

SETTE CÂMARA, T.

---

**TERRORISMO NA ERA DA INTERNET: O USO  
DE REDES SOCIAIS PELO ESTADO  
ISLÂMICO**

***TERRORISM AT THE AGE OF THE  
INTERNET: THE USE OF SOCIAL  
NETWORKS BY THE ISLAMIC STATE***

**Thiago Sette Câmara**

---

Possui graduação em Relações Internacionais pelo Centro Universitário de Belo Horizonte (2012) e atualmente cursa o mestrado em Relações Internacionais e Estudos Europeus pela Escola de Ciências Sociais da Universidade de Évora.

E-mail: thiago7camara@hotmail.com

## RESUMO

O presente artigo pretende analisar as estratégias desenvolvidas pelo Estado Islâmico para recrutar combatentes estrangeiros e difundir propaganda terrorista através da internet, sobretudo por meio de redes sociais. Desta maneira o artigo foi dividido em duas partes. A primeira parte do artigo trata do papel da comunicação e do uso da internet e das redes sociais por organizações terroristas, destacando principalmente as potencialidades do uso de da internet e de ferramentas tecnológicas para divulgação de materiais de propaganda, captação de recursos e recrutamento de combatentes. A segunda parte do artigo procura analisar a forma como o Estado Islâmico tem utilizado a internet e diferentes redes sociais para divulgar sua propaganda e recrutar novos combatentes. Por fim, a conclusão do trabalho apresenta algumas considerações sobre o uso das redes sociais pelo Estado Islâmico, refletindo principalmente sobre a importância da internet para o grupo alcançar seus objetivos.

**Palavras-chave:** Estado Islâmico; Terrorismo; Redes Sociais; Internet.

## ABSTRACT

This essay aims to analyze the strategies developed by the Islamic State to recruit foreign fighters and spread terrorist propaganda through the internet, especially via social networks. In this way this essay has been divided into two parts. The first part discusses the role of communication and the use of internet and social networks by terrorist organizations, emphasizing the potentiality of using technological tools for spread propaganda, fundraising and recruitment of fighters. The second part of this essay analyzes how the Islamic State has been using different technological tools, especially different social networks, to spread their propaganda and recruit new fighters. Finally, the conclusion of this essay presents some considerations about the use of social networks by the Islamic State, highlighting the importance of the internet for the group achieves their goals.

**Keywords:** Islamic State; Terrorism; Social Networks; Internet.

## INTRODUÇÃO

Os grandes avanços tecnológicos nas últimas décadas permitiram que a internet se tornasse hoje um importante e eficaz meio de comunicação. Principalmente nas últimas três décadas, a internet tem provado ser um meio de comunicação altamente dinâmico que consegue atingir um público cada vez maior em várias partes do mundo. O desenvolvimento de tecnologias mais sofisticadas permite que pessoas em diferentes partes do mundo possam se conectar de forma rápida, segura e anônima, constituindo assim, uma rede global de comunicação.

Segundo relatório produzido pela UNODC (2013), no ano de 2011 pelo menos 2,3 bilhões de pessoas tinham acesso a internet, o equivalente a mais de um terço de toda a população mundial. Em relação ao volume total de usuários, em 2011 mais de 60 por cento deles residiam em países em desenvolvimento e 45 por cento deles possuíam idade inferior a 25 anos. Ainda segundo o relatório, algumas estimativas apontam que no ano de 2017 o número de assinaturas de banda larga móvel poderá atingir cerca de 70 por cento de toda a população mundial.

É nesse contexto de grande interatividade e de exponencial crescimento do uso da internet, sobretudo por uma significativa parcela de jovens, que diversas organizações terroristas têm procurado investir em ferramentas tecnológicas e no recrutamento de profissionais ligados as áreas de informática e tecnologia da

## SETTE CÂMARA, T.

---

informação. Desta maneira, diferentes grupos terroristas demonstram que tem procurado se capacitar em termos de tecnologia de modo a poderem usufruir de todas as ferramentas e possibilidades que a internet oferece.

O presente artigo pretende analisar as estratégias desenvolvidas pelo Estado Islâmico para recrutar combatentes e difundir propaganda terrorista através da internet, sobretudo por meio de redes sociais. Nesse sentido o artigo foi dividido em duas partes. A primeira parte trata do papel da comunicação e do uso da internet por organizações terroristas, destacando principalmente as potencialidades do uso de da internet e de ferramentas tecnológicas para divulgação de materiais de propaganda, captação de recursos e recrutamento de combatentes.

A segunda parte do artigo procura analisar a forma como o Estado Islâmico tem utilizado a internet e diferentes redes sociais para divulgar sua propaganda e recrutar novos combatentes. Por fim, o artigo apresenta cinco considerações sobre a forma como o Estado Islâmico tem utilizado a internet e as redes sociais, refletindo especialmente também sobre a importância da internet para a estratégia de comunicação do grupo.

### **1. UTILIZAÇÃO DA INTERNET POR GRUPOS TERRORISTAS**

Segundo relatório divulgado pelo HRC (2011) a Organização das Nações Unidas reconhece o livre acesso a internet

## SETTE CÂMARA, T.

---

como um direito humano fundamental, uma vez que a privação do uso da internet violaria o Artigo 19 do Pacto Internacional de Direitos Cívicos e Políticos, que dispõe que todo ser humano tem direito a liberdade de expressão. Por sua vez, a UNODC (2012) reconhece que ao mesmo tempo em que a tecnologia facilita a comunicação, ela também pode ser explorada para fins de terrorismo, o que representa grandes desafios na luta antiterrorista.

No mesmo relatório, a UNODC (2012) procurou classificar seis diferentes formas nas quais a internet tem sido utilizada para promover e apoiar grupos ou atos terroristas. Dentre estas diferentes classificações, destacam-se a utilização da internet para a divulgação de **propaganda** (incluindo também o **recrutamento**) e **financiamento**, principalmente por organizações terroristas como o Estado Islâmico, que é o tema central deste trabalho.

### 1.1 Propaganda

Rothenberger (2012) afirma que os grupos terroristas têm objetivo de ganhar proeminência na esfera pública de determinados Estados, ao mesmo tempo em que desejam ter seus problemas reconhecidos por uma audiência global. Se no passado os grupos tinham dificuldades para difundir suas mensagens por via dos meios tradicionais de comunicação, atualmente a tarefa tem sido mais fácil,

## SETTE CÂMARA, T.

---

uma vez que a internet oferece uma infinidade de ferramentas e possibilidades<sup>1</sup>.

A UNODC (2012) aponta que a propaganda terrorista se constitui como uma comunicação multimídia que oferece mensagens ideológicas, instruções práticas, explicações, justificativas ou outros meios de promoção de atividades terroristas. Essa propaganda pode ter diferentes formatos e pode também ser utilizada a partir de distintas ferramentas. Desta maneira ela pode incluir mensagens virtuais, apresentações, jogos virtuais e outros tipos de arquivos de áudio e vídeo desenvolvidos pelas organizações terroristas ou por simpatizantes<sup>2</sup>.

Com relação ao conteúdo, o relatório afirma que a propaganda terrorista pode ser adaptada e direcionada para diferentes públicos, ela pode se dirigir tanto para os adversários como para os adeptos e simpatizantes. A promoção da violência é um tema comum na propaganda difundida pelos grupos terroristas, entretanto,

---

<sup>1</sup> Além da potencialidade de alcance global do conteúdo distribuído, a internet também oferece aos grupos terroristas uma grande autonomia com relação ao conteúdo produzido, uma vez que a dependência cada vez menor dos canais tradicionais de comunicação oferece aos grupos um determinado grau de autonomia para criação e distribuição do conteúdo produzido.

<sup>2</sup> O relatório também afirma que a ameaça fundamental gerada pela propaganda terrorista se relaciona tanto com a maneira na qual ela é usada, como também na forma a qual ela é disseminada. Ou seja, a propaganda por si só não representa uma ameaça, entretanto, o conteúdo e a forma na qual essa propaganda é divulgada e difundida pelos grupos terroristas que pode revelar o real potencial de ameaça.

## SETTE CÂMARA, T.

---

a propaganda também é frequentemente utilizada para angariar fundos e potenciais apoiadores, recrutar combatentes e incitar o terrorismo.

A propaganda terrorista também pode ser utilizada como forma de manipulação psicológica, bem como para revelar a força dos ataques militares e demonstrar o poder armado do grupo. Nesse sentido essa propaganda pode ser direcionada a distintos públicos: aos inimigos do grupo, de forma a demonstrar poder e fazer uma ameaça, e aos apoiadores e patrocinadores, como uma maneira de demonstrar e provar a efetiva execução dos ataques por eles patrocinados.

### **1.2 Recrutamento**

Conforme aponta relatório elaborado pelo HSI (2009), a internet tem se tornado cada vez mais um importante recurso para a divulgação de mensagens e instruções de práticas terroristas, sobretudo para jovens que não possuem contato direto com recrutadores ou simpatizantes das organizações terroristas. Assim, a internet oferece aos grupos terroristas uma grande variedade de meios para divulgação e compartilhamento de mensagem e propaganda, o que facilita a conexão entre os recrutadores terroristas e os jovens recrutados.

O relatório ressalta que a internet pode ser acessível, barata e utilizada de forma anônima, e desta maneira, alguns grupos terroristas procuram criar sites específicos para atingir o público

## SETTE CÂMARA, T.

---

jovem, muitas vezes divulgando a sua propaganda e suas mensagens através de desenhos animados e jogos virtuais. O objetivo por trás da criação de sites destinados ao público jovem não se refere apenas ao fato dos jovens representarem uma significativa parcela dos usuários da internet, mas, sobretudo, porque eles seriam potencialmente mais influenciáveis e manipuláveis.

Muitos dos sites produzidos pelas organizações terroristas são disponibilizados primariamente em língua inglesa, o que amplia a abrangência e potencializa a audiência do site, uma vez que deste modo ele pode ser acessado e compreendido por jovens em qualquer parte do mundo<sup>3</sup>. Outra vantagem da tradução ou da disponibilização de sites em outros idiomas é uma maior possibilidade de indexação<sup>4</sup> do conteúdo por diferentes motores de busca, dentre os quais o Google, Bing, Yahoo e muitos outros.

O processo de recrutamento realizado pelas organizações terroristas está diretamente relacionado à forma na qual a propaganda é disseminada. Nesse sentido, a propaganda terrorista

---

<sup>3</sup> Apesar da preocupação com a tradução e da disponibilização de sites em diferentes idiomas, principalmente o inglês, as organizações terroristas frequentemente utilizam ferramentas e dispositivos online de tradução automática, como é o caso, por exemplo, da ferramenta Google Translate, que oferece a possibilidade de tradução imediata do conteúdo de qualquer site para diversos idiomas.

<sup>4</sup> A indexação do conteúdo dos sites pelos motores de busca acontece de forma automática e geralmente ocorre poucos dias após a publicação do conteúdo, o processo pode ainda ser otimizado por meio de técnicas de SEO.

SETTE CÂMARA, T.

---

muitas vezes é adaptada em função de fatores demográficos, idade, sexo, bem como diferentes circunstâncias sociais e econômicas. Os alvos mais frequentes dos recrutadores terroristas são indivíduos que pertencem aos grupos mais vulneráveis e marginalizados da sociedade. Desta forma o processo de recrutamento geralmente procura explorar diferentes sentimentos individuais, principalmente os relacionados à injustiça, humilhação ou exclusão. (UNODC, 2012).

Segundo estudo do HSI (2009), anteriormente o processo de recrutamento por grupos terroristas era realizado através de reuniões entre os recrutadores e os recrutados, o que exigia um grande esforço de logística, em termos de viagens, tempo e coordenação. Com a utilização da internet para essa finalidade, o processo de recrutamento tem sido mais fácil, barato e eficaz, uma vez que os meios tecnológicos oferecem uma imensa gama de possibilidades aos grupos terroristas.

Em artigo na internet, Weimann (2008) destacou alguns exemplos de plataformas virtuais e sites criados especialmente para o público jovem. O autor destacou o *al-Fateh*, um site criado pelo grupo palestino Hamas que é destinado especificamente ao público infantil. O site dispõe de uma série de desenhos animados e histórias infantis onde os personagens principais são utilizados para transmitir as mensagens defendidas pelo grupo, sobretudo de modo a promover o ódio a Israel e vangloriar a jihad<sup>5</sup>.

---

<sup>5</sup> O site criado pelo Hamas pode ser acessado no seguinte link: <http://www.al-fateh.net>. Acesso em: 18/12/2014.

## SETTE CÂMARA, T.

---

De uma maneira geral, o processo de recrutamento online ocorre em diferentes plataformas, tanto de conteúdo privado como de conteúdo público. Alguns canais frequentemente usados por recrutadores são fóruns de discussão online, salas de bate-papo, e diferentes redes sociais, tanto as mais populares como o Facebook e o Twitter, como outras com menor número de usuários. É importante ressaltar que terroristas procuram divulgar sua propaganda em sites com um elevado número de acessos, como o Youtube, de modo a contribuir com o processo de recrutamento.

### **1.3 Financiamento e Captação de Recursos**

De acordo com a UNODC (2012) a forma pela qual as organizações terroristas tem utilizado a internet para captar recursos e financiar suas atividades pode ser classificada em quatro categorias gerais. A primeira delas se refere à captação de recursos por via de solicitação direta, ou seja, através da utilização de sites, fóruns de discussão, salas de bate-papo, envio de emails em massa, dentre outros meios, para solicitar doações para financiar as atividades terroristas.

A segunda categoria está relacionado ao comércio virtual e ao uso de plataformas de e-commerce como forma de arrecadação de fundos. Desta maneira muitas organizações terroristas criam lojas on-line que oferecem livros, gravações de áudio e vídeo e outros tipos de materiais, que geralmente são direcionados a apoiadores e

## SETTE CÂMARA, T.

---

simpatizantes dos grupos. Nota-se também que a existência de meios eletrônicos de pagamento facilita as operações de compra e venda.

A terceira categoria se refere à exploração de ferramentas de pagamento online, como por exemplo, as oferecidas pelo Paypal, WebMoney e Google Checkout. Através de fraudes e crimes cibernéticos<sup>6</sup>, sobretudo por meio de roubo de identidade, fraudes em cartões de crédito, em leilões online e variados crimes de propriedade intelectual, os diferentes grupos terroristas tem conseguido captar grandes somas de recursos para financiar suas atividades.

Como base relatórios divulgados pelo FBI, Theohary e Rollins (2011) concluíram que muitos dos recentes atentados terroristas foram parcialmente financiados através de crimes virtuais, sobretudo por via de fraudes em cartões de crédito<sup>7</sup>. Não obstante, o relatório da UNODC (2012) apresentou um caso descoberto no Reino Unido, em que uma fraude eletrônica em 1.400 cartões de créditos conseguiu gerar uma receita de aproximadamente £1,6 milhões, que

---

<sup>6</sup> Segundo a UNODC (2013) as definições de crime cibernético dependem, em grande medida, da finalidade para qual se emprega o termo. Apesar disso, a UNODC aponta que as violações a confidencialidade, integridade e disponibilidade dos dados ou sistemas de computadores representam o núcleo fundamental do crime cibernético.

<sup>7</sup> Segundo Theohary e Rollins (2011), um relatório elaborado pelo FBI em 2005 concluiu que células terroristas da Al-Qaeda na Espanha roubaram informações de cartões de crédito para financiar diversos tipos de aquisições.

## SETTE CÂMARA, T.

---

serviram para financiar atividades terroristas da Al-Qaeda em diversas partes do mundo.

Por fim, a quarta categoria apresentada pela UNODC (2012) refere-se à captação de recursos por via de instituições de caridade. Segundo o estudo, o apoio financeiro concedido a organizações aparentemente legítimas podem ser desviados para fins ilícitos. Da mesma maneira, alguns grupos terroristas têm criado falsas organizações de caridade para solicitar doações on-line, solicitando recursos que supostamente seriam utilizados para apoiar projetos humanitários, mas que na verdade tem o objetivo de financiar as atividades terroristas<sup>8</sup>.

## 2. O ESTADO ISLÂMICO E AS REDES SOCIAIS

Seguindo os passos de outras organizações terroristas, o Estado Islâmico tem procurado investir em tecnologia como forma de criar capacidades para desfrutar de todo o potencial que a internet oferece, não apenas em termos de divulgação de propaganda, mas também para recrutamento e captação de recursos. De modo a atingir diferentes objetivos, o Estado Islâmico tem procurado utilizar

---

<sup>8</sup> O relatório produzido pela UNODC (2012) também cita três diferentes organizações de caridade que foram criadas por organizações terroristas especialmente com a finalidade de prover financiamento e gerir a captação de recursos. A *Benevolence International Foundation*, a *Global Relief Foundation* e a *Holy Land Foundation for Relief and Development*, segundo o estudo, foram algumas das organizações que utilizaram de meios fraudulentos para captar recursos e financiar atividades terroristas no Oriente Médio.

## SETTE CÂMARA, T.

---

cada vez mais as redes sociais, em especial as de maior popularidade entre os jovens.

Segundo relatório da START (2014) o Estado Islâmico tem procurado utilizar diferentes redes sociais explorando as potencialidades de cada uma delas. Desta maneira, a atuação do grupo tem sido descentralizada, porque utiliza diferentes redes sociais, porém muito bem organizada, já que a estratégia do grupo procura explorar as potencialidades de diferentes plataformas, criando uma conexão entre as contas em diferentes redes.

O recente relatório divulgado pela START (2014) aponta que o Estado Islâmico tem utilizado diferentes redes sociais e plataformas de comunicação da seguinte forma:

1. YouTube, Flickr, Tumblr – Apesar de não serem particularmente interativas, essas plataformas possuem conteúdo aberto e pesquisável e possuem grande popularidade entre os jovens. Desta maneira o Estado Islâmico utiliza estes sites para a divulgação e compartilhamento de material multimídia mais genéricos.
2. Twitter, Instagram, Facebook – Apesar de exigir algum grau de número de seguidores nas contas para que as publicações atinjam um público maior, essas plataformas são utilizadas pelo Estado Islâmico para divulgar propaganda, principalmente com conteúdo multimídia mais personalizado. Essas plataformas oferecem espaço para comentários e permitem também a troca de mensagens privadas entre os usuários.
3. Ask.Fm – A plataforma oferece um espaço para que usuários façam perguntas uns aos outros, permitindo uma comunicação anônima. Ela é utilizada pelo Estado Islâmico

## SETTE CÂMARA, T.

---

para diversas funções, desde conselhos sobre cuidados pessoais e questões de higiene, até para a construção de listas de materiais a serem enviados para campos de batalha na Síria.

4. KIK, Surespot, WhatsApp, Viber, Skype – As plataformas são restringidas a usuários que possuam uns aos outros em suas respectivas listas de contato. Elas são utilizadas pelo Estado Islâmico principalmente para comunicação direta e em tempo real, o conteúdo da comunicação é diverso, desde questões de recrutamento e mobilização até problemas de migração.

Segundo Barrett (2014b) o departamento de mídia do Estado Islâmico é altamente produtivo e sofisticado, e cada vez mais tem produzido grande variedade de material e conteúdo multimídia para ser utilizado pelos apoiadores do grupo com o objetivo de atrair potenciais recrutas, captar recursos e promover a imagem da organização<sup>9</sup>. O autor ainda destacou a sofisticação e qualidade do material multimídia desenvolvido pelo Estado Islâmico, que segundo matéria de um jornal francês, possui qualidade equiparável ao de grandes produções de Hollywood<sup>10</sup>.

---

<sup>9</sup> A sofisticação no design e a reconhecida qualidade das produções oficiais do Estado Islâmico ressaltam a preocupação do grupo com relação à construção e promoção da imagem da organização.

<sup>10</sup> Uma matéria do jornal France 24, destacou a qualidade da publicação do vídeo divulgado pelo Estado Islâmico intitulado “The Clanging of the Swords IV”. O jornal ainda ressaltou que o vídeo contém imagens aéreas, explosões em câmera lenta e cenas filmadas através da mira de um rifle. A matéria completa pode ser acessada através do link:

## SETTE CÂMARA, T.

---

A START (2014) também apontou que as publicações de propagandas visuais em redes sociais como Twitter e Facebook fazem parte da estratégia de recrutamento do Estado Islâmico. O estudo indica que após ver as propagandas do grupo nas redes sociais, os indivíduos interessados podem ser levados a realizar perguntas aos recrutadores em plataformas como o Ask.Fm, o que poderia resultar em uma sessão de conversas particulares via KIK, Skype, WhatsApp, ou até mesmo conversas via mensagens criptografadas utilizando a plataforma Surespot<sup>11</sup>.

### **2.1 O Twitter como importante ferramenta de difusão do conteúdo**

Fundado no ano de 2006 nos Estados Unidos, o Twitter rapidamente tornou-se uma rede social de grande alcance e popularidade. Em dezembro de 2014, a plataforma contabilizava aproximadamente 500 milhões de usuários cadastrados, sendo 284

---

<http://observers.france24.com/content/20140613-hollywood-fim-jihadist-propaganda-isis>. Acesso em: 18/12/2014.

<sup>11</sup> O Surespot Messenger é um aplicativo de envio de mensagens para *smartphones* que está disponível para os sistemas operacionais iOS e Android. O principal aspecto do aplicativo é a segurança e privacidade, uma vez que ele oferece o envio de mensagens criptografadas e não recolhe informações dos usuários, como ocorre com muitos outros aplicativos de mensagens instantâneas.

SETTE CÂMARA, T.

---

milhões de usuários ativos. A rede social que atualmente está disponível em diversos idiomas e pode ser acessada através de *smartphones*, oferece um espaço para a troca de mensagens curtas de até 140 caracteres (os chamados *tweets*) entre os usuários.

A plataforma ainda possui um sistema de indexação do conteúdo das mensagens postadas pelos usuários. Através de *hashtags*, que são palavras com o prefixo “#”, os usuários criam palavras-chave que são utilizadas para indexar suas mensagens nos motores de busca dentro da própria plataforma. Nesse sentido, qualquer *tweet* que contenha *hashtags* populares pode ser facilmente visualizado por outros usuários da rede que busquem por essa mesma *hashtag* na plataforma.

Em artigo recente, Lister (2014) afirma que durante a Copa do Mundo da FIFA realizada no Brasil em junho de 2014, as *hashtags* #brazil2014 e #WC2014 estavam nos *trending topics* do Twitter<sup>12</sup>. Em função disso, muitas das postagens feitas por membros e simpatizantes do Estado Islâmico reproduziam estas *hashtags*

---

<sup>12</sup> Os *trending topics* são listas atualizadas em tempo real pelo Twitter que estabelecem um ranking das *hashtags* mais utilizadas pelos usuários. A rede social estabelece um ranking global dos assuntos mais comentados e também rankings específicos para diferentes países e regiões. Quanto mais uma *hashtag* for compartilhada pelos usuários, melhor torna a sua posição no ranking.

SETTE CÂMARA, T.

---

populares, uma vez que qualquer usuário que fizesse uma busca por essas *hashtags* poderia encontrar o conteúdo publicado<sup>13</sup>.

Para além da estratégia da utilização de *hashtags* populares para aumentar a visibilidade de suas publicações, um estudo de Barrett (2014b) afirma que as contas do Estado Islâmico no Twitter também procuram criar suas próprias *hashtags*. O autor também destaca que grande das páginas e contas do grupo no Twitter estão conectadas umas com as outras, desta maneira, os *tweets* do grupo podem ser compartilhados mais facilmente entre as diferentes contas, aumentando assim, o potencial de popularidade das publicações<sup>14</sup>.

Recentemente um perfil associado ao Estado Islâmico publicou vários *tweets* que incentivavam ataques a funcionários do Twitter na Europa e nos Estados Unidos. A razão para essa ameaça teria sido a rigidez com que o Twitter tem tratado as contas relacionadas ao grupo, diversas delas já foram excluídas da rede social. Segundo afirmou Dick Costolo, CEO da companhia, a utilização do Twitter para promover grupos terroristas vai contra os

---

<sup>13</sup> Vale ressaltar que essa estratégia de utilizar *hashtags* populares para aparecer nos motores de busca da plataforma e aumentar a popularidade dos *tweets* não é uma particularidade do Estado Islâmico nem de organizações terroristas. Em geral, essa prática é muito recorrente entre os usuários do Twitter.

<sup>14</sup> Outra estratégia frequentemente utilizada pelos usuários do Twitter para aumentar a popularidade das publicações é a utilização dos *retweets*, que é o compartilhamento dos *tweets* de uma conta por outras contas da rede.

## SETTE CÂMARA, T.

---

termos de uso da plataforma, além de ser ilegal em muitos países onde o a rede social opera<sup>15</sup>.

Apesar do empenho do Twitter em banir usuários e excluir contas ligadas ao Estado Islâmico, um estudo recente feito pelo Recorded Future (2014) mostrou que a rede social ainda enfrenta dificuldades em acompanhar o crescente número de perfis associados ao grupo terrorista. O estudo ainda apontou que desde a morte do jornalista americano James Foley, em agosto de 2014, aproximadamente 27 mil contas de apoio ao Estado Islâmico ainda estavam ativas e operando regularmente na rede social<sup>16</sup>.

Segundo Barrett (2014b) a natureza descentralizada do Twitter tem contribuído para minimizar as perdas do Estado Islâmico em relação à exclusão de contas ligadas ao grupo. A maior parte das contas influentes do grupo no Twitter tem geralmente entre 500 e 1.500 seguidores, e desta forma o impacto do encerramento dessas contas é bastante limitado. A facilidade em criar uma nova conta na plataforma faz com que muitos usuários banidos possam

---

<sup>15</sup> Informação disponível no site do Jornal Expresso: <http://goo.gl/OQ5xmo>. Acesso em 18/12/2014

<sup>16</sup> O jornalista norte-americano James Foley foi sequestrado na Síria em 2012 enquanto trabalhava na cobertura jornalística da guerra civil no país. Sendo mantido como refém pelo Estado Islâmico, o jornalista foi decapitado por membros do grupo no dia 19 de agosto de 2014, na cidade Al Raqqa, na Síria. O vídeo que mostra a decapitação do jornalista foi divulgado pelo Estado Islâmico através de suas mídias oficiais e também foi amplamente difundido e compartilhado pelas redes sociais do grupo e de simpatizantes.

## SETTE CÂMARA, T.

---

facilmente voltar à rede social, algumas vezes utilizando até o mesmo nome.

O autor ainda afirma que a conta oficial do Estado Islâmico, Al Furqan, prioriza a divulgação de mensagens dos líderes, além do compartilhamento de sites e outros materiais de propaganda do grupo, incluindo os vídeos de execuções em massa. Além da conta oficial, a organização possui outras diferentes contas na plataforma, cada uma com uma finalidade específica. A conta Ajna, por exemplo, publica citações religiosas, ao passo que a Fursan al Balagh Media, conta já suspensa do Twitter, fornecia transcrições dos vídeos gravados pela organização<sup>17</sup>.

Barrett (2014b) afirma que as referências ao Estado Islâmico no Twitter, tanto feitas pelos seus defensores, como também por demais interessados, resultou em aproximadamente 4,1 milhões de citações à sigla ISIS entre 17 de setembro e 17 de outubro de 2014. No mesmo período de tempo, a sigla em árabe (داعش) foi mencionada cerca de 1,9 milhões de vezes, ao passo que o nome Estado Islâmico, que tem se mostrado ser o preferido pelo grupo, foi mencionado na rede social pouco mais de 880 mil vezes.

---

<sup>17</sup> O estudo conduzido por Barrett (2014b) também afirma que cada província do Estado Islâmico, tanto na Síria como no Iraque, possui seus próprios meios de comunicação. A descentralização da comunicação tem como objetivo principal ampliar o potencial de alcance das mensagens. Os canais de comunicação de responsabilidades das diferentes províncias do Estado Islâmico possuem como principal objetivo transmitir as notícias locais.

## 2.2 Produções e Publicações Oficiais

Para além da utilização e manutenção de contas e perfis em diferentes redes sociais, o Estado Islâmico também tem procurado investir em publicações, materiais gráficos, aplicativos para *smartphones* e variados conteúdos multimídia. Grande parte do material de propaganda produzido é compartilhado pelo grupo e também por simpatizantes através das redes sociais. A qualidade e sofisticação do conteúdo produzido tem refletido a preocupação do grupo com relação à construção de sua imagem.

Talvez uma das mais interessantes e bem sucedidas iniciativas do Estado Islâmico tenha sido a criação de um aplicativo para *smartphones* conhecido como *The Dawn of Glad Tidings*, ou simplesmente *Dawn*. O aplicativo oficial do grupo pode ser utilizado por dispositivos móveis que possuam o sistema operacional Android e está disponível para download através da plataforma de downloads de aplicativos Google Play.

O aplicativo oficial do Estado Islâmico está disponível em língua árabe e promete deixar os usuários informados sobre todas as notícias ligadas ao grupo. Os usuários que realizam o download do aplicativo precisam fornecer uma grande quantidade de informações pessoais antes de poder utilizá-lo, o que de alguma maneira oferece ao Estado Islâmico um determinado grau de controle sobre os usuários e sobre quem pode utilizar o aplicativo.

Outro destaque do aplicativo é a ligação direta com o Twitter. A instalação do aplicativo concede automaticamente ao

SETTE CÂMARA, T.

---

Estado Islâmico o poder de publicar *tweets* através das contas dos usuários que usam o aplicativo, ou seja, quanto mais usuários utilizarem o aplicativo, maior é o número de contas no Twitter que publicam o conteúdo criado pelo grupo. Os *tweets* postados pelo grupo que são compartilhados através das contas dos usuários que utilizam o aplicativo podem conter links, *hashtags*, imagens, bem como diferentes conteúdos multimídia.

Com relação às publicações oficiais do Estado Islâmico, o The Clarion Project (2014) destacou a qualidade do material criado pelo grupo, ao qual classificou como um material sofisticado e muito bem produzido. A revista oficial do grupo, intitulada *Dabiq*, está em sua quinta edição e disponível em vários idiomas, inclusive o inglês. Classificada pelo grupo como uma revista periódica, a *Dabiq* é uma publicação que foca em diferentes questões relacionadas ao Estado Islâmico e conta com relatórios, eventos e artigos informativos sobre o grupo.

Segundo o The Clarion Project (2014) a revista *Dabiq* retrata bem como o Estado Islâmico se autopercebe: orgulhosos de suas vitórias, transmitindo uma imagem romântica de restauração da idade do ouro islâmica e proclamando um “glorioso” califado por meio de uma guerra santa. Outro destaque do projeto é com relação ao nome da revista oficial do grupo. Algumas crenças muçulmanas acreditam que a região de Dabiq, na Síria, teria sido o local onde ocorreram as últimas batalhas do apocalipse final. Segundo o The

## SETTE CÂMARA, T.

Clarion Project (2014) a escolha deste nome para a publicação oficial do grupo reflete bem os objetivos do autoproclamado califado.

**Figura 1 – Capas das cinco primeiras edições da Dabiq, revista oficial do Estado Islâmico.**



Fonte: The Clarion Project (2014)

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A incontestável e crescente presença de membros e simpatizantes do Estado Islâmico nas redes sociais por si só já é um reflexo da importância que a internet tem na estratégia de marketing, recrutamento e financiamento do grupo. Com base nessa premissa, o presente artigo apresenta a seguir cinco considerações sobre o uso da internet e de diferentes redes sociais pelo grupo.

A primeira delas se refere à importância da internet para o alcance dos objetivos e para o próprio desenvolvimento do Estado Islâmico. A efetiva presença online pressupõe que a internet tenha

## SETTE CÂMARA, T.

---

grande importância na estratégia do grupo, uma vez que ela tem se mostrado ser a principal ferramenta de divulgação. A sofisticação e a qualidade das publicações multimídia produzidas pelo grupo evidenciam o esforço e a grande preocupação do Estado Islâmico com relação à construção de uma imagem sólida, de um grupo poderoso e moderno.

O segundo ponto está relacionado ao uso de redes sociais para o recrutamento de combatentes. Apesar da dificuldade em se descobrir em quais redes sociais ocorrem a maior parte das abordagens e dos recrutamentos, o alto número de cidadãos de diversas nacionalidades que foram para a Síria se juntar ao Estado Islâmico demonstra que o uso das redes sociais tem sido, até o momento, um instrumento eficaz, uma vez que dificilmente o grupo teria condições humanas e logísticas de realizar o recrutamento de combatentes em diversas partes do mundo.

O terceiro ponto se refere ao uso cada vez mais frequente de redes sociais alternativas por membros e simpatizantes do Estado Islâmico, uma vez que as redes sociais mais populares como o Facebook, Instagram e Twitter têm concentrado esforços para excluir e banir usuários que compartilham ou postam conteúdos relacionados ao terrorismo. Desta maneira, nota-se um aumento da presença online de membros do grupo e simpatizantes em outras redes sociais menos populares internacionalmente, como por exemplo, as redes sociais Diáspora e VKontakte.

O quarto ponto se refere à captação de recursos e o financiamento do grupo. Apesar da inexistência de fontes de

## SETTE CÂMARA, T.

---

informações confiáveis sobre o financiamento do Estado Islâmico através da internet, visto que alguns estudos apontam que boa parte da arrecadação ocorre por via de fraudes e crimes, a inquestionável e efetiva presença do Estado Islâmico na internet nos faz pressupor, também, que o grupo tem utilizado a internet como uma importante ferramenta para a captação de recursos, seguindo assim, os passos de outros grupos terroristas.

O quinto ponto se refere ao potencial que a internet e as redes sociais oferecem ao Estado Islâmico e aos demais grupos terroristas. Apesar dos esforços das plataformas em tentar banir e excluir usuários relacionados ao grupo, a facilidade de abrir uma nova conta faz com que a presença do grupo nas redes sociais seja constante e crescente. Além de dinâmicas e interativas, as redes sociais são muito populares entre os jovens, e desta forma o compartilhamento de propaganda nestas redes pode atingir diretamente os alvos preferenciais dos terroristas.

Por fim, destaca-se a grande variedade e qualidade dos materiais e conteúdos multimídia produzidos pelo grupo. A publicação da revista *Dabiq* em vários idiomas, principalmente em inglês, reforça o interesse do grupo em atingir uma audiência cada vez mais global. O elevado e crescente número de cidadãos ocidentais que se juntam ao Estado Islâmico é mais uma prova de que, até o momento, a estratégia de marketing do grupo tem se mostrado altamente audaciosa, eficiente e produtiva.

---

## REFERÊNCIAS

BARRETT, Richard. **Foreign Fighters in Syria**. The Soufan Group, June, 2014a.

BARRETT, Richard. **The Islamic State**. The Soufan Group, November, 2014b.

HRC, Human Rights Council. **Report of the Special Rapporteur on the promotion and protection of the right to freedom of opinion and expression, Frank La Rue**. United Nations, 16 May, 2011.

HSI, Homeland Security Institute. **The Internet as a Terrorist Tool for Recruitment and Radicalization of Youth**. White Paper, 22 April, 2009.

LISTER, Charles. **Profiling the Islamic State**. Brookings Doha Center Analysis Paper, nº 13, Nov, 2014.

RECORDED FUTURE, **ISIS Jumping from Account to Account, Twitter Trying to Keep Up**. Disponível em: <https://www.recordedfuture.com/isis-twitter-activity/> Acesso em: 18/12/2014.

ROLLINGS, John; THEOHARY, Catherine A. **Terrorist Use of the Internet: Information Operations in Cyberspace**. Congressional Research Service, CRS Report for Congress, March 8, 2011.

ROTHENBERGER, Liane. **Terrorist Groups: Using Internet and Social Media for Disseminating Ideas**. New Tools for Promoting Political Change. Romanian Journal of Communication and Public Relations. Vol. 14 No. 3, Dezembro, 2012.

START, National Consortium for the Study of Terrorism and Responses to Terrorism. **Transcending Organization: Individuals and “The Islamic State”**. START Analytical Brief, June, 2014.

THE CLARION PROJECT. **The Islamic State’s (ISIS, ISIL) Magazine**. Disponível em:

## SETTE CÂMARA, T.

---

<http://www.clarionproject.org/news/islamic-state-isis-isil-propaganda-magazine-dabiq> Acesso: 18/12/2014

UNODOC. United Nations Office on Drugs and Crime. **The Use of Internet for Terrorist Purposes**. United Nations, New York, 2012.

UNODOC, United Nations Office on Drugs and Crime. **Comprehensive Study on Cybercrime - Draft**. United Nations, New York, 2013.

WEIMANN, Gabriel. **Terror on Facebook, Twitter, and Youtube**. Brown Journal of World Affairs. Spring/Summer 2010, Volume XVI, Issue II, 2010.

WEIMANN, Gabriel. **Online Terrorists Prey on the Vulnerable**. Yale Global, 5 March, 2008. Disponível em: <http://yaleglobal.yale.edu/content/online-terrorists-prey-vulnerable> Acesso em 18/12/2014.