa que influenciou o pensamento dos ideólogos criadores do Islamismo no século XX, cujas ideias servem como base para a construção do discurso do EI. O passo seguinte é desvelar as práticas midiáticas do movimento do qual o grupo deriva, mostrando como elas evoluíram paralelamente ao processo de globalização e disseminação de novas tecnologias da comunicação. Reflexões sobre os processos constitutivos da cultura e os impactos dos novos sistemas de informação e comunicação sobre eles, sob o viés da midiaticização, completam a apreensão do fenômeno, assim como os parâmetros da cultura audiovisual contemporânea que nos ajudam a situar as ações do Estado Islâmico numa sociedade permanentemente "atacada" por bombas de imagens que reavivam o poder do realismo. A partir dessa base teórica, analisamos 10 vídeos lançados pela Al Hayat Media Center entre 2014 e 2016. Disponibilizados no repositório online mantido por Aaron Zelin, pesquisador do The Washington Institute For Near East Policy, eles atendem dois critérios principais: foram divulgados no período de ascensão do Estado Islâmico como personagem global (por isso sintetizam seus anseios e estratégias publicistas) e constituem uma rica amostra do hibridismo das peças audiovisuais do grupo destinadas à audiência ocidental, sustentando a hipótese de que elas fundem elementos da cultura audiovisual contemporânea e da cultura jihadista, neste caso fortemente representada pelo formato do vídeo *nashīd*. Nos propomos a identificar as características de cada produção e traçar pontos de conexão que nos permitem agrupá-las em grandes categorias, que chamamos de "marcas audiovisuais" e cujo objetivo é provar onde a propaganda do Estado Islâmico busca seu respaldo. Para tanto, propomos um método de análise baseado no esqueleto metodológico criado por Francis Vanoye e Anne Goliot-Lété (1994) para analisar os *spots* publicitários. Ele baseia-se em dois eixos centrais: estilo e discurso. O primeiro é composto por quatro diretrizes que nos ajudam a descrever a estrutura dos vídeos e determinar suas particularidades estilísticas: duração, matéria visual, característica dos planos e montagem. O segundo eixo procura determinar como a mensagem do grupo é articulada em cada vídeo. Para isso, propõe três locais de observação baseados na funcionalidade do "contrato de comunicação" proposto por Patrick Charaudeau (2006). A combinação desses dois polos nos permite comprovar que a propaganda do EI dispõe de lógicas construtivas e ferramentas de edição naturalizadas pela cultura audiovisual contemporânea, o que converte o arsenal simbólico do Estado Islâmico num exímio exemplar da nova face do terror.

**PALAVRAS-CHAVE:** Estado Islâmico; midiaticização; cultura visual; propaganda;

COSTA, Ana Carolina. The new face of terror: An interpretation of the audiovisual propaganda of the Islamic State as a cultural phenomenon of the mediatization era [dissertation]. Bauru: Architecture, Art and Communication College, São Paulo State University “Júlio de Mesquita Filho”, 2018.

## ABSTRACT

This study aims to investigate the marks of the contemporary audiovisual culture inscribed in the propaganda produced by Al Hayat Media Center, a media arm of the Islamic State (IS), specialized in the production of content in English and European languages. The investigation bases on a theoretical repertoire, which seeks to clarify the motives behind the discursive and technical choices that shape these productions, leading us to three initial stages of work. The first is the mapping of the ascension process of modern Islamic fundamentalist movements, which gives us a glimpse of the narrative that influenced the thinking of the ideologists who created Islamism in the 20th century and whose ideas serve as the basis for the construction of the IS discourse. The next step is to unveil the media practices of the movement from which the group derives, showing how they evolved in parallel to the process of globalization and dissemination of new communication technologies. Reflections on the constitutive processes of culture and the impacts of the new information and communication systems on them, under the mediatization bias, complete the apprehension of the phenomenon. In addition, the parameters of contemporary audiovisual culture help us situate the actions of the Islamic State in a society permanently “attacked” by bombs of images that revive the power of the realism. It is the background, which supports the analysis of 10 videos released by the Al Hayat Media Center between 2014 and 2016. Available in the online repository by Aaron Zelin, a researcher at the Washington Institute for Near East Policy, they respond to two main criteria. One of them being the fact that they were released in the ascension period of the IS as global character (for this reason synthesizes its publicist longings and strategies) and constitute a rich sample of the hybridism of the group’s audiovisual pieces intended for the western audience. The other is the evidence that they sustain the hypothesis that they merge elements of contemporary audiovisual culture and jihadist culture, in this case strongly represented by the format of *nashīd* video. From the detailing of the videos, we propose to identify the characteristics of each production and draw points of connection between them to group them into large categories, which we call “audiovisual marks” and which the objective is to prove where the Islamic State propaganda seeks its backing. For this purpose, we propose a method of analysis based in the methodology framework developed by Francis Vanoye and Anne Goliot-Lété (1994) to scrutinize a genre that shares the genetic material of our object of study: the propaganda spots. It bases in two central axes: style and discourse. The first one consists of four guidelines that help us to describe the structure of the videos and determine their stylistics particularities: duration, visual material, characteristic of plans and assembly. The second axis seeks to determine how the group message articulates in each video. To this end, it proposes three observation spots based on the functionality of the “communication contract” proposed by Patrick Charaudeau (2006). The combination of these two poles allows us to proof that the IS propaganda has constructive logics and editing tools naturalized by the contemporary audiovisual culture, which turns the symbolic arsenal of the Islamic State into an eximious model of the new face of terror.

**KEYWORDS:** Islamic State; mediatization; visual culture; propaganda.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Cenas de The Clanging of Swords Part 1.....	55
Figura 2 – Cenas de The Clanging of Swords Part 2.....	55
Figura 3 – Sequência com mudanças de câmera em The Clanging of Swords Part 3.....	55
Figura 4 – Cenas de The Clanging of Swords Part 4 .....	56
Figura 5 - A logomarca da Al Hayat Media Center que abre o vídeo.....	102
Figura 6 - Cenas onde ficam evidentes as características estilísticas do vídeo.....	105
Figura 7 - Mensagem de abertura do vídeo.....	106
Figura 8 - Sequência de cenas acompanhadas pelo “refrão”.....	106
Figura 9 – Mensagens de exaltação ao martírio presentes no vídeo.....	107
Figura 10 – Como o grupo se refere aos seus militantes.....	108
Figura 11 - Cena de perseguição que absorve elementos da linguagem visual do FPS.....	110
Figura 12 - Algumas das cenas marcadas por explosões em Let's Go For Jihad.....	111
Figura 13 - Sequência de abertura do vídeo.....	113
Figura 14 - Sequência de cenas que reforçam o caráter de testemunha do sujeito-da-câmera...	114
Figura 15 – Exemplos de como o primeiro plano e o primeiríssimo plano são usados.....	115
Figura 16 - Personagens olham para a câmera em diferentes trechos do vídeo.....	115
Figura 17 - Cenas que se modificam no momento em que o slow motion entra em ação.....	117
Figura 18 - A aparição do líder do Estado Islâmico no vídeo.....	118
Figura 19 - Prevalência do uso do plano detalhe na sequência de abertura do vídeo.....	119
Figura 20 - Jovem que se dirige aos compatriotas.....	120
Figura 21 - Cenas da produção onde é usado o split screen.....	122
Figura 22 - Abertura do vídeo The Path of Jihād .....	123
Figura 23 - Sequência inicial do vídeo.....	124
Figura 24 - Cenas que mostram a ocultação dos traços faciais da personagem.....	124
Figura 25 - Cenas que ilustram a luz lançada sobre as figuras que remetem aos mártires.....	125

Figura 26 - Uso da câmera subjetiva no encontro com o mártir.....	127
Figura 27 - Segunda sequência mencionada no corpo do texto.....	127
Figura 28 - A diversidade de rostos que aparecem no vídeo.....	128
Figura 29 - Crianças que aparecem no vídeo.....	129
Figura 30 - Apresentação do título do vídeo, com a transição para a primeira cena.....	130
Figura 31 - Sequência de abertura do vídeo.....	130
Figura 32 - Sequência de execução que mostra a aproximação da câmera.....	132
Figura 33 - A alternância de planos ajuda a construir a expectativa para a execução.....	133
Figura 34 - O uso do vermelho na composição nas cenas e nas transições.....	133
Figura 35 - A sombria sequência de execuções em Soon Very Soon.....	135
Figura 36 - Registros das incursões militares do EI presentes no vídeo.....	135
Figura 37 - Personagens que aparecem no vídeo "posando" para a câmera.....	137
Figura 38 - Sequência de abertura de Blood for Blood.....	140
Figura 39 - Cenas do vídeo onde é usado o plano geral.....	141
Figura 40 - Transição dos blocos narrativos do vídeo.....	141
Figura 41 - Cena inicial de My Revenge.....	144
Figura 42 – Comparação com a entrevista original exibida pela TF1.....	145
Figura 43 – Miras surgem pela primeira vez no vídeo.....	145
Figura 44 - Sequência gravada num suposto campo de treinamento do Estado Islâmico.....	146
Figura 45 - Exemplos de uso da mira dentro da produção.....	147
Figura 46 – A mira mesclada a elementos gráficos que remetem a sistemas de vigilância.....	149
Figura 47 - Uso do efeito de digital distortion.....	150

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>11</b>
<b>2. A MATRIZ SOCIOPOLÍTICA DO ESTADO ISLÂMICO .....</b>	<b>17</b>
2.1. O MOVIMENTO REFORMISTA DO ISLÃ.....	17
2.2. IRMÃOS MUÇULMANOS E A GESTAÇÃO INTELECTUAL DA DÉCADA DE 1960.....	21
2.3 A ENCRUZILHADA DO ISLAMISMO.....	27
2.4. O SALAFISMO JIHADISTA .....	33
2.5. A EMERGÊNCIA DE UM NOVO ATOR: O ESTADO ISLÂMICO .....	37
<b>3. A MATRIZ MUDIÁTICA DO ESTADO ISLÂMICO .....</b>	<b>44</b>
3.1. O PIONEIRISMO E INFLUÊNCIA DA AL-QAEDA .....	44
3.2. AS INOVAÇÕES DO ESTADO ISLÂMICO .....	51
<b>4. UM FENÔMENO DA ERA DA MUDIATIZAÇÃO .....</b>	<b>63</b>
4.1. POR QUE FALAR DE MUDIATIZAÇÃO?.....	63
4.2. DESDOBRAMENTOS NO CAMPO DA GUERRA.....	70
4.3. O MUNDO MUDIATIZADO E O ESTADO ISLÂMICO .....	79
<b>5. O PODER RENOVADO DO REALISMO.....</b>	<b>82</b>
5.1. O PARADIGMA DO REALISMO .....	84
5.2. A IMAGÉTICA HIPER-REAL.....	90
<b>6. ONDE A TEORIA SE UNE AO OBJETO .....</b>	<b>95</b>
6.1. O QUE ANALISAR? .....	96
6.2. COMO ANALISAR?.....	98
6.2.1. Oh Soldiers of Truth Go Forth (Oh, Soldados da Verdade, Vão Adiante).....	101
6.2.2. Let's Go For Jihād! (Vamos para a Jihād!) .....	105
6.2.3 Our State is Victorious (Nosso Estado é vitorioso).....	112
6.2.4. Extend Your Hand to Pledge (Extenda sua mão para comprometer-se) .....	118
6.2.5. The path of jihād (O caminho da jihād) .....	122
6.2.6. Come My Friend (Venha, meu amigo) .....	127
6.2.7. Soon Very Soon (Breve, muito em breve) .....	129
6.2.8. Make Takbīr Oh Monotheist (Promova o Takbīr, monoteísta).....	135
6.2.9. Blood for Blood (Sangue por sangue).....	138
6.2.10. My Revenge (Minha Revanche).....	142
6.3 – AFINAL, QUAIS AS MARCAS DESSAS PRODUÇÕES? .....	150
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>154</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>157</b>
<b>APÊNDICE .....</b>	<b>em DVD</b>

## 1. INTRODUÇÃO

No dia 19 de agosto de 2014, a imagem do fotojornalista norte-americano James Foley ajoelhado em meio a uma paisagem desértica à espera de sua execução inundou o noticiário internacional. A repercussão em torno do desenrolar da cena, que culminaria na decapitação do experiente correspondente de guerra, apresentou para grande parte do mundo ocidental o Estado Islâmico (EI), grupo que na época já era sinônimo de preocupação para grandes potências mundiais e Estados árabes no Oriente Médio.

Pouco mais de um ano depois, em novembro de 2015, o EI voltaria a ocupar o centro das atenções ao assumir a autoria de ataques simultâneos na França, deixando mais de 100 mortos e dezenas de feridos na capital do país europeu. Além da reafirmação da violência característica do grupo, o novo episódio ajudou a consolidar seu protagonismo no espectro do jihadismo global. A escalada do Estado Islâmico, no entanto, começara muito antes, com o início da Segunda Guerra do Golfo (2003-2011).

Sob o comando inicial do jordaniano Abu Musab al-Zarqawi, ele nasceu como filial da al-Qaeda na resistência aos “invasores” norte-americanos, alcançando notoriedade nos estágios iniciais da ocupação por conta de ataques suicidas contra mesquitas islâmicas xiitas, civis, instituições do governo iraquiano e soldados italianos que faziam parte da coalizão militar internacional liderada pelos Estados Unidos. Mas foi no esfacelamento político e religioso causado pela eclosão da Guerra Civil Síria, somada à retirada das tropas americanas do território iraquiano e ao rompimento com a organização fundada por Osama Bin Laden, que encontrou um cenário favorável para sua definitiva ascensão. Convertendo-se num híbrido de terrorismo e insurgência (STERN; BERGER, 2015, p. 27).

Numa campanha ininterrupta no decorrer de 2014, o EI assumiu seu nome definitivo, proclamou a criação do Califado e transformou a política do Oriente Médio ao conquistar o controle de uma faixa territorial que se estendia do Curdistão do Iraque até a fronteira desse país com o Irã e as periferias de Aleppo, maior cidade síria (COCKBURN, 2015, p. 31). Guiado por seu novo líder, o emir Abu Bakr al-Baghdadi, declarado o Califa Ibrahim, seguiu o modelo de um governo funcional e estimulou uma guerra particular no universo online, reunindo e dando poder a uma multidão inteligente de apoiantes, “milhares de indivíduos que partilhavam a sua ideologia e saudavam os seus sucessos, ao mesmo tempo que se organizavam numa poderosa ferramenta que

poderia ser usada contra o mundo, perseguindo os seus inimigos e aliciando novos recrutas” (STERN; BERGER, 2015, p. 97). Estratégia que inverteria muitas das dinâmicas aplicadas ao extremismo violento até então e alteraria as regras do combate em diferentes frentes.

Fonte de afirmação da força e dos propósitos da organização, seu departamento de propaganda, coordenado por Abu Mohammad al-Adnani, impulsionou essa estratégia e manteve a tradição da violência gráfica que já marcava os vídeos produzidos pelo grupo quando ainda carregava o nome de al-Qaeda do Iraque. Mas com uma novidade: elevando a qualidade das produções, dando nova ênfase aos seus conteúdos e integrando práticas comunicacionais a uma rápida expansão territorial. Também inscrevendo seu lugar de referência no campo simbólico:

A meteórica ascensão da organização aos olhos do mundo no verão de 2014 foi acompanhada pela conquista de vastos territórios no Iraque e na Síria, mas também por uma impressionante e bem planejada campanha multilíngue nas mídias sociais. Essa campanha, que incluía videocliques, imagens, revistas estilizadas, cantos islâmicos (nasheeds) e uma atividade intensa no Twitter, transformou os termos ISIS (abreviatura em inglês de Estado Islâmico do Iraque e da Síria, nome original da organização) e Islamic State, rótulos de uma pequena e brutal organização jihadista estabelecida após a invasão americana do Iraque em 2003, numa marca sinônimo de terrorismo global e Islã Salafista, familiar para todo o Ocidente e o mundo árabe. Na verdade, foi através de sua extensa e sofisticada atividade nas mídias sociais e a produção de videocliques terríveis com qualidade de Hollywood que o Estado Islâmico e seu líder, Abu Bakr al-Baghdadi, se transformaram na nova face do terrorismo islâmico no século vinte e um (HOFFMAN, 2016, p. 99, tradução nossa)<sup>1</sup>.

Três propósitos principais estiveram atrelados aos esforços do Estado Islâmico para dominar a narrativa sobre sua existência através desse aparato midiático, segundo Lawson (2015): construir a imagem de uma organização militar implacável, bem-sucedida e disposta a fazer tudo por sua causa; aglutinar os esforços de seus militantes e combinar ferramentas modernas com

---

<sup>1</sup> Texto original: One of the most remarkable aspects of the Islamic State is its extensive use of social media and its presence on social media. The organization’s meteoric rise to global awareness in the summer of 2014 was accompanied not only by its conquest of vast territories in Iraq and Syria, but also by an impressive and well-planned, multilingual campaign on social media. This campaign, which included video clips, images, stylish magazines, Islamic chants (nasheeds), and widespread activity on Twitter, transformed the terms ISIS (the Islamic State of Iraq and Syria, the organization’s original name) and Islamic State from the labels of a small and brutal jihadist organization established after the American invasion of Iraq in 2003 to a brand synonymous with global terrorism and Salafi Islam, familiar to every household in the West and the Arab world. Indeed, it was through its extensive and sophisticated activity on social media and the production of Hollywood-quality, horrific video clips that the Islamic State and its leader, Abu Bakr al-Baghdadi, became the new face of Islamic terrorism in the twenty-first century.

mensagens tradicionalmente usadas pelo radicalismo islâmico contra a exploração do Ocidente para recrutar combatentes locais e estrangeiros (LAWSON, 2015, p. 29).

Se por um lado é difícil mensurar o real impacto dessa tática, especialmente no que se refere ao seu desdobramento na radicalização de um terrorista, Lesaca (2015) não deixa de apontar que esse retrospecto mostra ser mais importante do que nunca analisar e compreender o papel da comunicação do grupo na ampliação de seu alcance. E é justamente isso que esta pesquisa se propõe a fazer, refletindo sobre a estratégia de difusão das ideias, ações e objetivos do Estado Islâmico e relacionando-as ao contexto cultural onde emergiu: uma sociedade midiaticizada e massivamente tomada pelo "choque do real" (JAGUARIBE, 2007).

O repertório teórico incipiente sobre o Estado Islâmico, em parte justificado pela novidade que representa, ainda deixa muitas lacunas acerca do seu real impacto e significado na remodelação da *jihād*<sup>2</sup> moderna. Afinal, trata-se de um movimento atravessado por diferentes nuances históricas e culturais. O que defendemos aqui, no entanto, é que um olhar menos viciado pelo antagonismo imanente de um movimento como esse pode estar na apreensão do seu lugar na matriz que se dedica à compreensão das relações entre mídia, sociedade e cultura, avançando sobre as interações culturais instauradas pelos meios técnicos empregados num contexto onde as mídias também produzem sentidos.

Assim, considerando que o objeto científico é um sistema de relações expressamente construído ao longo de um processo de objetivação, que se dá através da escolha, recorte e estruturação dos fatos até os procedimentos técnicos de coleta de dados (LOPES, 2004, p. 26), esta investigação foi proposta para transformar um problema real numa reflexão embasada e capaz de produzir respostas de cunho epistemológico para um fenômeno que ainda desperta dúvidas, mas dá sinais de ser uma peça-chave para a compreensão do ambiente cultural característico de nosso tempo.

Para cumprir essa missão, ela cerca-se de um repertório teórico capaz de ir além da noção de que estaríamos diante de um grupo irracional, que age sem motivos políticos e move-se pelo ódio religioso, e atenta-se para as escolhas discursivas e técnicas que projetam a propaganda do Estado Islâmico como um marco divisório entre as novas e velhas práticas do fundamentalismo islâmico. Por isso, usa um arcabouço conceitual capaz de viabilizar o adensamento da abordagem desse fenômeno em três parâmetros globais - histórico, cultural e técnico -, articulando-os ao longo do processo de investigação.

---

<sup>2</sup> O significado da palavra será detalhado mais adiante.

O mapeamento do processo de ascensão dos movimentos fundamentalistas islâmicos modernos é o ponto de partida. Com ele, conseguimos vislumbrar a narrativa que influenciou o pensamento dos ideólogos criadores do Islamismo no século XX, empenhados na criação de fórmulas governamentais banhadas pelo Islã, e demonstrar por que sua retórica desfruta de tanta força décadas depois, fornecendo elementos de base para a construção do discurso do Estado Islâmico. Para tanto, nos debruçamos sobre a obra de pensadores basilares como Gilles Kepel (2002), Randall D. Law (2009), Shiraz Maher (2016), Peter Neumann (2016) e David. C. Rapoport (2006). Pesquisadores que nos últimos anos vêm se dedicando especificamente à compreensão do Estado Islâmico também entram nessa lista. É o caso de Aaron Zelin, Charlie Winter, Jessica Stern e J.M. Berger. Todos ligados a institutos de pesquisa focados no estudo do terrorismo e táticas de contra-insurgência.

Num segundo momento, nossa atenção repousa sobre o desenvolvimento das práticas comunicacionais (e midiáticas) do movimento do qual o EI deriva. O objetivo é mostrar como elas evoluíram paralelamente ao processo de globalização e disseminação de novas tecnologias da comunicação. Quatro momentos históricos são delineados a partir da obra de Manuel R. Torres Soriano (2009): a atuação dos *mujāhidūn* no Afeganistão na década de 1980, empenhados em denunciar os abusos cometidos pelas tropas soviéticas contra a população local e obter apoio internacional através de publicações como a revista al-Jihad; a projeção da mensagem da al-Qaeda através dos meios de comunicação de massa entre 1994 e 2001; a busca pelo restabelecimento do privilégio informativo da organização comandada por Osama Bin Laden no intervalo entre os ataques de 11 de setembro de 2001 e a invasão do Iraque dois anos depois; e a dispersão da propaganda da al-Qaeda após 2003, concomitantemente à emergência da Internet como um importante canal de disseminação da ideologia do movimento jihadista global. As práticas do Estado Islâmico são situadas nessa última fase.

Reflexões sobre os processos constitutivos da cultura e os impactos da globalização e dos novos sistemas de informação e comunicação sob o viés da midiatização vêm completar a apreensão do fenômeno. Assim como os parâmetros da cultura audiovisual contemporânea que nos ajudam a situar as práticas do Estado Islâmico numa sociedade permanentemente “atacada” por bombas de imagens, que reavivam o poder do realismo e nos estimulam a refletir sobre esse fenômeno a partir da íntima relação que mantém com as discussões em torno do "efeito do real" que permeia

a estratégia adotada por atores inscritos no jogo de poder cristalizado no mundo atual. O que, inevitavelmente, coloca em cena o papel da imagem na construção de realidades.

Esse arcabouço conceitual converge para a análise de dez vídeos produzidos pela Al Hayat Media Center, braço midiático do EI responsável pela produção de conteúdos em inglês e idiomas europeus, e divulgados entre os anos de 2014 e 2016: *Oh Soldiers of Truth Go Forth; Let's Go For Jihād; Our State is Victorious; Extend Your Hand to Pledge Allegiance; The Path of Jihād; Come My Friend; Soon Very Soon; Make Takbīr Oh Monotheist; Blood for Blood e My Revenge*<sup>3</sup>. Disponibilizados no repositório online (Jihadology)<sup>4</sup> criado por Aaron Zelin, pesquisador do The Washington Institute For Near East Policy, eles foram selecionados com base em dois critérios principais. O primeiro deles é o fato de essas produções terem sido lançadas no período de ascensão e consolidação do Estado Islâmico como personagem global. Portanto, sintetizam seus anseios e estratégias publicistas. O segundo relaciona-se ao fato de constituírem uma rica amostra do hibridismo das peças audiovisuais do grupo destinadas à audiência ocidental, sustentando a hipótese de que elas fundem elementos da cultura visual contemporânea e da cultura jihadista, neste caso fortemente representada pelo formato do vídeo *nashīd*.

A partir do mapeamento dos vídeos, a proposta é identificar as características de cada produção e traçar pontos de conexão que nos permitam agrupá-las em grandes categorias, que chamaremos de "marcas audiovisuais" e cujo objetivo é provar onde a propaganda audiovisual do Estado Islâmico busca seu respaldo. Além de projetar como a prevalência dessas marcas se relaciona a objetivos específicos da organização. Para tanto, propomos um método de análise baseado no esqueleto metodológico criado por Francis Vanoye e Anne Goliot-Lété (1994) para analisar os *spots* publicitários. Ele baseia-se em dois eixos centrais: estilo e discurso. O primeiro é composto por quatro diretrizes que nos ajudam a delimitar a estrutura dos vídeos e determinar suas particularidades estilísticas: duração, matéria visual, característica dos planos e montagem. O segundo eixo procura decifrar como a mensagem do grupo é articulada em cada vídeo. Para isso, propõe três locais de observação baseados na funcionalidade do "contrato de comunicação" proposto por Patrick Charaudeau (2006).

Com os resultados obtidos, esperamos comprovar que o Estado Islâmico utiliza sistematicamente a narrativa audiovisual para inscrever seu lugar na história, incorporando elementos

---

<sup>3</sup> Os dez vídeos que compõem o corpo de análise da pesquisa encontram-se como apêndice deste trabalho no formato de DVD.

<sup>4</sup> Link: [www.jihadology.net](http://www.jihadology.net).

correntes na cultura audiovisual contemporânea para se aproximar de uma audiência em potencial, dando respaldo e força ao seu projeto de poder.

## 2. A MATRIZ SOCIOPOLÍTICA DO ESTADO ISLÂMICO

### 2.1. O movimento reformista do Islã

As origens da versão moderna do Islamismo estão no início do século XX, mas resultam de um processo histórico iniciado muito antes. Com o declínio dos três grandes impérios islâmicos (otomano, indiano e persa) entre os séculos XVIII e XIX, emergiu no mundo muçulmano um movimento reformista. Ele foi propulsor de uma extensa literatura que colocou em cena um problema fundamental: como os muçulmanos árabes poderiam adquirir a força necessária para enfrentar a Europa e tornar-se parte do mundo moderno (HOURANI, 2006, p. 402).

Como herdeiro político do Islã, o Império Otomano ocupou um lugar de destaque no desenrolar desses acontecimentos. A perda do seu dinamismo político coincidiu com a revolução científica na Europa e o crescimento do poder econômico e militar das nações europeias. Incapaz de assimilar as novas descobertas, especialmente no campo da guerra, ele chegou à metade do século XVIII sem poder lutar de igual para igual com as potências do continente europeu (HOURANI, 2005, p. 59).

Em 1789, subiu ao trono do império um sultão com ideias de reforma, Selim III. Sob o impacto da Revolução Francesa e a agitação intelectual acarretada por ela, o governante engajou pensadores na busca de soluções para superar a inércia que se instaurara no império. A maioria deles concordou que o caminho era uma reforma militar com a ajuda de oficiais e técnicos europeus, mas sem mexer na *Sharī'a*<sup>5</sup> e sem despertar reações hostis dos conservadores.

Nos vinte anos seguintes, Selim tentou colocar tais ideias em prática, porém, falhou na tentativa de conter a fúria da onda conservadora. Seu sucessor, Mahmud II, só conseguiria reavivar esse processo décadas depois, com a emergência de um grupo de reformadores com certo conhecimento do mundo moderno e a convicção de que o império deveria pertencer a esse universo ou desaparecer (HOURANI, 2005, p. 62-63).

O surgimento dessa nova classe educada nas décadas de 1860 e 1870 foi acompanhado pelo

---

<sup>5</sup> Conjunto de regras que *Allāh* revelou para o profeta Muḥammad. Elas são aplicadas para regular a vida religiosa e social da comunidade muçulmana. Alguns elementos da *Sharī'a*, particularmente aqueles relacionados à lei penal, têm sido abandonados nos estados muçulmanos mais modernos desde o século XIX (SOURDEL; SOURDEL-THOMINE, 2007).

aparecimento de uma divisão entre os que apoiavam as reformas. E essa separação não se sustentava apenas nas opiniões distintas acerca da constituição das bases do Estado:

A reforma das instituições seria arriscada, se não enraizada em algum tipo de solidariedade moral: que seria isso, e até onde podia derivar da doutrina do Islã? Essa questão tornou-se mais premente à medida que a nova escola começou a produzir uma geração não fundada na doutrina islâmica tradicional, e exposta aos ventos de doutrina que sopravam do Ocidente [...] para os muçulmanos, o problema era inescapável. O Islã era o que havia de mais profundo neles. Se a vida no mundo moderno exigia mudanças em suas maneiras de organizar a sociedade, tinham de tentar fazê-las permanecendo fiéis a si mesmos; e isso só seria possível se o Islã fosse interpretado para torná-lo compatível com a sobrevivência, força e progresso no mundo (HOURANI, 2006, p. 404).

Jamal al-Din al-Afghani (1838-1897) foi o principal mentor da ideia de que o Islã era compatível com os alicerces da civilização moderna e poderia ordená-los positivamente, mas a argumentação acabou plenamente desenvolvida nos escritos do egípcio Muhammad ‘Abduh (1849-1905), que acreditava no diálogo entre a religião e os progressos científicos e técnicos da modernidade. Os textos produzidos por ele teriam uma grande influência em todo o mundo muçulmano:

Em sua obra, há uma distinção entre as doutrinas essenciais do Islã e seus ensinamentos e leis sociais. As doutrinas foram transmitidas por uma linhagem central de pensadores, os “ancestrais pios” (*al-salaf al-ṣāliḥ*) [...] São simples – crença em Deus, na revelação através da linhagem de profetas que acaba em Maomé, na responsabilidade e julgamento morais – e podem ser articuladas e defendidas pela razão. A lei e a moralidade social, por outro lado, são aplicações a circunstâncias particulares de certos princípios gerais contidos no Corão e aceitáveis para a razão humana. Quando mudam as circunstâncias, também elas mudam; no mundo moderno, é tarefa dos pensadores muçulmanos relacionar leis e costumes mutantes a princípios imutáveis, e ao fazer isso impor-lhes limites e uma direção (HOURANI, 2006, p. 404-405).

O argumento de Muhammad ‘Abduh acabaria sujeito a diferentes interpretações, inclusive dentro do seu próprio séquito de discípulos. O sírio Muhammad Rashīd Ridā<sup>6</sup> (1865-1935) era um deles. Ele encontrou na obra de Taqiy al-Din Ahmad ibn Taymiyya<sup>7</sup> (1263-1328) uma solução para

<sup>6</sup> Rashīd Ridā é responsável pela apropriação do termo corânico *jāhiliyya*, que se refere à ignorância espiritual ou à escuridão do pré-Islã, e a aplicação dele ao Oriente Médio contemporâneo.

<sup>7</sup> Ibn Taymiyya foi o mais influente pensador do período medieval do Islã Sunita e permaneceu como uma figura importante para fundamentalistas radicais contemporâneos. Ele viveu numa época em que o mundo islâmico sofria com a invasão dos mongóis, o que teve grande influência sobre seus escritos. Ideologicamente, ele acreditava na absoluta supremacia e no literalismo do *Qu’rān*, da *Sunna* do Profeta e nos “ancestrais pios”. Para ele, qualquer desvio dessas três facetas do Islã constituía uma heresia (*bid’a*). Na sua compreensão, assim como acontecia com os

o desafio que se apresentava: retornar aos valores e práticas rigorosas da era de ouro do Islã (LAW, 2016, p. 274). Esse pensamento acabaria evoluindo num sentido mais conservador e dando vida à matriz política e ideológica do Islamismo. Movimento gestado e moldado ao longo do século XX.

Tradicionalmente, a abordagem do Islamismo no meio acadêmico ocidental é feita a partir de duas grandes linhas de pensamento: uma “moderna” e outra “pós-moderna” (BAYAT, 2005). Na primeira, a tendência é justificar o fenômeno como um movimento reativo, de caráter antidemocrático e regressivo, conduzido por intelectuais e classes sociais urbanas menos favorecidas contra a ocidentalização das sociedades muçulmanas:

À direita, o “choque de civilizações”, proposto por Bernard Lewis e popularizado por Samuel Huntington, representa a abordagem onde o caráter antimoderno desses movimentos é avaliado a partir do seu encontro com a modernidade Ocidental. À esquerda, pode-se apontar para Albert Melucci e Alain Touraine, entre outros, que expressam preocupação com o revivalismo religioso. “Utopismo regressivo” e “anti-movimento” é como eles se referem à religião, incluindo os movimentos islâmicos. De acordo com Melucci, um movimento religioso define sua identidade em termos de passado desenhando um mito totalizante de renascimento que é quase completamente religioso no seu conteúdo. “Monismo totalitário”, ele declara, “é a característica distintiva central do Utopismo regressivo”. A noção normativa de Touraine de que movimentos sociais são “positivos” e “progressivos”, por sua vez, conduz à caracterização do Islamismo como um anti-movimento (BAYAT, 2005, p. 894, tradução nossa)<sup>8</sup>.

Já a segunda linha interpretativa enxerga o Islamismo como uma manifestação de reação à globalização - e produto dela. Nesse sentido, ele teria emergido como resposta à perda de identidade, de autonomia cultural e de alternativa política ou moral:

Foucault descreve a Revolução Iraniana como o “a primeira revolução pós-

---

governantes mongóis, as visões radicais dos governantes modernos do mundo islâmico contribuía para a criação de uma sociedade enfraquecida teologicamente. Assim, ensinou que o Islã deveria aspirar o estabelecimento do poder estatal. Com isso, os muçulmanos poderiam viver sob a liderança de homens em total acordo com cada ensinamento do Profeta Muḥammad. Para atingir esse fim, estabeleceu a *jihād* um componente crítico da fé (GUIDÈRE, 2017).

<sup>8</sup> Texto original: On the right, the ‘clash of civilizations’, proposed by Bernard Lewis and popularised by Samuel Huntington, manifests the framework within which the ‘anti-modern’ character of such movements in their encounter with the Western modernity is assessed. On the left, one can point to Albert Melucci and Alain Touraine, among others, who express concern about religious revivalism. ‘Regressive utopianism’ and ‘anti-movement’ are how they refer to religious, including the Islamic movements. According to Melucci a religious movement ‘defines its identity in terms of the past drawing on a totalizing myth of rebirth which is often at least quasi-religious in content’. ‘Totalizing monism’, he declares, ‘is the central distinguishing feature of regressive Utopianism’. In turn, Touraine’s normative notion of social movements as ‘positive’ and ‘progressive’ leads to the characterisation of Islamism as ‘anti-movement’.

moderna de nosso tempo”, como o “espírito de um mundo sem espírito”. Para Giddens, ela assinala “a crise da modernidade”. Castells a formulou em termos de “exclusão dos excludores pelos excluídos” e, para Espósito, significou uma “busca por identidade, autenticidade, comunidade e o desejo de estabelecer um significado e ordem tanto na vida pessoal como social”. Por outro lado, o Islamismo nessa abordagem manifesta uma busca por certeza num mundo de incertezas, tenta restaurar o significado “pós-moderno” do mundo, a ética e a ordem que desapareceram no colapso de tudo que era dado como certo. Burgat e Dowell, entre outros, vão além e descrevem a emergência dos movimentos islamistas no Oriente Médio e no Norte da África como a terceira fase (depois da política e econômica) das lutas anti-coloniais – lutas discursivas contra a modernidade Ocidental, por identidade cultural e independência (BAYAT, 2005, p. 894-895, tradução nossa)<sup>9</sup>.

Apesar da importância dessas colocações para a constituição do repertório acerca do tema, uma noção paralela às duas abordagens ganhou espaço nos últimos anos. De caráter sociológico, ela traz conceitos da teoria dos movimentos sociais para o estudo do Islamismo. Essa trilha não segue o caminho do choque cultural. Ela também não entende o Islamismo como uma fórmula abstrata de manifestação de fé ou um excesso do Islã. Na verdade, nos permite situá-lo como um movimento que “bebe uma doutrina e inspira-se numa ideologia de caráter secular que recorre a formas de ação específicas para se fazer vingar” (DUARTE, 2015, p. 100).

As limitações impostas por esse olhar também existem. Ainda é passível de debate se ele é capaz de abarcar a complexidade das sociedades muçulmanas contemporâneas. Principalmente quando consideramos que essa abordagem está enraizada em princípios ocidentais (BAYAT, 2005, p. 892). Mas, na medida que não interpretam o fenômeno como um sistema homogêneo e atentam-se aos instrumentos que o suportam, assim como sua dinâmica social, essas teorias abrem um leque de investigações plausíveis:

Mais do que enfatizar as especificidades do Islã como um sistema que produz sentidos, gesta uma identidade e é base para ações coletivas, esses estudos apontam para as variáveis comuns enraizadas nesse processo: como a contenção é organizada, o modo como as ideias são enquadradas e propagadas, como as queixas são coletivizadas e como táticas e estratégias são adotadas como resposta a mudanças

---

<sup>9</sup> Texto original: Foucault described the Iranian revolution as the ‘first post-modern revolution of our time’, as the ‘spirit of a world without spirit’. For Giddens it signalled ‘the crisis of modernity’. Castells formulated it in terms of the ‘exclusion of the excluders by the excluded’, and for Esposito it signified a ‘quest for identity, authenticity, and community, and a desire to establish meaning and order in both personal life and society’. On the other hand, Islamism in this approach manifests a search for certainty in this uncertain world, attempts to ‘restore to the “post-modern” world meaning, an ethic and an order which, it is claimed, have vanished in the collapse of all its certainties’. Burgat and Dowell, among others, go further to describe Islamist movements in the Middle East and North Africa as the third (after political and economic) phase of anti-colonial struggles—discursive struggles against Western modernity, struggles for cultural identity and Independence.

externas que culminam em oportunidades e restrições. Focando nos mecanismos compartilhados de contenção e não nas singularidades do Islã, esse entendimento consegue usufruir de uma gama maior de conceitos, teorias e evidências empíricas (WIKTOROWICZ, 2004, tradução nossa)<sup>10</sup>.

Uma das propostas mais instigantes é a de Thomas Olesen (2009). De acordo com ele, emprestando ferramentas da teoria dos movimentos sociais, é possível identificar quatro tipos de explicações sobre as formas de recrutamento e radicalização consagradas pelo ativismo islâmico: individual e sócio-psicológico; organização e rede; ambiente estrutural e político; mídia e comunicações. Aquelas que residem no âmbito da mídia e da comunicação são particularmente interessantes para a pesquisa aqui proposta. Principalmente quando consideramos que uma abordagem a partir desse viés indica que o recrutamento e a radicalização podem ser estimulados e inspirados pela exposição individual a símbolos e mensagens (OLESEN, 2009, p. 24) e que essa esfera de influência simbólica se constrói sobre visões de mundo e imagens massivamente unificadas pela emergência de um espaço informativo global.

Por isso, delimitar a narrativa que influencia o discurso dos ideólogos criadores do movimento torna-se uma ferramenta crucial para identificar os preceitos que guiaram a gestação política do Islamismo (cujo objetivo maior era forjar fórmulas governamentais banhadas pelo Islã) e seus desdobramentos ao longo dos anos. Colocando isso em perspectiva, a reconstituição da matriz discursiva do movimento é uma alternativa para demonstrar a força de sua retórica tantas décadas depois. Principalmente quando no horizonte paira a percepção de que movimentos sociais transformam o ambiente onde são gestados e isso afeta sua própria existência (BAYAT, 2005, p. 898).

## **2.2. Irmãos Muçulmanos e a gestação intelectual da década de 1960**

A guinada em prol de uma visão política do Islã ocorreu com o surgimento da Sociedade dos Irmãos Muçulmanos no Egito, em 1928. Contexto que coincide com o período de turbulências

---

<sup>10</sup> Texto original: Rather than emphasizing the specificity of Islam as a system of meaning, identity, and basis for collective action, these scholars point to movement commonalities rooted in process: how contention is organized, the way ideas are framed and propagated, how grievances are collectivized, and tactics and strategies formed in response to exogenous shifts in opportunities and constraints. By focusing on shared mechanisms of contention rather than the uniqueness of Islam, such an understanding avails itself of a broader array of concepts, theories, and empirical evidence.

ocasionado pelo desaparecimento do califado otomano de Istambul, abolido por Mustafa Kemal Atatürk em 1924, e o apogeu da colonização europeia:

Na década de 1920, apenas alguns Estados com população muçulmana permaneceram independentes. A maior parte do Oriente Médio moderno se transformou em território comandado pela Liga das Nações – essencialmente, colônias imperiais da Grã-Bretanha e da França. Enquanto isso, o Egito era dirigido por um fantoche inglês cuja autonomia era tolerada na medida que os interesses econômicos e militares ingleses eram respeitados. No mundo muçulmano, o resultado foi a criação de uma pequena e ocidentalizada elite que aceitou que o único caminho a se seguir era a vereda ocidental da secularização, industrialização e burocratização<sup>11</sup> (LAW, 2016, p. 273, tradução nossa).

A organização, que representava a única resistência eficaz e organizada à ocupação britânica, assumiu a responsabilidade pela dimensão política do Islã, ocupando o vazio deixado pelo califa, que supostamente a encarnava. Em resposta aos partidos nacionalistas egípcios da época, que exigiam a independência, o fim da ocupação inglesa e uma constituição democrática, os Irmãos Muçulmanos replicavam o slogan “O Corão é a nossa Constituição” (KEPEL, 2003, p. 53). A organização acabaria tornando-se um movimento de massa<sup>12</sup>, com seu núcleo de militância formado por pessoas de classe média baixa. Uma década após sua fundação, já contava com 500.000 membros no Egito. Com mais dez anos de atuação, dispunha de apoiadores e filiais em cada país do mundo árabe (NEUMANN, 2016, p. 36).

O criador da Sociedade dos Irmãos Muçulmanos, Hassan al-Banna (1906-1949), foi quem começou a transformar as palavras de Rashīd Ridā em ações. Fundou escolas, associações de caridade e hospitais, demonstrando que cada aspecto da vida em sociedade poderia ser guiado e permeado pela religião (NEUMANN, 2016, p. 36). A organização também se mostrou eficiente ao infiltrar-se nas forças armadas egípcias e criar um grupo preparado para assumir o poder quando a oportunidade aparecesse. O assassinato de Lorde Moyne, chefe oficial da Grã-Bretanha no Cairo, pela LEHI (Lutadores pela Liberdade de Israel), exerceu forte influência sobre a formatação dessa

---

<sup>11</sup> Texto original: By the 1920’s, only a few states with Muslim populations remained independent. Most of the modern Middle East had become League of Nations mandate territories – essentially imperial colonies – of the British and French. Meanwhile, Egypt was ruled by a British puppet whose autonomy was suffered as long as British military and economic interests were respected. Across the islamic world, the result was the creation of a small, Westernizes elite who generally accepted that the only way forward was along the Western path of secularization, industrialization, and bureaucratization.

<sup>12</sup> De acordo com Wright (2007, p. 38) “embora a Irmandade fosse um movimento de massa, também se organizava intimamente em ‘famílias’ cooperativas – células contendo não mais que cinco membros, conferindo à organização uma qualidade esponjosa e clandestina que acabou se mostrando difícil de detectar e impossível de erradicar”.

estratégia, assim como a atuação da Organização Militar Nacional na Terra de Israel (LAW, 2016, p. 274).

Em 1948, a Irmandade empreendeu uma série de ataques a lojas britânicas e judias, além de orquestrar o assassinato de um juiz proeminente e oficiais do governo, o que levou o primeiro-ministro egípcio a banir a organização. No ano seguinte, al-Banna seria assassinado, mas o fruto de seu trabalho permaneceu imbricado na vida política egípcia. E suas raízes serviriam de baldrames para o pensamento de seu principal herdeiro no âmbito sunita<sup>13</sup>: Sayyid Qutb.

Sayyid Qutb era educador e escritor. As críticas literárias que escreveu fizeram dele um dos autores mais populares do Egito, mas também despertaram a fúria do rei Faruk, que em 1948 assinou uma ordem para a sua prisão. Na época, o intelectual ocupava um cargo de supervisor no Ministério da Educação. Amigos poderosos providenciaram sua partida para os Estados Unidos (WRIGHT, 2007, p. 19), onde permaneceria por dois anos estudando em universidades norte-americanas.

Identificado como um nacionalista fervoroso e anticomunista (WRIGHT, 2007, p. 20), Qutb retornou à terra natal levando na bagagem o desprezo pela cultura americana – para ele marcadamente materialista e imoral (LAW, 2016, p. 175). O Egito que encontrou se tornara mais aberrantemente radical. Assolado por corrupção, assassinatos e humilhado na guerra de 1948 contra Israel, o Governo egípcio agia sem respaldo popular, sustentando-se no poder com o apoio da potência britânica (WRIGHT, 2007, p. 37).

Apesar de permanecer na clandestinidade, a Sociedade dos Irmãos Muçulmanos manteve-se atuante nesse período e auxiliou um coronel do exército, Gamal Abdu Nasser, a exilar o rei Faruk em seu iate e assumir o controle do Governo, que caiu sem resistência. “Qutb publicou uma carta aberta aos líderes da revolução aconselhando que a única forma justa de combater a corrupção moral do antigo regime era impor uma ‘ditadura justa’, concedendo poder político ‘aos virtuosos somente’” (WRIGHT, 2007, p. 40). Nasser acabou convidando-o para se tornar consultor do Conselho do Comando Revolucionário. Porém, terminou nomeando-o chefe do Conselho Editorial da Revolução, cargo que o intelectual egípcio ocuparia por poucos meses.

Numa história que se repetiria sem parar no Oriente Médio, a cooperação entre os aliados converteu-se numa disputa entre uma sociedade militar e uma religiosa. Após a tentativa frustrada

---

<sup>13</sup> O termo *Sunna* (conduta) é usado para descrever como o Profeta Muḥammad agia. Os seguidores desses preceitos, que estão reunidos no *Hadīth*, segunda fonte das leis islâmicas (a primeira é o *Qur’ān*), são chamados *Sunnīs* (sunitas).

de assassinato do presidente Gamal Abdel Nasser em 1954, Sayyid Qutb acabou preso junto com militantes da Irmandade acusados de planejar o ataque. Na prisão, ele escreveu oito volumes de comentários sobre o *Qur'ân*. Posteriormente, o material daria forma à sua principal obra, *Milestones* (1964). Nas mãos de Qutb, o Islamismo pragmático dos Irmãos Muçulmanos foi reinterpretado como uma ideologia que pregava a revolução através da violência:

A influência desse livro dificilmente pode ser superestimada, pois ele reuniu múltiplas máculas do pensamento Islamista numa visão de mundo completa e perturbadora. Muitas delas se tornariam um guia para milhões de pessoas. O conceito de *tawhid*, escreveu Qutb, não demanda apenas obediência a Alláh, mas o comprometimento de viver em uma comunidade que segue os preceitos da *Shari'a*, rejeitando o que não é abarcado por eles como pecador e idólatra. Ele casou essa proposição com uma aplicação mais ampla do termo *jāhiliyya* usado por Rida, o que o levou a defender que os governantes apóstatas do mundo árabe eram os “novos faraós” e Israel o mais recente Estado “Cruzado” oficializado no Oriente Médio. E por trás de tudo Qutb viu a mão dos Estados Unidos [...] era necessária, Qutb defendia, “uma revolta completa contra o Governo humano em todas as suas formas, sistemas e arranjos... Isso significa destruir o reino do homem para estabelecer o reino dos céus na Terra” (LAW, 2016, p. 175, tradução nossa)<sup>14</sup>.

O pensamento de Qutb era um claro desafio ao nacionalismo secular que predominava no mundo árabe na década de 1960 - incluindo os nacionalistas árabes do Egito, os membros do Partido Baath<sup>15</sup> na Síria e no Iraque, os liberais do Líbano e os xiitas do Irã - e às correntes tradicionais do Islã, que não viam na luta política uma prioridade absoluta.

Através de suas obras, Qutb tentou implementar sua visão de mundo, cuja essência era o abandono da ideia de Nação e a retomada de uma referência religiosa do Islã, critério único e exclusivo de identidade cultural, social e política para o intelectual. E seu apelo era direcionado a uma emergente geração corânica que lideraria a construção da nova comunidade através de seu

---

<sup>14</sup> Texto original: The influence of this book can hardly be overstated, for in it he brought together multiple stains of Islamist thinking into a complete – and disturbing – worldview, much of which has become a guide to millions of people. The concept of *tawhid*, Qutb wrote, demands not just obedience to Allah, but a commitment to living in a community that follows all of *sharia*, rejecting everything else as sinful and idolatrous. He married this proposition to a broader application of Rida’s use of the term *jahiliyyah*, thus conflating all History do that the Arab world’s apostate rulers were the “new pharaohs” and Israel was but the most recente “Crusader” state established in the Middle East. And behind everything, Qutb saw the hand of the United States [...] What is necessary, Qutb demanded, is “a full revolt against human rulership in all its shapes and forms, systems and arrangements... It means destroying the kingdom of man to establish the kingdom of heaven on Earth”.

<sup>15</sup> A ideologia Baath é fruto do nacionalismo do século XIX e do humanismo idealista do século XX. Ela propunha uma adaptação do panorama social árabe e dos códigos islâmicos ao socialismo. As localidades em que o Partido Baath teve sucesso foram o Iraque e a Síria, nações em que foram estabelecidos sob esse ideal os sistemas de governo, respectivamente, de Saddam Hussein e Hafez Assad.

exemplo de devoção às leis islâmicas (LAW, 2016, p. 276):

Expressando-se em termos de uma “geração”, Qutb situou sua proposta no tempo, com exatidão calculada: ele se dirigia aos jovens nascidos após a independência, àqueles que já não poderiam beneficiar-se da grande redistribuição da riqueza social que ocorrera ao amanhecer após a partida dos colonizadores e a partilha das sobras que eles deixaram para trás. Para convencer essa juventude, teve de se expressar na língua que eles conheciam, submetendo-a aos seus objetivos. Criou, então, um estilo de escrita islâmica simples e despojado, distante da complexa retórica dos ulemás, que era cheia de referências às tradições e abundante em glosas. Enquanto estes transmitiam os valores do islã com um estilo arcaico, adequado para enunciar uma verdade intocável, Qutb se colocou no nível de seus leitores, apoderando-se desse vetor da comunicação política, que é a língua escrita moderna, e transformando-a em uma ferramenta de sua obra (KEPEL, 2003, p. 51).

Nessa busca pela desvalorização do nacionalismo, Qutb empregou um par de conceitos criados pelo paquistanês Mawdudi<sup>16</sup>: a soberania e a adoração. A partir deles, estabeleceu os critérios de diferenciação do Islã e do não-Islã, do Justo e do Injusto. Assim, no Islã, considerava que somente *Allāh* seria soberano e poderia ser objeto de adoração do homem. Por isso, o único governante justo seria aquele que seguisse os preceitos revelados por Ele. Já se a soberania estivesse nas mãos de um ídolo (da Nação, do Partido, do Exército, do Povo) e se este fosse objeto de “adoração” das massas, se materializaria o reino da Injustiça, da Falsidade - o anti-Islã, a *jāhiliyya* (KEPEL, 2003, p. 58).

Nessa análise, Qutb englobava todo o mundo da época, inclusive os países alegadamente muçulmanos, e defendia que era preciso destruir a *jāhiliyya* para edificar sobre seus escombros o Estado islâmico. Para ele, quem não aderisse à ideia poderia ser declarado *takfīr*<sup>17</sup> e banido da Comunidade de Fiéis. “Para aqueles que seguem rigorosamente as leis islâmicas em sua acepção mais rígida, um tal infiel não merece qualquer proteção legal; segundo uma expressão bem consagrada, ‘seu sangue é lícito’, ou seja, ele pode ser condenado à morte” (KEPEL, 2003, p. 58).

Como Qutb morreu em 1966, antes de poder explicar sua filosofia, ficou aberta a interpretação de como esses conceitos poderiam ser aplicados efetivamente na estrutura social. Seus seguidores elaboraram três grandes linhas de raciocínio, segundo Gilles Kepel (2003): os mais extremistas consideravam que a blasfêmia reinava em toda parte, com exceção do seu pequeno núcleo de

<sup>16</sup> As nuances do pensamento dele serão retomadas mais adiante.

<sup>17</sup> O termo, que deriva de *kufīr* (sacrilégio), foi apropriado por Qutb para indicar o ímpio, o ateu, alguém que é ou finge ser muçulmano.

fiéis autênticos. Outros se limitavam a excomungar os governantes, mas poupavam a massa de fiéis. E, finalmente, existia um terceiro grupo, composto principalmente por Irmãos Muçulmanos libertados ou que viviam fora do Egito. Para eles, a *jāhiliyya* deveria ser entendida num sentido espiritual e não no sentido material: era preciso pregar para conduzir a sociedade à islamização, em vez de condená-la por blasfêmia.

No final dos anos 1960, essas três tendências só se manifestavam dentro de um grupo que vivia basicamente na clandestinidade. Mas, como lembra Kepel (2003), a argumentação de Sayyid Qutb geraria grande atração sobre a juventude na década seguinte, pela ruptura radical que propunha: a derrubada da velha utopia transformada em autoritarismo - como um dia o Profeta teria derrubado os ídolos pagãos - e sua substituição pela utopia do Islã (KEPEL, 2003, p. 52).

A Guerra dos Seis Dias contra Israel, em junho de 1967, teria papel fundamental nessa viragem. Ela atingiu os estados que compartilhavam o nacionalismo árabe, gerando um vázio cultural que foi preenchido pelas ideias de Qutb. Mas, com o acréscimo da filosofia islamita vinda do subcontinente indiano e fomentada pelo já mencionado Abu' l-A'la Mawdudi (1903-1979), jornalista e teólogo paquistanês. Através dele e de outros canais menos conhecidos como a escola deobândi, onde se formaram os talibãs, os textos em idioma urdu, amplamente traduzidos para o árabe e para o inglês, exerceram grande influência sobre a evolução global do islamismo internacional na segunda metade do século XX (KEPEL, 2003, p. 60).

O Islamismo do subcontinente indiano, desenvolvido continuamente de 1930 até os dias atuais, lançou as bases culturais do Estado islâmico, definido por oposição ao nacionalismo muçulmano que daria origem ao Paquistão a partir de 1947. Desde o princípio Mawdudi se opunha ao projeto de uma “nação dos muçulmanos” que daria o poder às elites nacionalistas; ele militava em favor de uma “Nação islâmica” cobrindo toda a Índia (KEPEL, 2003). Para o pensador paquistanês, todo nacionalismo era um sacrilégio (*kufir*), principalmente se sua concepção de Estado tivesse origem europeia. Por outro lado, suspeitava dos ulemás<sup>18</sup>, que ele acusava de se acomodarem a um governo não muçulmano, instalado desde 1857. Preconizava, portanto, a islamização de cima para baixo, começando por um Estado que exercesse sua soberania em nome de *Allāh* e que aplicasse a *Sharī'a*:

Ele declarava que a política “é parte integrante e inseparável da fé islâmica, e o

---

<sup>18</sup> Teólogos versados nas leis islâmicas.

Estado islâmico que a ação política dos muçulmanos tenta construir é a solução para todos os seus problemas”. Para ele, os cinco pilares tradicionais do islã (a profissão de fé, a oração, o jejum do Ramadã, a peregrinação e a caridade) são apenas um processo de formação, uma preparação para a Jihad - a luta contra as criaturas de Alá que usurparam sua soberania. Em seus textos, a religião se transforma em ideologia por trás da luta política. Para empreender essa Jihad, ele organizou a “vanguarda da revolução islâmica” em um partido fundado em 1941, o Jama’at-e islami, que tinha muitos pontos em comum com o modelo leninista. Mas sua referência explícita é a “vanguarda” dos primeiros muçulmanos: reunidos em torno do Profeta, na Hégira, em 622, eles romperam com a Meca idólatra e partiram para criar, em Medina, o Estado islâmico (KEPEL, 2003, p. 63).

Mawdudi foi o primeiro a teorizar politicamente a ruptura original que marcou a fundação do Islã, transformando-a em estratégia de ação. No caso dele, a *jihād* para a construção do Estado islâmico concretizou-se pela participação no sistema político paquistanês. A influência dessa ideia, assim como as de Qutb, prepararia no universo muçulmano sunita a emergência do movimento islâmico na década seguinte.

### **2.3 A encruzilhada do Islamismo**

A guerra árabe-israelense de outubro de 1973 e a Revolução Islâmica comandada pelo aiatolá Ruhollah Khomeini no Irã, em 1979, foram acontecimentos decisivos no desenvolvimento do Islamismo na década de 1970. Eles consolidaram duas potências regionais como modelos político-ideológicos que assumiriam polos distintos na luta pela hegemonia sobre o próprio sentido do Islamismo.

Enquanto a dinastia saudita, guardiã dos lugares santos de Meca e Medina, colocava sua fortuna a serviço de uma concepção conservadora das relações sociais e sua difusão através de grupos e partidos que pudessem recorrer a ela em outros países, o Irã de Khomeini encarnava o lado radical, conclamando as massas e as mobilizando contra as injustiças sociais.

Como lembra Kepel (2003), muitos Irmãos Muçulmanos egípcios perseguidos pelo governo de Nasser encontraram abrigo na Arábia Saudita. Na Universidade de Medina, ensinaram sua filosofia a estudantes oriundos de diferentes partes do mundo. Assim, mesmo antes do início da década de 1970, formou-se nos domínios sauditas uma corrente na qual se mesclavam intelectuais islâmicos e os ulemás wahhabitas, herdeiros das ideias do reformador puritano Muhammad ibn ‘Abd al-Wahhab, que estão na base da formação da monarquia da Arábia Saudita. Chamada de

“petro-islã” (KEPEL, 2003), a vertente pregava a estrita aplicação da *Shari’a* nos terrenos político, moral e cultural. Sua exportação foi resultado de uma aliança com os Estados Unidos e parte da estratégia geopolítica norte-americana no contexto da Guerra Fria:

Depois da derrota de ingleses e franceses no conflito do Canal de Suez em 1956, o imperialismo ianque estava alarmado. A ascensão ao poder de Nasser no Egito e de outros líderes “populistas de esquerda” no Médio Oriente e em outros países “islâmicos” representava uma ameaça direta aos interesses imperialistas em relação ao petróleo. Durante quase três ou quatro décadas, os EUA alimentaram, patrocinaram ou fomentaram o fundamentalismo islâmico. Na maioria dos países, “embora com exceções, como os xiitas no Irã”, as organizações fundamentalistas serviram como forças de choque de ditaduras e outros regimes repressivos patrocinados pelos norte-americanos (COGGIOLA, 2007, p. 21).

Do outro lado do golfo, a influência de Khomeini ao longo dos anos 1970 se fazia presente, mesmo antes da derrubada do xá Reza Pahlavi e sua volta ao Irã após anos de exílio para comandar o governo revolucionário. Dando novos contornos à obra de Ali Shari’ati (1933-1977)<sup>19</sup>, figura histórica da juventude militante islâmica iraniana, o líder xiita, que se opunha à atitude passiva da maioria das religiões, tornou-se porta-voz dos desfavorecidos e adaptou seu discurso antimodernizante para a realidade social de seu país. Conseguindo o sucesso que nenhum movimento islâmico alcançou nos anos seguintes ao derrubar um regime secular que era sinônimo de estabilidade e progresso (NEUMANN, 2016). O triunfo foi motivo de inspiração dentro e fora do universo xiita:

Para os salafistas, a questão já não era se uma revolução Islâmica era possível, mas somente como e onde ela ocorreria. Na verdade, houve a tentativa de iniciar uma revolução no mesmo ano na Arábia Saudita. Um grupo de jihadistas que tinham se conhecido na Universidade de Medina invadiram a Grande Mesquita em Mecca e a ocuparam por quase quinze dias. Foi apenas com muita dificuldade (e a ajuda das forças especiais da França) que o governo saudita foi capaz de derrubar a revolta (NEUMANN, 2016, p. 40, tradução nossa)<sup>20</sup>.

<sup>19</sup> Ficou preso por um ano pela sua participação em comícios favoráveis à Frente Nacional. A organização política fundada em 1949 militava pela nacionalização da indústria petrolífera e pela democratização do sistema político iraniano. Após o encarceramento, ele se tornou doutor na Sorbonne e mudou-se para Mashhad (Irã), onde ensinou Humanidades na *Mashhad University*. Enquanto estava lá, se uniu ao *Husayniyah-yi Irshad*, grupo que promoveu reformas educacionais no país. Shari’ati apoiava a revolução e via nela um caminho para executar a mensagem de *Allāh*. Além disso, acreditava que a libertação garantiria justiça e daria à sociedade islâmica a liberdade necessária para ganhar. Seu pensamento usava elementos do Marxismo para abordar os problemas de justiça social do mundo muçulmano (GUIDÈRE, 2017).

<sup>20</sup> Texto original: For salafists, the question was no longer whether an Islamic revolution was possible, but only how and when. Indeed, a revolution was attempted that same year in Saudi Arabia. A group of jihadists who had met at the University of Medina stormed the Grand Mosque in Mecca and occupied it for nearly a fortnight. It was only with great difficulty (and the help of French special forces) that Saudi government was able to put down the revolt.

Apesar do movimento islâmico assumir diferentes formas fora do Egito, da Arábia Saudita e do Irã, a internacionalização e globalização do movimento começou apenas em 1979 e sua vertente sectária, derivada principalmente do wahhabismo, desencadeou aquilo que o historiador norte-americano David Rapoport (2006) classifica como a quarta onda do desenvolvimento do terrorismo moderno: *The Religious Wave*. No modelo proposto por Rapoport, o terrorismo não é separado de ideias políticas, mas resultado delas. E cada uma das ondas apresenta fases de contração e expansão, sendo dotadas de uma “energia” contagiante que leva à sua internacionalização a partir da atuação de grupos radicais.

Para o historiador, a quarta onda não é limitada ao espectro do Islã. Os exemplos que elenca ao longo de sua obra também passam pela atuação do siquismo, que lutou para estabelecer uma teocracia em Punjab (Índia) na década de 1980; os judeus extremistas que queriam explodir a Mesquita de al-Aqsa, em Jerusalém, no mesmo período; e os membros do culto apocalíptico Aum Shinrikyo, que ganhou notoriedade internacional após espalhar gás sarin no Metrô de Tóquio dez anos depois. Mas o historiador os situa cronologicamente para demonstrar justamente que a ignição acionada pelo movimento inscrito no mundo islâmico foi fundamental para a combustão do *holy terror*. Condição, esta, que atribui ao paradigma letal das ações dele e o alcance de sua rede de militantes. Duas características forjadas sobre o período de expansão do Islamismo contemporâneo: a década de 1980.

O ativismo islâmico se transformou num verdadeiro movimento global durante a Guerra do Afeganistão (1979-1989). Para os islamistas, a instauração de um governo pró-Soviético e a invasão de um país muçulmano por ateístas era uma afronta e uma *jihād* violenta não era somente legítima, mas também necessária. O suporte de uma forte coalizão que passou a apoiar os *mujāhidūn*, composta por Estados Unidos, Arábia Saudita e Paquistão, permitiu que, em um mês, a cidade de Peshawar se tornasse o nervo central da resistência afegã contra a ocupação da URSS, estando repleta de combatentes, armas e agentes secretos (NEUMANN, 2016). Um nome crucial na história da radicalização do movimento emergiu nesse contexto: Abdullah Azzam.

Líder dos combatentes em Peshawar, em 1984, ele criou um escritório especializado na organização da transferência de jihadistas estrangeiros para o Afeganistão<sup>21</sup>. Para angariar militantes, pautava-se num argumento religioso: era dever de cada muçulmano defender o território

---

<sup>21</sup> Entre eles estava um nome que décadas depois ganharia fama no Ocidente: Osama Bin Laden.

islâmico. Quem não cumprisse esse dever e deixasse outros ajudarem a causa em seu lugar estava cometendo um grave pecado e iria pagar por isso na vida após a morte (NEUMANN, 2016, p. 42). Azzam também falava da recompensa do paraíso para aqueles que sacrificassem suas vidas a serviço de Deus<sup>22</sup>:

O estudioso do Islã Thomas Hegghammer estima que mais de 20.000 jihadistas foram para o Afeganistão entre 1980 e 1992, a maioria depois que Azzam instalou o escritório de recrutamento em 1984. As motivações deles eram variadas. Muitos foram convencidos pela retórica de Azzam. Eles tinham visto na televisão o que estava acontecendo no Afeganistão e queriam defender aqueles que compartilhavam sua religião e, conseqüentemente, o Islã como um todo. Cumprir seu dever religioso e correr o risco de se tornarem mártires não era um fardo, era parte da atração de toda a situação. Outros militantes já estavam envolvidos na cena jihadista há anos e queriam escapar da perseguição em seus próprios países indo para o Afeganistão (muitos estados árabes deixavam que eles viajassem e depois anulavam seus passaportes). Para recrutas de países pobres como Egito e Argélia, o pagamento também era um fator motivador. E claro havia os aventureiros – como em todas as guerras -, um punhado de criminosos e psicopatas (NEUMANN, 2016, p. 42, tradução nossa)<sup>23</sup>.

Na opinião de muitos especialistas, os combatentes estrangeiros não foram decisivos nos teatros de operações. Entretanto, a ideia propagada por Azzam, e posteriormente Osama bin Laden, era que ele e seus companheiros tinham derrubado uma superpotência como a União Soviética, criando seu próprio mito sobre esse episódio da história jihadista. E depois dele o projeto de vida de Azzam passou a ser mobilizar forças para lutar em qualquer parte do mundo onde o território islâmico estivesse sob ameaça. O propulsor da *jihād* afegã e dois de seus filhos acabariam mortos com a explosão de uma bomba quando se dirigiam para as orações de sexta-feira em Peshawar, em 24 de novembro de 1989, o que o impediu de colocar o plano em prática. A missão, no entanto, seria abraçada por Osama Bin Laden.

---

<sup>22</sup> Abdullah Azam é considerado o fundador do “culto do martírio”, que se transformaria numa característica do movimento jihadista.

<sup>23</sup> Texto original: The Islam scholar Thomas Hegghammer estimates that up to 20.000 jihadists went to Afghanistan between 1980 e 1992, most them after Azzam set up the Services Office em 1984. Their motivations varied widely. Many were convinced by Azzam’s rhetoric. They had seen on television what was happening in Afghanistan and wanted to defend their co-religionistas and thus also Islam as a whole. Doing their religious duty and running the risk of becoming martyrs was not a burden, it was part of the attraction. Others had been involved in the jihadist scene for years and wanted to escape persecution in their own countries by going to Afghanistan (many Arab states let known jihadists travel and then voided their passports). For recruits from poor countries like Egypt and Algeria, payment was also a motivating factor. And of course there were adventures – as in every war – a handful of criminals and psychopaths.

A al-Qaeda é herdeira desse movimento. Em 1988, Osama Bin Laden montou um banco de dados para cadastrar jihadistas e outros voluntários que circulavam pelos campos de operação. Conforme sua fama crescia, ele assumiu o posto de porta-voz da ideia de que a *jihād* precisava propagar-se por toda parte. Com isso, a Monarquia saudita não demorou a nutrir desconfianças sobre ele. Um ano depois, essa relação tortuosa culminaria na detenção de bin Laden durante uma viagem à Arábia Saudita (KEPEL, 2003, p. 470).

Nos meses que antecederam a invasão do Kuwait pelo Iraque, em junho de 1990, as demonstrações de força de Saddam Hussein, ainda tratado pela corrente “salafista jihadista” como um “apóstata” laico, levaram Bin Laden a propor à Arábia Saudita uma aliança para defendê-la da invasão (COOK, 2015), colocando à sua disposição os serviços dos jihadistas de sua “base” na defesa da fronteira. Mas, quando o Rei Fahd decidiu aceitar a ajuda da coalizão internacional liderada pelos Estados Unidos, Osama uniu-se aos círculos que criticavam essa política, reunidos em torno dos xeques Audah e Hawali. Perseguido pelo regime, acabou conseguindo fugir do país em 1991, passando pelo Paquistão, o Afeganistão e finalmente o Sudão, de Hassan el Turabi, onde se fixou no final daquele ano (KEPEL, 2003, p. 470):

Foi nessa época que ocorreu a grande reviravolta na vida daquele que viria a se tornar o inimigo público número um do governo americano. Como tantos outros militantes islâmicos gerados no seio do sistema saudita durante a década de 1980, ele rompeu radicalmente com esse sistema e com o seu protetor americano por ocasião da Guerra do Golfo, precipitando a cisão no interior do movimento. Ao se instalar no Sudão, que mais tarde acolheria milhares de jihadistas do Afeganistão em busca de refúgio, ele juntou-se à coalizão heteróclita que Turabi tentou consolidar durante os quatro Congressos Populares Árabes e Islâmicos realizados em Cartum a partir de 1991. Reunindo todos aqueles que comungavam do mesmo ressentimento contra a Operação Tempestade no Deserto e contra a vitória militar americana – adeptos do pan-arabismo, Irmãos muçulmanos, militantes islâmicos radicais e até mesmo, num dado momento, dirigentes da OLP -, Turabi pretendia formar um polo hostil à concepção saudita e conservadora do islamismo mundial, tirando partido das divisões e reagrupamentos que se seguiram à guerra. Ao mesmo tempo, bin Laden ajudava os jihadistas que haviam se tornado indesejáveis naquele país a saírem do Paquistão; facilitava o deslocamento e às vezes lhes conseguia emprego em suas companhias de obras públicas em vários países. Além do Sudão, muitos militantes foram para o Iêmen – país de origem de sua família e que podia oferecer um ponto de apoio, na península árabe, para desestabilizar a vizinha Arábia Saudita. Naquele país, havia surgido um poderoso movimento islâmico, que no entanto se mantinha alheio aos objetivos de bin Laden. Nesse contexto, a primeira frente de combate aos Estados Unidos foi aberta na Somália. Após a guerra civil que devastou o país do chifre da África, uma nova coalizão internacional, sob comando americano, desembarcou na Somália em 1992 como parte da operação da ONU intitulada *Restore Hope* (Restaurar a Esperança). Os

meios islâmicos denunciaram a operação como uma agressão que, segundo eles, visava ratificar o controle ocidental sobre a região vizinha ao Oriente Médio e constituía uma ameaça ao Sudão, também próximo. Pela primeira vez, ex-jihadistas do Afeganistão participaram de uma luta armada que resultou na morte de 18 militares americanos, nos dias 3 e 4 de outubro de 1993, em Mogadíscio (KEPEL, 2003, p. 470).

Apesar de injetar vultuosas quantias em projetos de agricultura e na construção da malha rodoviária do Sudão, tornando-se referência nos círculos anti-sauditas, Bin Laden foi “convidado” a se retirar do país devido às fortes pressões internacionais sofridas pelo Governo sudanês, intensificadas após a tentativa de assassinato do presidente egípcio em Adis Abeba, em junho de 1995. Em 1996, o saudita voltou para onde tudo começou: o Afeganistão. Lá se aproximou dos líderes talibãs que, ironicamente, contavam com o suporte militar paquistanês e a benevolência americana para consolidar seu controle sobre o país (KEPEL, 2003, p. 472).

Talvez Washington e Riyad tenham previsto que ele estaria “sob controle” nesse país encravado nas montanhas, sem infra-estrutura nem sistemas adequados de telecomunicações. No entanto, em 25 de junho, um atentado na base americana de Khobar, na Arábia Saudita, que custou a vida de 19 soldados, foi-lhe atribuído. Ele não reivindicou a autoria da ação, mas divulgou, no dia 23 de agosto seguinte, uma “Declaração de Jihad contra os americanos que ocupam a terra dos dois Lugares Santos”, mais conhecida por seu subtítulo: “Expulsem os politeístas da península árabe”. O texto de 11 páginas, pontuado por citações do Corão, *hadiths* (ditos e feitos) do Profeta e referências de Ibn Taimiyya, assemelhava-se, pela forma, às publicações da corrente “salafista jihadista”, veiculadas pela revista do GIA, *Al Ansar*, por exemplo, desenvolvendo, ao mesmo tempo, uma “visão” geopolítica. Depois de relembrar o sofrimento imposto aos muçulmanos pela “aliança sionista-cruzada” em vários países do mundo, ele aponta a “ocupação da terra dos dois Lugares Santos” como “a maior de todas as agressões”. Mas graças ao “despertar do islã, essa agressão pode ser combatida vitoriosamente, sob a égide dos “ulemás e pregadores” – assim como os cruzados e os mongóis foram derrotados, em sua época, sob o comando de Ibn Taimiyya. Os cinco ulemás citados como referência (Abdallah Azzam; Ahmad Yassine, guia do Hamas palestino; Omar Abdel Rahman, o egípcio, e os dois sauditas ‘Audah e Hawali) situavam-se na intersecção entre os Irmãos Muçulmanos e a corrente “salafista jihadista”: bin Laden se colocava como sendo filiado à sua doutrina e se apresenta, de seu refúgio nas montanhas do Hindu Kush, no Afeganistão, como o ponto de partida para a reconquista, à imagem e semelhança do Profeta, refugiado em Medina no ano zero da Hégira, antes de reconquistar Meca e revelar o islã ao mundo (KEPEL, 2003, p. 473).

Apresentando-se como aquele capaz de transformar em ação as demandas e críticas formuladas no documento, o líder da al-Qaeda fez um apelo para que cada muçulmano se empenhasse em expulsar o invasor americano da “terra dos dois Lugares Santos”. A “Declaração de Jihad”

invocava os “filhos da Arábia” que haviam lutado no Afeganistão, na Bósnia-Herzegovina e na Chechênia e anunciava que a batalha prosseguiria até que se estabelecesse o Estado islâmico na península (KEPEL, 2003, p. 474). No entanto, sem suporte estratégico comparável ao que os “voluntários” da década anterior haviam obtido dos Estados Unidos e das monarquias do petróleo, bin Laden e seus acólitos enveredaram pelo caminho do terrorismo. Tática que consolidaria seu protagonismo no Oriente Médio:

Como sua presença no Afeganistão dos talibãs não lhe deu os meios para colocar em prática sua luta anti-saudita, ele procurou quebrar seu isolamento ampliando para o nível mundial sua ambição jihadista. Em fevereiro de 1998, ele criou a Frente Islâmica Internacional, contra os judeus e os cruzados, cuja carta de fundação foi co-assinada pelo líder do grupo egípcio Al Jihad, o Doutor Ayman al-Zawahiri, um de seus compatriotas da Gama'a islamiyyah e por alguns representantes de pequenos grupos islâmicos do subcontinente indiano. Esse texto curto, que cita abundantemente o Corão e o inevitável Ibn Taimyya, retoma as acusações contra a “aliança sionista-cruzada” e evolui para um novo estágio de ataque a essa aliança, emitindo uma fatwah. Esta estipula que “todo muçulmano capaz de fazê-lo tem o dever pessoal (*fard'ayn*) de matar americanos e seus aliados, civis e militares, em qualquer país onde isso for possível. No dia 7 de agosto – oitavo aniversário da chegada das tropas americanas à Arábia e do apelo do Rei Fahd -, duas explosões simultâneas destruíram as embaixadas dos Estados Unidos em Nairóbi, no Quênia, e Dar es-Salaam, na Tanzânia. A primeira deixou 213 mortos (12 americanos) e mais de 4.500 feridos, a segunda, 11 mortos e 85 feridos (nenhum americano). As autoridades americanas logo atribuíram a autoria a bin Laden: após um ataque com mísseis de cruzeiro que destruiu uma usina química em Cartum e bases de treinamento no Afeganistão, em 20 de agosto, bin Laden foi acusado de conspiração e sua cabeça foi colocada a prêmio por cinco milhões de dólares (KEPEL, 2003, p. 476).

Ao lado de outros ataques, como os ocorridos em Luxor e na Argélia em 1997, esses acontecimentos contribuíram para o esfacelamento do Islamismo. O sucesso desses atos terroristas, do ponto de vista técnico, acabou virando contra as intenções políticas dos autores. A dissociação entre o extremismo dos jihadistas e as aspirações sociais, políticas e culturais traduzidas pela evolução constante do Islamismo ao longo dos anos de 1980 acabou interrompendo o processo de ascensão (KEPEL, 2003) do movimento. Os ataques de 11 de setembro de 2001 foram consequência de tudo isso.

#### **2.4. O salafismo jihadista**

Desde que apareceu aos olhos ocidentais como um novo componente na complexa rede de atores do Oriente Médio, o Estado Islâmico gerou indagações pelo estilo e abordagem de seus métodos militares e propagandísticos. Mas, por trás das estratégias de avanço territorial e dissipação da ideologia do grupo, está um arcabouço de experiências do Islã sunita acumuladas ao longo do último século e seu produto mais radical: a tradição do pensamento salafista jihadista<sup>24</sup>.

O salafismo é uma perspectiva filosófica que almeja reviver as práticas das três primeiras gerações do Islã. Na interpretação de seus seguidores, elas constituem a era de ouro da religião, por sua autenticidade. Assim, a vida perfeita só poderia ser alcançada através de um movimento em direção ao passado (MAHER, 2016, p. 8). A metodologia mais popular para concretizar essa visão foi proposta por Muhammad ibn ‘Abd al-Wahhab.

A ideologia *wahhabita* derivada do pensamento do erudito de Najd é um dos alicerces do Islamismo sunita contemporâneo, também construído sobre a filosofia de Qutb e Mawdudi. Ela compartilha com os dois ideólogos pontos doutrinários básicos. Principalmente a obrigação de voltar aos fundamentos do Islã independentemente das interpretações humanas do dogma e a aplicação rigorosa de todas as injunções e proibições nos terrenos jurídico, moral e privado. A novidade é que ela adicionou um conservadorismo social único a essa fórmula (KEPEL, 2003, p. 84).

Para os Wahhabitas, não se trata apenas de retornar ao Islã dos ancestrais pios, mas também de hostilidade em relação a toda forma de descrença, politeísmo e inovação religiosa. Isso implica numa separação intransigente entre os fiéis e os infiéis (*kufir*) e na destruição de qualquer referência a outras religiões. Muitos aspectos do Wahhabismo se articulam facilmente com os conceitos de Qutb de “soberania” de Deus e a alegada “ignorância” das sociedades muçulmanas. Além disso, o Wahhabismo deu aos seguidores de Qutb – incluindo seu irmão Mohammed (1912-2014), que ensinou na Universidade Islâmica de Medina – um programa político e religioso, uma visão da sociedade perfeita que iriam implementar após a revolução (NEUMANN, 2016, p. 38, tradução nossa)<sup>25</sup>.

---

<sup>24</sup> “Salafismo-jihadista” é um termo que tem ganhado popularidade nos últimos anos, mas sua origem precisa permanecer incerta. Frequentemente, o ideólogo jordaniano Abu Muhammad al-Maqdisi é apontado como o articulador da doutrina, no início da década de 1990, e Abu Qatada al-Filastini como o responsável por sua propagação. Outra linha de pensamento, que ecoa no trabalho de teóricos como o saudita Yusuf al-Dayni, identifica sua origem na comunidade jihadista liderada por Jamil al-Rahman’s em Kunar, no Afeganistão, no final dos anos de 1980 e início da década de 1990. No entanto, não existem registros escritos dessa referência. De acordo com Hegghammer, a primeira referência escrita ao movimento “salafista-jihadista” apareceu numa entrevista de Ayman al-Zawahiri publicada pela revista *al-Ansar* em 1994. Na literatura acadêmica, o termo foi usado pela primeira vez em 1998 em dois estudos independentes de Gilles Kepel e Kamil al-Tawil.

<sup>25</sup> Texto original: For Wahhabists, it is not just about a return to the Islam of the “pious forefathers”, but also about enmity towards every form of unbelief, polytheism and religious innovation. That entails an uncompromising separation of the faithful and the infidels (*kufir*), and the destruction of any reference to others religions. Many aspects of

Na trilha desse processo de hibridizações, portanto, o salafismo jihadista nasce como uma combinação da teoria violenta da revolução de Sayyid Qutb e a doutrina religiosa proposta por al-Wahhab. Para explicar as principais características dela e o que a diferencia dentro do vasto espectro ideológico do salafismo, nos valem do pensamento de Maher (2016). Pesquisador do International Centre for the Study of Radicalisation and Political Violence (ICRS), vinculado ao Departamento de Estudos de Guerra do King's College London, ele situa o movimento como *violent-rejectionist* numa grade de categorias baseadas na combinação das preferências políticas dos salafistas de acordo com seus métodos para a mudança (violência, ativismo e quietismo) e as atitudes em relação a um Estado ou à ordem internacional estabelecida (rejeição, desafio e aviso). Ele justifica a classificação:

É porque, embora muitos militantes violentos sejam sem dúvida salafistas que também acreditam na *jihād* (e a praticam em muitos casos), a visão de mundo deles não se pauta na reconstrução da ordem internacional ou do Estado-nação. Em outras palavras, se eles conseguissem poder, se comportariam como um estado de consenso no cenário internacional (MAHER, 2016, p. 11, tradução nossa)<sup>26</sup>.

Na medida em que os salafistas jihadistas têm dominado o panorama da *jihād* nas últimas duas décadas, impondo grandes desafios para as estruturas de poder estabelecidas, é fundamental compreender as bases que definem o movimento como um todo. Algumas tentativas já foram feitas nesse sentido, segundo Maher (2016). Muhammad Hafez, por exemplo, argumenta que o salafismo contemporâneo se baseia em cinco características: *tawhīd*, *ḥākimiyya*, uma rejeição do *bid'a*<sup>27</sup>, *taḳfīr* e *jihād*. Algo semelhante é proposto por Jarret Brachman ao defender que *tawhīd*, *taḳfīr* e *jihād* são características necessárias do movimento, mas substituindo as outras duas pelos conceitos de

---

Wahhabism meshed easily with Qutb's concepts of God's "sovereignty" and the alleged "ignorance" of Muslim societies. Moreover, Wahhabism gave Qutb's followers - including his brother Mohammed (1919-2014), who taught at the Islamic University of Medina - a political and religious programme, a vision of the perfect society they would implement after the revolution.

<sup>26</sup> Texto original: This is because although many violent-challengers are undoubtedly Salafis who also believe in jihad (and practise it in many cases), their worldview does not believe in the absolute reconstruction of either the international order or the nation-state. To put it in another way, were they to achieve power, they would largely behave as a consensus state within the international framework.

<sup>27</sup> Aqui a palavra carrega o significado de heresia. Considerada o crime mais hediondo no Islã, é o tipo de dissidência que para os fundamentalistas islâmicos pode ocorrer quando os muçulmanos oram para qualquer outro ser que não seja Deus; quando as interpretações dos textos divinos são consideradas mais liberais do que austeras ou quando a lei islâmica (*Shar'īta*) não é aplicada num Estado islâmico (GUIDÈRE, 2017).

*'aqida*<sup>28</sup> e *al-wala' wa-l-bara*. No entanto, mais uma vez, é Maher (2016) que tomamos como guia.

Ao considerar outros conceitos jurisprudenciais que sustentam os movimentos islâmicos contemporâneos, ele chega a um combinado de cinco premissas práticas, teóricas e ritualísticas essenciais e indissociáveis dos movimentos salafistas jihadistas: *tawhīd*<sup>29</sup>, *ḥākimiyya*<sup>30</sup>, *al-wala' wa-l-bara*<sup>31</sup>, *jihād* e *takfīr*. “Embora essas ideias existam dentro das tradições islâmicas normativas e não haja nada particularmente raro ou especial sobre elas, o que as torna relevantes nesse contexto é que movimentos salafistas-jihadistas contemporâneos as interpretaram de forma única e original”<sup>32</sup> (MAHER, 2016, p. 14, tradução nossa).

É importante notar que essas cinco características têm duas preocupações principais: proteção e promoção. A proteção da fé vem com *jihād*, *al-wala' wa-l-bara'* e *takfīr*. Já a promoção está ligada com *tawhīd* e *ḥākimiyya*. E é a primeira parte dessa equação que mais interessa esses movimentos porque estão ligadas ao campo de batalha, lhes conferindo justificativas para seu modo de agir. De todo modo, a articulação entre os cinco elementos está relacionada a problemas de autoridade por direito, legitimidade, obediência e rebelião:

As cinco características essenciais da identidade do salafismo jihadista relatadas aqui se relacionam a essas questões de algum modo. A doutrina *al-wala' wa-l-bara'* estabelece linhas de lealdade e desacordo; *takfīr* delinea o Islã contra todo o resto e o protege da corrupção insidiosa no seu interior; *tawhīd* e *ḥākimiyya* explicam como a autoridade legítima deve parecer e a quem deve servir; e *jihād* prescreve o método para essa revolução particular (MAHER, 2016, p. 15, tradução

<sup>28</sup> É um termo islâmico que significa “credo” (SOURCEL; SOURCEL-THOMINE, 2007).

<sup>29</sup> Maher (2016) explica que *tawhīd* é o pilar do Islã. Enquanto doutrina que prega o monoteísmo e a onipotência de Deus, representa a característica mais importante da fé, a qual distingue o Islã da era precedente de politeísmo chamada de *jāhiliyya*. Assim, *tawhīd* é o objetivo central da vida de um muçulmano.

<sup>30</sup> O conceito tem relação direta com a criação de um Estado islâmico, cuja função é garantir a soberania política para Deus. Maher (2016) defende que o problema de estabelecer uma autoridade política para o Islã persiste desde o alvorecer da religião e continua sendo importante para muitos muçulmanos. No entanto, quando consideramos como os islamistas concebem a ideia hoje, são os eventos dos últimos 150 anos que se mostram mais significantes. Na sua encarnação mais longínqua, o impulso de moldar o conceito assumiu a forma de uma construção anti-colonial através das reflexões de pensadores como Jamal al-Din al-Afghani e Muhammad ‘Abduh. Os Irmãos Muçulmanos, por sua vez, popularizaram a ideia no Oriente Médio e Sayyid Qutb começou a escrever sobre a necessidade da reforma política e da renovação social.

<sup>31</sup> De acordo com Maher (2016) essa é uma ideia vaga e escorregadia, difícil de se definir linguística e conceitualmente. Na sua construção mais básica, a doutrina carrega o significado de “lealdade e repúdio” por amor a Deus. Já no contexto político e militar, o conceito opera de forma similar ao *takfīr*. É uma ferramenta de controle que traça uma linha para separar quem pertence ao grupo de fiéis e os “forasteiros”, formando uma carapaça de proteção em torno da fé.

<sup>32</sup> Texto original: Whilst all of these ideas exist within normative Islamic traditions, and there is nothing particularly unique or special about them, what makes them relevant in this context is that the contemporary Salafi-Jihadi movements has interpreted and shaped them in unique and original ways.

nossa)<sup>33</sup>.

Embora a ascensão do salafismo jihadista como uma ideia tenha seguido o declínio do Islã político no início da década de 1990, quando o islamismo parecia estar em retração na África do Norte, na região do Levante e na Ásia Central<sup>34</sup>, foi a Segunda Guerra do Golfo (2003-2011) que serviu como pano de fundo para a aparição de uma doutrina mais concreta e coerente. Foi neste momento que grupos jihadistas liderados principalmente pela al-Qaeda do Iraque começaram a criar uma vasta literatura para justificar, explicar e embasar suas atividades:

Para cada ato de violência, eles ofereceram alguma forma de referência às escrituras – por mais que seja tênue, esotérica ou contestada – para explicar suas ações. Por isso muitas publicações foram lançadas enquanto os jihadistas lutavam contra a coalizão de forças ocidentais no Iraque, tentando explicar-se para uma audiência muçulmana incerta no Oriente Médio e além (MAHER, 2016, p. 17, tradução nossa)<sup>35</sup>.

## 2.5. A emergência de um novo ator: o Estado Islâmico

É claro que o Estado Islâmico não apareceu do nada. Ele foi produto do conflito no Iraque na década 2000, da Primavera Árabe e - ainda mais crucialmente - do movimento jihadista que Azzam e Bin Laden colocaram em curso no início da década de 1980 no Afeganistão [...] Assim como aconteceu nas outras ondas, ele reuniu diretrizes de movimentos e desenvolvimentos que estavam em andamento há décadas. Mas ele também teve um caráter próprio. O movimento se reinventou. Mobilizou uma geração mais jovem, perseguiu fins semelhantes, mas muito mais

---

<sup>33</sup> Texto original: All of the five essential characteristics of Salafi-Jihadism identified here relate to those questions in some way. The doctrine of *al-wala' wa-l-bara'* establishes lines of loyalty and disavowal; *takfir* delineates Islam against everything else and protects it against insidious corruption from within; *tawid* and *hakimiyya* explain what legitimate authority should look like and who it should serve; and jihad prescribes the method for this particular revolution.

<sup>34</sup> O exemplo mais dramático veio com a deflagração da Guerra Civil da Argélia. A Sociedade dos Irmãos Muçulmanos também foi esmagada no Egito e efetivamente banida da Síria. Somente o talibã consolidou-se como uma exceção nesse cenário. Outros insurgentes também ganhavam espaço na Argélia, Bósnia e Chechênia. Isso levou pesquisadores como Gilles Kepel e Oliver Roy a argumentar que a fase do pós-islamismo estava se consolidando. Fase em que as iniciativas políticas dos atores que carregaram sua bandeira falharam.

<sup>35</sup> Texto original: For every act of violence, they will offer some form of reference to scriptural sources – however tenuous, esoteric, or contested – to explain their actions. It therefore follows that this is when the most output was produced, as jihadis Fighting Western coalition forces in Iraq sought to explain themselves to an otherwise uncertain Muslim audience in the Middle East and beyond.

abrangentes, fundou novas instituições e empregou métodos ainda mais extremos (NEUMANN, 2016, p. 56-57, tradução nossa)<sup>36</sup>.

A gênese do Estado Islâmico, que Neumann (2016) enxerga como propulsor de uma nova onda terrorista no mundo contemporâneo, está no legado de um jordaniano chamado Abu Musab al-Zarqawi. Dono de um passado criminoso controverso, ele também esteve em território afegão e participou do movimento de insurgência contra a ocupação soviética no estágio final do conflito oitocentista. E, mesmo após o fim do embate, permaneceu no Afeganistão, cultivando uma frutífera rede de contatos. “Os jihadistas que recrutou ou conheceu durante esse período viriam a formar, um dia, o núcleo de uma rede internacional. E um novo amigo revelou-se especialmente importante para o futuro de al-Zarqawi – o xeque Abu Muhammad al-Maqdisi, um dos arquitetos do Salafismo jihadista” (STERN; BERGER, 2015, p. 37).

O experiente clérigo de origem palestina acabaria se tornando um pai espiritual para o veterano da guerra afegã. Al-Maqdisi era o “monge livresco da *fatwa*” e al-Zarqawi emergiria como o homem que testaria suas teorias em tempo real e numa guerra real (STERN; BERGER, 2015). Quando o intelectual fundou sua própria célula jihadista jordaniana (a Casa do Imã), arregimentou al-Zarqawi. Em março de 1994, os dois foram presos e o pupilo processado pela posse de armas ilegais e por pertencer a uma organização proibida. Sentenciado em 1994 a 15 anos de prisão, foi transferido para o presídio de segurança máxima Swaqa, baseado no deserto da Jordânia. Ali começaria sua transformação:

O tempo na prisão tornou al-Zarqawi mais focado, brutal e decisivo. Como um membro dos Bani Hassan, ele ocupava uma posição acima dos outros presos, até de al-Maqdisi, que, no entanto, era dignificado por sua amizade com al-Zarqawi [...] através da coerção ou persuasão, al-Zarqawi buscou singularizar a sua interpretação da ideologia islâmica, colocando a si mesmo no papel de supremo jurisprudente (WEISS; HASSAN, 2015, p. 24).

Assumindo o título de emir, al-Zarqawi compôs éditos religiosos que acabariam publicados na Internet. A saída da prisão antes do tempo previsto, através de uma anistia geral declarada pelo rei Abdullah II, foi sucedida pelo encontro com Osama Bin Laden na capital do Talibã, Kandahar.

---

<sup>36</sup> Texto original: Of course, the Islamic State did not appear out of thin air. It was a product of the conflict in Iraq in the 2000s, the Arab Spring and – even more crucially – the jihadist movement that Azzam and bin Laden set in motion in 1980s Afghanistan [...] Just as happened in the other waves, the Islamic State brought together a whole range of movements and developments that had been in progress for decades. But it also has a character of its own. The movement has reinvented itself. It has mobilized a younger generation, pursued similar but far further-reaching ends, founded new institutions and employed even more extreme methods than were seen before.

Na literatura sobre o tema, é corrente o relato de rusgas entre os dois desde o primeiro momento. De acordo com Neumann (2015), as diferentes concepções que nutriam sobre o propósito da luta armada estavam por trás disso: as ideias de al-Zarqawi eram mais severas, agressivas e intransigentes.

As discordâncias levaram o jordaniano a atuar por cinco anos de forma independente, embora tivesse apoio de Bin Laden e da al-Qaeda Central. O seu campo de treinamento em Herat (Afeganistão) foi sustentado pela organização mediante o consenso do *mullah* Omar, o líder dos talibãs. Com passagens pelo Irã, Síria e Líbano, ele recrutou novos combatentes e fez crescer a sua rede. Mas, enquanto Bin Laden estava ocupado com o Ocidente, em particular com a orquestração da espetacular ação do 11 de setembro, al-Zarqawi preocupava-se com a *jihād* nos países muçulmanos.

Os desdobramentos da Guerra ao Terror decretada pela administração do presidente norte-americano George W. Bush aproximaram al-Zarqawi da al-Qaeda e dos talibãs na nova luta em solo afegão. Ferido em combate, ele acabou migrando para o Irã em 2002 e daí para o Curdistão Iraquiano, onde se juntou ao *Ansar al-Islam*<sup>37</sup>. Mas foi a invasão do Iraque que o empurrou para uma aliança definitiva com o líder da al-Qaeda e conduziu a uma presença duradoura da organização naquele país.

Pouco depois da invasão, o terrorismo dentro das fronteiras iraquianas aumentou precipitadamente. O Iraque entrou em guerra civil e a missão dos aliados americanos passou do combate para a construção de uma nação. Al-Zarqawi se aproveitou da situação. Em agosto de 2003, seus homens realizaram um atentado bomba contra a sede da missão da ONU<sup>38</sup> e a embaixada da Jordânia em Bagdá, estabelecendo um padrão de violência em rápida escala. No final do mesmo mês, também encabeçaria o ataque a uma importante mesquita xiita.

Apesar das tensões com a liderança central da al-Qaeda, em 2004 ele declarou *bay'a* (fidelidade) a Bin Laden e anunciou a criação de um novo movimento jihadista: a al-Qaeda na Terra dos Dois Rios. No Ocidente ele ficou conhecido como al-Qaeda no Iraque, ou AQI. A aliança serviu tanto aos propósitos da al-Qaeda, que saía de uma campanha de terror desastrosa na Arábia

---

<sup>37</sup> Criado em 2001, o grupo nasceu como um movimento salafista que impôs a aplicação estrita da *Shari'a* nos povoados que controlava no território iraquiano. Com a invasão do Iraque dois anos depois, converteu-se num grupo rebelde empenhado na luta contra as forças lideradas pelos Estados Unidos. Mais tarde enviaria seus membros para a Síria, a fim de lutar contra o governo local na sequência da eclosão da guerra civil do país.

<sup>38</sup> O embaixador brasileiro Sérgio Vieira de Mello morreu nesse ataque.

Saudita e estava desesperada para ocupar um papel na insurgência sunita no Iraque, como ao objetivo de al-Zarqawi de usufruir da estrutura financeira e do aparato de recrutamento da organização (McCANTS, 2015, p. 12). Mas a violência de suas ações só cresceu, muitas vezes seguindo estratégias em desacordo com Bin Laden. No centro do choque estavam as questões inter-relacionadas do *takfîr* e o uso da selvageria extrema como arma.

Com a morte de Osama Bin Laden, al-Zawahiri se tornou o interlocutor do jordaniano e continuou cobrando uma mudança de abordagem. Apesar de seguir alguns indicativos, al-Zarqawi construiu um caminho próprio e encontrou apoio ideológico para seu discurso num importante texto jihadista de autoria de um ideólogo conhecido pelo pseudônimo de Abu Bakr Naji (STERN; BERGER, 2015). Escrito em 2004, o tratado de 113 páginas, em arábico, era intitulado *Idarat al-Tawahhush (The Management of Savagery: The Most Critical Stage Through Which the Ummah Will Pass)* e foi publicado por um dos primeiros fóruns jihadistas da Internet, o *al-Ekhlâs*.

O documento delineava três fases da luta jihadista: a) Perturbação e exaustão: durante a qual os atentados terroristas prejudicam a economia das potências inimigas e desmoralizam as suas populações; b) Gestão da Selvageria: uma fase de resistência violenta, com ênfase na realização de atos de violência muitíssimos visíveis, com a intenção de enviar uma mensagem tanto aos aliados quanto aos inimigos; c) Tomada do poder: o estabelecimento de regiões controladas pelos jihadistas que possam, subsequentemente, crescer e unir-se com vista à recriação do Califado (STERN; BERGER, 2015, p. 46).

Al-Zarqawi também foi influenciado pelo ideólogo jihadista Abu Musab al-Suri, cujo livro de 1.600 páginas intitulado *A Call to a Global Islamic Resistance* defendia a chamada “resistência sem líder”, isto é, o uso dos chamados atentados dos lobos solitários. O jordaniano publicou muitos comunicados que detalhavam a sua realização das profecias de al-Suri, as quais incluíam lutas apocalípticas contra os “persas” (STERN; BERGER, 2015).

Um ataque aéreo em 2006 matou al-Zarqawi. Al-Zawahiri emitiu uma declaração o elogiando, assim como seu comprometimento com a causa da al-Qaeda. Mas também aproveitou a oportunidade para apelar à AQI para estabelecer um Estado islâmico:

Passados poucos meses, uma coligação de jihadistas insurgentes, conhecida como Conselho Shira Mujahideen anunciava a formação do Estado Islâmico do Iraque (ISI). A formação do conselho tinha resultado, em parte, do reconhecimento da AQI de que não podia continuar a competir com outras facções jihadistas na sua esfera de influência, e de que era necessária, pelo menos, uma aparência de

compromisso. O sucessor de al-Zarqawi como líder da AQI, Abu Hamza al-Muhajir, um experiente combatente egípcio, jurou lealdade ao ISI e ao seu recém-nomeado líder, Abu Omar al-Baghdadi, sobre quem pouco se sabe (STERN; BERGER, 2015, p. 49).

Após a morte de al-Zarqawi, o Estado Islâmico no Iraque retrocedeu. No entanto, a morte de Abu Omar al-Baghdadi, líder do ISI, em 2010, acabou se transformando num ponto de viragem. Seu sucessor tornou-se o obscuro Abu Bakr al-Baghdadi. Supostamente, ele nasceu em 1971, no seio de uma família árabe sunita na cidade de Samarra. A biografia escrita por um cidadão do Bahrein que se uniu ao Estado Islâmico – contestada, mas distribuída em larga escala – aponta que vinha de uma estirpe salafita praticante. Aparentemente, levou uma vida calma até os Estados Unidos e seus aliados terem invadido o Iraque. Acredita-se que iniciou seu caminho na *jihād* em 2003 (STERN; BERGER, 2015, p. 56).

Fundador e líder da comissão de *Sharī'a* do grupo rebelde *Jamaat Jayash Ahl al-Sunnah wa-al-Jamaah*, que operava em Samarra, Diyala e Bagdá, ele teria sido preso numa operação americana e levado para Camp Bucca como Ibrahim Awad Ibrahim al-Badri. Os relatos sobre o episódio são contraditórios, mas a exposição dele a esse ambiente teria sido importante para o projeto que ajudaria a moldar após sua saída da prisão e a união ao ISI:

Antes da sua detenção, o Sr. al-Baghdadi e outros [elementos] eram radicais violentos, determinados a atacar os Estados Unidos. O tempo que passaram na prisão aprofundou o seu extremismo e ofereceu-lhes a oportunidade de aumentarem o seu número de seguidores. Em Camp Bucca, por exemplo, as figuras mais radicais estavam detidas juntamente com indivíduos menos ameaçadores, alguns dos quais não tinham cometido nenhum crime violento. As prisões da Coligação transformaram-se em centros de recrutamento e em campos de treino para os terroristas que os Estados Unidos estavam a conhecer [...] Pequenos criminosos, terroristas violentos e personalidades desconhecidas eram separados apenas de acordo com critérios sectários. Tal permitia aos extremistas espalharem a sua mensagem. Os detidos que rejeitassem a presença dos radicais nas suas celas enfrentavam a vingança de outros prisioneiros através dos tribunais da *Sharia* que infestavam as infraestruturas. A radicalização da população da prisão era evidente a todos aqueles que prestassem atenção. Infelizmente, poucos líderes militares o faziam (tradução nossa)<sup>39</sup>.

Após garantir sua segurança pessoal, al-Baghdadi criou alianças com os baathistas, que se tornaram uma parte extremamente importante do grupo. Muitos deles passaram a ocupar posições

---

<sup>39</sup> Andrew Thompson e Jeremi Suri, <<How America helped ISIS >>, op-ed, New York Times, 1 de outubro de 2014, <https://www.nytimes.com/2014/10/02/opinion/how-america-helped-isis.html>.

centrais da organização. Sob a nova liderança, a violência do ISI escalou através de ataques suicidas coordenados, em vários locais e no mesmo dia.

Em julho de 2012, em meio a uma atmosfera de sectarismo, al-Baghdadi anunciou publicamente e previamente seu próximo passo, uma campanha chamada “Derrubar os Muros”, através da qual prometia libertar as prisões iraquianas repletas de rebeldes jihadistas. O ISI passaria o ano seguinte cumprindo a promessa. Durante esse período, o líder suscitou a fúria da al-Qaeda declarando uma expansão do ISI até a vizinha Síria, que se encontrava agora imersa em guerra civil. O grupo passaria então a se chamar Estado Islâmico no Iraque e na Síria, usando o famoso acrônimo ISIS. O efeito da estratégia foi decisivo para preparar a ascensão da organização:

Se os confrontos sectários no Iraque ofereceram uma abertura para o ISI se reagrupasse, a violência na Síria daria a al-Baghdadi o pretexto para se expandir. A fronteira entre a Síria e o Iraque era, há muito, permeável. As velhas rotas de contrabando usadas para deslocar combatentes e mantimentos da Síria para o Iraque, durante a recente guerra, eram agora invertidas para levar combatentes e mantimentos para a Síria” (STERN; BERGER, 2015, p. 63).

Vários membros do ISIS foram enviados para a Síria a fim de edificarem uma nova organização jihadista que pudesse operar a partir daquele país. Isso levou à criação da al-Nusra nesse território. Os dois grupos expandiam-se nos dois países. Até que no dia 9 de abril al-Baghdadi anunciou uma fusão, chamando o novo grupo de Estado Islâmico do Iraque e do Levante. A situação causou a fúria da al-Qaeda Central. A partir de 2013 as tensões deram lugar à violência e, no início de 2014, foi travada uma guerra dentro da guerra por todo o norte da Síria, com o ISIS a combater diversas facções rebeldes, incluindo o al-Nusra (STERN; BERGER, 2015).

Apresentando vitórias sólidas tanto no Iraque como na Síria, o ISIS conseguiu controlar faixas territoriais cada vez maiores e governar agressivamente as zonas onde podia consolidar o controle. Através de uma estratégia militar que Abu Bakr al-Baghdadi descreveu como “uma serpente que se move entre as pedras”, usando suas forças como tropas de assalto quando se trata de atingir alvos considerados frágeis, mas evitando se atolar em batalhas prolongadas quando a correlação de forças se equilibra (COCKBURN, 2015, p. 17), empreendeu uma campanha que em 100 dias transformaria a política do Oriente Médio.

Em janeiro de 2014, os homens de al-Baghdadi capturaram Fallujah e continuaram a avançar. No início de junho de 2014 veio a conquista crucial de Mossul, cidade com 1,5 milhões de habitantes e a maior barragem do Iraque. Mas foi no dia 29 de junho que a organização deu um

passo no mundo das ideias. Numa gravação de áudio do seu principal porta-voz, Abu Mohammad al-Adnani, declarou que estava a reconstruir o Califado, um império islâmico histórico com uma ampla ressonância entre os muçulmanos de todo o mundo, mas em especial entre os jihadistas salafistas. Al-Baghdadi foi declarado o novo Califa Ibrahim e o anúncio exigia a lealdade de todos os muçulmanos espalhados pelo mundo e em especial de todos os outros grupos jihadistas:

O sol da *jihād* ressuscitou e as boas novas de Deus brilharam. O triunfo agigantase no horizonte e os sinais da vitória apareceram. Aqui, a bandeira do Estado islâmico, a bandeira do monoteísmo, levanta-se e vibra. Sua sombra cobre a terra de Aleppo até Diyala. Os muros dos tiranos foram demolidos, suas bandeiras caíram e suas fronteiras foram destruídas ... É um sonho que vive nas profundezas de cada crente muçulmano. É uma esperança que agita o coração de cada monoteísta *mujahid*. É o califado. É o califado - a obrigação abandonada da era ... Agora o califado voltou. Nós pedimos a Deus o exaltado para fazê-lo de acordo com o método profético (tradução nossa)<sup>40</sup>.

---

<sup>40</sup> Texto original: The sun of jihad has risen, and the glad tidings of goodness have shone forth. Triumph looms on the horizon, and the signs of victory have appeared. Here, the flag of the Islamic State, the flag of monotehism, rises and flutters. Its shade covers land from Aleppo to Diyala. Beneth the walls of the tyrantes have been demolished, their flags have fallen, and their borders have been destroyed... It is a dream that lives in the depths of every Muslim believer. It is a hope that flutters in the heart of every mujahid monotheist. It is the caliphate. It is the caliphate – the abandoned obligation of the era... Now the caliphate has returned. We aks God the exalted to make it in accordance with the prophetic method – Fonte: McCANTS, W. The ISIS Apocalypse: the history, strategy and doomsday vision of the Islamic State. New York: Picador, 2015.

### 3. A MATRIZ MUDIÁTICA DO ESTADO ISLÂMICO

#### 3.1. O pioneirismo e influência da al-Qaeda

Na década de 1980, o Afeganistão já abrigava em seu território uma frente midiática operada por algumas das principais organizações insurgentes do país, especialmente o Hezb-el Islami<sup>41</sup> e a Jamiat-e-Islami<sup>42</sup>. Elas empregavam publicações escritas rudimentares, emissoras de rádio e fitas de áudio e vídeo para promover sua causa no interior do país e no vizinho Paquistão (SORIANO, 2009, p. 149). Os voluntários árabes que se uniram à *jihād* no país, no entanto, foram os responsáveis pela melhoria dessas práticas e a expansão do alcance delas:

Os árabes que vieram dar suporte aos insurgentes afegãos pegaram esse projeto de mídia localmente orientado, traduziram seus produtos e os distribuíram pelo mundo árabe. Mais tarde, eles e suas ONGs reproduziram esses materiais em inúmeras línguas, tornando-os acessíveis para leitores muçulmanos na Europa, no Extremo Oriente, na África, na Ásia Central e na América do Norte. A rede de distribuição foi construída sobre a estrutura que já mantinham através de suas ramificações nessas localidades. O mentor de Osama Bin Laden, Sheikh Abdullah Azzam, e o seu Maktab al-Khidamat (MK) – ou Bureau de Serviços Afegãos – lideraram esse esforço (SCHEUER, 2007, tradução nossa)<sup>43</sup>.

O conteúdo desses materiais tinha um propósito: denunciar os abusos cometidos pelas tropas soviéticas e exaltar o valor e heroísmo do povo afegão, que resistia ao poderio militar da grande potência. Além de buscar a simpatia internacional, eles eram uma ferramenta para obtenção de doações e apoio à causa islâmica (SORIANO, 2009, p. 150). Uma publicação em especial se destacaria nesse cenário através do esforço de Abdullah Azzam: a revista al-Jihad.

O primeiro número da revista, que seria veiculada mensalmente por dez anos, foi publicado em 28 de dezembro de 1984. Com foco na melhoria e difusão dela, Abdullah Azzam realizou uma

---

<sup>41</sup> Organização islâmica conhecida por sua luta contra o governo comunista afegão e seu grande aliado, a União Soviética. Foi fundada em 1975 e liderada por Gulbuddin Hekmatyar.

<sup>42</sup> Partido político do Afeganistão.

<sup>43</sup> Texto original: The Arabs who came to support the Afghan insurgents took this locally-oriented media project, translated its products into Arabic and distributed them across the Arab world. Later, the Arabs and their respective NGOs reproduced these items in a number of languages, making them accessible to Muslim readers in Europe, the Far East, Africa, Central Asia and North America. The NGOs' far flung branches, of course, served as an already-in-place distribution network. Osama bin Laden's mentor, Sheikh Abdullah Azzam and his Maktab al-Khidamat (MK) — or Afghan Services Bureau — were leaders in this effort.

campanha a favor da publicação durante suas numerosas viagens e em pouco tempo conseguiu atingir uma tiragem de 70 mil exemplares por mês. Nesse período, a revista circulava livremente pela Arábia Saudita, Kuwait, Emirados Árabes, Jordânia e Magrebe. Também era possível encontrá-la na Europa e, principalmente, nos Estados Unidos, que recebia metade da sua tiragem mensal (SORIANO, 2009, p. 150). Desde o início, Osama Bin Laden se empenhou no financiamento da publicação (ROGAN, 2007, p. 38).

Foi pelas páginas da al-Jihad e as mãos de Abdullah Azzam que “a lenda dos guerreiros santos afegãos seria embalada e vendida mundo afora” (WRIGHT, 2006, p. 114). Inclusive a do triunfo do próprio Bin Laden na Cova do Leão, base operacional construída por ele nas montanhas de Tora Bora durante a ocupação. Diante da decisão de destruir o local, as tropas soviéticas o submeteram a um intenso bombardeio durante semanas, mas acabaram derrotadas pelos homens liderados por Osama:

Da perspectiva soviética, a batalha da Cova do Leão foi um momento breve no recuo tático do Afeganistão. Mas na atmosfera religiosa exaltada entre os seguidores de Bin Laden reinava a sensação estonteante de estarem vivendo num mundo sobrenatural, onde a realidade se ajoelhava diante da fé. Para eles, o confronto na Cova do Leão tornou-se a base do mito de que derrotaram a superpotência. Em poucos anos, todo o império soviético se esfacelaria – morto pela ferida que os muçulmanos lhe infligiram no Afeganistão, acreditaram os jihadistas (WRIGHT, 2006, p. 139).

Testemunhando de perto e se beneficiando do trabalho de seu mentor, Osama Bin Laden não demorou a perceber o poder que as campanhas de comunicação poderiam ter no alcance de seus objetivos. Soriano (2009) trata esse momento histórico como a origem remota da propaganda da al-Qaeda e estabelece três fases que caracterizariam o desenvolvimento dela a partir daí. Na primeira, entre os anos de 1994 e 2001<sup>44</sup>, a organização seguiu padrões comuns a outros grupos terroristas: elaborava documentos escritos e audiovisuais onde se repetiam suas demandas, vídeos que colecionavam atividades de entretenimento, demonstrações de seus arsenais, imagens de alguma ação armada e gravações de discursos dos líderes da organização (SORIANO, 2009, p. 151).

---

<sup>44</sup> Ao longo dos anos 1990, a al-Qaeda transformou-se numa empresa, com rol de pagamentos e subsídios, bem como operacionais que viajavam pelo mundo e se inseriam nos conflitos locais, fosse para darem assistência aos movimentos radicais no terreno ou para se aproveitarem deles – como quando lavou dinheiro através de instituições de socorro para a Bósnia; ou quando lavou dinheiro através de membros treinados da célula jihadista nos Estados Unidos que perpetrou o atentado ao World Trade Center de 1993 e que tentou, semanas mais tarde, fazer explodir bombas junto de marcos históricos da cidade de Nova Iorque (STERN; BERGER, 2015, p. 79).

A maior parte desses materiais visava o consumo interno, incluindo as pessoas que integravam as redes de apoio da *jihād*, simpatizantes e potenciais recrutas.

Um marco desse período foi a criação, em Londres, do Comitê para o Conselho e a Reforma, cuja liderança foi assumida pelo estudante árabe Khalid Al Fawwaz. Apesar do nome imponente, a estrutura do comitê era uma sala com um fax. Dela, Fawwaz enviava ensaios escritos por Osama Bin Laden para países do Golfo e meios de comunicação ocidentais:

Uma prova da importância que Bin Laden atribuía a estas funções está nas chamadas que efetuou com um telefone móvel via satélite na década de noventa. Essa linha, que pode ser interceptada pela inteligência estadunidense durante dois anos (1996 e 1998), mostra como o principal destinatário de todas as chamadas internacionais da cúpula da al-Qaeda era o próprio Al Fawwaz (Fielding e Gadhery, 2002). Nessas conversas o líder terrorista acordava com seu representante no Ocidente a forma como sua imagem seria promovida internacionalmente, remetendo cópias de suas conferências e escritos para que fossem ouvidos nas reuniões dos radicais de qualquer país. O Comitê também exercia o papel de intermediário entre os meios de comunicação mundiais e os líderes da organização terrorista no Afeganistão. No início da década de 1990, o Comitê para o Conselho e a Reforma já difundia suas mensagens recorrendo ao correio eletrônico, tecnologia que dava seus primeiros passos e cuja vigilância ainda não era parte da agenda das forças de segurança (SORIANO, 2009, p. 154, tradução nossa)<sup>45</sup>.

No início desta primeira etapa, a atividade comunicativa da al-Qaeda se restringia a textos escritos e tinha um caráter personalista: o líder da organização era praticamente o único protagonista das mensagens difundidas (SORIANO, 2009, p. 155). Mas, conforme ela foi se abrindo ao interesse público, Osama Bin Laden passou a conceder entrevistas a jornalistas árabes e ocidentais, aproveitando o impacto e a repercussão causados pela “Declaração de Guerra Contra os Estados Unidos”<sup>46</sup>, divulgada em 1996. A primeira entrevista dele para uma grande rede de televisão

---

<sup>45</sup> Texto original: Una prueba de la importancia que Bin Laden atribuía a estas funciones viene dada por las llamadas que efectuó con un teléfono móvil vía satélite en la década de los noventa. Dicha línea, que pudo ser interceptada por la inteligencia estadounidense durante dos años (1996 a 1998), muestra cómo el principal destinatario de todas las llamadas internacionales de la cúpula de Al Qaeda era el propio Al Fawwaz (Fielding y Gadhery, 2002). En dichas conversaciones el líder terrorista acordaba con su representante en Occidente la forma en que su imagen sería promovida internacionalmente, remitiendo copias de sus conferencias y escritos para que fuesen oídos en las reuniones de radicales de cualquier país. El Comité también ejercía de intermediario entre los medios de comunicacionais mundiales y los líderes de la organización terrorista en Afganistán. En fechas tan tempranas como el inicio de los noventa, el Comité para el Consejo y la Reforma ya difundía sus mensajes recurriendo al correo electrónico, una tecnología que aún estaba dando sus primeros pasos y cuya vigilancia aún no formaba parte de la agenda de las fuerzas de seguridad.

<sup>46</sup> O nome original do manifesto é *Declaration of Jihad Against the Americans Occupying the Land of the Two Holy Mosques*. Ele pode ser lido na íntegra na página do Centro de Combate ao Terrorismo de West Point: <https://ctc.usma.edu/wp-content/uploads/2013/10/Declaration-of-Jihad-against-the-Americans-Occupying-the-Land-of-the-Two-Holiest-Sites-Translation.pdf>.

mundial foi concedida ao jornalista da CNN Peter Arnett em março de 1997<sup>47</sup>. Ele teria escolhido esta emissora em vez da BBC e o programa *60 minutes* da CBS por sua vasta audiência (ROGAN, 2007, p. 39).

A precariedade dos meios propagandísticos utilizados pelo movimento jihadista durante esta primeira fase está relacionada às limitações tecnológicas próprias daquele período. O uso da Internet ainda enfrentava uma série de obstáculos. Por isso, a al-Qaeda precisava que sua mensagem fosse reconhecida e difundida através dos meios de comunicação tradicionais, especialmente a televisão (SORIANO, 2009, p. 156).

A transmissão de dados ainda era muito precária, assim, por exemplo, a descarga de um vídeo apresentava muitos problemas e podia demorar dias através de um antigo modem telefônico. Porém, o principal inconveniente estava no fato de que com esse meio só era possível alcançar uma pequena porcentagem da população mundial que em meados da década de noventa desfrutava de uma privilegiada conexão com a Internet. Também não havia sido disseminado o uso de câmeras de vídeo digitais, nem existiam instrumentos de edição de imagens acessíveis (SORIANO, 2009, p. 156, tradução nossa)<sup>48</sup>.

Essas limitações, no entanto, não impediram que a al-Qaeda adentrasse o ciberespaço. Uma série de iniciativas complementares marcaram sua inserção nesse universo. E elas serviriam de modelo para as ações de outros grupos violentos. Em 1996, foi criada em Londres a *Azzam Publications*, o primeiro organismo de propaganda da al-Qaeda. Desde sua criação, ele se dedicou à difusão e tradução de materiais jihadistas, à redação de obituários de terroristas mortos em combate e à criação de materiais próprios que se popularizariam entre os partidários da *jihād* contra o Ocidente (SORIANO, 2009, p. 157).

---

<sup>47</sup> A equipe da CNN foi conduzida às montanhas gélidas acima de Jalalabad, até uma cabana de barro forrada com cobertores, para se encontrar com Osama Bin Laden. Desde sua chegada ao Afeganistão, o saudita já havia falado com repórteres dos jornais *The Independent* e *Al-Quds al-Arabi*, sediados em Londres, mas essa foi sua primeira entrevista concedida a uma rede de televisão. Na passagem mais reveladora da entrevista, Arnett perguntou se, caso os Estados Unidos concordassem com sua exigência de que deixassem a Arábia, ele revogava sua *jihād*. Osama foi enfático: “A reação foi resultado da política americana agressiva em todo o mundo muçulmano, não apenas na península Arábica”. Já falando como representante da nação islâmica, um califa em potencial, defendia, portanto, que os Estados Unidos tinham de desistir de qualquer tipo de intervenção contra muçulmanos “no mundo inteiro” (WRIGHT, 2007, p. 274-275).

<sup>48</sup> Texto original: La transmisión de datos era aún muy precaria, así por ejemplo, la descarga de un vídeo presentaba numerosos problemas y podía tardar varios días a través de un antiguo módem telefónico. Sin embargo, el principal inconveniente se hallaba en que con este medio solo se podía alcanzar al pequeño porcentaje de la población mundial que a mediados de los noventa disfrutaba de una privilegiada conexión a Internet. Tampoco se había extendido aún el uso de cámaras de vídeo digitales, ni existían instrumentos accesibles de edición de imágenes.

Babar Ahmad, um estudante de engenharia do Imperial College de Londres, foi o responsável por colocar no ar a página da *Azzam* e permaneceu como administrador dela até sua prisão, em 2003. Foi nesse espaço que Ahmad lançou o primeiro vídeo jihadista em inglês, intitulado *The Martyrs of Bosnia*, em 1997. O documentário de longa-metragem descrevia o arco da Guerra dos Bálcãs na década de 1990 a partir da perspectiva de combatentes jihadistas estrangeiros (STERN; BERGER, 2015, p. 129).

No final dessa primeira fase de consolidação do arsenal comunicacional do movimento, a filmagem de vídeos sobre as operações armadas dos grupos do Movimento Jihadista Global (GJM) foi adquirindo um interesse crescente. Eles não eram úteis apenas para o recrutamento e o consumo interno dos jihadistas, mas também podiam ser utilizados para transmitir uma versão diferente dos fatos veiculados pelos meios de comunicação de massa:

Assim, por exemplo, na Guerra da Chechênia ocorreram vários episódios nos quais os *mujāhidūn* informavam sobre uma emboscada exitosa contra um comboio russo e os russos negavam que ela tivesse ocorrido. Pouco tempo depois, os jihadistas mostravam na Internet a gravação do vídeo da emboscada, comprometendo desse modo a credibilidade dos meios oficiais russos (SORIANO, 2009, p. 162, tradução nossa)<sup>49</sup>.

A ação dos jihadistas chechenos serviu de modelo para outras organizações do GJM, como o Grupo Salafista para a Pregação e o Combate (GSPC) e até mesmo a al-Qaeda. Entre o final de 2000 e início de 2001, esta debutou o vídeo “A Destruição do Destroyer USS Cole” (TORRES, JORDÁN, HORSBURGH; 2006, p. 413). Esse foi o primeiro grande projeto do *as-Sahāb Media Production Establishment*, braço midiático da al-Qaeda criado em 2001 e que seria responsável pela produção da coleção completa de áudios e vídeos de Osama Bin Laden e Ayman al-Zawahiri, além da elaboração de documentários e materiais sobre as operações militares realizadas pela organização no Afeganistão nos anos seguintes. Essa foi a primeira peça de propaganda da al-Qaeda que mostrou sinais de uma relativa sofisticação técnica, efeitos cinematográficos e capacidade de lidar com línguas estrangeiras. Parâmetros que mais tarde se transformariam em características das produções da *as-Sahāb* (ROGAN, 2007, p. 48).

---

<sup>49</sup> Texto original: Así, por ejemplo, en guerra de Chechenia, se dieron lugares varios episodios en los cuales los muyahidines informaban sobre una emboscada exitosa contra un convoy ruso, y los rusos negaban que ese hecho hubiese tenido lugar. Al poco tiempo, los yihadistas mostraban en Internet la grabación en vídeo de la emboscada, comprometiendo de ese modo la credibilidad de los medios oficiales rusos.

Esse vídeo (de quase duas horas de duração e com uma versão em árabe e outra em inglês) tinha evidentes semelhanças com a estrutura e objetivos de seu predecessor checheno. A fita contém algumas das mais populares imagens sobre a al-Qaeda, que apareceriam posteriormente nos meios de comunicação. Nela é possível contemplar sequências de entretenimento de terroristas no campo de Al Farooq, no Afeganistão, e um bom número de discursos de Bin Laden e outros destacados membros da organização terrorista. No vídeo também podem ser encontradas referências ao atentado que dá nome à fita: o ataque suicida contra um contratorpedeiro americano ancorado no Iémen. Os terroristas gravaram o momento em que uma barca carregada de explosivos colide com o casco do barco. No entanto, falharam no objetivo de registrar o ataque na íntegra e substituíram essas imagens por um gráfico e registros dos meios de comunicação sobre o estado que ficou o barco após a ação (SORIANO, 2009, p. 163, tradução nossa)<sup>50</sup>.

Desde então, a *as-Sahāb* conseguiu se distinguir na cena jihadista global por duas características principais: o já mencionado fato de ser a produtora exclusiva das fitas de Osama Bin Laden e al-Zawahiri (também tendo acesso a filmagens raras de operações da organização) e seu foco em produções audiovisuais. Assim, ela acabou estabelecendo um padrão de sofisticação tecnológica no âmbito das produções midiáticas jihadistas e foi durante algum tempo uma das poucas produtoras capazes de criar materiais de qualidade (ROGAN, 2007, p.56).

O segundo período de desenvolvimento da atividade propagandística do grupo (SORIANO, 2009) se concentra no intervalo entre os ataques de 11 de setembro e a invasão do Iraque pelas tropas norte-americanas. Após os atentados, Osama Bin Laden e a al-Qaeda converteram-se em objeto de interesse mundial. Isso permitiu que qualquer indivíduo que proclamasse atuar em nome da organização recebesse sua cota de atenção na mídia. Situação que levou o grupo a tentar restabelecer seu privilégio informativo (SORIANO, 2009, p. 165). E durante essa fase colocou em marcha duas ações que seriam imitadas numa etapa posterior pelo restante dos grupos, indivíduos e redes que integram o universo jihadista (SORIANO, 2009, p. 167).

A primeira delas é o sequestro e assassinato de reféns com fins meramente propagandísticos. Embora seja possível encontrar precedentes das filmagens de degolamentos nas práticas de grupos jihadistas argelinos e chechenos, nesses casos as vítimas geralmente eram soldados

---

<sup>50</sup> Texto original: Este vídeo (de casi dos horas de duración y con una versión en árabe y otra en inglés) tenía evidentes semejanzas con la estructura y objetivos de su predecesor checheno. La cinta contiene algunas de las más populares imágenes que sobre Al Qaeda aparecerán posteriormente en los medios de comunicación. En ella se pueden contemplar secuencias de entrenamiento de terroristas en el campo de Al Farooq en Afganistán, y un buen número de discursos de Bin Laden y otros destacados miembros de la organización terrorista. En el vídeo también pueden encontrarse referencias al atentado que da nombre a la cinta: el atentado suicida contra un destructor americano anclado en Yemen. Los terroristas trataron de grabar desde las cercanías el momento en que una barca cargada de explosivos colisiona con el casco de barco. Sin embargo, fallaron en su intento por tener constancia visual del ataque y sustituyeron dichas imágenes por un gráfico y por otras obtenidas de los medios de comunicación sobre cómo quedó el barco tras el ataque.

inimigos capturados em emboscadas ou ações de guerrilha. No início de 2002, o sequestro do jornalista norte-americano Daniel Pearl no Paquistão inaugurou uma inovação e lançou um modelo tático que seria replicado a partir de então:

O vídeo intitulado “O degolamento do jornalista espião, o judio Daniel Pearl” era resultado de uma ação que requeria escassa estrutura e modestos meios materiais, mas que permitiu elaborar um produto propagandístico de repercussão mundial. O êxito midiático dessa fórmula simples, junto com a possibilidade de inserir nessas produções o ideário e os objetivos específicos do grupo responsável, não passaram despercebidos para outros componentes da constelação jihadista (SORIANO, 2009, p. 168, tradução nossa)<sup>51</sup>.

A segunda inovação perpetrada pela al-Qaeda nesse período está diretamente relacionada à forma como gestou sua presença no ciberespaço (SORIANO, 2009, p. 168). A entrada efetiva da organização nesse universo data de fevereiro de 2000, quando foi criada a página *maalemaljihad.com*. No ano seguinte, ela também lançou a *alnedat.com*, que se manteve ativa até julho de 2002 (ZELIN, FELLOW; 2013, p. 5). Embora a al-Qaeda nunca tenha reivindicado oficialmente a propriedade dessas páginas, conferiu um caráter semioficial a elas, permitindo que fossem as primeiras a divulgarem certos materiais como vídeos, áudios e comunicados escritos (SORIANO, 2009, p. 169). Além disso, muitos outros sites da época não eram diretamente conectados com a organização comandada por Osama Bin Laden, mas simpatizavam com sua visão globalista da *jihād*. É o caso do *At-Tibyan Publications* e do *Sawt al Qaeqaz*. Isso permitiu que controlasse quem produzia e disseminava materiais jihadistas online, o que a manteve como um organismo de elite e exclusivo (ZELIN, FELLOW; 2013, p. 5).

Adotando um recorte semelhante ao de Soriano (2009), Zelin e Fellow (2013) situam esse fenômeno numa terceira fase das práticas midiáticas jihadistas, precedida pela primitiva atividade propagandística do movimento no Afeganistão durante a década de 1980 e as primeiras experiências dele no universo online em meados da década de 1990, com a atuação de indivíduos que eram donos de domínios na Web e ajudavam organizações jihadistas a monopolizar o conteúdo que era importante para sua causa e determinar como ele seria distribuído. Nesta nova etapa, os administradores de fóruns online facilitavam e ajudavam a disseminar materiais em benefício de

---

<sup>51</sup> Texto original: El vídeo titulado El degollamiento del periodista-espía, el judío Daniel Pearl era resultado de una acción que requería escasa infraestructura y modestos medios materiales, pero que permitió elaborar un producto propagandístico de repercusión mundial. El éxito mediático de esta sencilla fórmula, junto a la posibilidad de insertar en estas producciones el ideario y los objetivos específicos del grupo responsable, no pasaron desapercibidas para otros componentes de la constelación yihadista.

organizações jihadistas, mas não eram necessariamente ligados a elas. De todo modo, na medida que postavam informes importantes e tinham o poder de deletar conteúdos e banir usuários, contribuíam para a condução da comunidade online numa direção específica. E, ao mesmo tempo, nesses espaços os usuários podiam manifestar seus pontos de vista sobre dados eventos.

Aquela que Zelin e Fellow (2013) situam como a quarta fase desse processo caminha paralelamente ao período que Soriano (2009) aponta como o momento de dispersão da produção propagandística da al-Qaeda e de primazia da Internet. Ela coincide com a consolidação de uma mutação que leva a organização a converter-se num movimento ideológico e gera impactos significativos sobre a ação comunicativa do terrorismo jihadista. O Estado Islâmico e suas práticas midiáticas emergem nesse contexto.

### **3.2. As inovações do Estado Islâmico**

Após os Estados Unidos terem invadido o Afeganistão e desenraizado a al-Qaeda de suas bases fixas, precipitando uma mutação que a converteria num movimento ideológico, o departamento de mídia dela também acabou afetado. A consequência principal disso foi a descentralização da sua produção propagandística (SORIANO, 2009, p. 170). Os produtos elaborados pelo núcleo da al-Qaeda Central se converteram numa ínfima parte do conjunto de textos, vídeos e gravações sonoras difundidas durante esse período. No entanto, a organização continuou a desfrutar de altíssimas doses de autoridade e prestígio dentro do movimento jihadista, “como demonstra o fato de que vários grupos terroristas empreenderam nesse período longos e tortuosos processos de negociação com Bin Laden e seu círculo mais imediato para adicionar a ‘marca al-Qaeda’ às suas respectivas denominações” (SORIANO, 2009, p. 171, tradução nossa)<sup>52</sup>.

A criação da al-Qaeda do Iraque (AQI) se deu nesse contexto. Mas, mesmo antes da filiação à organização comandada por Osama Bin Laden, o grupo liderado por Abu Musab al-Zarqawi dispunha de uma das mais ativas e inovadoras vertentes propagandísticas do movimento jihadista global. Diferenciando-se, principalmente, por produções que ecoavam os vídeos do Afeganistão durante o período soviético e mais tarde da Bósnia, realçando as sequências de combate, mostrando, cena após cena, explosões resultantes de artefatos explosivos armadilhados, artilharia e

---

<sup>52</sup> Texto original: Como lo demuestra el hecho de que varios grupos terroristas hayan emprendido en este periodo largos y tortuosos procesos de negociación con Bin Laden y su círculo más inmediato para añadir la ‘marca Al Qaeda’ a sus respectivas denominaciones”.

ataques de franco-atiradores. A qualidade das filmagens frequentemente era ruim, muitas vezes resultante de câmeras digitais portáteis baratas, mas a quantidade era enorme (STERN; BERGER, 2015, p. 132).

A campanha propagandística da AQI teve início efetivamente em 2004. Acredita-se que a mente por trás dela tenha sido Muhannad al-Sa’idi (também conhecido como Abu-Maysara al-Iraqi), um xiita que se uniu ao islã sunita após aderir ao grupo liderado por al-Zarqawi. As operações midiáticas lideradas por ele não envolviam apenas militantes dentro do Iraque, mas também simpatizantes de diferentes localidades que postavam vídeos em fóruns de discussão jihadistas:

As filmagens de combates eram distribuídas individualmente e em seguida recolhidas por apoiantes online com competências técnicas, que as alinhavam em montagens longas com música *anasheed* (canções religiosas a *cappella* islâmicas; conhecidas individualmente como *nasheed*), rematadas por sequências de créditos animados por computador. Esporadicamente, adicionavam trechos das notícias para contextualizar as imagens de guerra (STERN; BERGER, 2015, P. 132).

Naquele ano, o grupo começou a utilizar o fórum *Muntada al-Ansar* como canal principal para a publicação de produções audiovisuais. Ele era administrado por Mohibb al-Shaykhain al-Tunsi juntamente com o marroquino Yunus Tsouli, que vivia no Reino Unido e se autodenominava “Irhabi 007” (Terrorista 007). O fórum permaneceu aberto até outubro de 2005, quando foi substituído por outros espaços de discussão similares, como *Al-Hisba* e *Al-Firdaws* (STENERSEN, 2017, p. 119).

Começando com a execução filmada do empreiteiro americano Nicholas Berg, a AQI distribuiu uma série infindável de vídeos que mostravam a execução de reféns e prisioneiros, frequentemente por decapitação (STERN; BERGER, 2015, p. 132). No final de 2004, no entanto, a sequência de lançamentos foi interrompida. Uma das principais hipóteses que explicam essa mudança momentânea está atrelada às críticas que a liderança da al-Qaeda no Paquistão dirigia à brutalidade dessas produções. Numa carta que teria sido enviada ao emir da AQI em 2005, Ayman al-Zawahiri enfatizava que:

Entre as coisas que os sentimentos da população muçulmana que te ama e apoia nunca irão achar palatáveis são as cenas de abate de reféns. Você não deve se enganar pelo louvor de alguns jovens zelosos e a descrição que dão a você como *shaykh* dos matadouros, etc. Eles não expressam a visão geral daqueles que admiram e apoiam a resistência no Iraque e você, em particular, pela benevolência e

bênção de Deus<sup>53</sup>.

A AQI, no entanto, não demorou a retomar suas atividades, lançando uma nova onda de vídeos. E o recurso mais marcante neles passou a ser o uso ostensivo de clipes curtos: eram pequenos (menos de dez minutos) e mostravam uma única operação, ou longas produções (de quarenta minutos a uma hora e meia) que compreendiam uma série de clipes menores (STENERSEN, 2017, p. 120). Essa característica reflete a estratégia de distribuição online que seria massivamente adotada pelo grupo nos anos subsequentes. Em 2004, já não havia a necessidade de se utilizar fitas VHS ou CD-ROM. Os vídeos eram digitalizados e podiam ser postados diretamente na Internet. Considerando que a banda larga era limitada, clipes menores eram acessados com mais facilidade (STENERSEN, 2017, p. 121).

Nessas primeiras produções, o departamento de mídia da AQI descobriu um conceito importante: o poder da narrativa (STERN; BERGER, 2015). Apesar de muitas vezes os vídeos estarem saturados de explicações e palestras religiosas verbosas, seguiram-se mais exemplos com narrativas independentes que se encaixavam na história ampla da guerra (STERN; BERGER, 2015, p. 132). Outra técnica introduzida pelo grupo foi a filmagem de ataques a partir de múltiplos ângulos (STENERSEN, 2017, p. 121).

Seguindo a tendência inaugurada pela *as-Sahāb*, as produções da AQI também davam destaque para as operações suicidas. Um bom exemplo disso é o filme *The Expedition of Shaykh Umar Hadid*, datado de 2006 e um dos primeiros vídeos do grupo traduzidos para o inglês. A produção de oitenta minutos mostra ataques perpetrados durante uma grande operação dentro e nos arredores de Bagdá em 2005. Ela é marcada por um dos aspectos mais inovadores dos vídeos de mártires da AQI, segundo STENERSEN (2017): o uso de recursos gráficos e técnicas de manipulação de imagem.

O incremento do uso de gráficos e montagens fotográficas é evidente em *The Expedition of Shaykh Umar Hadid*. Uma parte considerável do vídeo mostra fotos de mártires flutuando na tela enquanto cânticos islâmicos tocam no fundo. Mais tarde, há uma cena onde a gravação do mártir falando é sobreposta pelo registro

---

<sup>53</sup> Texto original: Among the things which the feelings of the Muslim populace who love and support you will never find palatable – also - are the scenes of slaughtering the hostages. You shouldn't be deceived by the praise of some of the zealous young men and their description of you as the shaykh of the slaughterers, etc. They do not express the general view of the admirer and the supporter of the resistance in Iraq, and of you in particular by the favor and blessing of God (Trecho da carta de Ayman al-Zawahiri para Abu Musab Zarqawi disponível em: <https://ctc.usma.edu/wp-content/uploads/2013/10/Zawahiris-Letter-to-Zarqawi-Translation.pdf>).

de uma operação suicida – como se ele estivesse falando conosco do além. No final do vídeo retratos de mártires são posicionados sobre um céu cheio de nuvens, mais uma vez retratando-os como se estivessem no Paraíso. O clipe termina com uma gravação de Bin Laden falando do sacrifício em prol do caminho de Deus, enquanto aparece sobre uma ilustração do Paraíso (STENERSEN, 2017, p. 121, tradução nossa)<sup>54</sup>.

Em 2010, quando a al-Qaeda do Iraque já estava rebatizada de Estado Islâmico no Iraque (ISI) e o controle da organização passou para as mãos de Abu Bakr al-Baghdadi, a responsabilidade pela divulgação das mensagens e planos dela coube ao porta-voz do grupo, Abu Mohammad al-Adnani. Fonte de afirmação da força e dos propósitos da organização, o departamento de propaganda coordenado por ele manteve a tradição da violência gráfica da AQI e continuou a desafiar a visão da al-Qaeda Central. Mas também investiu na elevação da qualidade das produções e na integração das práticas comunicacionais do ISI.

A busca por essa evolução pode ser percebida nos desdobramentos da produção da popular série de vídeos *Salil as-Swarim (The Clanging/Clash of the Swords)*, lançada em 2012. Com duração de pouco mais de sessenta minutos, o episódio de abertura era uma peça relativamente típica de *agitprop* jihadista na primeira década do século XXI, mesmo sendo um pouco mais violenta do que o habitual (STERN; BERGER, 2015, p. 135). Misturando imagens estáticas de ideólogos em palestras, segmentos com apresentadores de notícias do Oriente Médio e várias cenas de combate filmadas em estilo de guerrilha com qualidade variável, grande parte do conteúdo do vídeo era dirigida a políticos xiitas iraquianos que estariam sob a influência do Irã. Lançado algumas semanas depois, *The Clanging of the Swords Part 2* já tinha um teor diferente. Ele era constituído integralmente por imagens de guerra e a qualidade do vídeo e do trabalho de câmera era melhor - “em determinados segmentos era mesmo comparável à de um programa de televisão profissional, contando uma história num contexto narrativo” (STERN; BERGER, 2015, p. 136).

Enquanto que o primeiro filme misturava várias pequenas sequências pouco contextualizadas, a sequência de quarenta e nove minutos concentrava-se numa única operação, um ataque à cidade de Haditha, no Iraque, apresentada num estilo *cinéma vérité*. No vídeo, os combatentes do ISI atacavam os *checkpoints* no exterior da cidade e, em seguida, entravam nas casas de homens identificados como

<sup>54</sup> Texto original: The increased use of graphics and photoshopping is obvious in *The Expedition of Shaykh Umar Hadid*. A considerable part of the video shows pictures of the martyrs floating over the screen while *anashid* are playing in the background. Later there is a scene where footage of the martyr speaking is superimposed over footage from the suicide operation – as if he is talking to us from hereafter. At the end of the video, portraits of martyrs are superimposed over a cloudy sky, again depicting them as if they were in heaven. The clip ends with footage of bin Laden speaking of sacrifice in God’s path, superimposed over a pictorial illustration of Paradise.

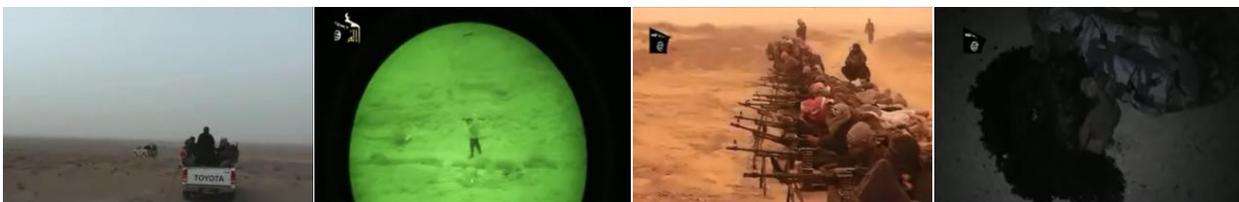
oficiais contra-terrorismo locais. Foram capturados e executados, pelo menos, oito homens. Enquanto que os anteriores vídeos jihadi seguiam, de alguma forma, operações específicas com algum detalhe, *The Clanging of Swords Part 2* era um avanço considerável, graças a uma montagem rápida, à qualidade técnica, à atenção ao detalhe e à violência gráfica (STERN; BERGER, 2015, p. 136).

**Figura 1:** Cenas de *The Clanging of Swords Part 1*



**Fonte:** Jihadology (repositório de Aaron Zelin)

**Figura 2:** Cenas de *The Clanging of Swords Part 2*



**Fonte:** Jihadology (repositório de Aaron Zelin)

A terceira parte da série foi distribuída em janeiro de 2013. Tratava-se de um documentário sobre “Derrubar os Muros”, a campanha que al-Baghdadi tinha prometido colocar em curso num discurso proferido em julho daquele ano. Com grande parte da ação filmada em alta-definição, o material continha características que evidenciavam um operador de câmera experiente e equipamento de vídeo profissional. Algumas cenas eram filmadas com múltiplas câmeras, permitindo que a ação se desenrolasse a partir de diferentes ângulos (STERN, BERGER; 2015, p. 138).

**Figura 3:** Sequência com mudanças de câmera em *The Clanging of Swords Part 3*



**Fonte:** Jihadology (repositório de Aaron Zelin)

Em maio de 2014, meses antes da proclamação do Califado, veio o lançamento de *The*

*Clanging of the Swords Part 4* na Internet. O vídeo de sessenta e dois minutos deu um novo salto de profissionalismo. Ele começava com filmagens aéreas de Fallujah realizadas por um *drone*. Na sequência, o narrador expunha seu orgulho da vasta área controlada pelo EI, homens mascarados desfilavam em colunas armadas pelas ruas, admirados, aparentemente, por uma multidão que se tinha reunido. Após o discurso inflamado, seguiam-se cenas de combate, o assassinato de vítimas identificadas como soldados xiitas, demonstrações de clemência e de força do grupo. Ao contrário das partes anteriores, as sequências eram mais intensas. “A transição entre cenas de luta, execuções, e eventos sem qualquer tipo de combate, elevava o vídeo para lá da sua incrível violência, demonstrando que, mesmo se o EI era manifestamente brutal, oferecia mais do que violência” (STERN; BERGER, 2015, p. 139).

O vídeo *The Clanging of the Swords 4* foi visto milhões de vezes nas plataformas de partilha de vídeo e demonstrou a capacidade ímpar que o grupo tinha atingido para produzir vídeos de propaganda e recrutamento bem-acabados (WEISS; HASSAN, 2015, p. 158).

Não muito ao nível de um filme de Leni Riefenstahl, *O Retirar das Espadas* transmite mais do que adequadamente a sua mensagem para o seu público-alvo. O vídeo estreou bem quando grupos rebeldes na região leste da Síria e Aleppo – sahwats de uma safra mais recente – estavam combatendo o EI. Nenhuma dessas facções tinha qualquer coisa comparável para apresentar para os seus militantes ou para pessoas de fora sugerindo uma bravura ou unidade de propósito parecidas. Para os iraquianos, se você fosse xiita em uma área infiltrada pelo EI, você ficava sem dúvida aterrorizado. Se você fosse sunita, por que se importar com aparecer para o trabalho como um soldado, policial ou vereador eleito se um simples juramento de fidelidade significava manter a sua cabeça pelo futuro próximo? O EI reivindicava ser inabalável e indomável. Muitos acreditaram nisso (WEISS; HASSAN, 2015, p. 159).

**Figura 4** - Cenas de *The Clanging of Swords Part 4*



**Fonte:** Jihadology (repositório de Aaron Zelin)

Com a inauguração do Califado, a propaganda do Estado Islâmico cresceu em quantidade e complexidade. A partir de junho de 2014, houve a proliferação de boletins radiofônicos e textos

diários, ensaios fotográficos e vídeos retratando execuções, excertos da vida diária dos militantes do grupo, treinamentos religiosos e operações militares (WINTER, 2015, p. 18). Essa campanha se espalhou pelo Twitter e transformou os termos ISIS (Islamic State of Iraq and Syria, nome original da organização) e Islamic State, antes rótulos de uma pequena e brutal organização jihadista estabelecida após a invasão americana do Iraque em 2003, numa marca sinônimo de terrorismo global e islã salafista, familiar para todo o Ocidente e mundo árabe (HOFFMAN, 2016, p. 99).

Analisando uma amostra de 123 materiais publicados por três contas oficiais do grupo<sup>55</sup> entre 18 e 24 de abril de 2015, Aaron Zelin (2015) chegou a conclusões interessantes sobre o aparato propagandístico montado pelo Estado Islâmico até aquele momento: o grupo passou a usar a mídia como uma força multiplicadora, capaz de projetar a ideia que era ativo em muitas localidades, quando na verdade a maior parte de suas atividades se concentravam no Iraque e na Síria; 88% dessas publicações dispunham de conteúdos visuais e neles o EI se postava como vencedor, competente e piedoso, enquanto seus inimigos eram taxados de injustos e descrentes.

A composição exata da equipe de mídia do grupo é desconhecida, mas algumas informações sobre ela acabaram emergindo com o tempo. Muitos dos núcleos regionais em que o Estado Islâmico operava tinham seus próprios departamentos, nomeadamente Raqqa e Deir Ez-zoor na Síria, e Diyala, Saladin, Mossul e Kirkuk no Iraque. As respectivas contas deles no Twitter publicavam continuamente fotografias, vídeos e textos sobre as atividades do EI, criando um registro sólido das atividades do grupo (STERN; BERGER, 2015, p. 141).

Acredita-se que militantes ocidentais tenham trabalhado na gestão do projeto de comunicação social da organização. Uma das principais consequências disso foi a criação de um braço midiático do EI especializado na disseminação de materiais em inglês e idiomas europeus semanas antes da ofensiva militar que culminaria na proclamação do Califado: a Al Hayat Media Center (STERN; BERGER, 2015, p. 142). Entre maio e junho de 2014, a agência lançou várias revistas em inglês. Algumas reciclavam conteúdos de meios de comunicação social e outras incluíam relatórios originais das áreas controladas pelo EI. Entre elas estava a revista Dabiq<sup>56</sup>.

A fim de disseminar essas produções, o grupo realizava encontros nos territórios que

---

<sup>55</sup> Ayun al-Ummah (com duas contas: @news\_ommah\_ e @eyes\_IS), Abu Muhammad al-Fatih (com uma conta: @go-thoathinnhg) e Abu Mu'awiyah al-Shami (com três contas @abo\_moawea\_H1\_d, @abo\_moawea\_HD e @abo\_moawea\_HD19).

<sup>56</sup> Os exemplares são encontrados na página Jihadology, mantida por Aaron Zelin, pesquisador do *The Washington Institute for Near East Policy*: <http://jihadology.net/>.

controlava para exibi-las. Ele também criou *media points* (tendas, pequenas cabanas, vagões e *winebags*) em inúmeras cidades e vilas. Neles eram distribuídos materiais impressos, CDs/DVDs e *pen drives* para os moradores locais, especialmente crianças e jovens (ZELIN, 2015, p. 86). A maior parte das operações midiáticas do Estado Islâmico, no entanto, passou a ocorrer no âmbito da Internet. Após a captura de Mosul, em 2014, plataformas de mídias sociais foram utilizadas para projetar sua brutalidade e inserir sua visão da religião no discurso público:

Essa abordagem agressiva para ampliar seu alcance surpreendeu o mundo – os comunicados do Califado, adaptados à disseminação mimética rápida e capazes de transcender tanto identidades como culturas, permitiram que o grupo popularizasse sua causa de forma distinta daquela utilizada por outros atores insurgentes, do passado e do presente. E isso não foi resultado de coincidências. Na verdade, foi resultado de um pensamento inovador, um aprendizado baseado em erros e uma estratégia meticulosa – processos sobre os quais ainda conhecemos pouco devido à opacidade operacional do grupo (WINTER, 2017, p. 6, tradução nossa)<sup>57</sup>.

A expressão “*whack-a-mole*” é utilizada desde o início da década de 1990 para descrever um dos principais desafios do contraterrorismo. *Whac-A-Mole* (sem a letra k) é um jogo para crianças constituído por um campo com buracos do tamanho de uma mesa. Toupeiras de plástico surgem deles aleatoriamente, uma de cada vez, até que começam a aparecer de forma simultânea, mais e mais depressa. O objetivo do jogo é bater nas toupeiras com um martelo assim que saem à superfície. Inevitavelmente, o jogador acaba perdendo-se com a velocidade da aparição delas. Com a chegada do século XXI, a expressão tornou-se onipresente e passou a exprimir o desalento no esforço para anular ou eliminar o terrorismo ou o extremismo da Internet (STERN; BERGER, 2015, p. 167), já que o desmantelamento de uma organização nesses moldes raramente levava à extinção do movimento ao qual estava associada. O debate em torno do problema começou com os fornecedores de serviços de Internet que a al-Qaeda utilizava para alojar seus fóruns:

Apesar de os fóruns serem operacionalmente importantes, eram especializados. Um fórum-terrorista não procurava os seus membros: os potenciais membros tinham de encontrá-lo, muitas vezes munidos de referências pessoais. Alguns fóruns não impunham barreiras, mas um potencial membro da al-Qaeda tinha de

---

<sup>57</sup> Texto original: This aggressive approach to outreach caught the world off guard – the self-proclaimed caliphate’s communications, tailored as they were for swift memetic dissemination and capable of transcending both identity and culture, enabled the group to popularize its war in a manner unparalleled by any other insurgent actor, past or present. Crucially, this was not a product of coincidence. Rather, it was the outcome of innovative thinking, trial and error-based learning and meticulous strategising – processes about which we currently know little due to the group’s operational opacity.

atravessar várias comunidades, ganhando confiança e estabelecendo credibilidade passo a passo, o que demorava tempo. O impacto social dos fóruns era relativamente limitado, enquanto os benefícios do contraterrorismo, ao deixar que os fóruns funcionassem normalmente, com interferências esporádicas, eram bastante claros. Apesar de os administradores dos fóruns estarem no estrangeiro, os Estados Unidos ofereciam os servidores mais baratos, fáceis e viáveis para o armazenamento de conteúdos. O facto de todos os painéis de mensagens da al-Qaeda serem alojados por empresas americanas enfureceu muita gente, tanto por razões políticas como patrióticas, e algumas pessoas montaram campanhas públicas de descrédito para forçar os fornecedores de serviços de Internet (ISP) a suprimirem os fóruns. Mas se um fórum estivesse alojado num servidor nos Estados Unidos, era bastante simples para o governo conseguir uma intimação e iniciar a recolha de dados extremamente importantes (STERN; BERGER, 2015, p. 168).

A ascensão de uma nova geração de plataformas de mídias sociais mudou a funcionalidade desse ecossistema. Enquanto os fóruns eram comunidades barricadas, serviços abertos como o Facebook e o Twitter se tornaram “praças citadinas onde as pessoas vagueiam, encontrando e procurando outras pessoas com interesses similares” (STERN; BERGER, 2015, p. 168). Isso levou a uma migração dos grupos terroristas para as mídias sociais e dificultou a intervenção governamental. Afinal, grande parte das decisões relacionadas à suspensão de contas ficaram a encargo dos proprietários e operadores dessas plataformas. A pressão pública acabou colocando em recurso uma política de cancelamento das contas ligadas a esses grupos, especialmente no Twitter, mas ela não foi capaz de frear o surgimento de novos perfis associados a organizações extremistas. Ou, seguindo a metáfora do “whack-a-mole”, não conseguiu breca a reprodução das toupeiras.

Abu Suleiman al Nasser, um membro proeminente dos fóruns que posteriormente migrou para o Twitter, destacou a importância desse novo campo de luta numa entrevista concedida a J. M. Berger em 2011. De acordo com ele, os ciberjihadistas tinham se tornado muito importantes porque a al-Qaeda, como organização, tornou-se numa ideologia e os meios de comunicação social e sites são espaços para tentar convencer mais muçulmanos a juntarem-se à *jihād*, seja no campo de batalha ou escrevendo e difundindo suas ideias (STERN; BERGER, 2015, p. 169). O Estado Islâmico soube se aproveitar desse fenômeno. Entre setembro e dezembro de 2014, ao menos 46.000 contas no Twitter já eram utilizadas por apoiadores do EI. Cada uma delas tinha, em média, mil seguidores (BERGER; MORGAN, 2015).

Stern e Berger (2015) destacam que uma prova da relevância da adoção dessa estratégia para o EI emergiu em meio ao Mundial de Futebol de 2014. No dia 14 de junho, fãs de língua árabe que usavam o Twitter para checar os resultados das partidas se depararam com fotografias de combatentes do Estado Islâmico executando centenas de soldados iraquianos desarmados e cometendo

outras atrocidades. No dia seguinte, na medida que o grupo consolidava a invasão à cidade de Mosul, iraquianos ansiosos usavam a plataforma para escrever sobre os rumores de que os militantes estavam a chegando à capital do Iraque. Ao pesquisarem a palavra “Bagdade”, em árabe, eram recebidos por símbolos do EI com a ameaça “estamos chegando” e imagens da bandeira negra da organização sobrevoando a cidade. A ação era resultado do emprego de uma nova ferramenta que ajudaria na divulgação da sua mensagem: um aplicativo do Twitter projetado por um jovem programador que vivia com sua família em Gaza. Ele associara-se a um vasto número de sites e contas nas mídias sociais, sob vários nomes e alcunhas, e começou a experimentar aplicações para o Twitter e *smartphones* que utilizam o sistema operacional *Android*. O app *Dawn of Glad Tidings* nasceu dessa empreitada, dedicando-se exclusivamente a conteúdos do Estado Islâmico. E tinha duas funcionalidades básicas: permitia aos utilizadores ler as manchetes de uma série de fontes informativas aprovadas oficialmente pelo EI e, com a concessão do usuário, controlava sua conta a partir de um código informático e enviava *tweets* automaticamente, replicando esses conteúdos (STERN; BERGER, 2015, p. 180-181). Usando, inclusive, *hashtags* para promover tópicos de interesse para o grupo.

Um dia normal podia incorporar seis ou sete difusões que realçavam entre um e três lançamentos de propaganda oficial do EI, tais como o vídeo de uma área ocupada ou fotografias de armas capturadas. A aplicação também promovia futuros lançamentos do EI, evidenciando uma ligação com a estrutura oficial da organização. Praticamente todas as mensagens incluíam pelo menos uma *hashtags* e uma ligação que permitia a novos utilizadores inscreverem-se (STERN; BERGER, 2015, p. 181).

Em setembro do mesmo ano, outro apoiante encarregou-se da tarefa de criar contas que enviavam tweets sistemáticos, controlados por *bots* que pertenciam à categoria de *spam*. Grande parte deles enviavam mensagens em inglês, mas o conteúdo sugeria que o desenvolvedor estava na Indonésia (região onde o EI era muito popular). Em dezembro de 2014, havia milhares de novos *bots* em funcionamento. Para evitarem serem detectados, eles não anunciavam a sua existência nem tentavam atrair novos utilizadores. Eram criados grupos de tamanho médio com nomes similares. “Por exemplo, cerca de oito *bots* foram designados a partir de uma qualquer variação de ‘IS Ghost’. Outro grupo tinha *handles* do Twitter com variações do termo ‘pagdade’ (um homônimo de Bagdade que apontava para as origens indonésias do desenvolvedor)” (STERN; BERGER, 2015, p. 183). Grande parte dos *bots* enviava ligações aos lançamentos oficiais do EI, tais como o vídeo de

propaganda *Flames of War* ou vídeos de decapitação de reféns ocidentais.

Mais exemplos de brigadas eletrônicas se seguiram com o tempo, demonstrando a capacidade de o Estado Islâmico engajar seus apoiadores na sua causa. E dando sinais da centralidade assumida pela comunicação na estratégia operacional do grupo, tornando-a tão poderosa quanto qualquer arma. Um relatório elaborado por Charlie Winter (2017), pesquisador do *International Centre for Study of Radicalisation and Political Violence* (ICSR), demonstra isso. Baseado na análise de um documento de 55 páginas publicado em abril de 2016 no canal oficial de propaganda do Estado Islâmico no Telegram, ele aponta que o EI incita seus apoiadores a alimentarem esse processo oferecendo-lhes recompensas ideológicas, teológicas e emocionais no lugar de vitórias materiais. Potencializando a sensação de participação daqueles que aderem à sua causa. “Como ficou claro nos últimos anos, a promessa de uma participação ativa e de baixo risco na *jihād* se mostrou uma ideia intoxicante para milhares de indivíduos ao redor do mundo” (WINTER, 2017, p. 9, tradução nossa)<sup>58</sup>.

Um objetivo fundamental do Operativo Midiático do grupo é marcar a estratégia propagandística do Estado Islâmico como uma progressão evolutiva na *jihād* global, não uma adaptação revolucionária. Para atender essa meta, os autores abordam a mídia como uma continuação do legado já estabelecido pelos seus antepassados, citando uma série de pensadores de peso do movimento salafista jihadista. O objetivo aqui é atrair supostos partidários do Estado Islâmico com a promessa de que eles não auxiliarão apenas o projeto do Califado, mas também se tornarão parte do movimento mais amplo no qual ele se insere. Isso adiciona um fascínio ideológico ao voluntariado e simultaneamente ajuda a sustentar os esforços constantes dos propagandistas para repudiar alegações desastrosas de que eles são uma organização nova e sem tradição (WINTER, 2017, p. 10, tradução nossa)<sup>59</sup>.

O documento ainda tenta situar o trabalho de produção e disseminação da propaganda do grupo como uma forma de adoração. Ele afirma que a mídia vem tendo um papel central na expansão da *ummah* e que a guerra da informação islâmica remonta ao tempo do Profeta Muḥammad. Através dessa construção retórica, o documento eleva as estratégias comunicacionais do Estado

<sup>58</sup> Texto original: “As has become clear in recent years, this promise of active, lower-risk participation in jihad has proven to be an intoxicating idea for many thousands of individuals around the world”.

<sup>59</sup> Texto original: A fundamental goal of Media Operative is to brand the Islamic State’s propaganda strategy as an evolutionary progression in the global jihad, not a revolutionary adaptation. To this end, the authors frame its approach to media as the continuation of a legacy already established by their forebears, quoting a number of salafi-jihadist heavyweights throughout. The objective here is to entice would-be supporters to participate in the Islamic State’s outreach with the promise that they would not only assist its caliphate project, but become part of the broader movement it was borne of, too. This adds to the ideological allure of volunteering and simultaneously helps substantiate the propagandists’ constant efforts to repudiate derisive claims that theirs is an ‘upstart’ organisation.

Islâmico a um novo plano, ao qual é atribuído um profundo significado religioso (WINTER, 2017, p. 11). A publicação também está repleta de apelos emocionais projetados para transformar o ativismo propagandístico num ato inspirador e envergonhar os simpatizantes do grupo que não se engajam na atividade:

Para este fim, há uma ênfase constante na “firmeza” dos agentes de mídia – quer eles estejam engajados na jihad na trincheira offline ou online. O documento os “leoniza” como soldados desconhecidos cujos papéis não devem ser “depreciados ou subestimados”, especialmente diante do fato de que as batalhas midiáticas são tão ferozes e perigosas como as “guerras materiais” (WINTER, 2017, p. 13, tradução nossa)<sup>60</sup>.

---

<sup>60</sup> Texto original: To this end, there is constant emphasis on the “steadfastness” of media operatives – whether they are waging jihad in the offline or online “trench.” The document lionises them as “unknown soldiers” whose roles must not be “belittled or underestimated,” especially given the fact that the media battles is equally as “fierce” and easily as “perilous” as the “material war.”

## 4. UM FENÔMENO DA ERA DA MIDIATIZAÇÃO

### 4.1. Por que falar de Mídiação?

Se o Estado Islâmico deriva de uma matriz política moldada ao longo de séculos, suas práticas midiáticas carregam a gênese de mudanças socioculturais mais contemporâneas atreladas ao processo de mídiação da sociedade. O escopo teórico que trata desse fenômeno latente e atual perpassa o pensamento de autores de origens diversas e procura dar conta de um cenário onde testemunhamos um redimensionamento dos meios de comunicação social tradicionais, que passaram a utilizar mecanismos característicos dos sistemas digitais (como a Internet), e onde atores sociais e coletivos incorporaram tecnologias midiáticas de modo permanente às suas práticas diárias e até relações particulares. Por isso, enveredar por esse labirinto conceitual é um esforço inicial para compreender os matizes do objeto que nos propomos a investigar.

Como lembra Fausto Neto (2008), o exercício teórico de construção do conceito de mídiação esteve imbricado na própria “processualidade” desse fenômeno, que resulta de processos midiáticos que se instauraram nas sociedades industriais. Assim, nas últimas décadas, o termo acabou eleito como tema em diversas reflexões que tratavam dos modos de estruturação e funcionamento dos meios nas dinâmicas sociais e simbólicas (FAUSTO NETO, 2008, p. 90). Num primeiro momento, compondo modelos teóricos e analíticos que chamavam a atenção para certa centralidade das mídias como um “lugar mediador”, na medida em que se colocam como um ponto de articulação entre partes da sociedade e suas práticas sociais<sup>61</sup>. Posteriormente, passando a sintetizar a emergência de uma nova ordem comunicacional, onde a constituição e funcionamento do tecido social estão atravessados por pressupostos e lógicas denominados “cultura da mídia” (FAUSTO NETO, 2008, p. 91):

---

<sup>61</sup> Fausto Neto (2008) faz referência às elaborações de pensadores como Giddens (1991), que define os meios de comunicação e seus peritos como portas de acesso, no sentido de permitir que a sociedade construa vínculos, estabelecendo relações com sistemas abstratos; Rodrigues (2000), que em suas reflexões sobre os campos sociais como lugar de produção das práticas aponta para a singularidade que representa o campo das mídias enquanto um lugar cuja organização e funcionamento incidiriam sobre os modos de viver a experiência e as interações sociais; e Martín-Barbero, que, no âmbito dos estudos comunicacionais latino-americanos, dá outra roupagem a essas preocupações, abordando a ação das mídias e sua centralidade na vida cultural e política da América Latina, reconhecendo o seu “poder” e os “efeitos” associados (ou em contato) com dinâmicas de outras práticas.

O eixo que atravessa tais formulações é o fato das mesmas entenderem que as mídias deixaram de ser apenas instrumentos a serviço da organização do processo de interação dos demais campos, e se converteram numa realidade mais complexa em torno da qual se constituiria uma nova ambiência, novas formas de vida, e interações sociais atravessadas por novas modalidades do «trabalho de sentido». Neste contexto, as mídias não só se afetam entre si, se inter-determinando, pelas manifestações de suas operações, mas também outras práticas sociais, no âmago do seu próprio funcionamento. A ênfase das operações de sentido da mídiatização sobre a organização social e a expansão da autonomia do campo das mídias, estaria relacionada com fatores históricos, especialmente àqueles que geram o funcionamento da cultura no âmbito da sociedade contemporânea (FAUSTO NETO, 2008, p. 92).

Esse deslocamento da investigação sobre o papel desempenhado pelas mídias na sociedade é a síntese da própria mutação da pesquisa no campo da comunicação: a superação de concepções funcionalistas e instrumentalistas em prol da adoção da complexificação da cultura da mídia e dos cenários sócio-tecnológicos da sociedade como dimensões explicativas. Por isso, a emergência do conceito de mídiatização<sup>62</sup> é uma decorrência do desenvolvimento de uma modalidade prática da comunicação “que impõe aos campos de conhecimentos demandas de leituras e de interpretações que superariam, por assim dizer, certos ‘protocolos clássicos’, cujos primeiros movimentos de compreensão dos fenômenos midiáticos trataram de aprisionar o próprio objeto” (FAUSTO NETO, 2006, p. 2).

Verón (2001) segue esse raciocínio ao apontar que o desenvolvimento de suportes tecnológicos como a fotografia, o cinema, o rádio e a televisão deram vida a novas formas de discursividade que num primeiro momento foram pensadas sob a luz da concepção “representacional”. De acordo com ele, característica da modernidade, ela entende que todos esses novos suportes estão a serviço de um único fim: a comunicação (VERÓN, 2001, p. 13). Assim, uma sociedade midiática seria aquela em que os meios constituem uma espécie de espelho onde a sociedade industrial se reflete e através do qual ela se comunica:

---

<sup>62</sup> Hepp (2014) aponta para a existência de duas tradições entrelaçadas nessa nova vertente da pesquisa midiática: a institucionalista e a socioconstrutivista. Elas diferem sobre como teorizar a mídiatização. Enquanto a linha institucional interessa-se principalmente pela mídia tradicional de massa, cuja influência é descrita como uma *lógica de mídia*, a abordagem socioconstrutivista está mais voltada às práticas de comunicação cotidianas e enfoca a construção comunicativa em transformação da cultura e da sociedade. De acordo com o autor, recentemente, as duas tradições se abriram uma a outra: “Por um lado, os expoentes da tradição institucionalista estão repensando o conceito de lógica da mídia; por outro lado, expoentes da tradição socioconstrutivista enfatizam a necessidade de também investigar a dimensão institucional da mídiatização” (HEPP, 2014, p. 50).

O essencial desse imaginário é que marca uma fronteira entre uma ordem que é a do “real” da sociedade (sua história, suas práticas, suas instituições, seus recursos, seus conflitos, sua cultura) e outra ordem que é a da representação, da reprodução e que progressivamente assumiu os meios (VERÓN, 2001, p. 14, tradução nossa)<sup>63</sup>

A aceleração da revolução das tecnologias da informação tornou esse modelo obsoleto na medida que desencadeou a conversão da “sociedade midiática” numa “sociedade midiaticizada”, que explodiu as fronteiras entre o real e suas representações. A principal consequência disso é que os meios deixaram de ser meros dispositivos de reprodução para também operarem como dispositivos de produção de sentidos. Ou seja, o funcionamento das instituições, das práticas, dos conflitos e da cultura começaram a estruturar-se em relação direta com a existência dos meios (VERÓN, 2001, p. 14).

Existem diferentes compreensões sobre o modo como isso ocorre. Qualquer revisão bibliográfica acerca da forma como a midiaticização pode ser teorizada e operacionalizada inevitavelmente se deparará com o conceito de “lógica de mídia”, que remonta ao pensamento de David Altheide e Robert Snow (1979). Originalmente, os dois pesquisadores norte-americanos defendiam que as tecnologias e formas de comunicação tinham um importante papel sobre a transformação da percepção e interpretação do social. Ao cunhar a expressão, portanto, o objetivo deles “era fornecer uma perspectiva teórica fundamentada num caráter reflexivo da comunicação que unisse interações sociais com formas institucionais e mudanças sociais” (ALTHEIDE, 2013, p. 224, tradução nossa)<sup>64</sup>:

Em termos gerais, lógica de mídia é uma forma de comunicação; o processo através do qual a mídia apresenta e transmite informação. Os elementos dela incluem os vários meios e formatos usados por eles. Os formatos, em parte, referem-se ao modo como o material é organizado, ao estilo empregado na sua apresentação, à ênfase em características específicas de comportamento e à gramática da comunicação midiática. O formato torna-se uma estrutura ou uma perspectiva que é usada para apresentar e interpretar o fenômeno [...] Assim, a lógica dos formatos de mídia é tida como certa tanto pelo comunicador como pelo receptor, o que permitiu

---

<sup>63</sup> Texto original: Lo esencial de este imaginario es que marca una frontera entre un orden que es el de lo “real” de la sociedad (su historia, sus prácticas, sus instituciones, sus recursos, sus conflictos, su cultura) y otro orden que es el de la representación, de la re-producción y que progresivamente han tomado a su cargo los medios.

<sup>64</sup> Texto original: was to provide a theoretical perspective, grounded in the reflexive character of communication that would join social interactions with institutional forms and social changes.

que fosse ignorada como um fator importante de compreensão da mídia (ALTHEIDE, SNOW; 1979, p. 10, apud HEPP, 2012, p. 3, tradução nossa)<sup>65</sup>.

O argumento nasceu como uma crítica à tradição norte-americana da pesquisa em *mass communication*, cujo foco se reduzia aos conteúdos veiculados pela mídia e aos efeitos deles sobre variadas audiências. Ele acabaria ressoando na investigação de autores diversos, mas foi o trabalho de Stig Hjarvard que condensou esse discurso numa perspectiva institucional (HEPP, 2014, p. 47). Para Hjarvard (2012), as instituições sociais pré-modernas como a família, a escola e a igreja eram os principais fornecedores de informação e orientação moral para os membros da sociedade. Essas funções, num ambiente social saturado pela mídia, foram remodeladas de tal modo que as instituições sociais perderam autoridade ao mesmo passo que os *media* preencheram o vácuo institucional deixado pelas antigas formas de poder e organização social (BASTOS, 2012, p. 72). Isso o motivou a delimitar a mídia como instituição e debruçar-se sobre o relacionamento dela com outras instâncias sociais:

Embora esteja se referindo à mídia e a pesquisadores de comunicação escandinavos (especialmente Asp, 1990), Stig Hjarvard (2008) parte do mesmo argumento de Altheide e Snow. Além disso, enfatiza que não basta capturar a influência da mídia na cultura e na sociedade questionando os efeitos dos conteúdos da mídia. Na verdade, devemos nos concentrar em como a cultura e a sociedade são saturadas pela mídia. É exatamente aqui que emerge o conceito de mediatização, embora numa “perspectiva institucional” (Hjarvard, 2008, p. 110). Além de contrastar essa perspectiva com a compreensão que Schulz tem de mediatização, ele enfatiza dois pontos. Em primeiro lugar, quer analisar a relação entre a mídia enquanto instituição e outras instituições. Em segundo lugar, e relacionado a isso, quando fala de mediatização ele quer capturar apenas uma certa forma de institucionalização da mídia, a institucionalização “autônoma”, que é a exigência para que exerça influência sobre outras instituições sociais (HEPP, 2012, p. 5, tradução nossa)<sup>66</sup>.

---

<sup>65</sup> Texto original: In general terms, media logic consists of a form of communication; the process through which media present and transmit information. Elements of this form include the various media and the formats used by this media. Formats consist, in part, of how material is organised, the style in which it is presented, the focus of emphasis on particular characteristics of behaviour, and the grammar of media communication. Format becomes a framework or a perspective that is used to present as well as interpret phenomena. [...] Thus, the logic of media formats has become so taken for granted by both communicator and receiver that it has been overlooked as an important factor of understanding media.

<sup>66</sup> Texto original: While referring more to Scandinavian media and communication researchers (especially Asp, 1990), Stig Hjarvard (2008) starts with exactly the same argument that we already know from Altheide and Snow. Moreover, Hjarvard emphasizes that it is not sufficient to capture the influence of media on culture and society by questioning the effects of media contents. In addition, we should focus on how culture and society are saturated by the media. It is exactly here that the concept of mediatization comes in, however in an “institutional perspective” (Hjarvard, 2008, p. 110). Besides contrasting this perspective with Schulz’s understanding of mediatization, he emphasizes two points. First, he wants to analyze the relation between media as an institution and other institutions. Second, and related to

Partindo dessa reflexão, Hjarvard (2012) delimitou duas formas de mediação: uma direta (forte) e outra indireta (fraca). A primeira atenta-se às situações em que uma atividade antes não-mediada passa a interagir com um meio. Um exemplo simples disso seria a transformação progressiva do xadrez de um jogo físico de tabuleiro para um jogo de computador. Embora suas regras permaneçam as mesmas, o uso do dispositivo abre novas possibilidades de interação e armazenamento de dados. Já a mediação indireta é quando uma determinada atividade é cada vez mais influenciada, no que diz respeito à forma, ao conteúdo ou à organização, pelos símbolos ou mecanismos midiáticos. Para Hjarvard (2012), nem sempre é possível identificar onde começa uma e termina a outra:

Formas diretas e indiretas de mediação muitas vezes operam em combinação, de modo que nem sempre é fácil distingui-las. A necessidade de distinguir entre as duas surge, principalmente, em contextos de análise. A mediação direta torna visível como uma determinada atividade social é substituída, isto é, transformada de uma atividade não-mediada a uma forma mediada e, em tais casos, é bastante fácil estabelecer um antes e um depois e analisar as diferenças. Sempre que os meios de comunicação, a partir disso, passam a funcionar como uma interface necessária para o desempenho de tal atividade social, estamos lidando com uma forma forte de mediação. A mediação indireta não afeta necessariamente os modos pelos quais as pessoas executam uma determinada atividade. Consequentemente, a mediação indireta de uma atividade ou esfera tem um caráter mais sutil e geral e está relacionada ao aumento geral da dependência por parte das instituições sociais dos recursos de comunicação. Isso não significa afirmar que a mediação indireta é menos importante ou que, vista a partir de uma perspectiva da sociedade, tem menos impacto. A mediação indireta é, no mínimo, tão importante quanto as formas diretas (HJARVARD, 2012, p. 67).

Esse entendimento da mediação como a prevalência de uma lógica midiática institucionalizada, no entanto, tem sido criticado por pensadores como Nick Couldry e Knut Lundby. Representante da tradição anglófona dos estudos nessa área, Couldry reage ao princípio da lógica medial na medida em que ela vai de encontro com a perspectiva culturalista e interpretacionista dos Estudos Culturais e das pesquisas em mediação (BASTOS, 2012, p.73). Ele alega que a abertura e a imprevisibilidade da comunicação não podem ser resumidas a uma única lógica. Isso porque a cultura e a comunicação – categorias que não chegam a ser inteiramente separadas nos Estudos Culturais – produzem efeitos sobremaneira heterogêneos que não podem ser resumidos a uma

---

this, with mediation he wants to capture only a certain form of an institutionalization of the media, i. e. their “autonomous” institutionalization which is the requirement that media institutions as such influence other social institutions.

única dinâmica; um único cálculo probabilístico; um único mecanismo de análise. Lundby, por sua vez, pontua que o uso do termo “lógica de mídia” pode ser ludibriador ao ignorar as dinâmicas características da mutação constante dos diferentes tipos de mídias:

Começando com uma crítica moderada, ele pede o retorno às raízes do conceito de lógica de mídia, ou seja, à sociologia de Georg Simmel, de onde Altheide e Snow tomaram emprestado o termo “forma”. No trabalho de Simmel, ele se refere à estruturação da interação social a partir de padrões característicos. Levando isso a sério, alguém preocupado com as questões atreladas à midiatização deve fazer indagações que levem em consideração a influência de diferentes formas de comunicação midiática (HEPP, 2012, p. 7, tradução nossa)<sup>67</sup>.

No contexto acadêmico alemão, no início do século XXI, também emergiu uma compreensão bastante difundida da midiatização que se baseia no conceito de “metaprocesso” desenvolvido por Friedrich Krotz, coordenador do Programa de Pesquisa Principal “Mundos Midiatizados”, organizado pelo Centro de Pesquisa em Mídia, Comunicação e Informação da Universidade de Berlim. Como lembra Bastos (2012), para Krotz a midiatização é um dos quatro “metaprocessos” fundamentais que configuram a modernidade (os demais seriam a globalização, a individuação e a comercialização). Em comum, eles têm a característica de serem “construtos que descrevem e explicam teoricamente dimensões e níveis econômicos, sociais e culturais específicos de mudança real” (KROTZ, 2007, p. 257, apud SBARDELOTTO, 2012, p. 3), não estando confinados a determinada região ou cultura. Logo, a midiatização nessa perspectiva pode ser entendida como um metaprocesso comunicacional de transformação sociocultural produzido por (e, ao mesmo tempo, produtor de) processos midiáticos, que possibilitam e organizam a construção de sentido e de interação social entre indivíduos, instituições, grupos sociais e na sociedade em geral.

A visão globalista e estruturante da midiatização que de certa forma une o pensamento de Couldry, Lundby e Krotz é justamente o pano de fundo sobre o qual acreditamos ser possível esboçar as inflexões que relacionam as práticas midiáticas do Estado Islâmico às transformações culturais características do mundo contemporâneo, marcado pela emergência de uma nova ordem comunicacional. Nesse sentido, a investigação de matriz latino-americana conduzida por José Luiz Braga e situada dentro da tradição que Hepp (2014) classifica como socioconstrutivista oferece

---

<sup>67</sup> Texto original: Starting with such a moderate critique, he pleads for returning to the roots of the concept of a media logic, that is, the sociology of Georg Simmel from whom Altheide and Snow borrowed the term ‘form’. In the work of Simmel, ‘form’ refers to the structuring of social interaction alongside characteristic patterns. Taking this seriously, someone concerned with questions of mediatization must ask much more openly for the influence of different forms of media communication.

*insights* importantes para entendermos a amplitude e penetrabilidade desse fenômeno nas mais diversas instâncias sociais.

Braga (2006) propõe que a “mediatização” pode ser relacionada a pelo menos dois âmbitos sociais. No microssocial, ele trata de instituições ou instâncias que passam a se desenvolver (inteira ou parcialmente) segundo *lógicas da mídia*. No macrossocial, trata da adaptação e simulação da própria sociedade à lógica medial. É nesse segundo nível de abrangência que propõe algo singular e fundamental para a reflexão que propomos aqui: abordar a “mediatização” como processo interacional em marcha acelerada para se tornar o “processo de referência” da sociedade contemporânea.

O uso que Braga (2006) faz da expressão “processo de referência”, nesse caso, decorre de considerar determinados sistemas como tendencialmente prevalentes. Os demais processos interacionais, que não carregam essa alcunha, teriam eles como parâmetro, referenciando-os como critérios de validade e definidores de lógicas centrais (BRAGA, 2006, p. 11). No contexto da “mediatização”, portanto, os processos sociais de “interação mediatizada” passam a abranger os demais, que se ajustam a eles, absorvendo-os, redirecionando-os e lhes dando novos traços. Logo, convertem-se nos principais direcionadores da construção da realidade social (BRAGA, 2006, p. 11).

A perspectiva de Braga (2006) se torna ainda mais interessante quando consideramos que ela se aproxima de proposições da sociologia do conhecimento que entendem que a sociedade edifica a realidade social através de processos interacionais pelos quais os indivíduos e setores da sociedade se relacionam. O momento que vivenciamos, a partir dos desenvolvimentos interacionais ocorridos substancialmente no século XX, segundo Braga (2006), poderia ser descrito então como uma transição da escrita enquanto processo interacional de referência para “uma crescente mediatização de base tecnológica”. Em outras palavras, falamos de um momento histórico em que a sociedade cria tecnologias que norteiam as interações sociais e desempenham funções específicas:

Alguns afazeres específicos dos processos mediáticos derivam de objetivos dessa sociedade por definição pré-mediática. Nesse primeiro momento, podemos observar objetivos como: maior abrangência de envolvimento, geográfica e populacional; maior rapidez nas comunicações; maior permanência das mensagens (registro); maior diversidade de captura, objetivação, transformação, transmissão e circulação de tipos de informações e comportamentos – possibilitando usá-los diretamente em interações sociais (v.g. sons, imagens, gestos ambientes, ...); busca de adesão mais direta e mais rápida a proposições dominantes (hegemonia); ampliação de consumo; maior agilidade e rapidez na captação de informações e de comportamentos sociais (BRAGA, 2006, p. 15).

Como consequência imediata dessa empreitada, as interações sociais se tornam mais difusas e os processos tecnológicos podem ser deslocados para atender objetivos que fogem de sua ação prevista. Com isso, a “mediatização” emerge como um fenômeno gerador de tecnologias que dá condições aos mais diversos setores sociais para ampliá-las, aperfeiçoá-las, complementar sentidos e suprir lacunas (BRAGA, 2006, p. 15). Por isso, esse é um processo em andamento: nos encontramos num estágio em que “o sistema se torna autopoietico – deixando de ser dependente de dinâmicas ‘anteriores’ (pré-mediatização), que tinham sido necessárias e suficientes para desencadear processos” - (BRAGA, 2006, p. 16), e pode ser empregado com diferentes finalidades. Inclusive por uma organização como o Estado Islâmico, que parece ter encontrado nesse rearranjo social um caminho para se fazer ouvir e, o mais importante, estabelecer laços simbólicos com uma audiência em potencial. Aprofundamos essa abordagem a seguir, elucidando os impactos dessa nova vivência social sobre a estruturação das guerras e a circulação de uma cultura imaterial vinculada à busca pelo poder e protagonismo global de grupos nos moldes do EI.

#### **4.2. Desdobramentos no campo da guerra**

A natureza do fenômeno da midiatização permite que os mais variados atores sociais e coletivos desfrutem do seu alcance e das suas qualidades. “Uma delas é a possibilidade de ‘mostrar’, por representação da imagem e/ou som, os objetos e situações. Tais processos, antes dos inícios da mediatização tecnológica, eram acessíveis através de total dependência da palavra (ou seja – por transposição)” (BRAGA, 2006, p. 19). Com isso, enquanto antes a realidade era construída através de interações sociais baseadas fundamentalmente na expressão verbal, hoje é possível “objetivar e fazer circular imagens (referenciais ou imaginárias), sons e, particularmente, ‘experiência’” (BRAGA, 2006, p. 19).

Um leque de interpretações dessa realidade se abre quando a associamos a outra observação de Braga (2012) sobre dois processos que reduziram o estranhamento da mídia na sociedade contemporânea. Um deles, tecnológico, corresponde à disponibilização de ações comunicativas midiatizadas para largas parcelas da população, dosando e redirecionando a comunicação massiva. O outro, social, diz respeito a entrada experimental de participantes sociais nas práticas e processos antes restritos à indústria cultural:

Por diversas razões, já não se pode considerar a mídia como um corpo estranho na sociedade. Com a midiatização crescente dos processos sociais em geral, o que ocorre agora é a constatação de uma aceleração e diversificação de modos pelos quais a sociedade interage com a sociedade. Ainda que os processos interacionais mais longamente estabelecidos - da ordem da oralidade presencial e da escrita em suas múltiplas formas - continuem a definir padrões de comunicação e lógicas inferenciais, que organizam a sociedade e suas tentativas, tais processos, em sua generalidade, se deslocam para modos mais complexos, envolvendo a diversidade crescente da midiatização (BRAGA, 2012, p. 35).

Nos parece factível a constatação de que falamos de uma questão que está no cerne das mais diversas problemáticas sociais quando tratamos das possibilidades de interação, relação e comunicação. E, como não poderia deixar de ser, estende seus tentáculos ao campo da guerra e dos conflitos armados. Na medida que operaram uma transformação estrutural da vida cotidiana ao fundir tecnologias eletrônicas sofisticadas com uma “cultura do ecrã onipresente” que alterou os meios de produção cultural e o consumo da informação e das imagens (GIROUX, 2006, p. 32), as novas tecnologias da informação também modificaram de forma drástica a natureza da guerra (TAYLOR, 1997).

Para começar a explicar por que essa questão é importante ao considerarmos a emergência do Estado Islâmico como ator de uma pulsante e indelével transformação social, deslocamos nosso olhar para um termo cunhado no início da década de 1990 por David Arquilla e John Ronfeldt (1993): o conceito de *cyberwar*. Já naquela época, baseados no prognóstico de que o impacto gerado pelas tecnologias da informação causaria mudanças radicais no modo como as sociedades se envolvem em confrontos e as forças de segurança respondem a eles, os dois analistas da RAND Corporation<sup>68</sup> enfatizavam que no futuro os vitoriosos não seriam aqueles que dispusessem de mais capital, trabalho e tecnologias, e sim quem tivesse as melhores informações sobre o campo de batalha. Não apenas aquelas que lhe permitem saber como localizar o inimigo, enquanto o mantém no escuro, mas também em termos doutrinas e organizacionais (ARQUILLA, RONFELDT; 1993, p. 23). O mais interessante dessa visão, no entanto, é um conceito complementar criado pelos pesquisadores para tentar decifrar como conflitos menores, envolvendo atores não-estatais e paramilitares, se adaptariam a essa nova realidade social. Conceito que ganhou o nome de *netwar*:

Para ser preciso, o termo *netwar* se refere a um emergente modo de conflito (e crime) no âmbito social. Ele não carrega as características de guerras militares tradicionais. Nele os protagonistas utilizam formas de organização em rede e

---

<sup>68</sup>*Think thank* que desenvolve pesquisas e análises para o Departamento de Defesa dos Estados Unidos.

mantêm suas doutrinas, estratégias e tecnologias em sintonia com a era da informação. Esses protagonistas são organizações dispersas, pequenos grupos e indivíduos que se comunicam, coordenam e conduzem suas campanhas de modo interligado, muitas vezes sem um comando central estabelecido. Assim, a *netwar* difere daquelas formas de conflito e crime nas quais os protagonistas preferem desenvolver organizações formais, autônomas e hierárquicas, bem como doutrinas e estratégias para construir, por exemplo, movimentos centralizados (ARQUILLA, RONFELDT; 2001, p. 6, tradução nossa)<sup>69</sup>.

A potencialidade e crescente importância dessa nova modalidade de conflito, portanto, estão associadas a duas características inequívocas dele: o favorecimento e fortalecimento de grupos em formato de rede e a dependência cada vez maior que a condução e visibilidade dos conflitos têm em relação à informação e à comunicação (ARQUILLA, RONFELDT; 2001, p. 1). Isso nos permite inferir que hoje a sobrevivência dos elementos implicados nesses embates depende do aproveitamento da expansão das oportunidades para a interação em espaços virtuais e uma diferenciação do que as pessoas percebem como sendo real (HJARVARD, 2012) para dar coesão e efetividade às suas ações através da gestão da narrativa que lhe convém num ambiente midiático. Afinal, “é a existência de uma ideologia, de um relato e de uma cosmovisão particular sobre a realidade o que nos permite falar de uma rede como um elemento coerente” (SORIANO, 2009, p. 147, tradução nossa)<sup>70</sup>:

Redes, como outras formas de organização, mantêm-se coesas pelas narrativas, ou histórias que as pessoas contam. O tipo de narrativa bem-sucedida que nós temos em mente não é simplesmente retórica – não é uma fala com “spin” roteirizada para fins de manipulação. Em vez disso, elas fornecem uma expressão fundamentada das experiências, interesses e valores de seus componentes. Antes de tudo, histórias expressam um senso de identidade e pertencimento – quem “nós” somos, por que nós nos unimos e o que nos faz diferentes “deles”. Histórias também comunicam um senso de causa, propósito e missão. Elas expressam objetivos e métodos, além de disposições culturais – aquilo no que “nós” acreditamos, o que nós tencionamos fazer e como (ARQUILLA, RONFELDT; 2001, p. 328, tradução

---

<sup>69</sup> Texto original: To be precise, the term *netwar* refers to an emerging mode of conflict (and crime) at societal levels, short of traditional military warfare, in which the protagonists use network forms of organization and related doctrines, strategies, and technologies attuned to the information age. These protagonists are likely to consist of dispersed organizations, small groups, and individuals who communicate, coordinate, and conduct their campaigns in an internetted manner, often without a precise central command. Thus, *netwar* differs from modes of conflict and crime in which the protagonists prefer to develop formal, stand-alone, hierarchical organizations, doctrines, and strategies as in past efforts, for example, to build centralized movements.

<sup>70</sup> Texto original: “es la existencia de una ideología, de un relato y de una particular cosmovisión sobre la realidad, lo que permite hablar de una red como un elemento coherente”.

nossa)<sup>71</sup>.

Assim sendo, se a nova vida tecno-social é origem e meio de um novo ambiente, no qual é instituído um tipo de real que está diretamente associado a novos mecanismos de produção de sentido, ela também institui uma nova forma de sociedade, “cujas finalidades são produtivas, porém diretamente vinculadas às lógicas dos fluxos e das operações, e tendo como fim a produção de uma nova forma de vínculo social, no caso as estruturas de conexões” (FAUSTO NETO, 2006, p. 3). Como atores operantes nesse universo, corpos militares e organizações como o Estado Islâmico parecem compreender que a base das interações sociais já não é mais tecida e estabelecida exclusivamente através de laços comuns, mas de ligações sócio-técnicas. Ligações que substituem a sociabilidade pela informacionalidade, transformando a sociedade do “ato social” nas “operações de contato” (FAUSTO NETO, 2006).

Essa mudança de paradigma é acompanhada pela crescente importância da circulação de imaterialidades, ou seja, das operações de produção de sentido. É nessa esfera que as realidades são afetadas por suas lógicas, produzindo-se a emergência de novas formas de interação (FAUSTO NETO, 2006) que organizam o estrato social:

Mudam as relações pessoais e familiares. Terceiriza-se a função do autor, o próprio inconsciente, uma vez que “*gens* e memória” são também submetidos a *softs* e *hards*. E também à própria reflexividade, hoje transferida aos modernos narradores, os dispositivos midiáticos. Os processos de produção de significação dão lugar a novos métodos de operações de sentidos, em função de lógicas de sentido pelas quais palavras abandonam suas pertencas a sistemas culturais de significação e ingressam nas lógicas de fluxos. Do ato significativo, ao *acting out*, ou ao ato indicial que beira o *acting out*. As lutas já não têm como meta velhas teleologias morais, éticas, confessionais e políticas. São travadas visando o acesso à operacionalidade do código e não o exercício/aprendizado das gramáticas significacionais instituídas pelas racionalidades das instituições que definiam os esquemas e modelos de pertença. A subjetividade não se realiza mais pelos “pensamentos discretos”, mas segundo economias enunciativas ditadas pela lógica dos fluxos. O ator social – o narrador – já não seria mais um intérprete, mas um operador de indicialidades, de conexões. Não se trataria de uma lógica irracional, mas de uma racionalidade segundo a qual não poderíamos dela estar fora, na medida em que as lógicas de sentidos aí operadas tratam de dar sentido mesmo naquilo que seria

---

<sup>71</sup> Texto original: Networks, like other forms of organization, are held together by the narratives, or stories, that people tell. The kind of successful narratives that we have in mind are not simply rhetoric - not simply a “line” with “spin” that is “scripted” for manipulative ends. Instead, these narratives provide a grounded expression of people’s experiences, interests, and values. First of all, stories express a sense of identity and belonging - who “we” are, why we have come together, and what makes us different from “them.” Second, stories communicate a sense of cause, purpose, and mission. They express aims and methods as well as cultural dispositions - what “we” believe in and what we mean to do, and how.

impossível de ser nomeado, como o real (FAUSTO NETO, 2006, p. 5).

É justamente por isso que a constituição das relações políticas e sociais dentro desse contexto vale-se grandemente do *soft power* (ARQUILLA, RONFELDT; 2001, p. 332). Consagrado na obra do cientista político norte-americano Joseph Samuel Nye Jr., o termo, cuja tradução usual para o português é “poder brando”, refere-se originalmente a uma segunda faceta do poder, complementar à capacidade de um corpo político influenciar o comportamento de outros através do emprego de recursos militares e econômicos, o *hard power*:

*Hard e soft power* estão relacionados porque ambos são aspectos da habilidade de atingir o propósito de “um” conforme se afeta o comportamento de “outros”. A distinção entre eles é de gradação, tanto na natureza do comportamento como na tangibilidade dos recursos. O poder de comando – a habilidade para mudar o que os outros fazem – reside na coerção ou incentivo. O poder de cooptar – a habilidade de moldar o que os outros querem – pode estar na atração exercida pela cultura e os valores de “um” ou na habilidade de manipular a agenda de escolhas políticas de forma que os “outros” falhem ao expressar algumas preferências porque elas parecem ser irrealis [...]. Os recursos do *soft power* tendem a ser associados com a cooptação no espectro dos comportamentos, enquanto os recursos do *hard power* são usualmente associados com o comando (NYE, 2004, p. 7, tradução nossa)<sup>72</sup>.

Essa visão não trata de influência e vai além da discussão da persuasão ou a habilidade de uma organização mover seus interlocutores pelo argumento. Trata da capacidade de atrair que leva a aquiescência. Com isso, as dinâmicas de poder impulsionadas pelo “poder brando” na contemporaneidade são marcadas por um conjunto de elementos imateriais que deixaram de ser patrimônio exclusivo do âmbito político-institucional, permitindo que grupos antes restritos a políticas nacionais e locais também tenham alcance global, munindo-se da indumentária necessária para se inserir no mundo midiático e dar visibilidade à sua causa. É o caso das organizações terroristas e híbridos como o Estado Islâmico. Afinal, “é através do *soft power* que o terrorismo ganha suporte e novos recrutas” (NYE, 2004, p. 25, tradução nossa)<sup>73</sup>.

---

<sup>72</sup> Texto original: Hard and soft power are related because they are both aspects of the ability to achieve one’s purpose by affecting the behavior of others. The distinction between them is one of degree, both in the nature of the behavior and in the tangibility of the resources. Command power – the ability to change what others do – can rest on coercion or inducement. Co-optive power – the ability to shape what others want – can rest on the attractiveness of one’s culture and values or the ability to manipulate the agenda of political choices in a manner that makes others fail to express some preferences because they seem to be too unrealistic [...] Soft power resources tend to be associated to with the co-optive end of the spectrum of behavior, whereas hard-power resources are usually associated with command behavior.

<sup>73</sup> Texto original: it’s through soft power that terrorism gain general support as well as new recruits.

É preciso considerar que a propaganda é um recurso essencial nesse processo por permitir que grupos terroristas alcancem objetivos tradicionais (recrutamento, desmoralização do inimigo, obtenção de apoio social), mas também porque a comunicação ganhou uma dimensão constitutiva para eles. Sem a propaganda, o vínculo que permite manter sua rede de conexões viva e operante acabaria diluído. Desapareceria a possibilidade de que milhares de pessoas que não carecem apenas de contato direto entre elas, mas também ignoram sua própria identidade, possam atuar em prol de um objetivo comum (SORIANO, 2009, p. 147).

Um esboço dessa estratégia foi desenhado por membros do Movimento Jihadista Global (GJM) por décadas. Como demonstrado anteriormente, os meios de comunicação tradicionais foram sistematicamente utilizados para oxigenarem seus anseios publicistas. O que, segundo Wilkinson (2006, p. 149), sempre almejou quatro objetivos basilares. O primeiro era transmitir a *propaganda of the deed* e gerar um medo extremo entre os grupos que são alvo de suas ações. O segundo era mobilizar o maior apoio possível para sua causa entre a população em geral e a opinião internacional, enfatizando temas como a inevitabilidade de sua vitória e a justiça atrelada a ela. O terceiro era frustrar e perturbar a resposta de governos e forças de segurança sugerindo, por exemplo, que as estratégias antiterroristas deles eram tirânicas e contraproducentes. E, por fim, mobilizar, incitar e impulsionar seu círculo de apoiantes e potenciais recrutas, aumentando as chances de recrutamento, incrementando a arrecadação de recursos e inspirando novos ataques.

Não podemos negar que, embora o terrorismo tenha provado ser incrivelmente ineficaz como arma para derrubar governos e ganhar poder político, tem sido um meio extremamente bem-sucedido quando se trata de atrair atenção para uma causa política e ameaçar o grande público, especialmente nos países abertos e pluralistas do Ocidente. Quando um diz “terrorismo” numa sociedade democrática, outro também diz “mídia”. Por sua própria natureza, o terrorismo é uma arma psicológica que depende da comunicação de uma ameaça para a sociedade em geral. Isso, em essência, é o motivo pelo qual terrorismo e mídia mantêm uma relação simbiótica (WILKINSON, 2006. p. 147, tradução nossa)<sup>74</sup>.

Nacos (2002) também apontaria as particularidades e excentricidade dessa relação ao diferenciá-la daquela que a mídia mantém com outras formas de violência:

---

<sup>74</sup> Texto original: It cannot be denied that although terrorism has proved remarkably ineffective as the major weapon for toppling governments and capturing political power, it has been a remarkably successful means of publishing a political cause and relaying the terrorist threat to a wider audience, particularly in the open and pluralistic countries of the West. When one says ‘terrorism’ in a democratic society, one also says ‘media’. For terrorism by its very nature is a psychological weapon that depends upon communicating a threat to the wider society. This, in essence, is why terrorism and the media enjoy a symbiotic relationship.

A distinção entre violência criminal e o conceito de violência midiática, de um lado, e entre terrorismo e o conceito de terrorismo midiático, de outro, é significativa: A maioria das pessoas que cometem crimes brutais não consideram suas ações como um meio para angariar publicidade e cumprir uma agenda política; contrastando fortemente com isso, grupos e indivíduos que cometem ou simplesmente fazem ameaças com violência política entendem que seus atos podem ganhar a atenção da mídia e cobertura noticiosa para suas ações, queixas e objetivos políticos (NACOS, 2002, p.10, tradução nossa)<sup>75</sup>.

A midiáticação, no entanto, criou condições para ampliar o alcance e penetrabilidade social desse arsenal simbólico. E é isso que tentamos explicar a partir de agora. Ao impulsionar a emergência de um terceiro sistema de processos midiáticos<sup>76</sup>, denominado por Braga (2006b) de “sistema de resposta social”, ela permitiu que sentidos midiaticamente produzidos chegassem à sociedade e passassem a circular entre pessoas, grupos e instituições, impregnando e parcialmente direcionando a cultura. Essa “circulação” difere daquela que se situa entre a disponibilização da produção e o acesso ao consumo, cuja essência é meramente econômica. Neste caso, refere-se a uma movimentação social dos sentidos e dos estímulos produzidos inicialmente pela mídia (BRAGA, 2006b, p. 28), o que ganha a forma de ideias, informações, reações e interpretações sobre ela, seus produtos e processos (BRAGA, 2006b, p. 30).

No que se refere ao sistema de resposta, o relacionamento parece ser essencialmente processual. Nesse espaço, as relações não ocorrem formalmente entre *os diversos dispositivos* do sistema de resposta (críticos ou não), o que já solicitaria algum tipo de estrutura organizadora. A relação principal, que permite afirmar uma processualidade em “sistema aberto”, ocorre entre setores da sociedade, por um lado, a ações e produtos da mídia, por outro. Por mais que esses setores (e seus modos de resposta) sejam diferenciados, ainda que as ações e produtos observados sejam diversos, e mesmo que aqueles modos organizem variadamente esses produtos e ações midiáticas, através de toda essa diversidade constatamos sempre relações de contiguidade e de tensionamento – parâmetro que permite *observar*, racional e empiricamente, e *refletir* comparativamente. É a própria possibilidade de examinar suas lógicas segundo um conjunto sistematizado de parâmetros que permite tomar como sistema o conjunto de processos que se observa (BRAGA, 2006b, p. 31).

---

<sup>75</sup> Texto original: The distinction between criminal violence and the concept of media violence, on the one hand, and terrorism and the concept of media terrorism, on the other, is significant: Most people who commit brutal crimes do not consider their deeds as a means to spread their propaganda or expect to reap publicity for their acts in order to further a political agenda; in sharp contrast, groups and individuals who commit or simply threaten political Violence understand their deeds as a means to win media attention and news coverage for their actions, their grievances, and their political ends.

<sup>76</sup> Se infiltra no manto social ao lado dos subsistemas de produção e recepção (BRAGA, 2006b).

Isso nos permite identificar na atuação contemporânea de grupos como o Estado Islâmico uma dualidade edificada sobre essa funcionalidade do sistema de resposta social. Por um lado, eles se apropriam da linguagem audiovisual consagrada pelos meios de comunicação tradicionais e lhe dão uma nova roupagem, que visa atender seus objetivos publicistas, mas mantém pontos de conexão suficientes com essa origem. Algo indispensável para sua legitimação cultural. Por outro lado, contam com a apropriação de seus próprios produtos para fortalecer a rede de trocas simbólicas que lhe servem de sustentação. Operação que tem no advento da Internet sua mais poderosa ferramenta, já que ela abre um espaço de diálogo direto para postarem mensagens sobre missões, divulgarem fotografias, áudios e vídeos com declarações de seus líderes, além de registros audiovisuais de suas atividades (KHATIB, 2003, p. 396). Sempre colocando em voga temas (respeito, orgulho, confiança, dignidade, reciprocidade e revanche, por exemplo) que são motivos tribais poderosos e conferem legitimidade às suas ações, além de estabelecer laços entre batalhas do passado, realidades contemporâneas e missões futuras. Um rico simbolismo figurativo que evoca paixões poderosas da história e da cultura islâmica (RANSTORP, 2006) e estimula os seguidores de organizações como o EI a manterem esse sistema operante.

É importante ressaltar que essa estratégia ganha forma justamente pela emergência de um tipo particular de interação na sociedade midiaticizada, a qual Sodré (2002) caracteriza como uma espécie de prótese tecnológica da realidade sensível, denominada *medium*. Ela não designa algo separado dos sujeitos, à maneira de um instrumento manipulável, e sim a *forma* tecnointeracional resultante de uma extensão especular ou espectral que se habita, como um novo mundo, com nova ambiência, código próprio e sugestões de condutas:

A palavra deve ser agora tomada como metáfora intelectual, para um ordenamento cultural da sociedade em que as imagens deixam de ser reflexos e máscaras de uma realidade referencial para se tornarem simulacros tecnicamente auto-referentes, embora político-economicamente a serviço de um novo tipo de gestão da vida social (SODRÉ, 2002, p. 22).

Característico dos ambientes digitais, esse fenômeno permite que o usuário possa entrar e mover-se nesses espaços graças à interface gráfica, trocando a representação clássica atrelada às mídias tradicionais pela vivência apresentativa (SODRÉ, 2002, p. 23). A midiaticização, assim, implicaria num novo modo de presença do sujeito no mundo, ou, pensando na classificação aristotélica das formas de vida, um *bios* atrelado à tecnologia de sociabilidade (SODRÉ, 2002).

Identificando no pensamento de Muniz Sodré o uso do conceito de *bios midiático* para

explicar a intersecção entre a clássica comunicação mediada, as “formas de vida tradicionais” e os novos modos de comunicação virtual, Silva (2002) defende a possibilidade de utilizá-lo para integralizar a diversidade das manifestações, concretas e abstratas, do processo comunicacional. Do mesmo modo que Martín-Barbero e Braga fizeram ao reformular o conceito de mediações e revisar o de interação, respectivamente.

Nesse sentido, a ideia de que estamos todos num *bios midiático* não estaria distante do que Martín-Barbero postulou ao dizer que “pode-se continuar falando das mediações dos meios, mas mediação para mim sempre foi outra coisa que tem muito mais relação com as dimensões simbólicas da construção do coletivo” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 151). Especialmente quando consideramos que, na contemporaneidade, essas dimensões simbólicas da construção do coletivo se dão tanto pelas tecnologias da informação, na veiculação, como na reciprocidade da vinculação, do contato – seja pela abordagem ideológica ou da cultura (SILVA, 2012, p. 118). O argumento de Braga que trata a midiatização como “processo interacional de referência”, por sua vez, se aproxima da noção de *bios midiático* ao considerar que esse conceito não expressa apenas os processos segundo os quais as mídias funcionam, mas também pelos quais a sociedade contemporânea aciona historicamente suas interações (SILVA, 2012, p. 119).

Desse modo, a emergência do ambiente virtual como campo de atuação para grupos como o Estado Islâmico se vale da amplitude e alcance desse complexo arranjo sócio-cultural, já que lhes permite usufruir de tecnointerações para disseminar narrativas e emancipar-se comunicacionalmente<sup>77</sup>, ao mesmo tempo que desfrutam de atributos vantajosos da Internet: “acessibilidade e custo; anonimato e ausência de censura; velocidade e imediatidade; alcance e ampliação da audiência; comunicação e interatividade, e ambiente multimídia” (AWAN, 2007, p. 390, tradução nossa)<sup>78</sup>. Prova da relevância estratégica disso é o crescimento vertiginoso da presença de terroristas e outros grupos extremistas no universo online nas últimas duas décadas. Em 1998, menos da metade dos grupos designados pelos Estados Unidos como *Foreign Terrorist Organizations*<sup>79</sup> tinham websites. Ao final de 1999, o número havia aumentado e incluía quase todos eles. Entre 2003 e 2005, o montante já chegava a 4.300 websites servindo terroristas e seus apoiadores (DAUBER, WINKLER, 2014, p. 1).

---

<sup>78</sup> Texto original: “accessibility and cost; anonymity and lack of censorship; speed and immediacy; scope and audience reach; communication and interactivity; and multimedia environment”

<sup>79</sup> Tradução: Organizações Terroristas Estrangeiras.

A adoção de uma abordagem cibernética multidimensional, combinada com novas e criativas tecnologias de comunicação, permite a agilidade operacional um modo stealth muito além do que era possível previamente para organizações terroristas. Isso facilita uma estrutura ou projeto polimórfico com múltiplos nós ou pods pululando em direção uma missão ou ressuscitando rapidamente antes ou depois de uma operação. Mais fundamentalmente, permite a sobrevivência através de uma presença virtual constante sem centros de gravidades físicos reais ou tangíveis e em modo constante de descrição e movimento ideológico. Tendo uma simples presença online confere certo grau de legitimidade que de outro modo não teriam. Também permite que ressuscitem e se reconfigurem a qualquer momento (RANS-TORP, 2006, tradução nossa)<sup>80</sup>.

### 4.3. O mundo midiaticizado e o Estado Islâmico

A estratégia midiática do Estado Islâmico, como demonstrado no capítulo anterior, deriva de experiências gestadas por organizações extremistas que o antecederam e, como outros atores sociais imersos nesse novo e pulsante ambiente midiaticizado, foram afetadas por sua lógica formativa e funcional. Winter (2017) nos ajuda a entender a dimensão desse processo ao lembrar que a maioria dos grupos insurgentes está sempre aprendendo uns com os outros – inclusive os rivais – num esforço para melhorar suas perspectivas assimétricas. E é especificamente por essa proatividade para a adaptação que inovações táticas se espalham rapidamente, ocasionalmente transcendendo até mesmo ideologias (WINTER, 2017, p. 7). O Estado Islâmico, logo, não foge desse padrão. Ele é na verdade a ramificação contemporânea de um fenômeno maior cuja essência reside no fato de os atos terroristas terem deixado de ser concebidos por seus protagonistas como um método de violência instrumental para serem entendidos como uma manifestação de violência expressiva: aquela que tem uma natureza ritual, simbólica e comunicativa (SORIANO, 2009, p. 42).

As especificidades do objeto de estudo que norteia esta análise precisam ser consideradas sob o prisma dessa realidade. Um primeiro passo nesse sentido é estabelecer que, paralelamente à disseminação de tecnologias que expandem a comunicação no tempo e espaço, a midiaticização

---

<sup>80</sup> Texto original: Adopting a multi-dimensional cyber approach, combined with creative new communication technologies, allows operational agility and stealth mode far in excess of what was possible previously for terrorist organisations. It facilitates a polymorphic structure or design with multiplicity of nodes or pods swarming towards a mission or resurrecting shortly before or after an operation. More fundamentally it allows survivability through a constant virtual presence with no real or tangible physical centres of gravity and in constant stealth mode and ideological motion. Having simply an online presence confers a certain degree of legitimacy which they otherwise would not have. It also allows them to resurrect and reconfigure at any time.

também permite que os meios adquiram formas sociais e estéticas que estruturam o modo como eles são utilizados. Como lembra Hjarvard (2012, p. 66), as consequências disso dependem tanto do contexto quanto das características dos meios em questão. Entendemos, portanto, que as práticas midiáticas do Estado Islâmico reverberam tal premissa, ecoando a relação simbiótica que a midiatização mantém com a tendência moderna de plasmar em imagens a existência (MIRZOEFF, 2002, p. 23).

As produções audiovisuais do grupo destinadas a uma audiência ocidental é produto disso. E é Hepp (2014) quem nos ajuda a entender por quê. A pesquisa no campo da midiatização nos últimos anos ganhou o acréscimo do conceito de “mundos midiatizados” proposto pelo autor, que os compreende como “pequenos mundos da vida” ou “mundos sociais” que em sua forma presente dependem constitucionalmente de uma articulação pela comunicação midiática:

Como tal, são marcados por certos inventários de conhecimento intersubjetivos relacionados, práticas sociais específicas e adensamentos culturais. Os mundos midiatizados são o nível no qual a midiatização se torna concreta e pode ser analisada empiricamente. Por exemplo, apesar de ser impossível pesquisar a midiatização de uma cultura ou de uma sociedade como um todo, podemos investigar o mundo midiatizado das negociações da bolsa de valores, das escolas, do lar e assim por diante (HEPP, 2014, p. 53).

Os mundos midiatizados têm três características principais: possuem uma “rede de comunicação” além da territorial; existem em várias escalas e são entrelaçados entre si (HEPP, 2014). O primeiro ponto se relaciona ao fato de que eles são articulados por redes de comunicação mediadas e que, com a midiatização crescente, elas atravessam vários territórios. O segundo ponto se baseia na ideia de que o conceito oferece uma abordagem para investigar empiricamente a midiatização ao definir uma perspectiva de investigação – ou seja, a perspectiva do enquadramento temático de um mundo midiatizado. Com isso, podemos usá-lo em vários níveis ou escalas. O terceiro aspecto parte da noção de Strauss (1978) de que os mundos sociais se interseccionam e o fazem sob uma variedade de condições. Assim, somos confrontados com a segmentação deles na totalidade dos mundos da vida, mas também no seu interior.

Para compreender como a construção comunicativa dessas realidades parciais de tempo socialmente construídas ocorre, Hepp (2014) toma como ponto de partida o processo sociológico de Norbert Elias, que tentou desenvolver ferramentas analíticas que funcionam nos níveis micro, meso e macro, ao mesmo tempo que foca os processos de constituição de entidades entre o

individual e a sociedade. Como parte dessa abordagem, Elias introduziu o conceito de *configuração*. De acordo com ele, *configurações* são redes de indivíduos que constituem uma entidade social maior através da interação recíproca. Essa entidade pode ser um grupo, uma família, um estado ou sociedade.

Hepp (2014) identifica no conceito um rico potencial para analisar os mundos midiáticos. Assim, defende que “podemos falar de configurações comunicativas como padrões de processos entrelaçando o que existe ao longo de várias mídias e em um ‘enquadramento temático’ que orienta a ação comunicativa” (HEPP, 2014, p. 56):

Assim, é possível dizer que uma única rede de comunicação já constitui uma configuração comunicativa específica: isso envolve a ação comunicativa entrelaçada articulada na interação mediada pelo uso da mídia. É, entretanto, muito mais interessante relacionar o conceito de configuração comunicativa às redes de comunicação de diferentes mundos midiáticos como um todo. E assim, por exemplo, o mundo mediado de uma cena social, da política, ou do mercado de ações pode ser compreendido como expressando uma configuração comunicativa particular (HEPP, 2014, p. 56).

Uma configuração comunicativa, segundo Hepp (2014), possui quatro aspectos: é caracterizada por uma constelação de atores específica, que pode ser entendida como sua base estrutural; tem um quadro temático que serve como tópico de ação-guia; possui uma forma de comunicação razoavelmente delimitada e um conjunto de mídia marcado que o identifica. Se trouxermos essa delimitação para o âmbito desta pesquisa, é possível sustentarmos que a atuação do Estado Islâmico emerge de uma configuração comunicativa. Afinal, ele se dirige a uma gama particular de espectadores; seu aparato simbólico gravita em torno de um tema milenar embebido numa roupagem moderna; assume uma estratégia de comunicação que o diferencia de organizações semelhantes que o precederam e consegue imprimir uma marca às suas produções, especialmente no âmbito da propaganda audiovisual.

## 5. O PODER RENOVADO DO REALISMO

O que aprendemos sobre a tecnologia da imagem com a Guerra do Golfo? Pode parecer curioso, até mesmo esdrúxulo, mas, no meu entender, alguma coisa aconteceu que tem o sentido de uma ruptura (SANTOS, 1993, p. 155).

A ruptura da qual fala Laymart Garcia dos Santos (1993) teve início com o anúncio, no mundo inteiro, de que a Guerra do Golfo assinalaria o começo de uma nova era na ordem internacional. O projeto político-militar colocado em marcha pelos Estados Unidos enquanto sustentava esse discurso logo se mostrou incompatível com a expectativa de que o final da Guerra Fria marcaria o alvorecer de uma época de paz e desmilitarização. Na verdade, o episódio mais uma vez colocou em cena o poderio militar norte-americano e sua supremacia tecnológica.

Para dimensionar as implicações desse acontecimento, Santos (1993) lembra que a tecnologia pode ser usada como ferramenta, arma ou instrumento. Ou seja, sua potência pode ser vetorizada para a construção, a destruição ou a percepção do mundo. E o que se viu na Guerra do Golfo foi a consagração do segundo caso, com a participação de telespectadores de todos os continentes (SANTOS, 1993, p. 157). Embora o intervalo entre as décadas de 1960 e 1980 tenha servido de prelúdio para o que se desenrolaria naquela ocasião, com a cobertura da Guerra do Vietnã (fase em que a televisão descobre o poder das imagens e dele tira o maior partido possível) e a crescente tentativa política de controlar o arsenal simbólico da mídia, o conflito no Golfo Pérsico foi a primeira guerra eletrônica total (SANTOS, 1993, p. 158):

Grudados no vídeo, imóveis mas ao mesmo tempo mobilizados, os telespectadores do mundo inteiro põem fé na tecnologia ocidental, e se postam no camarote eletrônico para assistir ao desenrolar dos acontecimentos no teatro de operações. Como no circo romano, todo mundo quer sangue. Mas o que surge na tela é uma guerra limpa, “cirúrgica”, *clean, hi-tech*. Uma guerra que na realidade não foi tão fantasticamente científica assim: o próprio exército aliado reconhece que 78% das 88 mil toneladas de explosivos despejadas não atingiram seus alvos; por outro lado, só 70% dos bombardeios foram efetuados com “bombas limpas”, a *laser*, que a televisão tanto incensava. Que importa entretanto que a destruição tenha sido bárbara? Quem se incomoda com isso? A realidade é a realidade da imagem que desfila na televisão – só importa o que se mostra alí, no vídeo, a guerra é sem cadáveres, sem sofrimento, mas com muita emoção – um videogame. É que estamos diante da maior encenação que já existiu na história da humanidade, a maior de todas as superproduções, o grande espetáculo que, enquanto a guerra durou, ocupou diariamente as ondas eletromagnéticas do mundo inteiro: a TV Pentágono (SANTOS, 1993, p. 159).

O complexo industrial norte-americano garantiu o sucesso desse projeto produzindo informativos com dados sobre a alta tecnologia dos armamentos empregados nas ações e os planos estratégicos do comando aliado. “Muito do que se viu antes e durante o conflito nas telas não passava de *software* gerado para manter a guerra ‘no ar’ e, conseqüentemente, o telespectador sintonizado, sem entretanto fornecer-lhe imagens reais do conflito” (SANTOS, 1993, p. 159). O passo seguinte foi bloquear completamente o trabalho de jornalistas e correspondentes internacionais, assegurando para as forças armadas dos Estados Unidos o monopólio da produção e difusão de informações. E depois veio a aposta na instantaneidade da transmissão ao vivo e seu forte senso de “realidade” (SANTOS, 1993, p. 160).

Jean Baudrillard (1993) nos dá um caminho para refletir sobre a face cultural desse marco. De acordo com ele, a televisão permite apenas uma “percepção-tela”, onde a imagem remete a si própria. Com isso, coloca o problema da indiferença virtual com a qual a recebemos. Na sua virtualidade, a “imagem-televisão” termina com toda a referência à história (ou aos acontecimentos) e o contágio das imagens, que se autoreproduzem sem esse referencial a um real ou a um imaginário, “é virtualmente sem limite, e esse engendrar-se sem limite produz a informação como catástrofe” (BAUDRILLARD, 1993, p. 147). Nesse sentido, todo conteúdo informativo precisa passar pela histeria do virtual, entendida por Baudrillard (1993) como a compulsão daquilo dado como real para ser consumido como irreal (BAUDRILLARD, 1993, p. 148).

Situada no tempo com precisão histórica, outra ruptura mostraria o potencial dessa obsessão no despertar do século XXI, evidenciando que o entendimento da lógica da legitimação pelo virtual transpassara os limites do poder estatal. Os ataques terroristas de 11 de setembro de 2001, perpetrado pela al-Qaeda em solo norte-americano, deram forma a um espetáculo projetado para ser registrado por cinegrafistas amadores e redes de televisão de todo o planeta, colocando o domínio do “real” nas mãos de uma organização até então desconhecida por grande parte da audiência ocidental, transformando-a na personagem central de um novo capítulo da história do Oriente Médio, que impulsionaria o contra-ataque icônico da administração do presidente George W. Bush através da invasão do Iraque, o bombardeamento de Bagdá, a destruição dos monumentos de Saddam Hussein e as causalidades civis. Acontecimentos que serviram como ponto de partida para uma virada imagética na consciência pública, cuja consequência cultural imediata foi a emergência de uma “praga global de imagens” que almejam chocar, traumatizar, assustar e desmoralizar inimigos. Ao

mesmo tempo que se reproduz e infecta o imaginário coletivo de populações globais (MITCHELL, 2011).

Embora grupos dominantes tenham uma longa história de fusão entre política e estética para impor o poder do Estado, as mídias e tecnologias desenvolvidas a partir de então permitiram a ascensão de novas formas de resistência na medida em que a guerra no campo imagético não é mais controlada exclusivamente por poderes ocidentais ou usada unicamente pelo Estado contra seus inimigos. Com isso, as lutas políticas estão cada vez mais sendo recompensadas (e o poder refinado) através da manipulação de imagens (GIROUX, 2006, p. 67). Cenário que ressoa numa escala global a noção de Nicholas Mirzoeff (2002) de que a “cultura visual é uma tática para aqueles que não dominam meios de produção visual para negociar a hipervisualidade da vida cotidiana numa cultura global digitalizada”<sup>81</sup> (MIRZOEFF, 2002, p. 4, tradução nossa).

Escolhemos refletir sobre as implicações desse fenômeno a partir da relação íntima que mantém com as discussões em torno do “efeito do real” que perpassa a estratégia adotada pelos entes inscritos no jogo de poder cristalizado sobre esse panorama. Seja para afrontar inimigos ou seduzir apoiantes.

### **5.1. O paradigma do realismo**

Estabeleçamos algumas bases. A relação entre imagem e realidade é tema de debates filosóficos que remontam à tradição grega. De acordo com Johannes Hessen (1999), a escola do realismo encontrada na filosofia antiga se subdivide em três fases: o realismo ingênuo, o realismo natural e o realismo crítico. Elas compartilham a compreensão de que existem coisas reais independentemente da consciência humana, mas apresentam-se como variações desse ponto de vista. O realismo ingênuo dá origem às outras duas perspectivas.

Ele não é ainda determinado por nenhuma reflexão epistemológica e o problema sujeito-objeto ainda não surgiu claramente. Ele não distingue a percepção, que é um conteúdo da consciência, do objeto percebido. Como identifica os conteúdos de consciência aos objetos, acaba atribuindo aos objetos todas as propriedades que estão presentes nos conteúdos. As coisas são, para ele, exatamente como as percebemos. As cores que vemos nas coisas estão-lhes afixadas como qualidades

---

<sup>81</sup> Texto original: Visual culture is a tactic for those who do not control such dominant means of visual production to negotiate the hypervisuality of everyday life in a digitized global culture.

objetivas. O mesmo vale para seu gosto e seu odor, sua dureza ou maciez, etc. Todas essas propriedades convêm às coisas objetivamente e independentemente da consciência que as percebe (HESSEN, 1999, p. 74).

O realismo natural, por sua vez, já não é mais ingênuo, mas está condicionado por reflexões críticas e epistêmicas, segundo Hessen (1999). Isso se reflete no fato de que, embora dê um passo sutil e reconheça que o conteúdo perceptivo e o objeto não são a mesma coisa, ele ainda sustenta a noção de que a natureza (e qualidades) do objeto corresponde exatamente àquilo que a consciência humana é capaz de detectar:

Para o defensor do realismo natural, exatamente como ocorria com o realismo ingênuo, é absurdo admitir que o sangue não seja vermelho, que o açúcar não seja doce e que o vermelho e doce devem existir apenas em minha consciência. Também para ele, todas essas são apenas qualidades das coisas. Como esse é o modo de ver da consciência natural, chamaremos esse realismo de “realismo natural” (HESSEN, 1999, p. 74).

O realismo crítico, em contrapartida, promove um avanço nessa discussão e guia-se pela noção de que nem todas as propriedades presentes nos conteúdos perceptivos convêm às coisas, ou seja, as qualidades apreendidas por meio de um sentido (como cores, sons, odores e sabores) existem apenas em nossa consciência. Elas surgem na medida em que certos estímulos externos atuam sobre nossos órgãos sensíveis (HESSEN, 1999, p. 74). A sustentação teórica dessa última vertente busca referências na física, na fisiologia e na psicologia. Mas, em vez de nos aprofundarmos nessa fundamentação, nos atentemos a como o realismo crítico articula sua tese.

Hessen (1999) destaca três questões principais inerentes a ela. Antes de mais nada, ele pontua que essa vertente do realismo faz uma distinção entre as percepções e as representações. “Essa diferença consiste em que, nas percepções, lidamos com objetos que podem ser percebidos por diversos sujeitos, enquanto os conteúdos das representações só são perceptíveis para o sujeito que as possui” (HESSEN, 1999, p. 78). Como fundamento adicional, o realismo crítico cita a “independência das percepções com respeito à vontade”. De acordo com ele, as representações podem ser provocadas, modificadas e abstraídas de acordo com certas intencionalidades. Já quando falamos de percepções isso não é possível, uma vez que elas são causadas por objetos que existem realmente, independentemente do sujeito que percebe. Soma-se a isso o fato de os objetos da percepção permanecerem mesmo quando abstraímos nossos sentidos à sua influência e,

consequentemente, deixamos de percebê-los. Em resumo: na percepção nos ocupamos de objetos que existem fora de nós, que possuem um “ser real” (HESSEN, 1999, p. 79).

O que nos interessa diante de tudo isso é o fato de a polêmica moderna em torno do realismo estético, desde o surgimento da máquina fotográfica no século XIX, ter sido marcada por uma questão que se situa no liame dessa dualidade percepção/representação: a forte ligação entre as estéticas realistas e os meios de reduplicação do real e da realidade fomentados pela cultura visual e pelas novas tecnologias (JAGUARIBE, 2007, p. 29):

Na complexa relação entre as novas máquinas da visualidade (fotografia e cinema) e a literatura e as artes plásticas, as estéticas do realismo tiveram uma importância crucial já que, mesmo se valendo, inicialmente, de convenções pictóricas de outros gêneros, a imagem técnica superou as demais artes na sua tradução do realismo mimético. De fato, como foi extensamente estudado, o impacto documental da fotografia debilitou os códigos de verossimilhança da pintura, assim como o cinema, posteriormente, influenciou a criação de imagens escritas e contribuiu para acelerar a dinâmica da ação no enredo literário. Sobretudo, a fotografia irá produzir um “efeito do real” de outra ordem e categoria. Afinal, toda imagem fotográfica possui o índice de que tal paisagem, objeto ou pessoa efetivamente esteve, durante um tempo pretérito, imobilizado diante da câmera (JAGUARIBE, 2007, p. 30).

Esse é um ponto nevrálgico para nos aprofundarmos na ideia de Jaguaribe (2007) de que o apelo dos meios de comunicação é fazer com que a imagem ou a narrativa midiática seja mais preta de realismo do que nossa realidade fragmentária e individual. Antes de se posicionar perante essa questão, a autora lembra que tradicionalmente há uma polarização de ideias sobre a legitimidade do realismo enquanto “representação da realidade”: de um lado estão os que aderem aos ideários estéticos do realismo que enfatizam uma conexão vital entre representação e experiência da realidade e do outro lado situam-se os que se opõem à legitimação privilegiada dos códigos realistas, insistindo que ele é uma convenção estilística como outras, mas mascara seus próprios processos de ficionalização justamente porque as normas de percepção cotidiana medem-se pela naturalização da “visão de mundo realista do momento” (JAGUARIBE, 2007, p. 15). O que Jaguaribe (2007) defende é a validade dessas duas demarcações em sua interseção:

Endosso como o crítico inglês Raymond Williams, a ideia de que as estéticas do realismo crítico almejam captar as maneiras cotidianas pelas quais os indivíduos expressam seus dilemas existenciais por meio das experiências subjetivas e sociais que estão em circulação nas montagens da realidade social. Oferecem, dessa forma, uma intensificação desses imaginários, na tentativa de tornar o cotidiano

amorfo, fragmentário e dispersivo mais significativo, embora, muitas vezes, o retrato social que resulte disso seja o de cenários desolados. Mas isso não exclui a segunda consideração, ou seja, de que essas estéticas são socialmente codificadas, que elas são interpretações da realidade e não a realidade. O *paradoxo do realismo consiste em inventar ficções que parecem realidades*. Entretanto, a esse espelhamento deve-se adicionar outro componente. A realidade é socialmente fabricada, e umas das postulações da modernidade tardia é a percepção de que os imaginários culturais são parte da realidade e que nosso acesso ao real e à realidade somente se processa por meio de representações, narrativas e imagens (JAGUARIBE, 2007, p. 15).

É essa mesma apreensão que perpassa as considerações de Arlindo Machado (2015) ao apontar que toda uma tecnologia produtora de imagem figurativa vem sendo desenvolvida e aperfeiçoada há pelo menos cinco séculos a fim de ocultar esse processo e possibilitar uma reprodução automática do mundo visível (livre de codificações particulares e das estilizações pessoais de cada usuário) calcada na objetividade essencial que reivindica para si o poder de duplicar o mundo com a fria neutralidade de seus procedimentos formais, sem que o operador exerça qualquer influência sobre eles. No entanto, “a indústria da figuração automática só consegue ‘reproduzir’ ou ‘duplicar’ uma realidade que lhe é exterior porque opera com concepções de ‘mimese’, ‘objetividade’ e ‘realismo’ que ela própria perpetua (MACHADO, 2015, p. 13).

Todo esforço de elaboração de uma ilusão de verossimilhança é um trabalho de censura ideológica que visa, em última instância, reprimir o código que opera no sistema simbólico, ocultar seu papel de produção de sentidos. O que esse efeito de ‘realidade’ almeja, no mesmo momento em que se sofisticava seu aparato técnico de representação, é esconder o trabalho de inversão e mutação operado pelo código, o que quer dizer: censurar, aos olhos do receptor, os mecanismos ideológicos dos quais esse efeito é, ao mesmo tempo, fruto e máscara (MACHADO, 2015, p. 33).

Se a imagem processada tecnicamente se vale da sua imposição como entidade “objetiva” e “transparente”, Machado (2015) destaca que ela também parece dispensar o receptor do esforço de decodificação e da decifração, fazendo-se passar por “natural” e “universal”, o que, segundo o autor, não passa de uma construção particular e convencional. “É exatamente nesse ponto que as mídias mecânicas e eletrônicas do nosso tempo se tornam o terreno privilegiado das formações ideológicas: o fetiche de sua ‘objetividade’, no qual se acham mergulhadas massas inteiras de espectadores, é a máscara formal que oculta a intenção formadora que está na base de toda significação” (MACHADO, 2015, p. 14). Inclusive aquela buscada por uma organização como o Estado

Islâmico, que legitima sua existência na medida em que se deixa ver, dando ares de realidade e virilidade ao utópico.

É importante lembrar, entretanto, que as novas estéticas realistas inscritas nessa estratégia não repetem, necessariamente, o cânone das imagens e narrativas realistas do passado (JAGUARIBE, 2010, p. 8). A câmera fotográfica, o cinema e posteriormente, no final dos séculos XX e XXI, a realidade virtual maximizaram o “efeito do real”, como lembra Jaguaribe (2010). “A realidade tornou-se mediada pelos meios de comunicação e os imaginários ficcionais e visuais fornecem os enredos e imagens com os quais construímos nossa subjetividade” (JAGUARIBE, 2007, p. 30):

O surgimento de novos realismos na literatura, fotografia e cinema nos séculos XX e XXI atesta uma necessidade de introduzir novos “efeitos do real” em sociedades saturadas de imagens, narrativas e informações. Estes “efeitos do real” serão distintos daqueles do século XIX, não se pautam somente na observação empírica ou distanciada, mas promovem uma intensificação e valorização da experiência vivida que, entretanto, é ficcionalizada (JAGUARIBE, 2007, p. 30-31).

O “efeito de realidade” contemporâneo, portanto, não depende somente do detalhe verossímil, “mas da força da intensificação da imagem que cria uma ilusão de realidade maior do que a nossa percepção amorfa do cotidiano” (JAGUARIBE, 2010, p. 9). Essa operação só é possível porque as novas estéticas do realismo, seja em filmes, documentários, narrativas ou fotografias públicas, oferecem uma “pedagogia da realidade” (JAGUARIBE, 2007):

O uso de estéticas realistas para tecer pedagogias do olhar cumpre uma função importante porque estas estéticas problematizam questões culturais, sociais e individuais visando legitimar suas visões específicas do mundo. Embora toda manifestação artística ou midiática tenha uma busca de legitimidade para abalzar suas visões do mundo, as estéticas realistas detêm forte poder de persuasão porque foram naturalizadas enquanto apreensões interpretativas da realidade social moderna. Entretanto, para funcionarem e obterem repercussão as novas estéticas do realismo na mídia e em obras artísticas devem não somente possuir legibilidade como também devem tecer suas visões do mundo de maneira entretida. São pedagogias realistas da realidade que informam e atuam no mundo do espetáculo e do entretenimento (JAGUARIBE, 2010, p. 7).

Feldman (2008) endossa que em um momento histórico marcado pela saturação midiática, pela hipertrofia dos campos de comunicação e do audiovisual e pelo contínuo incremento de uma convergência de mídias, o apelo realista das cada vez mais hibridizadas e renovadas narrativas do espetáculo se afiguraria como “um modo simbólico de ‘reengajamento’ e ‘reintegração’ dos sujeitos (produtores, consumidores, portadores e espectadores das imagens) à realidade. Realidade essa

mediada, produzida e dramatizada por códigos estéticos e suportes audiovisuais cujas fronteiras também estariam se tornando indistintas” (FELDMAN, 2008, p. 62).

Cabe observar que toda e qualquer experimentação é sempre mediada. A diferença, portanto, entre uma “real” experimentação e aquela mediada pelos meios de comunicação e informação, é de grau e não de natureza. Contudo, cada vez mais a mediação realizada pelas tecnologias da comunicação, da informação e do audiovisual deixa de ser propriamente um ato ou efeito de mediar, de estabelecer relações, para tornar-se, ela mesma, parte crucial de nossa visão de mundo e daquilo que tomamos por realidade, a qual é percebida e construída por códigos estéticos historicamente configurados, balizadores de nosso olhar e de nossa experiência. Nesse sentido, vale lembrar que as diversas estéticas do realismo ainda constituem as formas culturalmente engendradas de apreensão e apresentação da realidade, pois o realismo, desde meados do século XIX, transformou-se em uma linguagem hegemônica de codificação do cotidiano moderno, cotidiano que a partir de então se tornava o centro das ações artísticas, em uma época em que já ocupava o foco das ações políticas, mais exatamente, biopolíticas (FELDMAN, 2008, p. 62).

É nesse contexto que Jaguaribe (2007) supõe a existência de uma opção e correlação estética entre cultura do medo, saturação midiática, incerteza urbana e intensificação do “efeito do real” pelo uso do choque, o que a levou a cunhar a expressão “choque do real” como a utilização de estéticas realistas visando suscitar o espanto catártico no leitor ou espectador, o que não se pauta tanto pela representação de algo necessariamente extraordinário, mas sim exarcebado e intensificado (JAGUARIBE, 2007, p. 100):

Diversamente das noções do *sublime* ou do *catastrófico* que sugerem uma quebra de representação por eventos tão imensos em escala ou tão inesperados em natureza que eles estilhaçam redes conceituais, o “choque do real”, no sentido que aqui emprego, está relacionado a ocorrências cotidianas, históricas e sociais. Se o objetivo estético do “choque do real” é potencializar uma descarga catártica, essa adrenalina emocional é diferente do efeito explorado nas tragédias gregas ou na poesia romântica, já que o elemento catártico aqui não suscita, necessariamente, os sentidos clássicos da compaixão, piedade ou elevação espiritual. Ao contrário, em vários instantes, o dispositivo catártico é ambíguo. Tal ambiguidade não decorre das sutilezas de um enredo complexo ou da utilização de imagens obscuras. Afinal, as descrições realistas da violência ou de fortes emoções são facilmente decodificadas pelos leitores ou espectadores. A ambiguidade do “choque” decorre da própria relativização de valores e da perplexidade quanto ao significado da experiência (JAGUARIBE, 2007, p. 100).

## 5.2. A imagética hiper-real

Jean-Louis Weissberg (1993) enfatiza que a operação da simulação nunca cessou. O intuito de fazer parecer real o que não é, segundo ele, esteve presente na escultura grega, na pintura dita *trompe-l'oeil* e no movimento barroco. O que em última instância nos conduz ao entendimento de que cada época teve seus simulacros. A nossa, assim, possui a característica particular de “ter feito nascer entidades híbridas, situadas entre o que é real (segundo o modo do objeto) e o que não é (segundo o modo da representação)” (WEISSBERG, 1993, p. 117). É nesse contexto que Jean Baudrillard (1991) sustenta a ideia de que a cultura contemporânea se situa no domínio do hiper-real, onde as simulações não são meras representações, cópias imperfeitas ou ilusões estéticas, mas uma “negação total do signo como valor”, o que aniquila todo tipo de referência carregada por ele (BAUDRILLARD, 1991, p. 13):

A passagem dos signos que dissimulam alguma coisa aos signos que dissimulam que não há nada, marca a viragem decisiva. Os primeiros referem-se a uma teologia da verdade e do segredo (de que faz ainda parte a ideologia). Os segundos inauguram a era dos simulacros e da simulação, onde já não existe Deus para reconhecer os seus, onde já não existe Juízo Final para separar o falso do verdadeiro, o real da sua ressurreição artificial, pois tudo está já antecipadamente morto e ressuscitado. Quando o real já não é o que-era, a nostalgia assume todo o seu sentido. Sobrevalorização dos mitos de origem e dos signos de realidade. Sobrevalorização de verdade, de objectividade e de autenticidade de segundo plano. Escalada do verdadeiro, do vivido, ressurreição do figurativo onde o objecto e a substância desapareceram. Produção desenfreada de real e de referencial, paralela e superior ao desenfreamento da produção material: assim surge a simulação na fase que nos interessa — uma estratégia de real, de neo-real e de hiper-real, que faz por todo o lado a dobragem de uma estratégia de dissuasão (BAUDRILLARD, 1991, p. 14).

Souza e Silva (2006) lembra que quando o pensador francês formulou essa ideia as imagens tornavam-se cada vez mais onipresentes, sobretudo aquelas produzidas por máquinas. Assim, as ditas imagens-técnicas dispunham de um espaço para manifestarem-se, não só por serem produzidas por meios tecnológicos cada vez mais acessíveis para a produção audiovisual, mas também pelas possibilidades de circulação e evidenciação através de telas (SOUZA E SILVA, 2006, p. 5). Hegemônicas na sociedade da hipervisibilidade, são “imagens obscenas”, segundo Baudrillard, por nada esconderem.

Os simulacros são, assim, imagens de um “mundo sem falhas”, ou de uma “continuidade sem fissuras”; são imagens planas (ainda que HD ou 3D); chapadas; lisas; superficiais; epidérmicas; peliculares; sem recuo; sem relevo; sem perspectiva, sem enigma, sem mistério; sem face oculta; sem outro lado; sem pregas; sem dobras; sem cimo; sem avesso; sem linha de fuga, nos termos salpicados pelo autor em diversos ensaios. Essas imagens seriam desérticas, vazias, porque, entre outros motivos, a “inflação ou excesso de signos” teria produzido, em aparente paradoxo, uma “deflação de sentido”. Da entropia das imagens circulantes, de signos permutáveis segundo a lógica da mercadoria, teria resultado, na conhecida equação do autor, a neutralização das imagens (FABBRINI, 2016, p. 245).

Se uma das principais implicações dessa viragem é o fato de a realidade não ser mais o que está na imagem, e sim a própria imagem, a perspectiva artificial deixa de ser um simples método de transposição para se transformar num modo de ver o mundo (SOUZA E SILVA, 2006). Isso, no entanto, não quer dizer que novas tecnologias da visualidade e novas formas de produção de imagens e simulacros cancelam o anseio pelo real (JAGUARIBE, 2007, p. 36). O que ocorre é que as experiências mediadas pela mídia não cancelem experiências vividas, mas as experiências vividas são alimentadas e interpretadas também pelo prisma midiático (JAGUARIBE, 2007, p. 37):

Nesse sentido, nas últimas décadas, os debates em torno da “cultura do espetáculo” (Debord, 1967), da desaparecimento do real pela produção do simulacro (Baudrillard, 1983) ou a crítica à perda do sentido da história por meio do pastiche midiático e artístico (Jameson, 1991) são parte central das discussões sobre a condição pós-moderna que enfatiza a porosidade entre o vivido e o imaginado; entre a experiência e a produção da realidade pelos meios de comunicação; entre a memória pessoal, histórica e coletiva e as memórias imaginadas dos meios de comunicação (JAGUARIBE, 2007, p. 37-38).

Quando transpomos esse panorama para nosso campo de investigação, notamos as amarras que fixaram a imagética hiper-real como característica indissociável das narrativas audiovisuais que ajudaram a dar forma ao espetáculo do terrorismo no mundo contemporâneo. Tratando especificamente dos ataques de 11 de setembro de 2001, Henry Giroux (2006) procura demonstrar isso. De acordo com o crítico norte-americano, diferentemente do que ocorreu com as teorias tradicionais do espetáculo e a estetização da política (especialmente a estetização fascista e o espetáculo do consumismo), as novas mídias facilitaram uma extensão da lógica do militarismo para a esfera simbólica, o que impulsionou um fenômeno inigualável caucado na violência hiper-real, no apelo puro ao medo e a elevação da imagem a um traço proeminente do poder social e político (GIROUX, 2006, p. 25).

Os efeitos tangíveis da violência são agora tornados visíveis por intermédio dos esforços de representação teatral tanto de terroristas estatais como não estatais. Vídeos de “choque e pasmo” são postos no ar nos serviços noticiosos da noite lado a lado com vídeos de decapitação (embora o próprio acto nunca seja mostrado nos media *mainstream*). Guerra, violência e política assumiram uma nova forma perturbadora e um novo sentido de urgência dentro das culturas baseadas em imagens (GIROUX, 2006, p. 26).

É nesse contexto que Giroux aponta para o fato de o espetáculo do terrorismo não ter simplesmente a ver com a “excitação da ilusão”, mas principalmente com a “imagem impregnada da excitação do real”. (GIROUX, 2006, p. 44). Assim, entende que a cultura do pequeno ecrã, que associa à televisão, à câmara de vídeo e ao computador, afirma seu poder não somente através da maestria da imagem, mas também por um retorno massivo ao real, onde a hiper-violência procura construir um sujeito e um público.

Aqui nos parece instigante e frutífera para compreendermos a natureza de nosso objeto, delineado como fruto da ramificação contemporânea dessa hiper-violência, a pergunta de W.J.T Mitchell (2015): o que as imagens realmente querem? A resposta, segundo ele, está além da ideia de que as imagens têm um poder social ou psicológico próprio, clichê reinante nos estudos contemporâneos em cultura visual (MITCHELL, 2015, p. 169). Como bem salienta, elas certamente não são desprovidas de poder, mas podem ser muito mais frágeis do que supomos. O problema, assim, “é refinar e complexificar nossa estimativa acerca desse poder e do modo como ele se exerce” (MITCHELL, 2015, p. 171).

Considerando que a questão não elimina a interpretação dos signos, mas induz a um deslocamento sutil do alvo da interpretação, é possível vislumbrarmos uma resposta para ela a partir de dois pontos-chave elencados pelo professor da Universidade de Chicago para incitar essa mudança: 1) consentir com a ficção constitutiva das imagens como seres “animados”, quase agentes, simulacros de pessoas; e 2) considerar as imagens não como sujeitos soberanos ou espíritos desencarnados, mas como subalternos cujos corpos são marcados pelos estigmas da diferença, que funcionam tanto como *mediuns* quanto como bodes expiatórios no campo social da visualidade humana” (MITCHELL, 2015, p. 185). A combinação deles nos leva a observar o cotidiano do olhar e ser olhado na sociedade atual como local legitimador de existências e narrativas. Recorte que pressupõe o uso do repertório imagético hiper-real como ferramenta aglutinadora universal capaz de impulsionar esse processo, que coloca em disputa retratos candentes do real e da realidade (JAGUARIBE, 2007, p. 41).

Para ilustrar o que queremos dizer com isso, nos atentemos para a exploração propagandística da violência empreendida por grupos como a al-Qaeda e o Estado Islâmico. Os vídeos de decapitação produzidos por eles, por exemplo, usam elementos que têm o objetivo de maximizar o caráter realístico da ação, o que atrai simpatizantes do jihadismo que encontram nesses assassinatos certo “conforto psicológico”, produto da observação do castigo contra aqueles que consideram um inimigo desumanizado (SORIANO, 2009). A fim de reforçar esse sentimento, em inúmeras ocasiões emergiram produções onde os jihadistas vestiam suas vítimas com macacões alaranjados, numa clara alusão às vestimentas utilizadas pelos prisioneiros da base norte-americana de Guantánamo. Desse modo, conseguiam imprimir certa proporcionalidade às suas ações (muitas vezes inexistente no campo de batalha) e assumir o papel de vingadores ante as humilhações sofridas pelos muçulmanos (SORIANO, 2009, p. 230).

Soriano (2009) lembra outra característica importante dessas produções que dialoga com esse repertório: a conversão das vítimas no ator principal das execuções. O pesquisador destaca que em mais de 80% dos casos que estudou até o final de 2004 os vídeos introduziam alguma prova visual para dar credibilidade à identidade dos sequestrados (documentos e uniformes, por exemplo). Com isso, permitiam o vínculo desses reféns com um coletivo considerado inimigo e criavam as condições necessárias para que seus assassinatos fossem aceitos e compartilhados dentro do setor social que apoia o terrorismo (SORIANO, 2009, p. 231). Dar voz a essas figuras foi outra estratégia importante nesse contexto:

De fato, em quase 60% desses vídeos os terroristas obrigam suas vítimas a participarem. Essa intervenção, em algumas ocasiões, consiste no reconhecimento dos supostos crimes que justificam o castigo que os mujahidins aplicaram imediatamente. Essas “confissões” constituem um poderoso recurso para legitimar seus crimes, já que supõem um claro mecanismo de transferência de culpabilidade para a vítima. Essa “culpabilização” não recai unicamente nas ações individuais do sequestrado, mas na maioria dessas ocasiões, a atribuição de responsabilidade é coletiva e os reféns são executados em virtude de sua qualidade de membro de uma determinada comunidade nacional, ou pelas ações empreendidas por seus respectivos governos (SORIANO, 2009, p. 231, tradução nossa)<sup>82</sup>.

---

<sup>82</sup> Texto original: De hecho, casi en el 60% de estos vídeos los terroristas obligan a participar a sus víctimas. Dicha intervención, en ocasiones, consiste en un reconocimiento de los supuestos crímenes, ya que supone un claro mecanismo de transferencia de culpabilidad hacia la víctima. Esta <<culpabilización>> no recae únicamente en las acciones individuales del secuestrado, sino que en la mayoría de las ocasiones, la atribución de responsabilidad es colectiva, y los rehenes son ejecutados en virtud de su calidad de miembros de una determinada comunidad nacional, o por las acciones emprendidas por sus respectivos Gobiernos.

Tratando do imaginário de violência, brutalidade e terror suscitado pela prática da decapitação adotada pelo Estado Islâmico, Carvalho (2017) salienta que essa imagem escarlate, perpassada por sangue e horror, alia-se a uma irresistível vontade de verdade (de ver, compartilhar e chocar):

Em uma cultura na qual o choque, aliado a boas doses de entretenimento, aparece como um estímulo fundamental no testemunho das atrocidades humanas, as decapitações midiáticas do século XXI manifestam comoções inéditas, respondendo aos apelos da cultura do espetáculo e da imagem na esfera do visível (CARVALHO, 2017, p. 2).

## 6. ONDE A TEORIA SE UNE AO OBJETO

Há quem possa apontar para a dificuldade de se traçar o perfil da audiência a qual se dirige a propaganda do Estado Islâmico. Afinal, como podemos identificar com precisão quem são esses consumidores dispersos num ambiente tão difuso como a Internet? A pretensão aqui não é responder essa pergunta, e sim identificar como a construção de sentido dentro dessas produções se vale da projeção de um espectador-modelo e de mecanismos discursivos e estéticos que buscam produzir um efeito de verdade sobre as ações da organização, referendando sua existência.

Acreditamos ser possível alcançar essa meta adotando uma perspectiva que privilegia o processo de comunicação narrativa (MOTTA, 2013) como local de observação. Esse caminho dialoga com um movimento recente que situa a narrativa como parte de um processo contemporâneo de “retorno da linguagem ao centro do pensamento filosófico, antropológico e cognitivo” (MOTTA, 2013, p. 69), mas foca um aspecto específico dessa guinada: a noção de que a composição do enunciado pode ser analisada como uma estratégia enunciativa que visa atrair, envolver e convencer o interlocutor, convidando-o para o “jogo de coconstrução compartilhada de sentidos” (MOTTA, 2013, p. 11).

O potencial e alcance dessa ideia, perante o objeto do qual dispomos, estão intimamente ligados à proposição de Luiz Gonzaga Motta (2013) de que cada situação de comunicação implica uma correlação social comunicativa própria, local, específica e empírica que precisa ser levada em conta pelo analista e seu método (MOTTA, 2013, p. 19). De acordo com ele, “as narrativas só existem em contexto e, para cumprir certas finalidades situacionais, sociais e culturais, não podem nunca ser analisadas isoladamente” (MOTTA, 2013, p. 120). Cientes disso, não teríamos como deixar de olhar para as produções do Estado Islâmico como frutos da bagagem histórico-cultural delineada nos primeiros capítulos desta dissertação. Ao remontar à matriz sócio-política do grupo, na verdade estamos levando em consideração fatores extralinguísticos que interferem no ato comunicativo. E, ao situá-lo num ambiente marcado pela midiatização e a valorização de visualidades hiper-realistas, estamos delimitando o discurso do EI como uma construção coletiva participativa que tem a capacidade de modular seus efeitos de verdade de uma maneira particular (CHARAUDEAU, 2006, p. 50), conforme traça hipóteses sobre a identidade de seu destinatário-receptor e procura estabelecer uma relação com ele (CHARAUDEAU, 2006, p. 41). A metodologia proposta leva esses parâmetros em consideração.

### 6.1. O que analisar?

O maior desafio da análise provavelmente reside nas controvérsias que antecedem qualquer abordagem sobre a atuação do Estado Islâmico. Elas exigem que cada decisão metodológica se justifique como ferramenta isenta de preconceções e consiga decifrar as singularidades de um objeto que carrega a gênese de uma realidade tão distante daquela onde emerge a inquietude que motiva sua investigação, mas que também resulta de um movimento contínuo que finca bases culturais universais.

A delimitação da unidade de análise em torno da qual as próximas páginas se desenvolverão levou isso em consideração. Ela é composta por 10 vídeos cuja autoria é creditada à Al Hayat Media Center, produtora vinculada ao Estado Islâmico e especializada na produção de conteúdos em inglês e idiomas europeus. Lançados entre os anos de 2014 e 2016, eles foram selecionados com base em dois critérios principais. Em primeiro lugar, são produções veiculadas no período de ascensão e consolidação do EI como personagem global. Portanto, sintetizam seus anseios e estratégias publicistas. Em segundo lugar, são uma rica amostra do hibridismo latente nas peças audiovisuais do grupo destinadas à “audiência” ocidental, sendo capazes de sustentar a hipótese de que elas fundem elementos da cultura visual contemporânea com engrenagens da cultura jihadista, neste caso fortemente representada pelo formato do *vídeo nashīd*.

O *nashīd* é uma “peça de oratória, um cântico, um hino e uma forma de vocalização musical que segue um ritmo métrico poético”<sup>83</sup>. Embora a origem do gênero seja objeto de intenso debate no mundo muçulmano, há versões curiosas sobre sua gênese. Uma delas é a do poeta moderno Mustafa ‘Abd al-Rahman, cuja ideia é que a prática emergiu dos choros entusiasmados (*al-sayhat al-hamasiyya*) de guerreiros que se preparavam para a guerra. A intenção era causar medo e terror nas fileiras inimigas (LAHOUD, 2017, p. 44). Mas, apesar da imprecisão que o cerca, enquanto expressão artística de devoção o *nashīd* está presente na história islâmica há séculos e exige de seus compositores (ou autores), conhecidos como *munshīd*, habilidade para engendrar o efeito emocional que almejam. Eles têm que ser capazes de reunir emoção (*‘atifa*), imaginação (*khayal*) e música (*musiqā*) para dominar a atenção de sua audiência. O que exige o domínio de uma gama de floreios retóricos e estratégias linguísticas para facilitar a memorização (LAHOUD, 2017).

---

<sup>83</sup> Ammon Shiloah, “Nashid”, in *Encyclopedia of Islam*, 2nd ed. (Brill Online, n.d).

Jonathan Pieslak (2017) elenca duas importantes características dessas melodias, que carregam traços distintivos da música vocal *acappella*. A primeira é o fato de serem governadas pelo sistema tradicional do *maqām*, derivado da música secular árabe. Semelhante às escalas musicais usadas no Ocidente, ele conta com tons e elementos melódicos específicos. Assim, cada *maqām* tem diretrizes que ditam a performance do instrumentista ou vocalista, que usam esses parâmetros para improvisar. O resultado disso é o que o etnomusicologista Ali Jihad Racy chama de “substância extática” (*tarab* ou *saltana*). Associada a diferentes emoções, ela determina qual *maqamat* pode ser utilizado para atingir ou transmitir temáticas específicas e conteúdos emotivos (PIESLAK, 2017, p. 70). A segunda característica está atrelada ao formato verso-coro dos *anashīd* (plural de *nashīd*). De acordo com Pieslak (2017), ele remonta ao gênero de canção árabe conhecido como *madih na-nabawi*. Dedicado a elogiar o profeta Muḥammad, este é estruturado em torno do cantor solista e um grupo de homens que formam um coro. Enquanto este canta numa rígida organização rítmica, o solista dispõe de mais liberdade para improvisar, geralmente usando a mesma linha de texto, que para os compositores é o componente mais importante dos *anashīd* (PIESLAK, 2017, p. 71).

Contemporaneamente, Nelly Lahoud (2017) argumenta que os *anashīd* passaram a ser usados por grupos extremistas como estratégia para criar laços entre jihadistas e minar suas emoções para produzir uma cultura ativista dentro do movimento. A função deles é largamente discutida em cartas trocadas por líderes dessas organizações e em manuais de treinamento. Um deles, apreendido pelas Forças Armadas dos Estados Unidos na casa de Abu Hafs al-Misri em Kandahar, tem uma seção intitulada “propaganda”. Nela, os *anashīd* aparecem como uma das sete técnicas fundamentais empregadas na influência ideológica: *repetition techniques*; *advising and preaching techniques*; *supplication techniques*; ***rhymes and songs techniques***; *slogans techniques*; *comedy/jokes techniques* e *lies technique* (LAHOUD, 2017, p. 50, destaque nosso).

O EI reconhece a importância desse arsenal cultural desde que se declarou Estado Islâmico do Iraque em 2006 e anunciou o estabelecimento de sua própria fundação midiática, a *Mu’assasat al-Furqan li-al-Intaj al-I’lami*. Entretanto, acabaria se destacando futuramente por ser o único grupo jihadista que produz seus próprios hinos. O que Lahoud (2017, p. 60) considera um indicativo de que o EI não os concebe apenas como ferramenta para estimular a militância, mas também como um caminho para construir sua identidade. E com os recursos tecnológicos que permitiram a disseminação de propagandas audiovisuais, eles inevitavelmente acabaram incorporados aos

vídeos de recrutamento.

## 6.2. Como analisar?

Os vídeos que compõem o corpo de análise foram retirados do repositório de propagandas da organização (jihadology.net) mantido por Aaron Zelin, pesquisador do The Washington Institute For Near East Policy. Eles são observados a partir de um eixo sócio-histórico (VANOYE, GOLIOT-LÉTÉ; 1994). Essa abordagem nos permite situá-los como produtos culturais e interrogá-los para compreender o que “falam” sobre o presente da sociedade em que se inscrevem. Estabelecido isso, o modelo metodológico desenvolvido procura identificar as recorrências estilísticas e discursivas que os caracterizam. A partir desse mapeamento pormenorizado, as idiosincrasias de cada produção serão desveladas e poderemos determinar onde existem injunções suficientes para agrupá-las em grandes categorias, que escolhemos chamar de “marcas audiovisuais” e cujo objetivo é provar onde a propaganda audiovisual do Estado Islâmico busca seu respaldo. Além de projetar como a prevalência dessas marcas se relaciona a objetivos específicos da organização.

É imprescindível lembrar que uma análise prática neste caso difere daquela que poderia ser aplicada a uma obra cinematográfica clássica. Afinal, estamos lidando com formas curtas, que se diferenciam dos longas-metragens de ficção por sua duração e condições de produção (VANOYE, GOLIOT-LÉTÉ; 1994, p. 107). Diante disso, as ferramentas empregadas para determinar os procedimentos de montagem e mixagem presentes nos vídeos produzidos pela Al Hayat Media Center tomam como ponto de partida o esqueleto metodológico criado por Francis Vanoye e Anne Goliot-Lété (1994) para analisar um gênero que compartilha o material genético de nosso objeto de estudo: os *spots* publicitários.

Vanoye e Goliot-Lété (1994) explicam que, por ser curto, o *spot* explora ao máximo as possibilidades de combinar as cinco matérias de expressão do cinema, que segundo Gaudreault e Jost (2009) são as imagens, os barulhos, as falas, as menções escritas e a música (GAUDREULT, JOST; 2009, p. 68). Debruçar-se sobre eles, portanto, é determinar como essas combinações se articulam para vender uma “marca”. E, para isso, existem oito etapas de trabalho: a) cronometrá-lo; b) contar os planos (isto é, as porções de película compreendidas entre duas colagens) e detectar as relações de duração (planos curtos/planos longos); c) destacar as figuras de transição de plano a

plano (cortes, fusões) e os procedimentos técnicos (câmera lenta, sobre-impressões, acelerações); d) observar a função das vozes (*in* e *off*); e) observar as características visuais dos personagens, definir seus papéis; f) observar as manifestações do produto: de seu nome, de sua imagem; g) caracterizar o *spot* (argumentativo, narrativo, outro) e sua estratégia de influência sobre o espectador (informação, sedução); h) detectar características formais ou retóricas (redundância sons-imagens-palavra, hipérbole), talvez um estilo.

Tendo em vista as particularidades da investigação proposta, transpusemos esses parâmetros para um novo quadro metodológico organizado em torno de dois eixos centrais: estilo (1) e discurso (2). O primeiro eixo é composto por quatro diretrizes que nos ajudam a descrever a estrutura dos vídeos e determinar suas características estilísticas: duração (1.1), matéria visual (1.2), característica dos planos (1.3) e montagem (1.4). O segundo eixo centra-se na tentativa de determinar como a mensagem do grupo é articulada em cada vídeo. Para isso, propõe três locais de observação: a função (ou papel) da voz que entoia o *nashīd* (2.1), a relação construída entre locutor e destinatário (2.2), com base em suas identidades, e a temática principal deste (2.3). Essa trinca tem como norte a funcionalidade do “contrato de comunicação” na acepção de Patrick Charaudeau (2006).

Charaudeau (2006) lembra que todo discurso depende das condições específicas da situação de troca na qual ele surge. O ato comunicativo, portanto, se vale de um quadro de referência ao qual os indivíduos se reportam para iniciar uma comunicação, o que significa, em última instância, que os dados da situação de comunicação são imprescindíveis para se construir o que os filósofos da linguagem designam por “cointencionalidade”. Ela garante as restrições necessárias para os parceiros da troca linguageira encontrarem pontos de conexão que levam à constituição de um “contrato de comunicação” (CHARAUDEAU, 2006, p. 68). Para fechar nosso quadro metodológico, que já conta com diretrizes de análise centradas na estrutura dos vídeos escolhidos, optamos por incorporar as características discursivas decorrentes do contrato estabelecido entre o Estado Islâmico e aquela que projeta como uma audiência em potencial. O que nos leva aos dados internos (CHARAUDEAU, 2006) dessas produções.

Os “dados internos”, segundo Charaudeau (2006), são os que permitem responder à pergunta “como dizer?”. Chegar a uma resposta para ela exige que olhemos três espaços de comportamentos linguageiros: o espaço de locução, o espaço de relação e o espaço de tematização. No primeiro caso, trata-se de elucidar como o sujeito-falante justifica a tomada da palavra, impõe-se

como dono dela e identifica, ao mesmo tempo, o interlocutor (ou destinatário) ao qual se dirige. Camadas implícitas na sua empreitada para conquistar o direito de poder comunicar. O “espaço de relação”, por sua vez, é “aquele no qual o sujeito falante, ao construir sua própria identidade de locutor e a de seu interlocutor (ou destinatário), estabelece relações de força ou de aliança, de exclusão ou de inclusão, de agressão ou de convivência com o interlocutor” (CHARAUDEAU, 2006, p. 71). Já o “espaço de tematização” é onde é organizado o tema da troca. Ele não exige que o sujeito-falante assuma apenas uma posição diante do tema imposto pelo contrato, mas que escolha um “modo de organização discursiva” para esse campo temático, tomando como base as instruções contidas nas restrições situacionais. Se nossa meta é compreender as estratégias através das quais o contrato de comunicação e o projeto midiático do Estado Islâmico se completam, criar esse paralelo metodológico nos parece um caminho profícuo. Abaixo, dispomos a proposta de análise num quadro esquemático:

<b>MÉTOD</b>			
<b>ESTILO</b> (1)	<b>Duração</b> (1.1.)		
	<b>Matéria visual</b> (1.2)	Fotografia (1.2.1)	Autoral (1.2.1.1)
			Fontes externas (1.2.1.2)
		Vídeo (1.2.2)	Autoral (1.2.2.1)
			Fontes externas (1.2.2.2)
	<b>Característica dos planos</b> (1.3)	Ponto de vista (1.3.1)	
		Movimentos da câmara (1.3.2)	
		Luzes e cores (1.3.3)	
		Combinações audiovisuais (1.3.4)	

	<b>Montagem</b> (1.4)	Efeitos visuais (1.4.1)	Figuras de Transição (1.4.1.1)
			Procedimentos técnicos (1.4.1.2)
		Recursos gráficos (1.4.1.3)	
	Funções rítmicas (1.4.2)	Ritmos temporais (1.4.2.1)	
		Ritmos plásticos (1.4.2.2)	
<b>DISCURSO</b> (2)	<b>Função do munshīd</b> (2.1)		
	<b>Relação</b> (2.2)		
	<b>Temática</b> (2.3)		

### 6.2.1. Oh Soldiers of Truth Go Forth (Oh, Soldados da Verdade, Vão Adiante)

Optamos por iniciar nossa análise pela produção *Oh Soldiers of Truth Go Forth!* por ser a mais antiga dentro do escopo de vídeos que esmiuçaremos nas próximas páginas, mas também por nos permitir demonstrar a evolução da linguagem audiovisual utilizada pelas propagandas do Estado Islâmico. O que não quer dizer que ela seja menos dotada de simbolismos e elementos temáticos que, como elucidaremos mais adiante, compõem a essência discursiva dessas produções. Na verdade, de modo bastante peculiar, ela demonstra a habilidade do braço midiático do EI para manusear materiais visuais de naturezas diferentes em prol do mesmo objetivo.

Os primeiros passos investigativos nos levam a uma constante. Como todas as propagandas da Al Hayat Media Center que analisaremos, o vídeo dispõe de um pacote gráfico de abertura

(1.4.1.3)<sup>84</sup>. Característica que segue o padrão estabelecido por organizações nos moldes do Estado Islâmico, empenhadas em distribuir produtos midiáticos na Internet para anunciarem sua existência, marcarem território (online) e darem um caráter oficial aos vídeos, mensagens e materiais distribuídos em seu nome (OSTOVAR, 2017, p. 88). Neste caso em especial, o profissionalismo que emana dessa estratégia está aliado ao fato de a logomarca da Al Hayat Media Center se adaptar à temática de cada vídeo. Em *Oh Soldiers of Truth Go Forth*, ela carrega um profundo sentido religioso, arraigado aos temas visuais correntes na cultura jihadista, por nascer de uma gota d'água (acompanhada pelo efeito sonoro correspondente).

No relatório *Visual Motifs in Jihadi Internet Propaganda* (2006), publicado pelo Departamento de Ciências Sociais da Academia Militar dos Estados Unidos, encontramos informações que nos permitem traçar um paralelo entre a escolha estilística por trás dessa referência e sua “impressão” num produto que tem a função de legitimar o Califado e conclamar militantes do Estado Islâmico a unirem-se a ele (2.3.1). A gota d'água, na matriz simbólica do movimento, está atrelada às ideias de pureza religiosa, vida após a morte e paraíso celestial. Temas caros ao EI e que compõem o pano de fundo sobre o qual se desenham as “recompensas” espirituais e existenciais que pairam no horizonte de homens dispostos a morrer em prol de uma acepção militarista da *jihād*, indispensável para alcançarem a “verdadeira” sociedade islâmica.

**Figura 5** - A logomarca da Al Hayat Media Center que abre o vídeo



**Fonte:** Jihadology (repositório de Aaron Zelin)

Transpassada essa abertura, a matéria visual empregada na maior parte dos 2 minutos e 32 segundos do vídeo (1.1) é composta por 50 fotografias (1.2.1.1) que endossam no nível imagético

<sup>84</sup> Essa demarcação será utilizada ao longo da análise para identificar o elemento do quadro metodológico associado à passagem em questão. É importante ressaltar, no entanto, que nem todos eles aparecerão no corpo do texto. Isso porque, embora compartilhem similaridades composicionais, como demonstraremos mais adiante, cada produção tem características que são mais salientes. Assim, escolhemos destacar aquilo que tem mais relevância para a formatação da mensagem central do vídeo.

a mensagem que está no cerne da produção. Com isso, o registro das ações do Estado Islâmico (incluindo combatentes empunhando armas, locomovendo-se a pé e em veículos militares) converte-se num chamariz para aqueles que ganham a alcunha de “*soldiers of truth*” (soldados da verdade) e têm a missão de garantir que a vitória representada pela suposta reedificação dessa instituição histórica do Islã seja perpetuada.

É interessante notar que, apesar de estarmos falando de imagens estáticas, elas parecem movimentar-se o tempo todo. Efeito alcançado através da combinação de uma espécie de *glitch*<sup>85</sup> (1.4.1.2) que as faz pulsar na tela e cortes rápidos que marcam a transição de uma fotografia para outra (1.4.2.1). As legendas em inglês que se sobrepõem às imagens seguem a mesma característica, deslocando-se lateralmente, inclinando-se, girando ou avançando em direção ao espectador (1.4.1.3). Aqui alguém poderia perguntar: o que está por trás da opção de empregar essa dinâmica num vídeo que de outro modo poderia ser considerado simplista entre as produções analisadas? Arriscamos dizer que a resposta para essa pergunta está alocada em dois fatores principais. O primeiro dialoga com o fato de a Al Hayat Media Center tentar embutir nos seus produtos que tratam de conquistas militares e batalhas a identidade do gênero de ação.

Embora *Oh Soldiers of Truth Go Forth* seja apenas um esboço dessa relação, se colocarmos em perspectiva outras produções que compõem o corpo de análise da pesquisa, é evidente que a montagem do vídeo procura impor o mesmo ritmo trepidante que nos filmes de ação serve ao rápido desenvolvimento dos acontecimentos e à intensificação dos picos dramáticos (NOGUEIRA, 2010, p. 18), enquanto o *nashīd* tem a função de sublinhar o tom das imagens (1.4.2.2). Para entender melhor o que queremos dizer com isso, é preciso assinalar que a transição entre as fotografias que servem de substrato ao vídeo ocorre, em média, a cada dois segundos (característica que chega a dificultar a leitura das legendas sobrepostas a elas). A única exceção são as manifestações do coro, quando as vocalizações se alongam e o tempo da mensagem na tela também. E isso ocorre justamente em versos com menção a passagens de fundo histórico para os muçulmanos: a rivalidade com judeus e cristãos (“Rabinos judeus estão humilhados. Quebre as cruzes e destrua a linhagem

---

<sup>85</sup> Falha na imagem.

dos netos dos macacos”)<sup>86</sup> e a luta pela prevalência do estado de *tawhīd*<sup>87</sup> (“O estado de *tawheed* prevalecerá apesar das mentiras das pessoas odiosas”).<sup>88</sup> Assim, as pontuações sonoras ressaltam essas passagens e imprimem na memória um traço audiovisual forte (CHION, 2011, p. 17) associado a elas.

A bomba de sentidos montada a partir desses elementos estilísticos e discursivos, no entanto, explode efetivamente quando também nos abrimos à possibilidade de situá-los na intersecção entre aquilo que a produção prega e um princípio que perpassa a ideia de *jihād* na acepção que a associa ao conflito armado. Como lembra David Cook (2015), é corrente na literatura sobre o tema que lutar na *jihād* exige movimento constante (o que provavelmente foi o segredo do sucesso dos primeiros conquistadores muçulmanos comandados pelo profeta Muḥammad, os quais alcançaram vitórias inesperadas embora dispusessem de inúmeras desvantagens operacionais). Apesar de expor os combatentes ao perigo invariavelmente, a demanda guarda recompensas espirituais: ao abraçar a empreitada, os muçulmanos se divorciam deste mundo e aumentam seu desejo de habitar o próximo (COOK, 2015, p. 19). Assim, o significado religioso também permanece imbricado à montagem da peça audiovisual e ao discurso do *munshīd*, que convoca os combatentes (2.2) a entoarem a melodia da resistência (ênfatizando que uma luz iluminou a Síria e o Estado Islâmico foi estabelecido) e unirem-se ao Califado. Demanda que ganha força porque ele se coloca como membro dessa estrutura e, portanto, porta-voz dela (2.1).

Além das fotos do campo de batalha, outro elemento marcante do vídeo que ajuda a moldar esse discurso no campo figurativo e endossar a natureza dúbia da “ação” que lhe serve como base discursiva são as gotas vermelhas que se dissolvem sobre as cenas (1.4.1.3). Assim como nos filmes de ação, o uso dessa cor no repertório das propagandas do movimento jihadista global, na maioria dos casos, é uma referência ao sangue ou à guerra. Portanto, podemos facilmente associar essa escolha estética ao caráter do vídeo, que se propõe a informar sobre a concretização da edificação

---

<sup>86</sup> A passagem cujo texto original é “Jewish rabbis are humiliated. Break the crosses and destroy the lineage of the grandsons of monkeys” dialoga com o fato de o *Qu’rān* reconhecer a mensagem divina do Judaísmo, mas também fazer apontamentos sobre a desobediência dos judeus a Deus, especialmente no que se refere ao seu desvio das leis divinas para prosperar financeiramente e politicamente. Assim, os muçulmanos entendem que o Judaísmo era uma religião monoteísta decente, mas acabou perdendo essa essência por conta de interesses pessoais. A ocupação da Palestina e a formação de Israel é o exemplo contemporâneo mais claro, sob o olhar dos fundamentalistas islâmicos, da dependência que os judeus têm do poder físico (GUIDÈRE, 2007). A expressão “macaco” usada para se referir pejorativamente a eles é uma alusão a passagens do Qu’rān que relatam que Deus teria transformado os judeus em macacos e porcos por suas transgressões.

<sup>87</sup> Conceito central do Islã pautado na crença em um único Deus (desdobrado mais adiante).

<sup>88</sup> Texto original: The state of *tawheed* will remain in spite of the lies of the hateful people.

do Estado Islâmico, mas também seduzir potenciais recrutas (2.3) dispostos a atuarem ativamente pela manutenção e expansão dele. Mesmo que isso os deixe mais perto da morte.

**Figura 6** - Cenas onde ficam evidentes as características estilísticas do vídeo



Fonte: Jihadology (repositório de Aaron Zelin)

### 6.2.2. Let's Go For Jihād! (Vamos para a Jihād!)

Lançado pela Al Hayat Media Center em junho de 2014, quando o Estado Islâmico dava longos passos na conquista de seu território, o vídeo *Let's Go for Jihād* tem 5 minutos e 26 segundos (1.1) e é estruturado em torno de um *nashīd* cujo objetivo é conclamar os seguidores do EI a engajarem-se na *jihād* (2.3). O que se manifesta na articulação de uma retórica fundamentada sobre elementos míticos da religião e impulsionada pelo impacto da experiência visual proporcionada pela produção.

A primeira mensagem que aparece no vídeo é antecedida por um grito de “Deus é grande”. Ela é apresentada sobre um fundo neutro, direcionando toda a atenção para a ordem que perpetra: “Suplique para que Allah aceite e este nasheed possa bombardear verdadeiramente o *kuffar*”<sup>89</sup>. Profundamente arraigada na doutrina jihadista, a sentença evoca a noção de que a luta contra o anti-Islã está ligada à vontade de Deus e deve tomar como guia a receita proposta pelo *nashīd*. O cântico que ganha forma a partir daí, acompanhado por legendas em inglês, é entoado por um coro que aparecerá em diferentes momentos da produção, dando forma a uma espécie de refrão que sintetiza essa fórmula. Eles pedem que os seguidores do grupo se apresentem, clamem sua vitória e unam-se à *jihād*<sup>90</sup>.

O apelo que emana dessa mensagem ganha o reforço de estratégias retóricas. Uma em especial chama a atenção por sua excepcionalidade dentro do vídeo. As frases “*Let's Go! Let's Go*

<sup>89</sup> Texto original: Make supplication in order that Allah accepts and this nasheed may bomb the kuffar for real.

<sup>90</sup> Texto original: Brothers rise up! Claim your victory! Let's go! Let's go! Let's go for jihad.

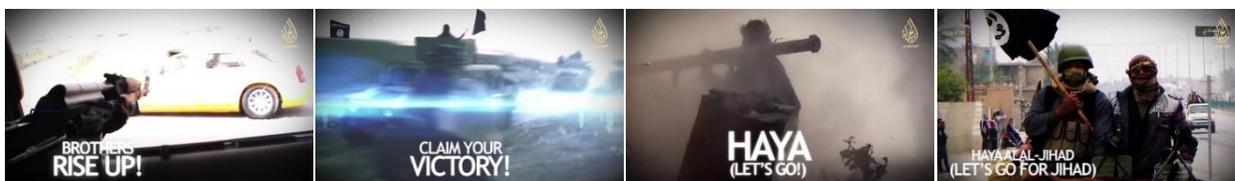
*for jihad!*” são as únicas acompanhadas de sua transcrição para o árabe: “*Haya! Haya Alal-Jihad!*”. Com uma sonoridade cativante, mesmo no idioma original, elas tornam-se facilmente memorizáveis e ganham a forma de um slogan. Fato que se torna ainda mais curioso quando nos lembramos que este termo usual do jargão publicitário remonta a uma expressão de origem gaélica (*sluaghghairm*) que na velha Escócia se referia aos gritos (frases simples, sonoras e repetidas à exaustão) utilizados pelos clãs para incentivar seus guerreiros a atacar os inimigos (FIGUEIREDO, 2006).

**Figura 7** - Mensagem de abertura do vídeo



**Fonte:** Jihadology (repositório de Aaron Zelin)

**Figura 8** - Sequência de cenas acompanhadas pelo “refrão”



**Fonte:** Jihadology (repositório de Aaron Zelin)

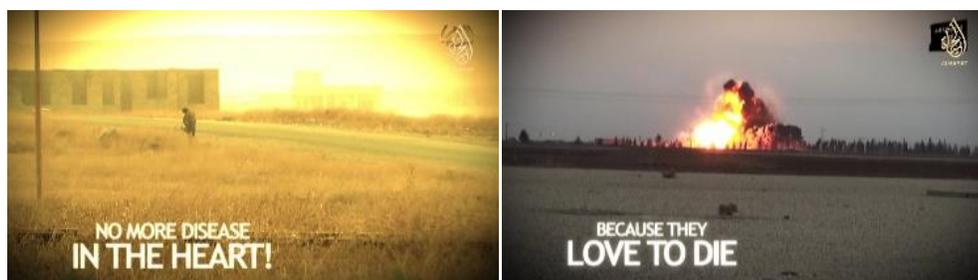
Na sequência, o *munshīd* inicia sua argumentação (2.2) visando convencer uma audiência em potencial a aderir à causa do grupo. Ele apropria-se de uma narrativa passível de compreensão para aqueles que não foram necessariamente criados sob os preceitos do Islã, mas não deixa de fazer alusões históricas aos fundamentos da religião. Afinal, são eles que servem de alicerce para a formatação da mensagem do Estado Islâmico. Mesmo que dentro de uma interpretação própria e contestável.

A voz onipresente, que assume a figura do companheiro (2.1) que vivencia o cotidiano do campo de batalha e está empenhado em mostrar a importância dessa experiência, apregoa que os “irmãos” unidos sob o manto do EI devem se voluntariar para a guerra. Se forem verdadeiros na sua fé serão recompensados, com a vitória ou a “*Shahadah*”. A referência à *Shahāda*, profissão de

fé dos muçulmanos e primeiro pilar do Islã<sup>91</sup>, é constante na propaganda do Estado Islâmico. O texto em branco sobre o fundo negro no alto da bandeira que identifica o grupo, por exemplo, é o início dela (“Não há outro deus que Alá”). Mas a expressão, neste caso, carrega um significado a mais, vinculado ao culto do martírio.

O Judaísmo e o Cristianismo popularizaram o conceito de “martírio” no mundo clássico. Muitos judeus e cristãos se recusavam a comprometer suas crenças, estando dispostos a serem torturados e mortos como prova de fé. Os primeiros muçulmanos de Mecca seguiram essa tendência, prontificando-se a sofrer por ela quando perseguidos por mecenos pagãos. No entanto, após a *Hijra* (emigração do profeta Muḥammad para Medina em 622), houveram poucos registros de perseguição a eles em larga escala, o que levou o conceito a se desenvolver de modo diferente dentro do Islã. No âmbito dessa religião, ele passou a desfrutar de um caráter mais ativo: o mártir em potencial é convocado para procurar situações em que o martírio possa ser alcançado (COOK, 2015, p. 26).

**Figura 9** – Mensagens de exaltação ao martírio presentes no vídeo



**Fonte:** Jihadology (repositório de Aaron Zelin)

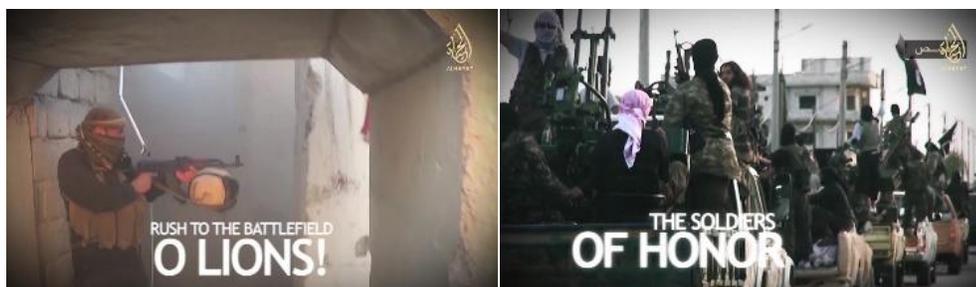
No *Qur'ān* a palavra “mártir” (*shahīd* em árabe) se refere ao simples testemunho de fé (*shahāda*), mas acredita-se que foi após a conquista da Palestina no século VII que ele passou a ser associado à “morte sagrada”. Assim, o mártir islâmico se transformou no crente que é morto na batalha contra os infiéis, “no caminho de Deus” (*fi sabīl 'allah*), com a promessa de recompensas eternas na vida após a morte. Essa luta é caracterizada pela legitimação da violência. Na doutrina sunita, especificamente, o conceito acabou conectado com a noção de *jihād* (MARONE, 2013, p. 140). No vídeo em questão, a mobilização dessa ideia não poderia ser mais enfática. Ante a dúvida

<sup>91</sup> É proferida no ato de conversão ao Islã, assim como na chamada para a oração ao se levantar ou deitar.

daqueles que temem a morte, o *munshīd* lembra: “Você teme a morte? Não há escapatória! Seja digno! E *shahadah fi sabilillah* é a entrada para o paraíso”<sup>92</sup>.

A evocação da figura dos mártires na cultura jihadista é reforçada pelo diálogo com um tropo (figura de linguagem) recorrente entre grupos fundamentalistas para celebrá-los: a metáfora do leão, que tem um rico significado na história islâmica. Ela é usada para ressaltar a bravura e o valor de jihadistas vivos ou mortos em ação. Uma tradição famosa (*ḥadīth*) do Islã se refere a ‘ALĪ ibn ABĪ ṬĀLIB, primo do Profeta Muḥammad e seu sucessor, como *asad allah* (“Leão de Deus”) por sua coragem e sucesso na batalha de Badr<sup>93</sup>. Os jihadistas contemporâneos usam a figura de linguagem com efeito similar: honrar os heróis de suas comunidades (OSTOVAR, 2017, p. 99). O Estado Islâmico não foge a essa regra.

**Figura 10** – Como o grupo se refere aos seus militantes



**Fonte:** Jihadology (repositório de Aaron Zelin)

Conforme o vídeo avança, o apelo religioso ganha o reforço da atração exercida pela força político-militar desenhada em torno das ações do grupo. Nesse sentido, o *nashīd* também faz referência ao avanço territorial do Estado Islâmico. Ele pontua que a ofensiva não parará até que a palavra de *Allāh* prevaleça e o empenho de seus militantes é tamanho que garantirão isso com seu sangue e morte. A essa camada discursiva somam-se subterfúgios técnicos que maximizam o alcance e impacto da retórica no campo visual, proporcionando uma experiência que mobiliza um repertório específico da cultura audiovisual contemporânea que conecta duas linguagens imersas

<sup>92</sup> Texto original: Do you fear death? There is no escape! Get dignity! And Shahadah fi sabilillah is the entrance to Paradise.

<sup>93</sup> Muḥammad teria participado de pelo menos vinte e sete campanhas e delegado mais cinquenta e nove delas para ganhar seguidores e controlar territórios. Essas campanhas são divididas em quatro grupos. A de Badr está em um deles. As cinco batalhas temáticas de Badr (624), Uhud (625), Khandaq (627), Mecca (630) e Hunayn (630) tinham como meta dominar as três áreas principais da região de Hijaz: Mecca, Medina e al-Ta'if (COOK, 2015, p. 6)

numa relação de simbiose: o gênero de ação e os videogames.

O vídeo começa com cenas de homens mascarados marchando e empunhando armas de alto calibre enquanto atravessam um curso d'água e caminham em direção à câmera (antes da exibição da mensagem de abertura da produção). A ação (filmada de diferentes ângulos) é trilhada por um balbucio que se mescla com efeitos sonoros semelhantes a rajadas de tiros (1.3.4) para criar uma espécie de marcha militar. O canto do *munshīd* só ganha forma no momento em que o uso da câmera subjetiva se torna mais evidente (1.3.1), imergindo o espectador em cenas de enfrentamento no campo de batalha.

O uso desse ponto de vista é sutil em alguns momentos, mas sempre traz o olhar para o centro dos acontecimentos. A sensação é maximizada em cenas onde o espectador parece abandonar a posição de mero observador e assumir a persona dos atiradores que surgem em diferentes cenários. Efeito que pode ser interpretado como uma aproximação intencional com a linguagem visual característica do *First Person Shooter* (FPS), subgênero de videogames surgido a partir de jogos de disparos e que se distingue por seu estilo de jogabilidade dependente da perspectiva na primeira pessoa.

Elias (2008) oferece um importante aporte para a compreensão dos efeitos dessa relação ao pontuar que a perspectiva em primeira pessoa que marca o FPS é um trabalho de simulação que tenta ser o mais realista possível. Assim, “o ambiente virtual gerado para o jogo é programado para que o jogador possa ter a sensação de se deslocar num ambiente de objetos e espaços” (ELIAS, 2008, p. 15), criando-se uma relação *player-character* para a qual se requer personagens concebidas para serem facilmente admiradas por jogadores identificados com essas mesmas personagens. Operação que o Estado Islâmico reproduz no vídeo, enaltecendo a figura de homens que colocam suas vidas em risco em nome da causa defendida pelo grupo.

Essa dinâmica básica do FPS se sustenta no impacto proporcionado pelo realismo das imagens e na forma como os elementos dessa realidade são dispostos dentro de cada cena. O movimento da câmera (1.3.2) ajuda a construir a ambiência. Ele é claramente adaptado ao fato de as ações retratadas poderem ou não ser controladas. No caso daquelas que se desenrolam no campo de batalha prevalece o segundo tipo. O movimento, portanto, está sujeito ao encontro com obstáculos e à proximidade com os personagens que se deslocam na cena. Característica que ajuda a compor uma *mise-en-scène* poderosa calcada em cenários realistas.

Demonstramos isso a partir de uma cena em particular dentro do vídeo (localizada por volta

de 1 minuto). Enquanto os combatentes em potencial são convocados a agirem, o carro onde se situa a câmera persegue um veículo amarelo que logo se torna alvo de tiros partidos de uma arma que parece ser empunhada pela mesma pessoa através da qual enxergamos a ação. Percepção intensificada pelo balançar da câmera, o som dos disparos e as cápsulas que voam em direção ao cinegrafista após cada tiro, enquanto toda a ação é enquadrada pela janela do automóvel.

**Figura 11** - Cena de perseguição que absorve elementos da linguagem visual do FPS



**Fonte:** Jihadology (repositório de Aaron Zelin)

Essa cena também nos permite introduzir a ideia de que a produção compartilha o material genético dos filmes de ação, seja pelo mote da perseguição tão presente nessas produções ou pela estética do estilhaço e da explosão que caracteriza o gênero (NOGUEIRA, 2010). Somada à noção de Bordwell e Thompson (2013) de que aquilo que dá uma identidade comum aos filmes são as convenções compartilhadas, o que no caso do gênero de ação se vale frequentemente de cortes rápidos e violência em câmera lenta (BORDWELL, THOMPSON; 2013, p. 502-503), essa descrição praticamente extrai a essência de *Let's Go For Jihad* (1.4.2.1) e evidencia como o vídeo é uma materialização do “choque do real”, que lembramos: “é a utilização de estéticas realistas visando suscitar um efeito de espanto catártico no leitor ou espectador” (JAGUARIBE, 2007, p. 100). Prova disso é que em pouco mais de cinco minutos de produção vislumbramos o significativo número de 38 explosões. Algumas em câmera lenta e outras num *looping* que ajuda a maximizar o efeito dos estragos causados por elas (1.4.1.2).

**Figura 12** - Algumas das cenas marcadas por explosões em *Let's Go For Jihad*.



**Fonte:** Jihadology (repositório de Aaron Zelin)

É importante assinalar que essas explosões também acumulam outra função dentro do vídeo. Ao lado dos disparos de armas de fogo (muitas vezes sincronizados com a inserção de miras sobre as cenas, criando outro ponto de conexão com os jogos de disparo em primeira pessoa), ajudam a imprimir um ritmo à produção na transição de cenas e nos momentos em que o coro ganha forma, alcançando um efeito empático (1.4.2.2). Ou seja, elas participam diretamente da construção da emoção das cenas (CHION, 2011, p. 14), contribuindo para a dramatização dos planos que se sucedem enquanto mostram combatentes do Estado Islâmico em constante ação. Estratégia que ressoa técnicas apuradas no nível da montagem, mas também mostra o cuidado do grupo diante de debates elementares da tradição legal islâmica sobre a permissividade da música (*musiqā*), o uso de instrumentos musicais (especialmente tambores) e a distinção entre ouvir (*samā'*) e performar uma peça musical.

Embora não haja consenso sobre essa questão, algumas posições legais foram cristalizadas com o tempo. Elas gravitam em torno de um ponto nevrálgico sintetizado pela pergunta: Afinal, o que é considerado música no Islã? O chamado para a oração (*adhan*) ouvido todos os dias nos minaretes espalhados pelo mundo muçulmano, por exemplo, não é tido como *musiqā*, apesar de dispor de uma estrutura melódica clara para a articulação vocal cantada. Na verdade, ele é compreendido como uma recitação estilizada ou poesia: uma manifestação sonora emotiva das verdades divinas reveladas ao profeta Muḥammad (PIESLAK, 2017, p. 64). No caso dos *anashīd*, a

discussão se perpetua e, mesmo diante de parâmetros restritivos da religião como a adesão à proibição de uso de instrumentos musicais (principalmente tambores), eles são construídos com base em harmonizações vocais (arranjos) e muitas vezes usam efeitos sonoros de armas de fogo, explosões e sons de animais, como leões, para driblar essas limitações e marcar um ritmo (PIESLAK, 2017, p. 69). O que ocorre claramente em *Let's go for jihad* e outras produções que compõem nosso corpo de análise. Neste vídeo, no entanto, é importante destacar que a estratégia é acompanhada pelo uso intenso de uma luz solar na transição e ambientação das cenas (1.3.3), cujo clarão ajuda a imprimir esse ritmo visualmente (1.4.1.1).

### 6.2.3 Our State is Victorious (Nosso Estado é vitorioso)

Se o vídeo *Let's Go For Jihad* absorve elementos da linguagem visual dos videogames e do gênero de ação, a produção *Our State is Victorious* parece fazer algo semelhante com a cena documental. E são as observações de Fernão Pessoa Ramos (2012) sobre os mecanismos que caracterizam a construção da *mise-en-scène* desse gênero que nos ajudam a desnudar essa relação. De forma bastante original, ele propõe que pensemos a encenação documentária em seu núcleo criativo a partir da observação da movimentação do corpo na cena.

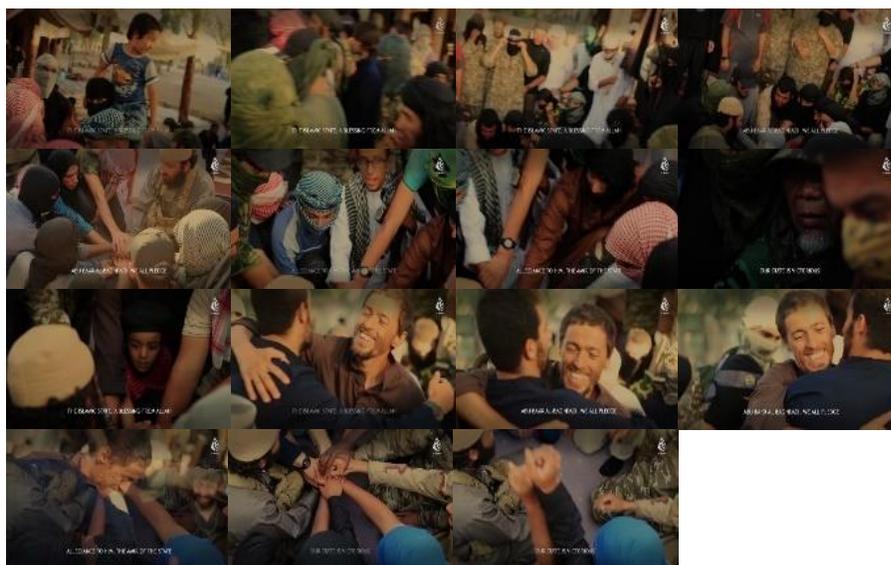
A principal implicação dessa ideia para nossa reflexão é o fato de que a tomada, entendida por Ramos (2012, p. 25) como a circunstância da presença da câmera e do sujeito que a sustenta (sujeito-da-câmera) no mundo e na vida, emerge como um lugar de análise privilegiado se considerarmos que esse sujeito não se confunde com a presença concreta do operador do equipamento. É, na verdade, “uma figura teórica que se vincula à posição espectral e existe enquanto uma potência que confere à imagem-câmera seu caráter de mediação” (WELLER, 2012, p. 250). Prerrogativa que se relaciona diretamente com a estilística da encenação documentária em seus diferentes tipos históricos (RAMOS, 2012, p. 26) e carrega a intencionalidade de quem opta por um deles.

O tipo de encenação documentária onde acreditamos ser possível buscar explicações é aquela que Ramos (2012) chama de encenação direta, ou encena-ação/afecção. Nela, a tomada é “explorada estilisticamente em sua radical indeterminação” (RAMOS, 2012, p. 26). Nesses casos, segundo Ramos (2012), a cena tem sua integridade respeitada e é valorizada em sua imprevisibilidade, o que possibilita que procedimentos de estilo sejam pensados para se adequarem ao

transcorrer do mundo, preservando sua ambiguidade a fim de tornar viável o exercício de liberdade do espectador. A materialização disso ocorre de dois modos: com o sujeito-da-câmera em ação (interativa ou em recuo) e com o corpo em comutação com o sujeito-da-câmera expressando o afeto até o limite do exibicionismo ou da obscenidade (RAMOS, 2012, p. 24).

Na produção analisada, vemos o primeiro caso ganhar forma pelo modo como o sujeito-da-câmera se insere nas cenas. Nos círculos de oração, em momentos de confraternização e celebração, ele está imerso na ação e a documenta a partir de um ponto de vista privilegiado (1.3.1), captando o “realismo” desses momentos e afirmando sua posição de testemunha dos fatos (2.1). Tomemos como exemplo a sequência de abertura da peça audiovisual. Nela, a câmera move-se no meio de um aglomerado de homens que parecem orar, registrando-os de diferentes ângulos enquanto a voz do *munshīd* entoia “O Estado Islâmico, uma bênção de Allah. Abu Bakr al-Baghdadi, nós todos juramos fidelidade a ele. Nosso Estado é vitorioso”<sup>94</sup>. A impressão que temos é que o sujeito-da-câmera, indelevelmente inserido no “nós” (2.1) evocado a todo instante, se funde à cena que transforma em encenação. A imagem obtida a partir dessa operação é transparente e o espectador tem a possibilidade de ver o mundo do Estado Islâmico através dela.

**Figura 13** - Sequência de abertura do vídeo.

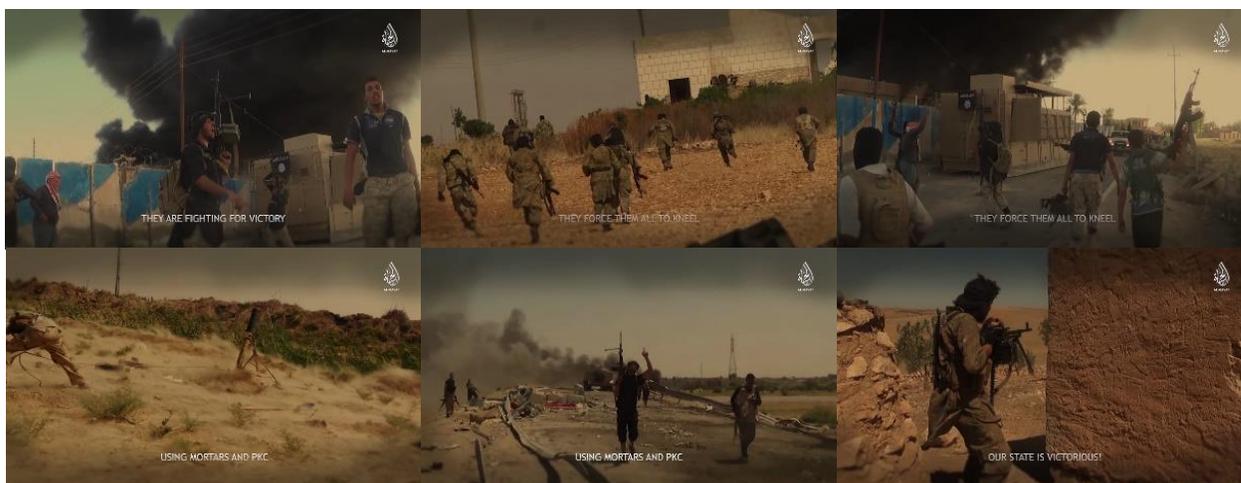


**Fonte:** Jihadology (repositório de Aaron Zelin)

<sup>94</sup> Texto original: The Islamic State, a blessing from Allah. Abu Bakr al-Baghdadi, we all pledge allegiance to him, the amir of the state. Our State is victorious.

Operacionalização parecida pode ser rastreada nas cenas subsequentes, que reúnem imagens de militantes do Estado Islâmico atuando no campo de batalha. Embora a ação captada nesses instantes seja menos previsível, o sujeito-da-câmera se situa no presente dos acontecimentos e os emoldura para comporem a narrativa justamente pela veracidade que carregam. Assim, ele consegue ser uma figura subjacente aos militantes que comemoram com armas em punho enquanto uma fumaça negra emerge ao fundo da cena; os olhos que testemunham a corrida dos companheiros em direção ao combate; a figura que sente o impacto da força de um morteiro sendo disparado; a retaguarda do homem que atira contra o inimigo. Tudo enquanto o *munshīd* deixa seu testemunho, reforçando o caráter documental da peça audiovisual (2.3): “Eles estão lutando pela vitória. Eles forçam todos a ajoelharem-se usando morteiros e PKC. Nosso Estado é vitorioso”<sup>95</sup>.

**Figura 14** - Sequência de cenas que reforçam o caráter de testemunha do sujeito-da-câmera



**Fonte:** Jihadology (repositório de Aaron Zelin)

Paralelamente a isso, também há o estímulo a uma proximidade com as personagens que se sucedem na tela. E é Ramos (2012) quem mais uma vez nos ajuda a entender por que esse detalhe dialoga com a *mise-en-scène* do documentário. Ele lembra que a encenação direta pode ser afetiva (encena-afecção). Nesse caso, envolve menos ação e mais expressão, abarca a figuração do afeto e da personalidade pelo corpo. “E o corpo do sujeito no mundo exprime afeto principalmente pelos traços fisionômicos da face e pelos gestos” (RAMOS, 2012, p. 29). Dessa equação é possível

<sup>95</sup> Texto original: They are fighting for victory. They force them all to kneel using mortars and PKC. Our state is victorious.

subtrair duas características marcantes de *Our state is victorious*: o uso do primeiro (e primeiríssimo) plano e a quebra da quarta parede (1.3.1).

Ancorando o discurso de união que permeia o vídeo e serve para enaltecer a força do Estado Islâmico e amedrontar seus inimigos, a opção pelo uso do primeiro plano tem a clara intenção de dar um tratamento mais intimista às personagens responsáveis por colocar em curso esse projeto de poder. Dar rosto e vida a elas preenche de humanidade figuras comumente associadas à irracionalidade e brutalidade, tornando mais plausível a identificação com sua causa e alegria, expressa em momentos tão singulares e distintos como a oração em grupo, a carreato da vitória e a preparação para a morte. E quando dirigem seu olhar ao sujeito-da-câmera maximizam essa sensação, marcando a presença de ambos na cena. Separamos alguns exemplos de como essa característica se manifesta na produção:

**Figura 15** – Exemplos de como o primeiro plano e o primeiríssimo plano são usados



**Fonte:** Jihadology (repositório de Aaron Zelin)

**Figura 16** - Personagens olham para a câmera em diferentes trechos do vídeo



**Fonte:** Jihadology (repositório de Aaron Zelin)

Sob o ponto de vista estilístico, também é possível apontar algumas repetições dentro da produção. Duas delas merecem destaque: o uso do *depth of field*<sup>96</sup> e da câmera lenta (1.4.1.2). Tradicionalmente, o foco seletivo é uma forma de direcionar a atenção da audiência para uma

<sup>96</sup> Profundidade de campo.

porção específica do quadro. Em *Our State Is Victorious*, ele segue esse padrão e é empregado massivamente na composição das cenas mencionadas anteriormente, destacando as figuras escolhidas para serem a ponte entre o discurso do Estado Islâmico e potenciais recrutas, identificados com elas.

O *slow motion*, por sua vez, ajuda a criar imagens perfeitamente sintonizadas com a vocalização do *munshīd*, mais complacente do que em outros exemplos dentro do nosso corpo de análise. A carga dramática que ele acrescenta é injetada em cenas de carreatas e onde militantes do grupo empunham suas armas, mas prevalece em praticamente todas as aparições da bandeira do EI dentro do vídeo. Considerando a temática da produção, que gira em torno do domínio do Estado Islâmico sobre o território onde se instaurou, não é errôneo pensar que esse é um recurso para enfatizar isso. Afinal, o EI rotineiramente aloca sua bandeira oficial no alto de prédios, encostas, veículos e outros marcos como forma de assinalar seu domínio territorial e anunciar a presença de suas forças (OSTOVAR, 2017, p. 88). O mais importante aqui, entretanto, é notar que esse uso técnico-estilístico do *slow motion* deixa indícios suficientes de que intensifica a linha discursiva adotada pelo vídeo.

De acordo com Moraes (2015), a pausa audiovisual (AV) é um misto: possui uma tendência atualizada (especializada no tempo) e outra virtual (intuída no tempo). Como atual, aparece no “congelamento” do *slow motion*, que prefere chamar de *ralentis*. Já como virtual, agencia diferentes modulações de espera (sentidos e imaginários) no observador, como a expectativa e a antecipação (algo de que se espera ou, propriamente, o que se espera). Essa natureza dúbia diferencia a pausa como “ethicidade do mundo audiovisual contemporâneo”, que oferta sentidos a partir de molduras e moldurações” que respondem a desejos e a crenças do homem atual acerca do seu mundo veloz, transitório, incerto e de um tempo “presente inflado”. Por isso, a autora acredita que a AV motiva o espectador, com seus efeitos de realidade que lhe mostram tanto em tão pouco tempo. “E do lado da produção, revela um uso do som, da imagem e da montagem com uma dupla potência: a de estender e prolongar, mas também a de cortar, numa espécie de imobilidade com força reversa (MORAES, 2015, p. 2-3). No caso analisado, entendemos que o recurso ajuda a criar outra percepção do plano documental, dilatando o tempo. Característica que rompe a temporalidade humana de ações específicas e as aproximam de uma dimensão existencial divina.

Se olharmos para as referidas cenas onde aparece a bandeira do Estado Islâmico, podemos elencar alguns exemplos desse efeito de sentido. Por volta de um minuto, a voz onipresente do

*munshīd* começa a entoar “Muçulmanos, vocês estão prontos? Após sofrerem por centenas de anos, vocês ganharão a liberdade. Nosso Estado é vitorioso! Ó você, pecador! Seu pesadelo se tornou verdade. O Califado está aqui. Nosso Estado é vitorioso”<sup>97</sup>. A primeira cena que acompanha esses versos surge após uma fusão. Um menino atravessa a rua enquanto apoia o suporte da bandeira do EI no ombro. Ao se aproximar da calçada e se preparar para um salto, o *slow motion* “congela” a ação ao mesmo tempo em que o brilho da imagem se intensifica e um som agressivo (1.3.4), que distoa totalmente da vocalização que ressoa ao longo de todo vídeo, assinala o início do movimento em câmera lenta. E é esse mesmo som que acompanha a transição para a cena seguinte, que opera como uma espécie de *linear wipe*<sup>98</sup> acelerado. Pouco adiante, após a exibição de imagens de homens rasgando passaportes (cena enquadrada de diferentes ângulos), a mesma lógica construtiva volta a operar. Após acenar para a câmera, um homem sorridente que também sustenta a bandeira do Estado Islâmico no ombro começa a se virar de costas. Neste momento, a combinação som-luz-*slow motion* volta a aparecer. Assim como a transição rápida para os acontecimentos mostrados na sequência. Nos dois casos, essa combinação dá potência ao símbolo máximo do EI, realçando-o e usando os instantes em que aparece para marcar um ritmo na peça audiovisual. Justamente quando a mensagem que prevalece é “*Our State is Victorious*”.

**Figura 17** – Cenas que se modificam no momento em que o *slow motion* entra em ação



**Fonte:** Jihadology (repositório de Aaron Zelin)

<sup>97</sup> Texto original: “Muslims, are you ready? After suffering for hundreds of years you will be given freedom. Our state is victorious! O you kuffar! Your nightmare has come true. The khilafah is here. Our state is victorious!”.

<sup>98</sup> Abertura linear de uma camada numa direção especificada.

#### 6.2.4. Extend Your Hand to Pledge Allegiance (Extenda sua mão para comprometer-se)

A produção de 4 minutos e 5 segundos (1.1) começa com um enxerto da primeira aparição pública de Abu Bakr al-Baghdadi durante seu discurso numa mesquita de Mossul (terceira maior cidade do Iraque), em julho de 2014. A cena de aproximadamente 25 segundos é montada a partir de dois enquadramentos distintos. Enquanto o primeiro mostra o líder do Estado Islâmico de frente, o outro se encarrega de registrá-lo de perfil. Nos dois casos, a câmera está posicionada abaixo do nível dos olhos (*contra-plongée*), escolha comumente associada à intenção de situar a figura central da cena numa posição de poder e grandeza. E é do alto dessa construção figurativa que al-Baghdadi usa sua suposta autoridade de califa de uma instituição histórica do Islã para conclamar os muçulmanos que almejam desfrutar das promessas de Deus a empreenderem a *hijra* e aderirem à *jihād*. E garante: quem estiver ciente de todas as recompensas advindas disso, jamais permanecerá sentado ou ficará para trás. E é justamente esse o mote do vídeo (2.3).

**Figura 18** - A aparição do líder do Estado Islâmico no vídeo



**Fonte:** Jihadology (repositório de Aaron Zelin)

Após o discurso de al-Baghdadi ser sobreposto pelo título da produção (em francês), um deslocamento lateral da cena nos introduz à saga de quem almeja colocar em prática as palavras dele. Assim, com o uso ostensivo de planos detalhes (PD) e imagens ilustrativas, o vídeo dá um passo a passo de como a *hijra* deve ser feita (1.4.2.1). Em termos de construção narrativa, a opção por essa fórmula tem relação direta com a proposição de Eduardo Leone e Maria Dora Mourão (1993) de que o “tempo narrativo dos planos está ligado às ações e à montagem” (LEONE; MOURÃO, 1993, p. 39). No caso em questão, a fragmentação da ação, a justaposição das cenas e a

montagem interna permitem que, através do eixo da contiguidade espaço-temporal, o espectador “viva” um conceito mais complexo (LEONE; MOURÃO, 1993, p. 55), absorvendo a ideia de que deve fazer para cumprir a jornada que lhe é apresentada em detalhes. Vejamos como isso ocorre no vídeo.

Enquanto os versos iniciais do *nashīd* (entoado em francês e legendado em inglês) pedem que os potenciais recrutas do Estado Islâmico estendam suas mãos para jurar lealdade, imigrem para a sua terra (o Califado) e gritem “vingança” com todo o coração, vemos a decisão da partida se delinear no campo imagético com o zíper de uma mochila sendo fechado; pernas saindo por uma porta; pés descendo a escada e caminhando pela calçada; o movimento de carros numa via expressa; a silhueta de pessoas andando naquilo que parece ser um aeroporto; a mala sendo retirada da esteira de bagagens; o painel de embarque e um avião da Air France durante o vôo.

**Figura 19** - Prevalência do uso do plano detalhe na sequência de abertura do vídeo



**Fonte:** Jihadology (repositório de Aaron Zelin)

Conforme o *munshīd* avança em sua retórica, enfatizando que a bandeira do Estado Islâmico está tremulando e o Califado foi instaurado (sem deixar de lembrar seu espectador-modelo sobre o quanto sonhou com isso e que o tempo para *hijra* chegou), a jornada continua a ser retratada. Vemos homens não identificados passando por um alambrado cortado; imagens noturnas de um ônibus deixando sua parada; a mão do motorista ao volante; uma paisagem verde que parece ser filmada de dentro do veículo em movimento; a mochila sendo depositada no chão, do lado de fora do veículo, enquanto um pé repousa ao seu lado; a bandeira do Estado Islâmico tremulando e dois homens tocando o chão com a testa em meio a uma rua, como sinal de agradecimento e devoção. A chegada, por fim, ganha toda a densidade emocional ofertada pelo plano detalhe que enquadra mãos num gesto de união antes de a câmera mover-se, por fim, para os rostos extasiados de seus donos.

A opção por essa construção narrativa também ajuda a despersonalizar a personagem que segue as “ordens” do *munshīd* e a coloca em nível de identificação com qualquer pessoa que queira

empreender essa jornada (2.1 e 2.2). Com isso, começamos a ver as personagens na sua integridade apenas quando as cenas se deslocam para aquilo que parece um centro de treinamento do Estado Islâmico. A sequência mostra homens correndo entre obstáculos, arrastando-se pelo chão, empunhando armas, fazendo flexões e superando obstáculos com fogo. Até aqui, no entanto, todos estão mascarados. Arquétipo comum no repertório de grupos do movimento jihadista global, como lembra Afshon Ostovar (2017), o *mujāhidūn* vestido de preto conjuga muitos dos atributos (anonimato, violência, força, poder e mistério) que eles associam a si e seu comprometimento. Fundo simbólico que se encaixa perfeitamente na varlorização dessas qualidades no discurso que permeia o vídeo em sua parte inicial e ressoa as características estilísticas dele. Começamos a entender isso quando notamos que o primeiro rosto desnudo que aparecerá em cena é o de um francês postado em frente à câmera.

**Figura 20** - Jovem que se dirige aos compatriotas



**Fonte:** Jihadology (repositório de Aaron Zelin)

Enquanto deixa seu testemunho, o jovem francês apoia uma arma contra o corpo e é cercado por outros militantes do grupo. Ele é enfático: “Esta é uma mensagem para os muçulmanos que ainda estão vivendo na terra do pecado. De seus irmãos franceses que fizeram a *hijra*: O que você está esperando? Por que não faz a *hijra*? Você não está envergonhado? *Hijra* é fácil. Não há desculpas”. Além da aderência argumentativa com a mensagem de al-Baghdadi apresentada no início do vídeo, outro elemento une as duas figuras: a iluminação diferenciada lançada sobre eles (1.3.3). Num primeiro momento, o recurso parece acrescentar uma espécie de névoa sobre as cenas. Um olhar mais atento, no entanto, é capaz de notar que ela cintila, produzindo um efeito semelhante a raios de sol. Se considerarmos que na matriz imagética jihadista o sol (e abstrações como raios

dourados) geralmente é usado para evocar noções de divindade, percebemos que a inserção desse recurso em dois momentos tão pontuais e associados a figuras singulares para a gestação da mensagem de *Extend Your Hand to Pledge* não é um acaso: o recado é que a palavra deles deve ser ouvida e perpetuada.

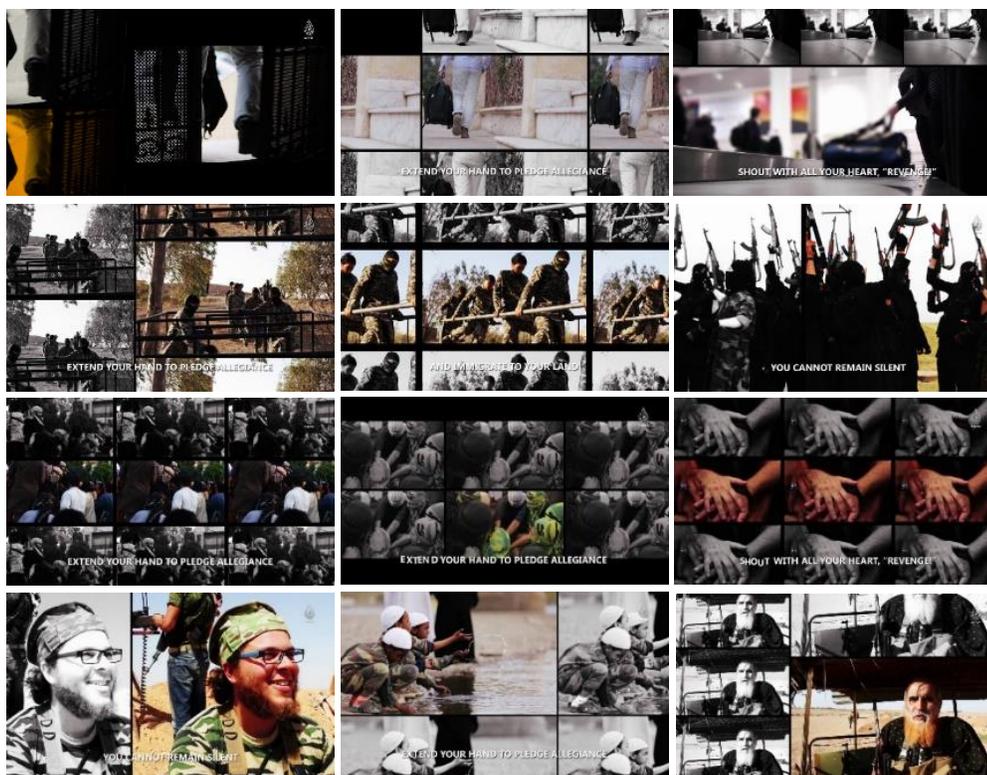
Conforme avança, além de apresentar novas imagens do campo de treinamento do grupo, o vídeo passa a enfatizar as características explosões das propagandas do Estado Islâmico, tanques disparando sua artilharia durante confrontos e momentos de confraternização, com os soldados abraçando-se enquanto empunham a bandeira do EI. Inserções que, mais uma vez, procuram endossar os versos do *munshīd*: “Perdemos nossa dignidade e honra se escolhermos viver como covardes. Fortalecemos nossa união se lutarmos com persistência”. Mas um ponto merece ser destacado nessa parte final da produção, por ser fundamental para reforçar o discurso de que os inimigos do grupo estão apavorados, querem exterminá-lo e por isso os militantes do EI precisam fazer sacrifícios e se prepararem: é a ênfase na pluralidade de rostos no plantel do Estado Islâmico. Enquanto no início da produção predominam homens mascarados, a essa altura a preocupação parece ser endossar que qualquer um pode empreender a *hijra* e seguir o caminho da *jihād*.

Aberto esse mapa interpretativo, nos arriscamos a dizer que a técnica de *split screen*<sup>99</sup> utilizada em diversos trechos do vídeo dialoga com essa mensagem (1.4.1.2). Ela é aplicada em momentos estratégicos e, ao dividir a tela, multiplica as personagens, dando vida a um exército imagético que materializa no campo visual o que se apregoa no campo discursivo. É assim na primeira parte da produção, quando o enfoque está em motivar potenciais recrutas do Estado Islâmico a unirem-se ao califado e os planos detalhes se multiplicam na tela, como se a jornada atribuída a uma personagem sem rosto fosse a jornada de várias personagens sem rostos. É assim nas cenas filmadas no campo de treinamento do EI, onde pequenos grupos de soldados convertem-se num batalhão. É assim quando a união exaltada pelo *munshīd* ganha forma em mãos unidas em celebração. E é assim quando as máscaras caem e rostos de traços diversos empunham armas. Sempre quando soa o refrão do *nashīd*: “Estendam suas mãos para jurar lealdade. Imigrem para a sua terra e gritem ‘vingança’ com todo o coração”.

---

<sup>99</sup> Divisão da tela.

**Figura 21** - Cenas da produção onde é usado o *split screen*



Fonte: Jihadology (repositório de Aaron Zelin)

### 6.2.5. The path of jihād (O caminho da jihād)

Os recursos estilísticos empregados em *The Path of Jihad* dialogam com as abundantes referências religiosas mobilizadas pelo *munshīd*, que faz um relato da sua própria experiência para legitimar o caminho seguido por aqueles que optam pela luta armada para alcançar as promessas de Deus (2.1). Revestidas pela aura de alguém que teria sido educado sob os preceitos do Islã, suas palavras ganham o acréscimo de elementos visuais que ajudam a dar um ar de sacralidade à produção.

A cena inicial, que antecede a apresentação do título do vídeo, é montada a partir de três enquadramentos distintos. Eles mostram apenas as mãos de um homem que escreve num papel em branco (iluminado por um foco de luz) a frase *Cihad Youlu*. Na sequência, as palavras em turco

saem do papel e avançam em direção ao espectador, ganhando a companhia de sua tradução para o inglês: *The Path of Jihad*. Ambas as frases estão em verde, cor que na tradição islâmica é uma referência usual ao profeta Muḥammad. A transição para a cena seguinte ocorre através de um efeito de dissolução que nos leva para um novo cenário, o interior de uma mesquita. É nesse ambiente que as palavras do *munshīd* ressoam o mote principal do vídeo e dão forma ao coro dele.

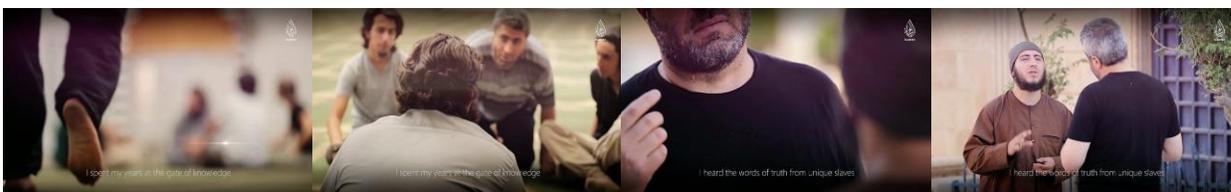
**Figura 22** - Abertura do vídeo *The Path of Jihad*



**Fonte:** Jihadology (repositório de Aaron Zelin)

Enquanto a voz que ajuda a construir a ambiência da produção entoa “Eu passei meus anos no portão do conhecimento. Eu ouvi as palavras da verdade de servos incomparáveis. Eu perguntei sobre os caminhos para o Paraíso. Me foi dito que não há caminho mais curto do que o a *jihad*”, vemos pés em primeiro plano se aproximando de um pequeno grupo de pessoas, em desfoque, sentadas no chão. O homem une-se a elas e, agora enquadrado de frente, ocupa o segundo plano junto aos companheiros, enquanto vemos as costas de alguém que parece estar conduzindo a conversa. Apesar de o rosto da personagem que personifica o *munshīd* não estar nítido, notamos que ela usa barba e tem cabelos brancos. Essas características nos ajudam a identificá-la nas cenas seguintes. A primeira usa o contraplano para mostrar apenas a intersecção entre a boca e o peito dela, enquanto seu interlocutor permanece desfocado. A segunda, inverte a posição e a vemos de costas. Consideramos que essa é uma tentativa de “despersonificar” a personagem principal do vídeo, como em outros exemplos que compõem o corpo de análise da pesquisa, a fim de atribuir-lhe menos características físicas e mais qualidades espirituais (2.2).

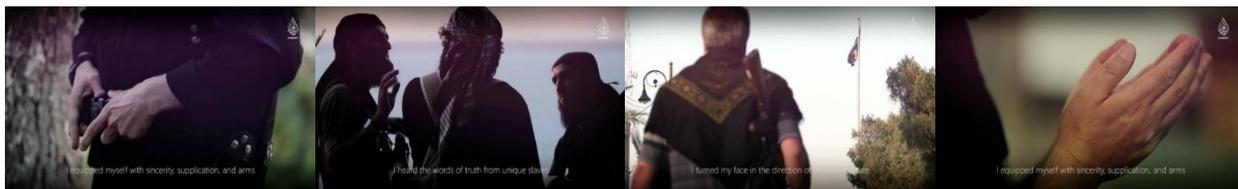
**Figura 23** - Sequência inicial do vídeo



**Fonte:** Jihadology (repositório de Aaron Zelin)

Isso se comprova pela aparição constante dessa estratégia em outras cenas da produção. Especialmente naquelas em que o caráter intimista das palavras do *munshīd* resplandece. Nessas ocasiões, prevalece a disposição das personagens de costas e apenas partes dos corpos delas aparecendo (planos detalhe), mostrando-as executando ações específicas que ilustram os fatos narrados (1.3.1). É o que vemos concomitantemente a versos que dizem, por exemplo, “Eu me equipei com sinceridade, súplica e armas”, “Eu ouvi as palavras da verdade de servos incomparáveis”, “Eu virei minha face em direção ao Estado Islâmico”.

**Figura 24** - Cenas que mostram a ocultação dos traços faciais da personagem



**Fonte:** Jihadology (repositório de Aaron Zelin)

A sequência inicial do vídeo, desenrolada após a apresentação do título da produção, introduz outra característica importante de *The Path of Jihad*: o uso da fusão nas transições (1.4.1.1). O que as torna bem mais suaves do que nas peças audiovisuais onde a intenção parece ser dar agilidade e dinamicidade ao desenrolar das ações através de cortes rápidos. Nos pontos de corte, o trabalho de montagem também utiliza um feixe de luz que nos remete a raios de sol, atingindo efeito estético e simbólico similar ao que vemos em *Extend Your Hand to Pledge Allegiance*. Mas, embora esteja presente ao longo de todo o vídeo, essa figura luminosa permanece imbricada nas cenas que acompanham as referências do *munshīd* à sua experiência formativa e às descobertas que

fez ao longo dessa jornada, embebendo-as na divindade atrelada à mensagem basilar da produção (1.3.3). As imagens acompanhadas pelo refrão do *nashīd* que se passam dentro da mesquita são os principais exemplos disso.

O recurso, no entanto, também tem força simbólica indiscutível em outras passagens importantes. Exemplificamos isso com a sequência que se desenrola a partir dos 3 minutos e 30 segundos do vídeo, quando o relato do *munshīd* passa a enaltecer os mártires com os quais seu caminho cruzou e os ensinamentos que aprendeu com eles. Ele diz: “Eu me aproximei de um mártir sorridente perfumado com almíscar. Eu sabia que ele tinha encontrado seu Senhor. Eu perguntei se havia um dote para a resplandecente Hur al-‘in<sup>100</sup>. Foi dito que não há dote além da *jihad*”. Essas referências a elementos da mitologia do martírio lembram a singularidade do mártir ante os demais muçulmanos. Além de ter acesso direto à visão do Paraíso, a tradição prega que ele está a salvo do tormento da sepultura e o seu corpo não precisa ser lavado antes de ser enterrado, como os dos demais muçulmanos (as imagens usadas no vídeo mostram os corpos em sua crueza após a morte). Ele também não será interrogado pelos anjos Munkar e Nakir, cujo questionamento hostil no despertar imediato da morte é uma grande preocupação para os muçulmanos. Quando esse fato é somando à ideia de que o mártir continuará revestido de sangue no Dia da Ressurreição, cheirando almíscar (COOK, 2017, 153), vemos as raízes da crença evocada nessa passagem e porque o uso de recursos visuais como a suavidade dos raios de luz ajuda a construir a experiência sagrada que emana do cântico.

**Figura 25** - Cenas que ilustram a luz lançada sobre as figuras que remetem aos mártires



**Fonte:** Jihadology (repositório de Aaron Zelin)

Se no vídeo *Our State is Victorious* apontamos o papel preponderante do sujeito-da-câmera na construção da *mise-em-scène* documental da produção, endossando sua inserção em cenários

<sup>100</sup> Referência às virgens (referenciadas nos primeiros versos do *Qur'ān*) prometidas aos eleitos que entrarem no Paraíso.

realistas, aqui também não poderíamos deixar de mencionar como o uso da câmera subjetiva dialoga com a projeção do *munshīd* na narrativa (1.3.1). Como lembra Arlindo Machado (2002), “a câmera subjetiva é aquele tipo de construção cinematográfica em que há uma coincidência entre a visão dada pela câmera ao espectador e a visão de uma personagem particular”. O poder semântico dela está no fato de, nos ambientes em que se visa produzir um efeito de imersão, permitir que a audiência adentre a cena, vivenciando-a como um sujeito vidente implicado na ação. A técnica, marginal na história do cinema, converteu-se “em regra e princípio absoluto de uma nova dramaturgia que faz do lugar do espectador a força centrípeta da imagem” (MACHADO, 2002). Colocando no horizonte que o *nashīd* está calcado na experiência da personagem oculta que procura legitimar a opção pela luta armada para alcançar as promessas de Deus, usar esse subterfúgio em cenas filmadas no campo de batalha permite que os acontecimentos sejam vistos sob esse ponto de vista “privilegiado” e ganhem camadas de subjetividade que embrulham a mensagem da organização. O que se torna ainda mais relevante quando notamos que esse pacote é reservado a momentos de grande impacto visual, como o encontro com os mártires mencionados anteriormente.

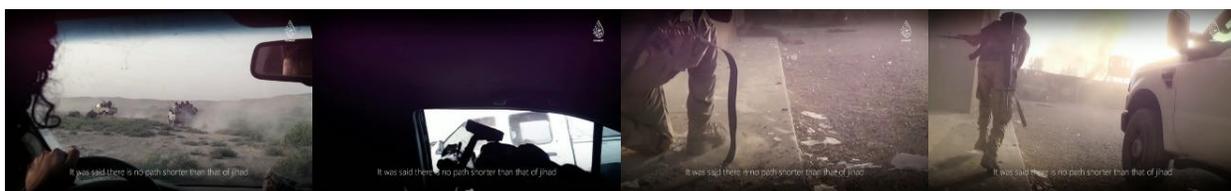
Assim, conforme o *munshīd* entoa que se aproximou do mártir sorridente perfumado com almíscar, a câmera se move (trepidando) entre soldados do EI que cercam o corpo sem vida de um homem em trajes militares. Na sequência, o rosto ensanguentado de um cadáver é enquadrado do alto, passando a sensação de que é a mesma pessoa que jazia no chão sendo observada pelo sujeito que sustenta o olhar da câmera. Em outro momento, quando os versos do *nashīd* se dedicam a exaltar a revelação de que a *jihād* é o caminho mais curto para o Paraíso, tanto a câmera posicionada na altura do ombro do motorista que dirige o carro num terreno acidentado, como a perseguição a um veículo branco com ela movendo-se como se estivesse sendo segurada pela mesma pessoa que dispara a arma contra o inimigo sustentam essa lógica (sequência desenrolada a partir de 1 minuto). Neste último caso, a encenação também recebe o acréscimo da emoção proporcionada pela câmera lenta (1.4.1.2), largamente usada em *The Path of Jihad* para construir a aura religiosa do relato perpetrado pelo *munshīd* (1.4.2.2), embebendo-o em emoção e tirando a virilidade das cenas de guerra que marcam o vídeo, tão característica de outras produções que compõem nosso corpo de análise.

**Figura 26 -** Uso da câmera subjetiva no encontro com o mártir



**Fonte:** Jihadology (repositório de Aaron Zelin)

**Figura 27 -** Segunda sequência mencionada no corpo do texto



**Fonte:** Jihadology (repositório de Aaron Zelin)

### 6.2.6. Come My Friend (Venha, meu amigo)

Do ponto de vista técnico, *Come My Friend* é o vídeo mais simples da amostra. Composto exclusivamente por fotografias (1.2.1.1), só recebe o acréscimo da logomarca da Al Hayat Media Center, das legendas em inglês (1.4.1.3) e de linhas (horizontais e verticais) que marcam as laterais das imagens (criando campos com um efeito de distorção de lentes) e deslizam sobre elas sempre que há a transição de uma para outra (1.4.1.2). Os registros fotográficos, por sua vez, são basicamente retratos de militantes do Estado Islâmico (com algumas exceções, como a exibição de armas e a bandeira do EI) e os mostram inseridos na sua rotina dentro do Califado, o que inclui momentos de confraternização e ostentação de armamentos. Temas condizentes com o *nashīd*.

O discurso de irmandade e união é o cerne do vídeo (2.3). Assumindo a posição de membro estabelecido do Califado, o que lhe confere um local de fala legítimo, o *munshīd* convida novos militantes a unirem-se a ele (2.1 e 2.2). Para isso, refere-se a esses potenciais recrutas como “amigos” e procura demonstrar que essa jornada está ao alcance de qualquer homem que tenha fé. É

nesse sentido que muitos versos do *nashīd* que ressoam a facilidade e as recompensas dessa jornada são casados com a exibição de imagens que enfatizam a pluralidade dos personagens que dão vida ao plantel do Estado Islâmico e recebem a alcunha de “heróis”, “leões” e “mártires” (tropos sobre os quais discorreremos ao longo dessa dissertação para explicar o apelo religioso que carregam).

Por volta dos 30 segundos do vídeo, vemos uma sequência de fotografias que ilustram essa estratégia discursiva a partir do contraste de idades e etnias dos militantes do grupo. Enquanto entoamos “Nós agradecemos Allah, que nos garantiu a vitória, a glória e a honra. Quanto tempo esperamos por esse dia. As regras do Qu’ran na palma de cada mão da Terra. Para essa glória ser alcançada, heróis sacrificam seus corações como leões”, sucedem-se na tela o retrato de um jovem com feições árabes exibindo uma arma para a câmera enquanto tem a seu lado um homem de traços mais europeus; a foto de um senhor sentado e apoiando um fuzil contra o ombro direito e um homem negro segurando o *Qu’rān* nas mãos enquanto olha atentamente para suas páginas.

**Figura 28** - A diversidade de rostos que aparecem no vídeo



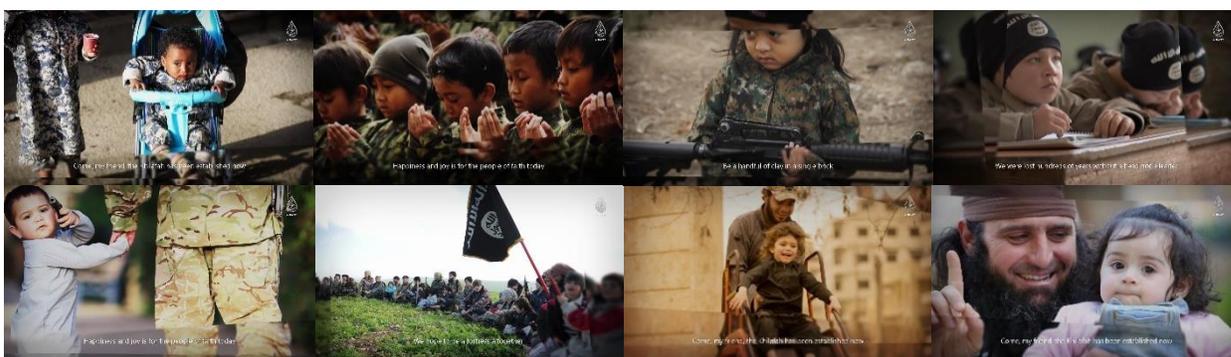
**Fonte:** Jihadology (repositório de Aaron Zelin)

Outra característica de *Come My Friend* que reforça o caráter unitário e familiar do Califado é a exibição de imagens de crianças. Neste caso, mais do que o reforço da importância da doutrinação dos soldados do grupo desde a mais tenra idade, para garantir o sucesso do projeto de poder do Estado Islâmico, a inserção delas no vídeo nos parece endossar a retórica de que essa instituição histórica do Islã acolhe aqueles que se comprometem integralmente com a fé, dando-lhes a chance de construir suas famílias (e, conseqüentemente, edificar uma sociedade) enquanto seguem sua jornada de devoção em busca de um lugar nos jardins de Deus e da aprovação Dele. Assim, embora em algumas passagens as crianças apareçam vestidas com trajes militares e empunhando armas, também são apresentadas divertindo-se e acompanhadas em diferentes situações por aqueles que instintivamente assumimos serem seus pais.

Neste ponto, é importante ressaltar que, além de também trazerem nos rostos os traços de

diferentes etnias, algumas das crianças são meninas (a aparição de mulheres nos vídeos do EI é extremamente rara). Desse modo, a estratégia de colocar esses pequenos personagens em cena parece mais uma vez apontar para o discurso de união assumido pelo *munshīd*, como podemos vislumbrar no trecho em que diz “Vem, meu amigo, a verdade está com esta caravana. Seja um punhado de barro de um único tijolo. Nós queremos ser uma fortaleza. Nós queremos que o Califado nos guie nesse caminho de verdade”.

**Figura 29** - Crianças que aparecem no vídeo



Fonte: Jihadology (repositório de Aaron Zelin)

### 6.2.7. Soon Very Soon (Breve, muito em breve)

*Soon Very Soon* é uma ode ao terror. Marcado por cenas gráficas de execuções de prisioneiros do Estado Islâmico, ao longo de 4 minutos e 57 segundos (1.1) o vídeo faz uma ameaça direta aos inimigos reais e potenciais do grupo (2.3). Para isso, dispõe de uma rica combinação de elementos audiovisuais que criam a atmosfera necessária para tornar críveis as palavras do *munshīd*. A força desse casamento já aparece na inserção da logomarca da Al Hayat Media Center no início da produção. Embora mantenha a forma de uma gota d’água, ela não se origina de um respingo, e sim de dois filetes de água que se entrelaçam e contorcem até atingir a forma desejada (1.4.1.3). Neste momento, o som do oceano ressoa (1.3.4).

O *fade in*<sup>101</sup> marca a transição para a imagem seguinte. E é neste momento que compreendemos o motivo por trás da estilização diferenciada da logomarca da produtora: o título do vídeo é

<sup>101</sup> Aparecimento gradual da imagem.

“*Soon very soon: The Blood Will Spill Like an Ocean*”. As três palavras iniciais são apresentadas separadamente e com tamanha força (sensação reforçada pelo efeito sonoro que as acompanha) que o contato entre elas e a parede acinzentada contra a qual se chocam deixa vestígios de poeira flutuando na tela. O *nashīd* começa a ser entoado neste instante. E é da primeira letra “O” do segundo “*Soon*”, com uma macha de sangue, que emerge a cena inicial do vídeo. Ela mostra prisioneiros do Estado Islâmico vestidos com um macacão alaranjado e ajoelhados na areia daquilo que parece ser uma praia, enquanto soldados do grupo trajando vestes pretas postam-se atrás deles com uma faca guardada no bolso frontal da roupa. O que se desenrola a partir daí é uma carnificina orquestrada.

**Figura 30** - Apresentação do título do vídeo, com a transição para a primeira cena



**Fonte:** Jihadology (repositório de Aaron Zelin)

Após uma pequena aproximação com *zoom*, a câmera foca dois prisioneiros. Ao enquadrá-los na altura do peito, nos dá um vislumbre do terror estampado em seus rostos. Conforme o *muns-hīd* entoa em tom ameaçador “Em breve, muito em breve, o sangue irá derramar como um oceano. As gargantas dos infiéis tremerão pelas facas” (coro), as cenas seguintes tornam o horror palpável: agora deitados com a barriga para baixo, os prisioneiros são abatidos como animais. Os dedos dos algozes incrustados nos olhos forçam suas cabeças para trás, ao mesmo tempo que a outra mão deles empenha-se na lenta tarefa de serrar os pescoços dos prisioneiros. A sequência termina com o detalhe do sangue misturado às ondas do mar.

**Figura 31** - Sequência de abertura do vídeo



**Fonte:** Jihadology (repositório de Aaron Zelin)

Além da violência explícita, essas imagens carregam características que serão replicadas dentro do vídeo, acrescentando camadas de hiper-realidade (e dramaticidade) às cenas de execução (majoritariamente sincronizadas com o refrão do *nashīd*). A primeira delas é a lógica de enquadramento das personagens, que atua em dois polos (1.3.1). Os planos médio e geral são reservados para o registro do “ato da execução” em si, o que permite que as figuras que manuseiam as facas ou disparam as armas ocupem uma posição de superioridade perante os prisioneiros, sempre ajoelhados ou amarrados à espera de seu destino. O primeiro (ou primeiríssimo) plano e o close-up, por sua vez, têm a função de mostrar a degeneração do corpo durante (no caso dos degolamentos) e após a execução, ampliando o impacto da mensagem do EI ao materializar visualmente a ameaça de que o sangue de seus inimigos derramará como um oceano. Ou seja, usando do choque como signo maior do “efeito de verdade” que almeja imbuir em suas palavras.

Embora a justaposição dessas cenas não siga sempre a mesma ordem, com raras exceções, as “tomadas” tendem a seguir uma progressão e irem se tornando mais apertadas. Ou seja, a montagem privilegia o fluxo que vai dos planos mais abertos para os mais fechados. Para demonstrar isso, destrinchamos duas sequências que utilizam esse recurso de modos diferentes. A primeira (localizada nos 2 minutos e 10 segundos de vídeo) começa com uma cena filmada em plano aberto (PA) a partir de um ângulo lateral. Ela mostra soldados do Estado Islâmico forçando prisioneiros enfileirados a deitarem-se com as faces viradas para baixo. Na sequência, ainda em PA, a cena mostrada de frente nos permite visualizar o empenho dos algozes para serrar os pescoços dos prisioneiros. Com a câmera posicionada na altura do solo e mais próxima à ação, vemos o degolamento de perto, a ponto de o sangue jorrar contra a lente do equipamento. Em seguida, o primeiro plano é usado para mostrar um soldado do EI (não identificado) ainda empenhado na execução e ajoelhado sobre o corpo da vítima, cuja cabeça está quase separada do tronco (vemos vividamente o sangue misturado à água do mar). Uma última aproximação da câmera mostra, por fim, o trabalho finalizado.

**Figura 32** - Sequência de execução que mostra a aproximação da câmera



**Fonte:** Jihadology (repositório de Aaron Zelin)

Mais adiante (por volta de 3 minutos e 14 segundos), acompanhando os versos “Os leões da ummah acordaram. Eles levantaram suas espadas, fortalecendo a ummah dia após dia”, se desenrola o seguinte afunilamento espacial das cenas. O plano geral (PG) mostra um prisioneiro ajoelhado olhando na direção do algoz que caminha em sua direção. Em primeiro plano, vemos o soldado do EI, vestido de preto, sustentando a espada e se preparando para o golpe fatal. A mesma cena é mostrada por um plano conjunto que situa a ação num cenário desértico e enquadra quatro homens presos dentro de uma jaula enquanto assistem a tudo. Agora em plano americano, o algoz começa a flexionar o tronco para baixo a fim de desferir o golpe, mas antes de a ação se completar a sequência ganha o acréscimo de um plano geral que simula o olhar dos prisioneiros que estão prestes a testemunhar a execução. O plano detalhe que vem na sequência mostra o alto da cabeça do prisioneiro tombada para frente enquanto aguarda a morte. Um novo corte (quase imperceptível) para o primeiro plano aproximado nos permite ver o instante em que a cabeça é separada do tronco e o sangue jorra. Numa rápida sequência, alternando planos mais fechados, a cena da cabeça sendo cortada é repetida mais quatro vezes.

**Figura 33** - A alternância de planos ajuda a construir a expectativa para a execução



**Fonte:** Jihadology (repositório de Aaron Zelin)

O segundo elemento estilístico que ajuda a construir a ambiência hiper-realista das cenas de execução é a luz vermelha que aparece nelas (1.3.4). Identificamos a utilização do recurso em duas situações principais: a) sempre que um tiro é disparado ou uma cabeça degolada; b) quando a imagem enfoca corpos sem vida cobertos de sangue. Uma luminescência vermelha também é acrescentada na transição das cenas (1.4.1.1) que ilustram o coro do *nashīd* e na inserção de imagens aleatórias de corpos ou feridos no vídeo. Se nos recordarmos do subtítulo da produção, *The Blood Will Spill Like an Ocean*, e considerarmos essas três aplicações pontuais do efeito, é inevitável a inflexão de que ele tem como objetivo fortalecer o discurso sanguinário que está no cerne da produção.

**Figura 34** - O uso do vermelho na composição nas cenas e nas transições



**Fonte:** Jihadology (repositório de Aaron Zelin)

Neste ponto, não podemos deixar de mencionar o trabalho de ajuste de cores feito na edição do vídeo (1.3.3). Mas antes de abordá-lo efetivamente, é importante termos uma visão mais ampla do teor da mensagem que serve de alicerce para a produção. Deixando de lado o que abordamos até aqui, repousemos nossa atenção sobre outros versos do *nashīd*. Basicamente, eles têm como objetivo aterrorizar: “Nós iremos golpear o ídolo, a cruz e *taghut*. Com energia, iremos ascender a bandeira negra nos corações”; “Através da batalha nós iremos tomar as terras que desejamos. Muitas de suas terras. Nós transformaremos suas mulheres em concubinas e faremos de suas crianças nossos escravos”; “A Europa está sacudindo. A Rússia está morrendo. Nós iremos cobrir todos vocês com morte. Nós traremos de volta *Qawqaz* e não permitiremos que as forças obscuras tomem controle novamente. O Kremlin será nosso. O *Ural* irá retornar. O pecado irá estremecer. Nós queremos a *sharia* em Tataristan”.

Registros de treinamentos táticos dos soldados do Estado Islâmico, explosões, enfrentamentos armados e imponentes carreatas dão forma a esse discurso de poder, que perpassa temas caros ao EI. É muito significativo, por exemplo, o uso da expressão *taghut*, já que demonstra como o grupo tenta manter pontos de conexão com a tradição religiosa mesmo numa produção visceralmente violenta. Traduzida como “falso líder”, ela também se refere à crença em qualquer ser ou objeto (ícones, animais, dinheiro, etc) que não seja Deus. Essencialmente idólatra, *taghut* é considerada uma condição psicológica completamente impura (GUIDÈRE, 2017) – associada constantemente aos inimigos do grupo. A menção de *Qawqaz* também é interessante do ponto de vista da gestação do projeto geopolítico do Estado Islâmico, que se utiliza sistematicamente da narrativa audiovisual para impor uma imagem de imponência e letalidade que vigora paralelamente às suas incursões reais no campo de batalha. Principalmente em regiões estratégicas. ISIS-Qawqaz é a província (*wilayat*) do EI no Cáucaso. Liderada por Rustam Asildarov, tem sua base operacional na Rússia. A região passou a reunir um significativo número de extremistas islâmicos após a Guerra da Chechênia na década de 1990 e, no final de 2014, muitos deles começaram a jurar fidelidade a al-Baghdadi.

O medo que o EI almeja impor aos seus inimigos, neste caso, ganha o refrço da paleta de cores utilizada no vídeo. O deslocamento dela para o azul acrescenta uma textura sombria às cenas, que também ajuda a maximizar a presença cênica do sangue, endossando a busca pelo “efeito de verdade” que guia o vídeo.

**Figura 35** - A sombria sequência de execuções em *Soon Very Soon*



**Fonte:** Jihadology (repositório de Aaron Zelin)

**Figura 36** - Registros das incursões militares do EI presentes no vídeo



**Fonte:** Jihadology (repositório de Aaron Zelin)

### 6.2.8. Make Takbīr, Oh Monotheist (Promova o Takbīr, monoteísta)

*Make Takbīr, Oh Monotheist* é um legítimo vídeo de recrutamento do Estado Islâmico. Como 3 minutos e 3 segundos de duração (1.1), ele reafirma a prevalência do Califado e a importância dele para a manutenção do estado de *tawhīd* (2.3). O caráter oficial da produção é reforçado pela inserção de áudios com pronunciamentos de duas lideranças do grupo, Abū Bakr al-Baghdadī e Abu Muhammad al-‘Adnani, o que também parece suscitar um cuidado maior na utilização de referências religiosas na produção, legitimando o discurso que lhe serve de sustentação.

Para entender melhor esse fundo religioso e como as características do vídeo se relacionam a ele, não podemos deixar de nos aprofundar no significado de *tawhīd* no Islã e a apropriação que grupos fundamentalistas como o Estado Islâmico fazem dele<sup>102</sup>. A expressão sintetiza a crença na unicidade de *Allāh* (explícita no título da produção), um dos pilares da religião islâmica. Os fundamentalistas acreditam que o *tawhīd* está além da compreensão humana, já que a existência de Deus suplanta os limites do tempo e espaço e a existência do homem está limitada a essas fronteiras.

<sup>102</sup> O detalhamento feito aqui se baseia em duas obras utilizadas nesta pesquisa: *A Glossary Of Islam* (2007), de Dominique Sourdel e Janine Sourdel-Thomine, e *Historic Dictionary of Islamic Fundamentalism* (2017), de Mathieu Guidère.

Desse modo, a única forma que eles têm para interagir com *Allāh* é através dos textos divinos do Islã, o que justifica a crença de que os muçulmanos devem agir em acórdância com eles. O que, em outras palavras, significa a implantação da lei divina (*sharī'a*) para estabelecer uma nova sociedade islâmica. E atingi-la só é possível através da deflagração de uma revolução. É aí que entra a legitimação da *jihād*.

Através da *jihād*, portanto, seria possível seguir o caminho de Deus em todos os aspectos da vida (do sagrado ao administrativo), já que o dogma do *tawhīd* promove a ideia de que *Allāh* é o arquiteto de todas as coisas materiais e espirituais. Nesse sentido, quando o indivíduo aceita as palavras divinas como omníficas e supremas, o Islã deixa de ser uma doutrina para se transformar num sistema que une aspectos econômicos, éticos, político e teológicos, eliminando as leis carnis do homem e transformando a consciência dos indivíduos. Eis o arquétipo legitimador do Califado que serve como base para o *nashīd* de *Make Takbīr, Oh Monotheist*. Como demonstramos a partir de agora, tanto as conquistas dele como o empenho dos soldados do Estado Islâmico para edificar esse modelo de sociedade são delineados como engrenagens desse processo.

O *munshīd* começa a tecer essa relação lembrando que os olhos chorosos silenciados pela tirania dos opressores agora são honrados e os rostos que eram tristes regozizam-se. Isso porque a luta do EI está pulverizando o *takbīr* (ato de pronunciar a doxologia “Deus é Grande”) por todos os lugares e, diante disso, cada *taghut* (traduzida como “falso líder”, a expressão também faz referências àqueles que creem em qualquer ser ou objeto que não seja *Allāh*, o que os torna idólotras e impuros) é sacudido pelo medo e o terror. Dois feitos vinculados ao empenho de homens dispostos a sacrificar suas vidas por Deus. Embebidos numa aura de sacralidade, eles recebem alcunhas simbólicas no vídeo: mártires<sup>103</sup>; *ansār*<sup>104</sup> (expressão que pode ser traduzida como “os ajudantes”, uma referência aos habitantes de Yathrib, futura Medina, que se uniram à Muḥammad depois da *Hijra* para fundar uma única comunidade com emigrantes) e *muhājirūn*<sup>105</sup> (referência aos companheiros de Muḥammad que o seguiram quando deixou Mecca rumo a Yathrib/Medina e, ao lado dos *ansār*, se tornaram os membros da nova comunidade). Inevitavelmente, elas nos induzem a pensar na onda de homens de diferentes partes do mundo que se uniram ao grupo na Síria e no Iraque, territórios do Califado que, segundo o *nashīd*, se transformaram em rosas alegres diante da partida do

<sup>103</sup> Nashīd: “*Those who rush to have their blood spilled to attain Shahadah sacrifice their lives for Allah*”.

<sup>104</sup> Nashīd: “*Islam spread its light by the support of the ansar*”.

<sup>105</sup> Nashīd: “*The religion thrived likewise by the blood of the muhājirūn*”.

opressor. Desde a abertura do vídeo, onde ecoa a voz de Abū Bakr al-Baghdadī acompanhada pela transcrição de sua fala para o inglês<sup>106</sup>, a intenção parece ser apresentar essas personagens, em toda sua alegria e fúria, enaltecendo seu papel na condução dessa missão e situando-as como espelhos para quem almeja seguir o mesmo caminho. O que, mais uma vez, reforça a ideia de que *Make Takbīr, Oh Monotheist* configura-se como um vídeo de recrutamento.

Diante desse objetivo, na maior parte das cenas que compõem o vídeo eles posam para a câmera (1.3.1). Inclusive os corpos apresentados nas passagens que fazem alusão ao sacrifício dos mártires. Característica que ajuda a enaltecer figuras tão distintas incorporadas ao plantel do EI, mas que, acima de tudo, parece ser um desdobramento no campo audiovisual do fato de que o “*portrait*” (retrato) de determinada pessoa é um atestado de existência quase impossível de ser desmentido (BASTOS, 2014, p. 2). Assim, revestidas dessa corporalidade, as personagens que entram em cena também se tornam as faces que atestam a prevalência do Califado. O uso do efeito de *lens flare*<sup>107</sup> (1.4.1.2) no vídeo ajuda a construir essa atmosfera.

**Figura 37** - Personagens que aparecem no vídeo "posando" para a câmera.



**Fonte:** Jihadology (repositório de Aaron Zelin)

Outro efeito interessante que permeia o vídeo é uma espécie de “chuveiro” acrescentado às cenas (1.4.1.2). A função dele parece ser reforçar a presença da câmera nos locais onde se desenrolam os acontecimentos, maximizando o caráter hiper-real do vídeo e edificando suas imagens como simulacros perfeitos do universo que os seguidores do grupo encontrarão ao unirem-se a ele.

<sup>106</sup> Fala de Abū Bakr al-Baghdadī transcrita para o inglês: “So, glad tiding o ummah of Islam and expect good, for your sons from the soldiers of the Islamic State today are tougher, stronger and more determined – By Allah’s favor”

<sup>107</sup> Efeito que simula a distorção óptica causada pela dispersão da luz que entra na câmera através de suas extremidades.

O que dialoga com o local de fala assumido pelo *munshīd*, que mais uma vez se coloca como testemunha dos fatos (2.1), documentando-os. E é essa suposta proximidade com a “realidade” do Califado que dá potência ao discurso de que a *jihād* é o caminho para consolidar o projeto de uma legítima sociedade islâmica. Retórica que no campo figurativo é delineada em detalhes gráficos como a bala que se desloca na direção do espectador após atravessar o discurso de al-Baghdadi apresentado no início do vídeo, nas cenas de guerra, mas, principalmente na marcante paisagem sonora construída pelos sons da guerra fortemente representados por explosões, disparos de canhões, morteiros e armas de fogo, e o retinir das espadas nas cenas de decapitação (1.3.4). Acréscimos que também reforçam a construção hiper-realista do vídeo.

### **6.2.9. Blood for Blood (Sangue por sangue)**

O regime baathista no Iraque recrutou ativamente crianças para suas forças armadas. No final dos anos 1970, o Partido Baath criou a Vanguarda da Juventude, cujo objetivo era estabelecer uma organização paramilitar composta por elas. Crianças de até doze anos de idade eram organizadas em unidades que recebiam treinamento militar e doutrinação político. Na década de 1990, o regime de Saddam Hussein chegou a promover acampamentos de verão anuais para centenas de meninos, que recebiam lições táticas e aprendiam a manusear pequenas armas. Na unidade militar *Saddam's Lions Cubs*, criada após a Guerra do Golfo em 1991, garotos eram submetidos a treinamentos de até catorze horas diárias, onde espancar e maltratar animais era a regra (BENOTMAN, MALIK; 2016).

Esse legado penetrou a estrutura administrativa e burocrática do Estado Islâmico. Fenômeno cujas raízes remontam à decisão de Paul Bremer, administrador da Autoridade Provisória da Coalizão instaurada naquela país após a invasão liderada pelos Estados Unidos em 2003, de desmobilizar o exército iraquiano e dispensar todos os oficiais baathistas de suas posições no serviço civil. Medida que deixou mais de 100 mil pessoas desempregadas e, em muitos casos, armadas. Muitas acabaram se unindo ao Estado Islâmico, levando consigo valiosas habilidades organizacionais e militares. A prática de recrutar crianças estava nessa bagagem. Os campos de treinamento e técnicas, como a dessensibilização para a violência, foram replicados pelo EI (BENOTMAN, MALIK; 2016).

De acordo com Noman Benotman e Nikita Malik (2016), a atenção especial dedicada pelos

líderes do Estado Islâmico às crianças em seu território está atrelada, em primeiro lugar, à noção de que o futuro de qualquer Estado reside nas gerações futuras. Entretanto, incorporá-las à sua estrutura também permitiu que a organização colocasse em curso uma guerra psicológica contra os oponentes, já que os vídeos de crianças performando atos brutais derrubam os limites das normas internacionais, atraindo a atenção global e aumentando o medo do Califado. Afinal, “o Estado Islâmico não está interessado apenas na guerra e pequenas armas, e muitos dos seus esforços focam o processo de construção de um Estado e sua imagem de suprema ‘utopia’ islâmica” (BENOTMAN, MALIK; 2016, p. 27, tradução nossa).

Benotman e Malik (2016) também tocam em outro ponto importante: a corrente geração de combatentes do EI vê essas crianças como lutadores melhores e mais letais que eles mesmos, já que, em vez de serem convertidas, foram doutrinadas com valores extremistas desde o nascimento ou de uma tenra idade. Por isso, seriam mais puras e propensas a alcançar o martírio. Como nasceram dentro do Estado Islâmico, também estariam a salvo da corrupção latente em países com valores seculares, o que as torna mais fortes que os *mujāhidūn* atuais. E é justamente a crença nessa força e naquilo que ela é capaz de realizar que serve como pano de fundo para o vídeo *Blood for Blood* (2.3).

Para fins de análise, podemos dividir a produção em dois blocos narrativos. O primeiro dedica-se a apresentar o motivo por trás do ódio nutrido por essa geração. O segundo mostra como ela está sendo preparada para vingar-se de seus inimigos.

É através da voz e dos olhos das crianças do Califado que a primeira parte ganha forma. Em momentos distintos e subsequentes, dois meninos circulam pelos escombros de uma cidade enquanto a voz infantil que entoia o *nashīd* (em francês) lembra: “Vocês garantem a si mesmos o direito de nos massacrar em nome da sua tão mencionada preciosa liberdade, seus bens, suas vidas. Para nós, nada disso é sagrado. Seu sangue irá derramar por seus crimes hediondos. Enquanto seus jatos de combate bombardeiam e destróem, seus intelectuais contemplam sem vergonha. Sua mídia esconde todas as atrocidades. Nossa morte não merece ser mencionada. Vocês são assassinos, manipuladores. Mentir é a marca registrada de seus porta-vozes”. E continua mais adiante: “Suas leis permitem danos colaterais. Seus soldados matam nossas crianças e vocês os chamam de heróis. Vocês choram amargamente por alguns mortos, enquanto por milhares que mataram não demonstram nenhum remorso. Vocês enganam o mundo com sua eloquência, enquanto legalizam a sua delinquência”.

As ações das personagens endossam esse discurso. Ambas desbravam o cenário de destruição de maneira contemplativa, o que ganha uma nova camada de sentido com a adoção de um recurso característico do vídeo. Nos espaços “vazios” criados nas cenas por meio da composição escolhida, o trabalho de edição (com a inserção de janelas ou do efeito de dupla exposição) adiciona à paisagem imagens de governantes aos quais se dirigem as acusações, crianças feridas e mortas (1.4.1.2). Estratégia que cria um vínculo entre aquilo que as personagens testemunham e guardam na memória. Os destroços não são os únicos elementos cênicos que induzem a construção dessa ponte. Na sequência de abertura do vídeo temos um exemplo disso.

Enquanto uma figura humana desfocada (até aqui não é identificada como uma criança) caminha pela rua e o rosto do presidente norte-americano Barack Obama é projetado num fragmento de parede, o foco é direcionado para um farrapo estirado sobre blocos de concreto situados entre os dois extremos da cena. A seguir, a construção se repete. A mesma figura permanece em segundo plano, enquanto pedaços de pano enroscados num destroço e a projeção de um bebê com respingos de sangue chorando ocupam o primeiro plano. Filmada lateralmente, a cena seguinte enquadra a personagem da cintura para baixo no instante em que anda sobre os escombros. Ao mesmo tempo, juntamente com um novo farrapo, emergem duas janelas: a primeira mostra o corpo de uma criança sendo retirado de debaixo de destroços e a segunda o aperto de mão entre Barack Obama e o presidente russo Vladimir Putin. É só na cena seguinte que vemos pela primeira vez o rosto da criança, enquadrada pelo buraco na parede externa de um prédio. Ela olha para o alto, observando o cenário a sua volta.

**Figura 38** - Sequência de abertura de Blood for Blood



**Fonte:** Jihadology (repositório de Aaron Zelin)

É imprescindível notar como os enquadramentos utilizados nessa primeira parte do vídeo também têm um forte teor retórico. Embora planos detalhes sejam usados para ilustrar a movimentação das personagens no ambiente de destruição, há um claro predomínio de planos gerais na construção das cenas. Interpretamos isso como tática para destacar a pequenez das crianças diante

do cenário que as cerca. Efeito reforçado pelo fato de a câmera estar posicionada, muitas vezes, em ângulos baixos (1.3.1). No campo discursivo, essa disposição dos corpos na cena reveste de humanidade as palavras de ódio do *munshīd* e prepara a catarse desencadeada pela inversão de forças que é o mote da segunda parte do vídeo.

**Figura 39** - Cenas do vídeo onde é usado o plano geral



**Fonte:** Jihadology (repositório de Aaron Zelin)

Com essa guinada, o enfoque da produção passa a ser a letalidade do jovem exército, endossada repetitivamente pelos versos do *nashīd* que alertam “Cuidado, nós temos o que precisamos para nos defender: soldados bem-armados estão prontos para te matar”. Por volta de 2 minutos, um dos meninos que aparece ao longo da primeira parte do vídeo agacha-se sobre uma pilha de escombros, enquanto imagens de Obama e de crianças sendo desenterradas o cercam. Já enquadrado em primeiro plano, ele manuseia pequenos pedaços de concreto, como deixa clara a cena seguinte, que mostra suas mãos do alto. Através de um *match out*, o objeto converte-se numa munição, que logo é alocada em seu lugar: dentro de uma arma.

**Figura 40** - Transição dos blocos narrativos do vídeo.



**Fonte:** Jihadology (repositório de Aaron Zelin)

A partir de então, o vídeo se dedica a apresentar o universo dos pequenos soldados. Empunhando armas em rodas de conversa, equipando-se para a guerra, recebendo instruções táticas e enfileirados como um exército profissional, eles continuam compondo a cena com “janelas da memória”. Mas, desta vez, elas também mostram imagens do treinamento ao qual as crianças são submetidas. A ideia que elas incrustam neles e o que precisam fazer a partir de então é latente. A sequência que se desenrola a partir dos 2 minutos e 35 segundos do vídeo nos ajuda a demonstrar isso. Enquanto o *munshīd* entoava “Cuidado, homens estão prontos para se explodirem. Prontos para responderem ao mal que vocês trouxeram. Cuidado, suas estradas em breve serão aparelhadas com minas por irmãos bem-treinados e determinados”, meninos enquadrados por planos mais próximos equipam-se minuciosamente com artefatos de guerra: a mochila onde os equipamentos são carregados, cartuchos com artilharia, luvas de combate e a arma. A última cena da sequência mostra um deles postado com a arma pendurada no ombro e olhando para o horizonte, enquanto uma “janela da memória” exhibe um breve trecho do treinamento militar dos meninos.

#### **6.2.10. My Revenge (Minha Revanche)**

*My Revenge* é a apoteose do “olhar armado” (STAHL, 2018)<sup>108</sup> no cardápio de produções da Al Hayat Media Center que escolhemos para desvelar os mecanismos de produção de sentido que o Estado Islâmico aciona em suas propagandas. Além de evidenciar o profissionalismo da edição do vídeo, essa característica nos permite aproximá-lo de uma matriz visual que segue a trilha de um fenômeno identificado pelo teórico e videoartista norte-americano Jordan Crandall no célebre ensaio *Armed Vision* (1999): a emergência de uma espécie inteiramente nova de imagem, transmitida através da câmera acoplada a um míssil, atada a um sistema de armas e travada no objeto que visa obliterar.

Propulsor de uma mudança no campo visual, esse portentoso penetrou estruturas governamentais e setores corporativos, impulsionando uma militarização renovada e compulsiva que conduz as sociedades globais (CRANDALL, 1999) e instaura o advento massivo dos drones e outros

---

<sup>108</sup> A expressão original utilizada por Roger Stahl (2018) é *weaponized gaze*. De acordo com o autor, ela está ancorada nas imagens geradas por câmeras que identificam alvos a serem alvejados, mas relaciona-se a um processo que pode ser definido mais amplamente como o alcance de práticas discursivas que abrem caminhos para o entendimento civil de conflitos violentos através do aparato militar.

sistemas de vigilância no cotidiano. No cerne de problematizações modernas como as de Stephen Graham (2016), professor da Universidade de New Castle que propõe uma teoria do “novo urbanismo militar” ante o processo através do qual as cidades ocidentais estão implementando experiências e tecnologias de controle, a nova forma de visualização e virtualização influenciada pelo aparato e poderio militar lança luz sobre a existência de duas perspectivas na história das tecnologias visuais, segundo Crandall (1999): uma horizontal e outra vertical.

De acordo com o pensador norte-americano, a orientação “horizontal” está situada no “nível do solo”. Já a “vertical” (ou “aérea”) está mais preocupada com olhar para baixo, o que a caracteriza, embrionariamente, como uma ótica de vigilância e comando. Mapeando mudanças e descobrindo padrões, o objetivo nesse último caso é entender o que se move, como esse deslocamento é feito e em que medida o movimento pode ser interceptado ou explorado. Isso adiciona à nossa experiência visual a perspectiva de um ambiente militarizado e mecânico que carrega a missão de posicionar, rastrear, identificar, prever e interceptar (ou conter). É essa a lógica que, juntamente com aquilo que Roger Stahl (2018) cunha de *sniper vision*<sup>109</sup>, transborda em *My Revenge* através do uso ostensivo de recursos gráficos e efeitos visuais que servem de substrato para o discurso da produção.

Lançado pela Al Hayat Media Center em julho de 2016, o vídeo tem 4 minutos e 31 segundos (1.1). Um brado de revanche contra o governo francês por suas ações, ele se pauta numa narrativa construída através de imagens produzidas pela própria organização, mas principalmente difundidas e captadas por veículos de comunicação ao redor do mundo (1.2.2.2). E, desde o primeiro instante, elas são apropriadas, ressignificadas e transformadas em referências à experiência visual de uma moderna e poderosa operação militar. Com todos os componentes que ajudam a construir a interface dela.

Os indícios desse processo aparecem logo na cena de abertura do vídeo, composta por uma simples tela preta onde surge uma mensagem em francês datilografada. Ela é acompanhada por ícones que ajudam a criar a atmosfera de uma missão militar. No alto da tela, simbolizam pastas

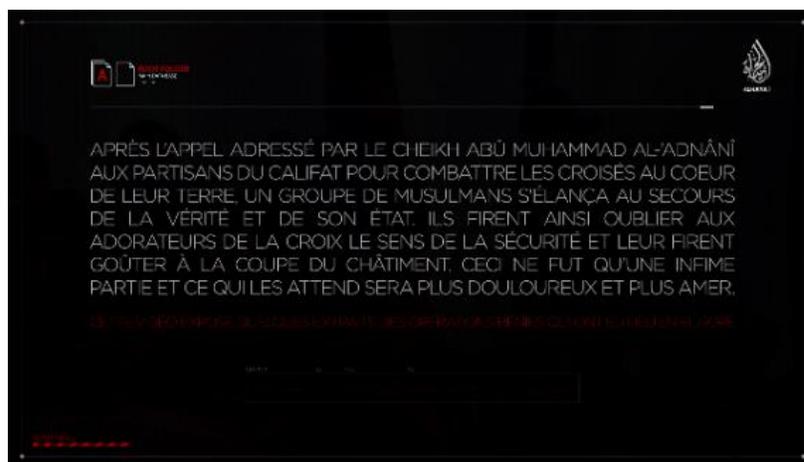
---

<sup>109</sup> O autor discorre sobre a expressão tomando como ponto de partida o sucesso hollywoodiano *American Sniper* (2014). De acordo com Stahl (2018), o filme assinala um momento da cultura norte-americana onde uma nova relação cívica com as forças armadas é cristalizada. Ela é dominada pela metáfora da *pastoral* (grifo do autor). Estruturada por ela, a produção não age simplesmente para persuadir o espectador a enxergar a guerra através dos “olhos” de um aparato militar. Ela também constroi um universo moral ao redor dos “modos de ver” derivados dessa prática. Fundamentalmente, o discurso de “*sniper vision*” trabalha para conter o impulso deliberativo do cidadão e cultivar em seu lugar um campo de obediência estrita.

de arquivos digitais ao lado das quais se lê “*root folder*” (pasta raíz). Na parte inferior, é inserida uma barra de carregamento e um registro de áudio, cujas ondas oscilam de acordo com as vozes e ruídos (sirenes, passos, choros e aparelhos de radiofrequência utilizados pela polícia) que se manifestam enquanto nos é oferecido um resumo do enredo que será desenvolvido na propaganda: a missão honrosa dos soldados do Estado Islâmico empenhados em contra-atacar um inimigo que, historicamente, leva a morte e a destruição para os muçulmanos e, por isso, merece sofrer com o mesmo tipo de perda (2.3).

O enxerto de uma entrevista do primeiro-ministro francês Manuel Valls<sup>110</sup> (39 segundos do vídeo) para a emissora TF1 é exibido na sequência. Nele somos apresentados a um recurso gráfico que se manifestará constantemente em *My Revenge* e mostra como o vídeo se apropria de uma estética análoga ao repertório visual das tecnologias de *Intelligent Scene Monitoring (ISM)*. Enquanto Valls garante que tomará ações enérgicas contra aqueles que deflagrarem ataques em seu país e na Europa, dois quadrados brancos circundam o rosto do político, acompanhados por seu nome, cargo e um registro de áudio, nos levando a inferir que ele está sendo monitorado (1.4.1.3).

**Figura 41** - Cena inicial de *My Revenge*



**Fonte:** Jihadology (repositório de Aaron Zelin)

<sup>110</sup> Ocupou o cargo até dezembro de 2016, quando renunciou à posição para concorrer na eleição presidencial francesa em 2017.

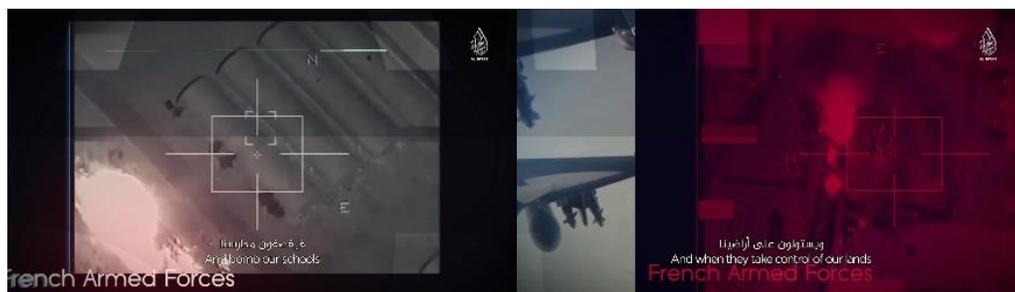
**Figura 42** – Comparação com a entrevista original exibida pela TF1



**Fonte:** Jihadology (repositório de Aaron Zelin) e Youtube

Feita a identificação do inimigo, as cenas subsequentes se dedicam a mostrar os estragos causados por ele, o que reforça a preocupação do grupo de situar a produção num contexto capaz de justificar a missão abraçada pelos militantes do EI. Por isso, enquanto a morte materializa-se em corpos de crianças ensanguentados (acompanhados de um letreiro que surge na tela e não deixa dúvidas sobre o rótulo que o grupo procura atrelar ao governo da França: “assassino de crianças”) e imagens de caças identificados como integrantes da força aérea francesa que perpetraram a tragédia através de bombardeios, a *nashīd* entoada em francês lembra: “Valls quer nos ameaçar e ver nossos corpos acumulados. Relembre o passado, meu irmão, porque eles nos violam quando seus aviões decolam, bombardeiam nossas escolas e quando tomam o controle de nossas terras e saqueiam nosso petróleo. Depois de todos esses anos de batalhas ferozes, o Califado prospera mais uma vez e o momento da vingança chegou”.

**Figura 43** – Miras surgem pela primeira vez no vídeo



**Fonte:** Jihadology (repositório de Aaron Zelin)

Se os caças franceses são portadores da destruição num primeiro momento, a reação à incursão inimiga coloca em cena a força do discurso letal do Estado Islâmico, com imagens de homens na carroceria de caminhonetes, bombas (e mísseis) sendo acionadas e o tremular da bandeira da organização como sinal de sua prevalência. Um homem mascarado, filmado de diferentes ângulos e com um prisioneiro de joelhos ao alcance de sua arma, reforça em tom ameaçador (1 minuto e 32 segundos do vídeo): “Por Deus, vocês pagarão caro e um final amargo se seguirá. E depois disso o Andalus retornará”. Neste ponto o nome da produção surge na tela em três idiomas (incluindo francês e inglês). Na sequência, esta dedica-se a mostrar como a aclamada revanche se concretizará.

Uma sequência importante, responsável por ligar a primeira parte do vídeo e o que se desenvolverá em seguida, é aquela que mostra soldados do grupo se preparando para a missão num campo de treinamento do Estado Islâmico. Um homem vestido de negro encara a câmera e declara “Este é um presente para François Hollande” (1 minuto e 44 segundos do vídeo). Na sequência, dispara contra alvos desenhados na parede de uma construção. A transição do local inóspito para as ruas francesas ocorre através da sobreposição de um quadro com a imagem de pessoas correndo enquanto uma sirene toca ao fundo e a arma do atirador é posicionada na direção da multidão, numa clara alusão à conversão da mira para os verdadeiros alvos do grupo (1.4.1.2). Diversos elementos gráficos que ajudam a compor as cenas a partir daí endossam tal interpretação, assim como os versos do *nashīd*: “Minha arma automática está carregada e os civis estão isolados. Eu mato franceses, então agradeça seu tolo primeiro-ministro por isso”.

**Figura 44** - Sequência gravada num suposto campo de treinamento do Estado Islâmico



**Fonte:** Jihadology (repositório de Aaron Zelin)

É neste ponto que emerge uma das principais características de *My Revenge*: imagens que ganharam o mundo através das emissoras de televisão e filmagens amadoras pulverizadas pela Internet após os atentados na França em 2015 recebem uma nova roupagem na produção. O

processo de ressignificação pelo qual elas passam tem como objetivo alinhar as ações do EI ao seu discurso de revanche, materializado numa caça aos inimigos, personificados por personagens políticos e personalidades conhecidas (como François Hollande e o caricaturista e jornalista francês Stéphane Charbonnier, uma das vítimas do ataque à sede do jornal Charlie Hebdo no início daquele ano), mas também civis. A mira (1.4.1.3) é a grande responsável por marcar a distinção dessas figuras e evidencia como esse processo de ressignificação não se restringe à mera apropriação de imagens, tirando-as de seu contexto original para criar um contexto diferente. Ele também trata de intercâmbio cultural, o que ecoa a ideia de Stahl (2018) de que o “olhar armado” é produto da “mediaesfera ocidental” consolidada no decorrer do século XXI:

Essa sedução do olho aconteceu gradualmente à medida que os fragmentos eletrônicos da máquina de guerra se acumulavam. O que parecia ser apenas o subproduto de nossos sistemas de segmentação mais avançados começou a cintilar no campo visual coletivo por meio de relações públicas militares oficiais, vazamentos e entretenimento fictício. Em certo ponto, talvez pela pura força dos números, a visão através da arma ganhou um lugar primário na apresentação da guerra no Ocidente pós-industrial. Essas imagens, afinal de contas, manejavam a vantagem estratégica suprema dessa era cética: a habilidade de se apresentarem como se não fossem filtradas, alteradas e processadas – artefatos resultantes de um processo técnico, e não de peças de propaganda calculadas. Em vez de apostar em um argumento contraditório, eles se apresentaram como o mais poderoso aliado do olho, sua prótese final (STAHL, 2008, p. 2, tradução nossa)<sup>111</sup>.

**Figura 45** - Exemplos de uso da mira dentro da produção



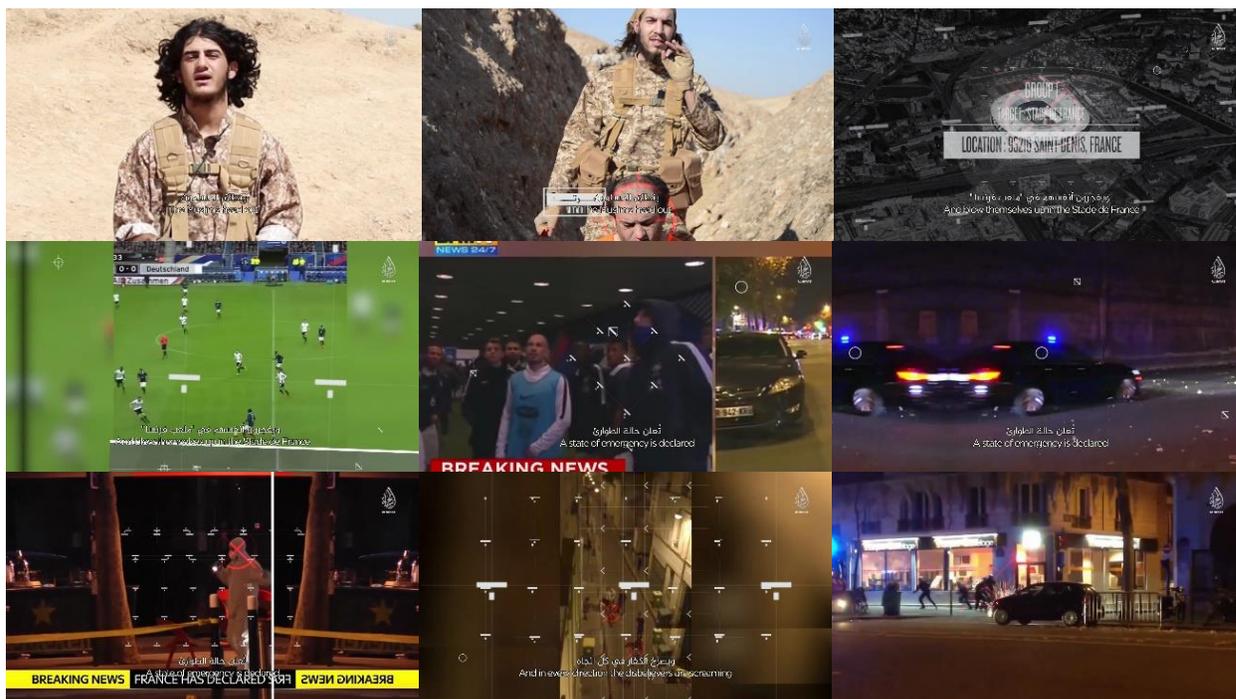
**Fonte:** Jihadology (repositório de Aaron Zelin)

<sup>111</sup> Texto original: This seduction of the eye happened gradually as the electronic flotsam of the war machine accumulated. What seemed only the by-product of our most advanced targeting systems began to flicker across the collective visual field via official military public relations, leaks, and fictional entertainment. At a certain point, perhaps through sheer force of numbers, the view through the weapon itself earned a primary place in the presentation of war in the postindustrial West. These images, after all, wielded the ultimate strategic advantage in this skeptical age: the ability to bill themselves as unfiltered, unadulterated, unprocessed, and unblinking - leftover artifacts of a technical process rather than calculated pieces of propaganda. Instead of staking position in an adversarial argument, they presented themselves as the eye's most powerful ally, its ultimate prosthesis.

O tom de ameaça que exala desse recurso e o efeito de verdade que parece tentar impor às imagens que servem de sustentação para os acontecimentos relatados pelo *munshīd*, que se posiciona discursivamente como um dos agentes da revanche (2.1), pode ser ilustrado por uma sequência que se desenrola no vídeo a partir dos 2 minutos de produção. Enquanto entoa-se “Os muçulmanos saem e se explodem no Stade de France. Um estado de emergência é declarado e em cada direção os discentes estão gritando”, são justapostas as seguintes cenas: a) um jovem rapaz trajando uniforme militar numa paisagem desértica é enquadrado em primeiro plano enquanto fala olhando para a câmera; b) outro homem, também vestindo roupas militares e segurando uma faca num cenário parecido, é mostrado em plano americano, de modo que conseguimos ver o rosto de um prisioneiro que está ajoelhado na sua frente e tem a face circundada por uma mira vermelha, acompanhada pela identificação generalista “*murtado*”; c) o Stade de France é mostrado do alto, recebendo o acréscimo de elementos gráficos que nos remetem às imagens capturadas por um drone e peças textuais que as embrem na aura de uma operação militar: além da indicação *Groupe I*, que dialoga com a ação coordenada perpetrada pelos seguidores do Estado Islâmico em solo parisiense em novembro de 2015, elas também identificam o alvo sobre o qual repousa a mira e o endereço dele “93216, Saint-Denis, France”; d) uma imagem do jogo que ocorria entre França e Alemanha naquele dia é acrescida na sequência, assim como um trecho de noticiário televisivo que divide a tela para mostrar atletas das duas equipes fora de campo olhando para o alto, como se buscassem entender o que estava acontecendo, e uma rua parisiense deserta; f) com efeito de *split screen* e espelhadas, as duas cenas seguintes são de um carro de polícia se deslocando em alta velocidade com a sirene ligada e uma pessoa vestindo trajes forenses com um alvo sobre seu rosto; g) pessoas correndo por uma via arrastam corpos que também ganham o acréscimo do símbolo da mira; h) assim como policiais que trocam tiros com suspeitos em meio à rua.

A combinação de recursos gráficos e efeitos visuais verificados aqui se replicará em outras passagens do vídeo, criando a sensação de que cada acontecimento retratado foi milimetricamente planejado pelo Estado Islâmico como parte de seu projeto de vingança. Mesmo que isso irrompa a ordem cronológica dos acontecimentos.

**Figura 46** - A mira mesclada a elementos gráficos que remetem a sistemas de vigilância



**Fonte:** Jihadology (repositório de Aaron Zelin)

A rápida velocidade imprimida pela montagem ajuda a romper essa linha temporal, ao mesmo tempo que seleciona e reposiciona as imagens (e os fatos relatados, consequentemente) para satisfazer o discurso do Estado Islâmico. As nove cenas elencadas acima, por exemplo, advêm de fontes diversas, mas no fim compõem uma única narrativa, padronizada pelos recursos que ajudam a criar o ambiente da missão de revanche levada até as últimas consequências pelos militantes do grupo. E a transição entre elas, na maioria das vezes, ocorre através do efeito de *digital distortion* (também acrescentado em muitas cenas do vídeo), o que ajuda a reforçar que toda a ação testemunhada pelo espectador foi registrada por um olhar mecânico que detém o monopólio do “efeito de verdade” dos acontecimentos apresentados a ele.

**Figura 47** - Uso do efeito de *digital distortion*



**Fonte:** Jihadology (repositório de Aaron Zelin)

### 6.3 – Afinal, quais as marcas dessas produções?

Superada a fase de mapeamento das principais características dos vídeos que compõem o corpo de análise da pesquisa, é preciso explicar como chegamos à resposta para a pergunta que introduz esta seção. Um primeiro passo nesse sentido é esclarecer que nossa compreensão sobre os fatores que determinam a criação de “categorias” capazes de delimitar as marcas audiovisuais presentes nas produções da Al Hayat Media Center tem relação dialógica com a noção de “classe” no pensamento de Patrick Charaudeau (2006). Embora o tratamento que ele dá às classes textuais tenha como foco o desenvolvimento de uma tipologia dos produtos jornalísticos, a lógica que norteia a determinação delas é aplicável ao nosso objeto. E explicamos por quê.

O primeiro aspecto considerado por Charaudeau (2006) para determinar uma classe textual é o lugar de “construção de sentido” do texto. As particularidades do fenômeno que investigamos, que impossibilitam assinalar com precisão como os vídeos do Estado Islâmico são fabricados e exigem uma abordagem diferente da proposta aqui para entender as nuances do consumo deles no nível da recepção, nos leva a priorizar o produto acabado como local de observação. Com isso, a proposta passa a ser entender como a peça audiovisual é configurada enquanto resultado dos efeitos de sentido visados pela instância da produção e aqueles, possíveis, construídos pela pluralidade das leituras da instância de recepção numa relação de co-intencionalidade (CHARAUDEAU, 2006, p. 205).

Outro fator determinante, segundo Charaudeau (2006), e que levamos em consideração é o “grau de generalidade” das características que definem uma classe. Temos dez vídeos que, embora

transitem numa grade de intencionalidades pouco variável, são formatados de acordo com a mensagem que os reveste. Desse modo, se quisermos determinar quais as constantes que os unem como parte do projeto midiático do Estado Islâmico, precisamos diferenciar quais são as características específicas e constituintes deles. Feito isso, ficamos mais próximos de cumprir o desafio de desvelar o repertório da cultura audiovisual contemporânea que sustenta as escolhas estéticas recorrentes nessas produções. O modo de “organização discursiva”, que segundo Charaudeau (2006) impõe a escolha entre o discurso como “procedimento de organização” ou o discurso como “texto configurado”, completa essa trinca porque nos permite identificar justamente como a estrutura dos vídeos se relaciona à mensagem em torno da qual os elementos audiovisuais gravitam.

Assumindo esses princípios, portanto, conseguimos avançar em nosso objetivo de olhar para esses vídeos como produtos de um projeto midiático bem definido. Mas, antes de elencarmos as características que os unificam sob o manto do mesmo fenômeno, é preciso destacar que nos vídeos analisados existem inúmeras sutilezas com potencial para gerar categorizações de naturezas diversas. Aquela que empreendemos se sustenta no arcabouço conceitual e teórico mobilizado ao longo desta dissertação, propondo a adoção de um ponto de vista que privilegia marcas audiovisuais que carregam as ranhuras do ambiente cultural onde essas produções foram articuladas e disseminadas. Ou seja, propõe um recorte que nos permite enxergar como elas usufruem de elementos técnicos e estéticos consagrados que ganham novo sentido quando alinhados aos objetivos do EI no âmbito da disputa simbólica indissociável do jogo de poder no qual se insere. Jogo onde a conquista de corações e mentes passa pela capacidade de convencimento ancorada no realismo de seu discurso e, conseqüentemente, de suas ações.

Esclarecido isso, podemos argumentar que os apontamentos que faremos a partir de agora organizam-se em torno de estratégias dos vídeos da Al Hayat Media Center que se retroalimentam, conservando uma relação de simbiose fundamental para a gestação do efeito de verdade que o Estado Islâmico procura imbuir em suas produções. A primeira marca audiovisual dos vídeos que salientamos aqui é uma clara manifestação dessa convergência. Mencionamos anteriormente que Chion (2011, p. 14) destaca a importância do efeito empático tradicionalmente acrescentado pela música e os efeitos sonoros nas produções audiovisuais (ao cinema em especial), o qual toma como base códigos culturais compartilhados de alegria e tristeza, por exemplo. A **emoção sonora** adicionada pela vocalização do *munshīd* aos vídeos analisados exerce ação semelhante sobre as cenas. No início deste capítulo, lembramos que a seleção das peças audiovisuais que compõem o corpo

de análise da pesquisa levou em consideração a inserção delas numa modalidade específica das propagandas do movimento jihadista global: o vídeo *nashīd*. Mas, se num primeiro momento essa opção serviu como norte de trabalho, no desenrolar da investigação mostrou-se fundamental, já que esse fundo melódico serve como substrato para o acondicionamento dos demais elementos audiovisuais empregados na formatação da mensagem do Estado Islâmico, moldando-os de acordo com a intencionalidade por trás dela.

A riqueza dos efeitos que isso pode gerar, mesmo com as restrições da tradição legal islâmica sobre a permissividade da *musiqa*, é incontestável: pautando-se apenas em técnicas de vocalização, o *munshīd* consegue incitar, acalantar e até mesmo apavorar. E é o trabalho de montagem que mais se beneficia disso, já que esse fundo sonoro guia as demais etapas de composição dos vídeos. Aqui entendemos a montagem como o princípio que regula a organização dos elementos fílmicos visuais e sonoros, justapondo-os, encadeando-os ou regulando sua duração (AUMONT, 1989, p. 62). Dentre as funções que ela pode exercer, identificamos nos produtos da Al Hayat Media Center a prevalência do seu papel na criação da **cadência narrativa** que cria um ritmo particular para cada vídeo, condizente com a temática que apresenta.

Aplicada ao cinema, sobretudo nas escolas que a comparam com a música, a noção de ritmo designa a velocidade e a sucessão dos planos. Segundo Aumont (1989), ela é fruto da combinação e sobreposição de dois tipos de ritmos: temporal (“trilha sonora” e ritmos visuais) e plástico (cores, iluminação e enquadramentos). Nos vídeos analisados vemos a materialização dessa relação a cada escolha composicional das cenas. Em sua maioria, elas ganham ou perdem intensidade com os cortes (figuras de transição), o acréscimo de efeitos visuais, efeitos sonoros (principalmente explosões e rajadas de tiros) e recursos gráficos que ajudam a marcar um compasso condizente com a evolução da vocalização do *munshīd*. Isso fica ainda mais claro quando notamos que muitas imagens utilizadas nessas produções se repetem, mas em cada arranjo fílmico adquirem uma qualidade em decorrência da aplicação dessas variáveis.

Os reflexos disso sobre o campo discursivo não são menores. Na verdade, a combinação desses elementos também ajuda a criar aquilo que optamos por chamar de **estética divina**. Ela tem relação direta com o fato de o Estado Islâmico tentar embeber suas ações, para muitos simples manifestações de violência e brutalidade, numa aura religiosa que tem a missão de dar legitimidade aos seus métodos. Assim, no nível visual, há um esforço constante para lembrar que a organização mantém pontos de conexão com a matriz religiosa que serve de sustentáculo para o movimento

jihadista, mesmo que ela advenha de uma interpretação peculiar do Islã. Nas produções da Al Hayat Media Center analisadas, isso ressoa, principalmente, na utilização de ferramentas de edição digital que lhe permite acrescentar camadas de sentido ao turbilhão de imagens que dão materialidade ao projeto de poder do EI. Elas se manifestam, principalmente, em efeitos de iluminação que adicionam às cenas um sopro de divindade e no uso da câmera lenta para romper com a temporalidade humana dos acontecimentos.

A preocupação em atingir esse nível de significação, no entanto, não impede que essas produções também carreguem a marca da violência. Mas é importante destacar que a função dela não é meramente impelir medo. Falamos aqui de uma **violência dirigida**, imprescindível para a construção da imagem da organização que herdou o discurso de um movimento que tem na luta armada sua identidade mais duradoura. E é essa característica dos vídeos analisados que mantém os laços mais fortes com a ideia de “choque do real” introduzida por Beatriz Jaguaribe (2007) para referir-se a “certas narrativas e imagens que desprendem uma carga emotiva intensa, dramática e mobilizadora” que não dinamita a noção de realidade, e sim visa o “efeito do real” para abalizar a autenticidade de situações-limite (JAGUARIBE, 2007, 103). Assim, o rastro de sangue e destruição deixado pelas decapitações, execuções, perseguições e explosões cria a ambiência necessária para o Estado Islâmico erguer-se como o grande e inabalável defensor da verdadeira sociedade islâmica, mesmo que os revezes no campo de batalha digam o contrário. Afinal, a prova da sua existência é aquilo que as câmeras são capazes de mostrar.

E, como não poderia deixar de ser, a manutenção desse discurso depende da capacidade da organização de engajar novos apoiantes na disseminação dele, o que nas produções analisadas nos parece ocorrer de duas formas complementares: a constante tentativa do *munshīd* de colocar-se em posição de identificação com seus interlocutores, incorporando o “espírito” do próprio Califado, e a utilização de técnicas de **imersão** que procuram trazê-los para o centro dos acontecimentos. Neste último caso, a recorrente busca por uma linguagem documental e o sofisticado uso que esses vídeos fazem da “câmera subjetiva” é o maior expoente dessa estratégia, o que segue um padrão identificado por Dauber e Robinson (2015) nas produções do Estado Islâmico, justamente para estimular quem as assiste a assumirem a perspectiva dos “personagens” colocados em cena. Personagens que empunham armas, mas também testemunham o sacrifício de mártires e o “cumprimento” das promessas do Califado.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A construção da problemática que deu forma a esta pesquisa partiu do mapeamento do repertório de estudos acerca das práticas comunicacionais do Estado Islâmico (EI), o que apontou para a incipiência de discussões sobre o tema nos programas de pós-graduação brasileiros. No principal banco de teses e dissertações do país, vinculado à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), fundação do Ministério da Educação, é possível encontrar indícios que comprovam isso. Mesmo com distintas combinações de palavras-chave sendo empregadas nas buscas, especialmente nos registros dos programas de Comunicação, os resultados obtidos centram-se majoritariamente numa abordagem político-histórica sobre terrorismo e, eventualmente, na forma como veículos de comunicação enquadram essa temática.

Acreditamos que esse cenário é reflexo de duas situações. A primeira é que estamos perante um fenômeno novo, cujo protagonismo na complexa rede de atores do jihadismo global foi conquistado apenas em 2014, apesar de seu processo de constituição remontar ao período de ocupação do Iraque pelas tropas norte-americanas. Consequentemente, os estudos sobre o tema, nas mais diversas áreas, ainda começam a surgir. A segunda dialoga com o objetivo final desta pesquisa, na medida que identifica uma lacuna de interpretações na intersecção entre Comunicação e Cultura quando tratamos do modo como o Estado Islâmico se apropria de parâmetros da cultura audiovisual contemporânea para construir sentidos sobre sua existência. Abordagem que tem o potencial de superar a natureza das mídias e suportes enquanto núcleos temáticos, deslocando a investigação científica para as ricas relações simbólicas que permeiam as diferentes camadas do estrato social.

Tentando dar um passo nessa nova direção, esta dissertação apresenta uma conclusão importante. Acreditamos que ela estabelece, fundamentalmente, que as técnicas composicionais empregadas nas propagandas do Estado Islâmico comprovam que a apropriação cultural já não opera num sentido único. Mais do que nunca, ela comporta-se como uma raiz que se ramifica sob o solo mediatizado das mais diversas culturas e, nesse processo, carrega heranças que impregnam o imaginário e o "modo de ver" de populações inteiras. E é justamente isso que dá a um grupo como o EI as ferramentas necessárias para edificar um arsenal simbólico que ressoa com tanta força códigos audiovisuais que podem ser apreendidos por um militante lutando pela instauração do Califado na Síria, mas também por um jovem simpatizante em qualquer canto da Europa ou dos Estados Unidos. Principalmente quando esses códigos acionam com precisão as engrenagens das estéticas

realistas que aguçam os paradoxos que intensificam a disputa em torno da conceituação da realidade social na contemporaneidade (JAGUARIBE, 2007, p. 40). E, se aceitamos que o realismo é um conglomerado de estéticas que camuflam seus próprios mecanismos de ficcionalização conforme almejam “representar a realidade”, só podemos considerar que o repertório de propagandas do Estado Islâmico é uma das mais ilustrativas amostras da aplicação dessa lógica no mundo atual.

Assim, por mais que o intervalo entre o início e a conclusão desta pesquisa tenha sido marcado pelo declínio territorial do Estado Islâmico na Síria e no Iraque, o que teve impacto direto sobre o funcionamento do aparato midiático do grupo, a marca deixada pelo “Califado” no universo online nos parece duradoura. E ela não será extinta ou deixará de ocupar um lugar importante na linha evolutiva das práticas midiáticas e comunicacionais do movimento jihadista global, a exemplo do que assinala Aaron Zelin (2017), quando lembra que o revés no campo de batalha não elimina o fato de o EI dispor de um solo fértil semeado para se reerguer. E é justamente por isso que acreditamos que aquilo que foi desbravado até aqui pode auxiliar outros pesquisadores a darem passos maiores na investigação desse fenômeno, já que finca um ponto de partida para reflexões futuras que consigam explorar e se aprofundar em outras dimensões dessa questão.

Uma delas nos parece particularmente instigante: como a disseminação das narrativas audiovisuais na Internet deu novos contornos ao tratamento da temática do martírio. David Cook (2017) nos instiga a olhar para isso ao apontar que não existe dúvida de que, embora Azzam e outras personagens do movimento jihadista tenham estabelecido a base da martirologia no sunismo radical, uma figura central na sua popularização foi Abu Mus’ab al-Zarqawi. Ao transformar o conflito no Iraque durante a Segunda Guerra do Golfo (2003-2011) num espetáculo apocalíptico alocado no mundo virtual, Cook (2017) lembra que ele tirou as narrativas mitológicas evocadas por lideranças como Osama Bin Laden do ambiente controlado gestado para sua disseminação e conseguiu criar uma narrativa paralela àquela recortada e propagada por engrenagens como a rede de televisão *al-Jazeera*. E o principal produto cultural dessa viragem foram os vídeos de martírio, que em sua essência foram capazes de capturar e disseminar a mensagem que os jihadistas salafistas precisavam.

Entendemos, portanto, que muitas características dos vídeos do EI nas quais resvalamos durante nossa análise é uma ramificação desse processo. Possivelmente mais rica do ponto de vista simbólico pelas ferramentas que, progressivamente, foram incorporadas à construção dessas produções e ao tratamento dado à figura do mártir nelas. Por isso, associar a emergência de produtos

como esses à prevalência das estéticas realistas no mundo contemporâneo é um caminho promissor, que nos aproxima de um entendimento acerca das fusões culturais operadas na era da mídiatização. O que também pode ser rastreado até outros elementos profundamente arraigados nas produções do Estado Islâmico, como é o caso da sua proximidade com a linguagem visual dos videogames e dos filmes de ação.

No que se refere à metodologia sobre a qual edificamos este trabalho, também acreditamos ser possível vislumbrar uma contribuição importante: a possibilidade de mesclar técnicas de análise do discurso com a apreensão das características estéticas de uma peça audiovisual. O que em última instância é uma forma de falarmos que a imagem também constrói discursos. Talvez os mais poderosos do ponto de vista da significação numa sociedade massivamente bombardeada por imagens. Obviamente, os parâmetros que utilizamos não são estáticos e são incapazes de apreender todas as nuances do material analisado. A possibilidade de flexibilização e replicação deles, no entanto, não deixa de ser uma característica importante para sua adequação a produtos culturais convertidos em registros de processos sociais situados em momentos históricos específicos e, por isso, dotados de mecanismos de produção de sentido que dialogam com sua matriz cultural.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALTHEIDE, D. L. **Media Logic, Social Control, and Fear**. *Communication Theory*, [s.l.], v. 23, n. 3, p. 223-238, 8 jul. 2013.

ARQUILLA, J.; RONFELDT, D. **Cyberwar is Coming**. Santa Monica (CA): RAND Corporation, 1993.

\_\_\_\_\_. **Networks and Netwars: The Future of Terror, Crime and Militancy**. Santa Monica (CA): RAND Corporation, 2001.

AUMONT, J. et. al. **Estética del cine: espacio fílmico, montaje, narración, lenguaje**. Barcelona: Paidós, 1989.

AWAN, A. N. **Virtual jihadist media: function, legitimacy and radicalizing efficacy**. *European Journal of Cultural Studies*, [s.l.], v. 10, n. 3, p. 389-408, ago. 2007.

BASTOS, M. T. **Medium, media, mediação e midiaticização: a perspectiva germânica**. In: MATTOS, M. A.; JANOTTI JR., J.; JACKS, N. (Orgs.) **Mediação e midiaticização**. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2012, p. 53-77.

BASTOS, M. T. F. **O retrato fotográfico entre a pose e a performance**. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 23, 2014. **Anais...** Belém: COMPÓS, mai. 2014, p. 1-22. Disponível em: <<http://compos.org.br/encontro2014/anais/>>. Acesso em: 10 jul. 2018.

BAUDRILLARD, J. **Simulacros e simulação**. Lisboa: Relógio d'Água, 1991.

\_\_\_\_\_. **Televisão/Revolução: o Caso Romênia**. In: PARENTE, A (Org.). **Imagem máquina: a era das tecnologias do virtual**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993, p. 147-154.

BAYAT, A. **Islamism and Social Movement Theory**. *Third World Quarterly*. v. 26, n. 6, p. 891-908, 2005.

BENOTMAN, N.; MALIK, N. **The Children of Islamic State**. Londres: Quilliam Foundation, 2016. Disponível em: <<https://f-origin.hypotheses.org/wp-content/blogs.dir/2725/files/2016/04/the-children-of-islamic-state.pdf>>. Acesso em: 10 jun. 2018.

BERGER, J.M.; MORGAN, J. **The ISIS Twitter Census: defining and describing the population of ISIS supporters on Twitter**. Center for Middle East Policy at Brookings. Analysis Paper. n. 20, mar. 2015. Disponível em: <[https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/06/isis\\_twitter\\_census\\_berger\\_morgan.pdf](https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/06/isis_twitter_census_berger_morgan.pdf)>. Acesso em: 10 jan. 2018.

BORDWELL, D.; THOMPSON, K. **A arte do cinema: uma introdução**. São Paulo: EDUSP, 2013.

BRAGA, J. L. **Mediatização como processo interacional de referência.** Revista Interamericana de Comunicação Midiática. v. 5, n. 2, p. 9-35, jul-dez 2006.

\_\_\_\_\_. **A sociedade enfrenta sua mídia.** São Paulo: Paulus, 2006b.

\_\_\_\_\_. **Circuitos versus campos sociais.** In: MATTOS, M. A.; JANOTTI JR., J.; JACKS, N. (Orgs.) *Mediação e midiatização.* Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2012, p. 31-52.

CARVALHO, L. F. **O que pode um corpo sem cabeça: uma genealogia das cenas de decapitações.** In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 26, 2017. *Anais...* São Paulo: COMPÓS, jun. 2017, p. 1-21. Disponível em: <[http://www.compos.org.br/menu\\_anais.php?idEncontro=MjY=>](http://www.compos.org.br/menu_anais.php?idEncontro=MjY=>)>. Acesso em: 30 jun. 2018.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das Mídias.** São Paulo: Contexto, 2006.

CHION, M. **A audiovisualização: som e imagem no cinema.** Lisboa: Texto e Grafia, 2011.

COCKBURN, P. **A Origem do Estado Islâmico: O fracasso da guerra ao terror e a ascensão jihadista.** São Paulo: Autonomia Literária, 2015.

COGGIOLA, O. **Islã Histórico e Islamismo Político.** Instituto da Cultura Árabe, 2007. Disponível em: <[>](https://www.icarabe.org). Acesso em: 10 jul. 2017.

COOK, D. **Understanding Jihad.** Oakland: University of California Press, 2015.

\_\_\_\_\_. **Contemporary Martyrdom: Ideology and Material Culture.** In: HEGGHAMMER, T. (ed.) *Jihadi Culture: The Art and Social Practice of Militant Islamists.* Cambridge: Cambridge University Press, 2017, p. 151-170.

CRANDALL, J. **Anything that moves: armed vision.** Disponível em: <[>](https://journals.uvic.ca/index.php/ctheory/article/view/14615/5472). Acesso em: 20 mar. 2018.

DAUBER, C. E.; WINKLER, C. K. **Visual propaganda and extremism in the online environment.** Carlisle: U.S. Army War College/ Strategic Studies Institute, 2014.

\_\_\_\_\_.; ROBINSON, M. **ISIS and the Hollywood Visual Style.** Disponível em: <<https://jihadology.net/2015/07/06/guest-post-isis-and-the-hollywood-visual-style/>>> Acesso em: 20 jul. 2018.

DUARTE, F. P. **O islamismo como ideologia política de caráter secular.** *Relações Internacionais.* n. 45, p. 97-110, mar. 2015.

ELIAS, H. **O videogame e o entretenimento global: First Person Shooter.** Lisboa (Portugal): MediaXXI-Formal Press, 2008.

FABBRINI, R. **Imagem e enigma.** *Viso: Cadernos de estética aplicada,* v. 10, n. 19, p. 241-262, jul-dez 2016.

FAUSTO NETO, A. **Mediatização, prática social – prática de sentido**. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 15, 2006. **Anais...** Bauru: COMPÓS, jun. 2006, p. 1-15. Disponível em: < [http://www.compos.org.br/menu\\_anais.php?idEncontro=MQ==](http://www.compos.org.br/menu_anais.php?idEncontro=MQ==)>. Acessado em: 15 fev. 2018.

\_\_\_\_\_. **Fragmentos de uma analítica da mediatização**. Revista Matrizes, v. 1, n. 2, p. 89-105, 2008.

FELDMAN, I. **O apelo realista**. Revista FAMECOS. Porto Alegre, n. 36, p. 61-68, ago. 2008.

FIGUEIREDO, C. **As três gerações do slogan**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 29, 2006. **Anais...** Brasília: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2006, v. 1, p. 1-12. Disponível em < <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/134454803606827119690921879358647133128.pdf>>. Acesso em: 13 abr. 2018.

GAUDREAU, A.; JOST, F. **A narrativa cinematográfica**. Brasília: Editora da UnB, 2009.

GIROUX, H. A. **Para Além do Espetáculo do Terrorismo: a incerteza global e o desafio dos novos media**. Mangualde (Portugal): Edições Pedagogo, 2006.

GUIDÈRE, M. **Historical Dictionary of Islamic Fundamentalism**. Maryland: Rowman & Littlefield Publishers, 2017.

HEPP, A. **Mediatization and the “molding force” of the media**. Communications. n. 37, p. 1-28, 2012.

\_\_\_\_\_. **As configurações comunicativas de mundos mediatizados: pesquisa da mediatização na era da mediação de tudo**. Revista Matrizes. v. 8, n. 1, p. 45-64, jan/jun 2014.

HESSEN, J. **Teoria do Conhecimento**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

HJARVARD, S. **Mediatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultura**. Revista Matrizes. n. 2, p. 53-91, jan/jun 2012.

HOFFMAN, A. **The Islamic State's Use of Social Media: Terrorisms's Siren Song in the Digital Age**. In: SCHWEITZER, Y.; EINAV, O. *The Islamic State: How Vaible Is It?* Tel Aviv: Institute for National Security Studies, 2016, p. 99-105.

HOURANI, A. **O pensamento árabe na era liberal: 1978 a 1939**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005

\_\_\_\_\_. **Uma história dos povos árabes**. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

JAGUARIBE, B. **O choque do real: estética, mídia e cultura**. Rio de Janeiro: Rocco, 2007.

\_\_\_\_\_. **Ficções do real:** nota sobre as estéticas do realismo e pedagogias do olhar na América Latina contemporânea. *Revista Ciberlegenda*, v. 23, n. 1, p. 6-14, 2010.

KEPEL, G. **Jihad:** expansão e declínio do Islamismo. Rio de Janeiro: Biblioteca do Exército, 2003.

KHATIB, L. **Communicating Islamic Fundamentalism as Global Citizenship.** *Jornal of Communication Inquiry*. v. 27, n. 4, p. 389-409, out. 2003.

LAHOUD, N. **A Cappella Songs (*anashid*) in Jihadi Culture.** In: HEGGHAMMER, T. (ed.) *Jihadi Culture: The Art and Social Practice of Militant Islamists*. Cambridge: Cambridge University Press, 2017, p. 42-62.

LAW, R. D. **Terrorismo:** A History. Cambridge: Polity Press, 2016.

LAWSON, E. **The Battle of the Narrative.** In: QUINTANA, E; EYAL, J. *Inherently Unresolved: The Military Operation Against ISIS*. London: RUSI, 2015, p. 29-34.

LECASA, J. **Fight against ISIS reveals power of social media.** Disponível em: <<http://www.brookings.edu/blogs/techtank/posts/2015/11/19-isis-social-media-power-lesaca>>. Acesso em: 27 dez. 2017.

LEONE, E; MOURÃO, M. D. **Cinema e Montagem.** São Paulo: Ática, 1993.

LOPES, M. I. V. **Pesquisa de comunicação: questões epistemológicas, teóricas e metodológicas.** *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*. v. 27, n. 1, p. 13-39, jan/jun 2004.

MACHADO, A. **Regimes de Imersão e Modos de Agenciamento.** In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 25, 2002. *Anais...* Salvador: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, set. 2002, s/p. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/9131a28436128d20687f11f8e2bf62e8.pdf>>. Acesso em: 15 jun. 2018.

\_\_\_\_\_. **A Ilusão Especular.** São Paulo: Gustavo Gili, 2015.

MAHER, S. **Salafi-Jihadism:** The Story of an Idea. Oxford: Oxford University Press, 2016.

MARONE, F. **Self-Sacrifice and Martyrdom in Terrorism:** Political and Religious Motives. In: HEFNER, R. W.; HURCHINSON, J.; MELS, S.; TIMMERMAN, C. (ed). *Religions in Movement: The Local and the Global in Contemporary Faith Traditions*. Londres-Nova Iorque: Routledge, 2013, p. 132-146.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações.** Rio de Janeiro: UFRJ, 2009.

McCANTS, W. **The ISIS Apocalypse:** the history, strategy and doomsday vision of the Islamic State. New York: Picador, 2015.

MIRZOEFF, N. **The subject of visual culture**. In: MIRZOEFF, N. (ed). The visual culture reader. Londres e Nova Iorque: Routledge, 2002, 2 ed., p. 3-23.

MITCHELL, W. J. T. **Cloning Terror: the war of images, 9/11 to the presente**. Chicago e Londres: The University of Chicago Press, 2011.

\_\_\_\_\_. **O que as imagens realmente querem?** In: ALLOA, E (Org.). Pensar a imagem. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2015.

MORAES, C. A. **A figura sonora na pausa audiovisual: rastros, percursos e moldurações**. Disponível em: <[http://compos.org.br/ler\\_noticias.php?idNoticia=MjU3&tipoNoticia=trabalho](http://compos.org.br/ler_noticias.php?idNoticia=MjU3&tipoNoticia=trabalho)>. Acesso em: 10 jun. 2018.

MOTTA, L. G. **Análise Crítica da Narrativa**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2013.

NACOS, B. L. **Mass-Mediated Terrorism: the central role of the media in terrorismo and counterterrorism**. United States: Rowman & Littlefield, 2002.

NEUMANN, P. **Radicalized: New Jihadists and the threat to the West**. Nova Iorque: I.B. Tauris, 2016.

NOGUEIRA, L. **Manuais de Cinema II: Gêneros Cinematográficos**. Covilhão: LacCOM, 2010.

NYE, J. S. **Soft Power: The means to success in world politics**. New York: Public Affairs, 2004.

OLESEN, T. **Social movement theory and radical Islamic activism**. In: Islamism as Social Movement. Centre for Studies in Islamism and Radicalisation. Department of Political Science. Dinamarca: Aarhus University, p. 7-33, mai. 2009.

OSTOVAR, A. **The Visual Culture of Jihad**. In: HEGGHAMMER, T. (ed.) Jihadi Culture: The Art and Social Practice of Militantes Islamists. Cambridge: Cambridge University Press, 2017, p. 82-107.

PIESLAK, J. **A Musicological Perspective on Jihadi *anashid***. In: HEGGHAMMER, T. (ed.) Jihadi Culture: The Art and Social Practice of Militantes Islamists. Cambridge: Cambridge University Press, 2017, p. 63-81.

RAMOS, F. P. **A mise-en-scène do documentário: Eduardo Coutinho e João Salles**. Revista Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual, v. 1, n. 1, jan-jun 2012, p. 17-53.

RANSTORP, M. **The Virtual Sanctuary of Al-Qaeda and Terrorism in an Age of Globalisation**. International Relations and Security in the Digital Age. Londres: Routledge, 2007.

RAPOPORT, D. **The four waves of Modern Terrorismo**. Disponível em: <<http://international.ucla.edu/media/files/Rapoport-Four-Waves-of-Modern-Terrorism.pdf>>. Acesso em: 15 jul. 2017.

ROGAN, H. **Al-Qaeda's online media strategies: From Abu Reuter to Irhabi 007**. Disponível em: <<https://archive.org/details/AQOMS>>. Acesso em: 30 jul. 2017.

SANTOS, L. G. **A televisão e a Guerra do Golfo**. In: PARENTE, A (Org.). *Imagem máquina: a era das tecnologias do virtual*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.

SBARDELOTTO, M. **O leigo-amador no contexto da midiaticização: uma análise da circulação do "religioso" na internet**. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 23, 2014. *Anais...* Pará: COMPOS, mai. 2014, p. 1-17. Disponível em: < [http://compos.org.br/encontro2014/anais/Docs/GT15\\_RECEPCAO\\_PROCESSOS\\_DE\\_INTERPRETACAO\\_USO\\_E\\_CONSUMO\\_MIDIATICOS/compos2014\\_2\\_2273.pdf](http://compos.org.br/encontro2014/anais/Docs/GT15_RECEPCAO_PROCESSOS_DE_INTERPRETACAO_USO_E_CONSUMO_MIDIATICOS/compos2014_2_2273.pdf)>. Acesso em: 28 jun. 2018.

SCHEUER, M. **Al Qaeda's Media Doctrine: Evolution from Cheerleader to Opinion-Shaper**. Jamestown Foundation Terrorism Focus. v. 4, n. 15, mai. 2007.

SILVA, G. **Pode o conceito reformulado de bios midiático conciliar mediações e midiaticização?** In: MATTOS, M. A.; JANOTTI JR., J.; JACKS, N. (Orgs.) *Mediação e midiaticização*. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2012, p. 107-122.

SODRÉ, M. **Antropológica do espelho: Uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.

SORIANO, M. R. T. **El Eco Del Terror: Ideología y propaganda en el terrorismo yihadista**. Madrid: Plaza y Valdés, 2009.

SOURDEL, D.; SOURDEL-THOMINE, J. **A Glossary of Islam**. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2007.

SOUZA E SILVA, W. **Fotografia digital: revelação das imagens e fragmentação da hiper-realidade**. *Revista Novos Olhares*, n. 8, 2006, p. 5-12.

STAHL, R. **Through the crosshairs: war, visual culture and the weaponized gaze**. New Brunswick: Rutgers University Press, 2018.

STENERSEN, A. **A history of Jihadi Cinematography**. In: HEGGHAMMER, T. (ed.) *Jihadi Culture: The Art and Social Practice of Militant Islamists*. Cambridge: Cambridge University Press, 2017, p. 108-127.

STERN, J.; BERGER, J.M. **Estado Islâmico: Estado de Terror**. Rio Tinto: Vogais, 2015.

STRAUSS, A. **A social world perspective**. *Studies in Symbolic Interactionism*, v. 1, n. 1, p. 119-128, 1978.

TAYLOR, P. M. **Global Communications, International Affairs and the Media Since 1945**. Londres: Routledge, 1997.

TORRES, M. R.; JORDÁN, J.; HORSBURGH, N. **Analysis and Evolution of the Global Jihadist Movement Propaganda**. *Terrorism and Political Violence*, n. 18, p. 399-421, 2006.

VANOYE, F.; GOLIOT-LÉTÉ, A. **Ensaio sobre a análise fílmica**. Campinas: Papirus, 2002.

VERÓN, E. **El living y sus dobles**: arquitecturas de la pantalla chica. In: *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires: Editorial Norma, 2001.

WEISS, M.; HASSAN, H. **Estado Islâmico**: Desvendando o Exército do Terror. São Paulo: Seoman, 2015.

WEISSBERG, J. L. **Real e virtual**. In: PARENTE, A (Org.). *Imagem máquina: a era das tecnologias do virtual*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.

WELLER, F. **A imagem-câmera**. *Revista Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual*, v. 1, n. 2, jul-dez 2012, p. 250-255.

WIKTOROWICZ, Q. **A new approach to the study of Islamic activism**. In: *IIAS Newsletter*. n. 33, mar. 2004.

WILKINSON, P. **Terrorism Versus Democracy: The Liberal State Response**. New York: Routledge, 2006.

WINTER, C. **Documenting the Virtual "Caliphate"**. Disponível em: <<http://www.quilliaminternational.com/wp-content/uploads/2015/10/FINAL-documenting-the-virtual-caliphate.pdf>>. Acesso em: 13 mai. 2018.

\_\_\_\_\_. **Media Jihad: The Islamic State's Doctrine for Information Warfare**. London: ICRS, 2017.

WRIGHT, L. **O vulto das torres: a al-Qaeda e o caminho até o 11/9**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

ZELIN, A. **Picture or didn't happen: a snapshot of the Islamic State's Official Media Output**. *Perspective on Terrorism*. v. 9, n. 4, ago. 2015.

\_\_\_\_\_.; FELLOW, R. B. **The State of Global Jihad Online: A Qualitative, Quantitative, and Cross-Lingual Analysis**. Disponível em: <<http://www.washingtoninstitute.org/uploads/Documents/opeds/Zelin20130201>>. Acesso em: 15 ago. 2017.

\_\_\_\_\_. **Interpreting the Fall of Islamic State Governance**. Disponível em: <<https://www.washingtoninstitute.org/policy-analysis/view/interpreting-the-fall-of-islamic-state-governance>>. Acesso em 23 jul. 2018.