


# A Máquina de Mídia da Al-Qaeda

Philip Seib, J.D.



صوت أسامة بن لادن  
زعيم تنظيم القاعدة

COMO UMA ESTRELA de rock em envelhecimento que tem perdido proeminência, ocasionalmente Osama bin-Laden decide lembrar às pessoas que ele ainda existe. Ele faz aparições em vídeos que primeiramente circulam nos canais de televisão muçulmanos, mas que o mundo rapidamente vê na televisão ou em muitos sites da internet. A mensagem de Bin-Laden é “Eh! Ainda não me pegaram,” a qual alegra seus fãs, mas suas ameaças e declarações são principalmente ditados terroristas padronizados. Por todas as análises de suas frases e pelo exame minucioso da cor de sua barba, quase que nada em seus vídeos nos ajuda a melhor entender e combater o terrorismo.

Entretanto, significativos esforços da mídia da Al-Qaeda passam despercebidos pelas organizações de notícias e pelo público. Esta falta de percepção é característica de uma abordagem do antiterrorismo que tem o foco em Bin-Laden como uma terror-celebridade, enquanto deixa de considerar o dinamismo de raízes profundas de um inimigo global. A maioria dos produtos da mídia jihadista não faz menção a Bin-Laden, mas merecem atenção porque são essenciais para a missão da Al-Qaeda e seus esforços para ampliar sua influência. A Al-Qaeda tornou-se uma significativa participante na política global porque desenvolveu uma estratégia de mídia sofisticada.

Sem uma terra-natal tangível — além de, talvez, postos avançados dispersos nas regiões remotas de Waziristão — a Al-Qaeda se estabeleceu como um estado virtual, que se comunica com seus “cidadãos” e cultiva uma audiência até maior pelo uso magistral da mídia, com grande dependência da internet. Para cada vídeo convencional de Bin-Laden que aparece na *Al-Jazeera* e em outras grandes estações de televisão, existem centenas de vídeos *on-line* que convertem, recrutam e adestram os leitores da Al-Qaeda.

*Philip Seib é professor de jornalismo e de diplomacia pública na Universidade de Southern California. Possui o título de Bacharel pela Universidade Princeton e o de J.D. pela Universidade Southern Methodist. O Professor Seib já escreveu e editou vários livros, incluindo Beyond the Front Lines: How the News Media Cover a World Shaped by War, e o recentemente publicado New Media and the New Middle East. Seu próximo livro, The Al Jazeera Effect: How the New Global Media Are Reshaping World Politics, será publicado no verão de 2008.*

---

*FOTO: Esta imagem de uma fotografia de Osama bin-Laden foi tirada da televisão Al-Jazeera, em 29 de novembro de 2007, acompanhada de uma breve mensagem de áudio exortando os europeus a terminarem seu envolvimento no Afeganistão e reiterando o envolvimento de Bin-Laden nos atentados contra os Estados Unidos em 11 de Setembro.*

AFP Foto/Al-Jazeera/DSK

## O crescimento da Máquina de Mídia

A máquina de mídia da Al-Qaeda cresce sem parar. A Al-Qaeda e seus irmãos jihadistas usam mais de 4.000 sites da internet para encorajar os fiéis e ameaçar seus inimigos. A empresa de produção da Al-Qaeda, *As-Sahab*, lançou 16 vídeos em 2005, 58 em 2006 e produziu mais de 90 em 2007. Como um estúdio de Hollywood, a *As-Sahab* possui um entendimento cuidadosamente afiado sobre o que atrairá uma audiência e como formar a mensagem da Al-Qaeda.

**...a Al-Qaeda ...cultiva uma audiência até maior pelo uso magistral da mídia...**

Não se consegue os vídeos da *As-Sahab* na locadora Netflix, mas qualquer usuário da internet pode achá-los facilmente, e a seleção é ampla. Em 2006, a Frente de Mídia Islâmica Global (*Global Islamic Media Front*), um ramo de distribuição da Al-Qaeda, ofereceu “Jihad Academy”, o qual inclui filmagens sobre ataques contra soldados dos EUA, insurgentes montando explosivos improvisados, futuros homens-bomba lendo seus últimos testamentos e apelos para juntar-se à guerra contra os Estados Unidos, Israel e outros inimigos.

Outro distribuidor ligado à Al-Qaeda, a *Media Podium*, de Ansar al-Sunnah, produziu “Top 20”, uma seleção de ataques de explosivos improvisados filmados contra as forças dos EUA no Iraque “para incentivar a jihad e a competição entre os mujahidin para combater e derrotar seu inimigo.” Para esse vídeo dos maiores sucessos, o critério para seleção incluía “o nível das condições de segurança do local durante a filmagem da operação” e “a precisão do acerto do alvo”.<sup>1</sup>

Com música comovente e imagens gráficas de um filme de ação, os vídeos fortalecem a determinação dos fiéis da Al-Qaeda e, até mais importante, atraem a atenção de jovens de 15 anos nos cyber cafés — a próxima geração de guerreiros da Al-Qaeda. A Al-Qaeda leva o recrutamento a sério, reconhecendo que mártires potenciais

precisam ser convencidos que seu sacrifício será nobre e compensador. Uma vez inspirado pelos vídeos, o futuro jihadista pode achar um site como “Como juntar-se à Al-Qaeda”, o qual lhe informa: “Você acredita que quer portar uma arma, lutar e matar os invasores... estabeleça uma meta; por exemplo, assassinato do embaixador americano — é tão difícil?”<sup>2</sup>

## Disseminando a Mensagem

A *As-Sahab* é parte do departamento de mídia que Bin-Laden estabeleceu quando a Al-Qaeda se formou em 1988. A primeira mensagem que emergiu foi que a Al-Qaeda era o bravo mais fraco enfrentando a monstruosa União Soviética. Logo depois, a Al-Qaeda anunciou sua intenção de confrontar outros supostos inimigos do Islã. Em 1996, Bin-Laden promulgou sua “Declaração de Guerra aos Estados Unidos” e usou a máquina de mídia da Al-Qaeda para disseminar a chamada por jihad.

Antes que um ataque aéreo o eliminasse em junho de 2006, Abu Musab al-Zarqawi, o autoproclamado chefe da Al-Qaeda no Iraque, revolucionou este tipo de mídia. No início, mostrou seu talento horrendo de usar a mídia quando terroristas seqüestraram o comerciante norte-americano Nicholas Berg e o decapitaram no Iraque, em 2004, com Zarqawi aparentemente sendo o carrasco. Os terroristas filmaram a decapitação e a colocaram num site da internet, onde foi copiada para outros sites e baixada 500.000 vezes em 24 horas.<sup>3</sup>

No ano seguinte, Zarqawi começou uma revista on-line, *Zurwat al-Sanam* (A Ponta da Corcova do Camelo, significando a prática islâmica ideal), que apresentava 43 páginas de texto, incluindo relatos sobre jihadistas falecidos e fotografias de Osama bin-Laden e George W. Bush.<sup>4</sup> Depois, o “ramo de informações” de Zarqawi — o qual incluía seu próprio assessor de imprensa on-line — lançou “All Religion Will Be for Allah” (Toda Religião será por Alá), um vídeo de 46 minutos com cenas incluindo uma brigada de homens-bomba em adestramento. Como reportado pelo *Washington Times*, o vídeo foi colocado num site da internet especialmente desenhado com muitas opções para ser baixado, incluindo versões de *Windows Media*® e *RealPlayer*®, para aqueles com conexões à internet de alta velocidade, outra

versão para aqueles com linha discada e uma para vê-lo no telefone celular.<sup>5</sup> A qualidade de produção tem se tornado mais sofisticada, com muitos vídeos que agora incluem legendas em várias línguas e outros com animações 3D.<sup>6</sup>

As operações relacionadas à Al-Qaeda fora do centro do Oriente Médio também têm copiado a aparência da *As-Sahab*, como podemos ver nas produções de vídeo da organização Al-Qaeda no Maghreb islâmico. Vídeos do ataque de dezembro de 2006, na Argélia, contra um comboio de empregados da Brown & Root-Condor, uma subsidiária da empresa Halliburton, e os ataques de abril de 2007, em Argel, destacaram a qualidade técnica profissional das produções da *As-Sahab*. Peritos em terrorismo desenvolveram uma teoria que uma condição imposta pela Al-Qaeda para sua filiação com o Grupo Salafista da África do Norte para Convocação e Combate (*North African Salafist Group for Call and Combat*) foi uma modernização da competência de sua

mídia local<sup>7</sup>. Até desenhos que representam crianças como homens-bomba estão facilmente disponíveis na internet, e a televisora *Al-Aqsa* do Hamas tem apresentado programas para crianças que enaltecem o martírio. Em um programa desse canal, *Pioneers of Tomorrow* (*Pioneiros de Amanhã*), um personagem semelhante a Mickey Mouse se torna mártir quando ele se recusa a entregar a terra de sua família aos israelenses. Em outro episódio, a criança apresentadora do programa canta, “podemos derrotar o exército colonialista. Temos recuperado nossa liberdade por meio do derramamento de sangue e da ira do fogo. Se recebermos boas notícias, poderemos encontrar nossa morte sem nenhuma hesitação.”<sup>8</sup> É difícil calcular o prejuízo que o resíduo venenoso de tal ato possa causar ao longo do tempo.

Por meio de reportagens em noticiários, a televisão por satélite proporciona à Al-Qaeda e ao público representações gráficas do trabalho dessa organização e ocasionalmente rápidas tomadas



AP Foto/As-Sahab via APTN

Uma imagem sem data de uma fita de vídeo produzida pelo ramo de mídia *As-Sahab* da Al-Qaeda, que retrata um comandante militar proeminente do Talibã segurando um lança-rojão numa área desconhecida do Afeganistão.

do próprio Bin-Laden. Até mais significativa, a internet proporciona versões mais detalhadas do que o noticiário da mídia tem coberto, ao mesmo tempo em que melhora a conectividade operacional e um sentido de coesão. Michael Scheuer observou que “a internet de hoje permite a muçulmanos de todos os países se reunirem, se falarem e se conhecerem eletronicamente, um processo de familiarização e ligação que nos anos 80 e no início da década de 90 exigia uma viagem ao Sudão, Iêmen, Afeganistão ou Paquistão.”<sup>9</sup> Como notado por Gabriel Weimann, *Sawt al-Jihad (Voz de Jihad)*, uma revista on-line da Al-Qaeda, reflete os múltiplos objetivos de tais empreendimentos: “A organização de ataques contra alvos ocidentais é importante, mas o objetivo principal permanece aquele de mobilizar o apoio público e adquirir a legitimidade de grupos de base entre os muçulmanos”.<sup>10</sup>

## Oportunidades de Adestramento

Um aspecto adicional desse esforço para formar uma clientela baseada na internet é uma biblioteca on-line de materiais de treinamento, que explica como misturar o veneno ricina, como montar uma bomba usando produtos químicos comerciais, como se infiltrar pela Síria e pelo Iraque e outros conselhos similares. Peritos que respondem a perguntas nos quadros de avisos eletrônicos e nas salas de conversas virtuais na rede apoiam alguns desses itens.

Outra revista on-line da Al-Qaeda, *Muaskar al-Battar (Campo da Espada)*, salientou o valor da instrução on-line: “Eh irmão mujahidin, para juntar-se aos campos de treinamento você não precisa viajar a outras terras. Sozinho na sua casa ou com um grupo de seus irmãos, você também pode começar a executar o programa de treinamento.”<sup>11</sup> Para melhorar a segurança cibernética para tais conexões, a *Technical Mujahid Magazine (Revista Mujahidin Técnica)* on-line começou, no final de 2006, a instruir seus líderes sobre a segurança de dados eletrônicos e outros assuntos de alta tecnologia.

Nos últimos anos, o currículo de adestramento on-line se expandiu para incluir táticas de infantaria para pequenas unidades e operações de inteligência, tais como a coleta de informações, o recrutamento de membros dos serviços de segurança do estado e o estabelecimento de

grampos telefônicos. Leitores baixaram este material em lugares como a Austrália, Canadá, Alemanha, Grã-Bretanha e Marrocos, e isso foi descoberto quando a segurança pública fez incursões contra células naqueles países. Alguns peritos de inteligência argumentam que o adestramento on-line tem seus limites — que habilidades técnicas e espionagem exigem mais que instrução baseada na internet. No entanto, embora os estudantes da Al-Qaeda talvez sejam capazes de somente aprender conhecimentos rudimentares das fontes da internet, isso é suficiente para fazê-los perigosos.<sup>12</sup>

## Operações de Informações

A liderança da Al-Qaeda tem enfatizado o uso da internet nas diretrizes a seus cidadãos/adeptos, como foi mostrado nesta mensagem colocada em um de seus sites na rede:

Devido aos avanços da tecnologia moderna, é fácil disseminar notícias, informação, artigos e outra informação pela internet. Recomendamos com insistência que profissionais da internet muçulmanos disseminem notícias e informação sobre o Jihad por meio de listas de e-mail, grupos de discussão e seus próprios sites da internet. Se você deixar de fazer isso, e nosso site for interrompido antes de você tê-lo feito, podemos lhe responsabilizar perante Alá no Dia do Julgamento... Supomos que nosso site será aberto e interrompido continuamente. Por isso, recomendamos urgentemente a quaisquer muçulmanos que estejam interessados em nosso material a copiar todos os artigos de nosso site e disseminá-los por seus próprios sites, foros da internet e listas de e-mails. Isso é algo em que qualquer muçulmano pode participar facilmente, incluindo irmãs. Desta maneira, até se nossos sites forem interrompidos, o material continuará a existir com a Graça de Alá.<sup>13</sup>

Essa apreciação do valor da internet não é nada nova para a Al-Qaeda. Até quando sob ataque pelas forças dos EUA, no final de 2001, os combatentes da Al-Qaeda no Afeganistão se agarraram a suas ferramentas de alta tecnologia. Um jornalista paquistanês que estava no local escreveu que enquanto se retiravam, “De cada dois membros da Al-Qaeda, um estava portando um computador laptop bem como seu *Kalashnikov*”.<sup>14</sup>

A internet permite acesso a uma quase infinita

variedade de provedores de informações e é interessante por outras razões também. Para organizações terroristas, a internet é preferível à televisão por satélite, porque proporciona oportunidades sem igual para atingir uma audiência global com produções de vídeo, sem ter que depender de quaisquer canais de televisão particulares. Além disso, o uso da internet evita os problemas associados com a distribuição de um produto físico. Ao invés de estabelecer um centro para enviar os vídeos — um processo que as agências de segurança pública eram capazes de interromper — agora esses grupos dependem de softwares piratas de edição de vídeos e sites da internet nos quais o material pode ser carregado para seus adeptos acessarem. Esses sites se caracterizam por itens como a “Enciclopédia de Segurança Compreensiva”, de 118 páginas, que foi colocada na rede em 2007 com instruções detalhadas sobre o melhoramento de segurança da internet e de telefone, a compra de armas, o manuseio de explosivos, a transferência de fundos a grupos jihadistas e outras dicas úteis.<sup>15</sup>

Um dos mestres deste ofício era Younis Tsouli, um jovem marroquino cujo *nome de guerra cibernética* era “Irhabi007”. Baseado na Inglaterra, Tsouli proporcionou as habilidades técnicas necessárias à Al-Qaeda após a organização ter saído do Afeganistão e estabeleceu um quartel-general on-line. Ele auxiliou Zarqawi quando ele usou a internet como parte de seu plano de guerra no Iraque. Tsouli era hábil em acessar ilegalmente sistemas de servidores Web, que ele mais tarde usava para distribuir grandes arquivos de vídeo. (Uma de suas vítimas foi o sistema de computadores do Departamento de Rodovias e Transporte do estado de Arkansas nos EUA)

Preso em Londres em 2005 e enviado à cadeia por um tribunal britânico em 2007, Tsouli compreendeu a eficácia da internet para alcançar recrutas potenciais para a causa da Al-Qaeda. A *National Intelligence Estimate (Estimativa de Inteligência Nacional)* dos EUA reconheceu a importância disso: “O processo de radicalização está ocorrendo mais rápido, mais abrangente e mais anonimamente na idade da internet, aumentando a probabilidade de ataques de surpresa por grupos desconhecidos cujos membros e apoiadores podem ser difíceis de localizar com precisão.”<sup>16</sup>

Em meados de 2007, alguns dos sites da internet relacionados à Al-Qaeda estavam expandindo suas agendas. A “Jihad pela Mídia” incluía a entrada em foros on-line com grandes audiências norte-americanas, para influenciar “as percepções do americano de pouca inteligência” que “é um idiota e nem sabe onde é o Iraque”. Os americanos “de pouca inteligência” foram visados como alvos de vídeos mostrando tropas dos EUA sob fogos e com mensagens falsas, supostamente de soldados norte-americanos e suas famílias, lamentando seu envolvimento com a guerra no Iraque. Ao mesmo tempo, os foros da internet para públicos islâmicos se caracterizavam por informação coletada de reportagens de notícias do Ocidente, tais como resultados de pesquisas de opinião mostrando uma falta de apoio público para a guerra e, ocasionalmente, informações sobre sistemas de armas publicadas nas notícias.

## Recrutamento Mundial

Além do material que diretamente aborda campanhas militares, tais sites da internet dedicam uma parte de seu conteúdo a assuntos ideológicos e culturais, que estão no centro dos esforços para ganhar o apoio de muçulmanos jovens. Visto que líderes da Al-Qaeda acreditam que isso será uma guerra longa, consideram o apelo a futuros jihadistas e a ampliação de suas fileiras como cruciais para seu eventual sucesso. O número de sites jihadistas do idioma inglês está em crescimento, com aproximadamente 100 disponíveis como veículos para os pontos de vista islâmicos. Alguns desses operam abertamente. Em outubro de 2007, o *New York Times* publicou um artigo sobre um saudita de 21 anos, morando na Carolina do Norte, cujo blog enaltecia o ponto de vista de Bin-Laden sobre o mundo. Ele incluía vídeos planejados para recorrer a muçulmanos norte-americanos e europeus que estão zangados com a guerra no Iraque e são receptivos às alegações que o Islã está sob cerco.

O responsável pelo blog não tinha aparentemente violado nenhuma lei dos EUA, então, ele continuou seus esforços on-line, alcançando — ele alegou — 500 leitores regulares. Embora alguns oficiais de segurança pública queiram fechar tais sites e processar seus donos, alguns peritos de terrorismo propõem que tais sites sejam autorizados a operar na opinião pública porque podem proporcionar

discernimentos sobre o pensamento e as operações terroristas.<sup>17</sup>

Os esforços de recrutamento da Al-Qaeda têm visado como alvos muçulmanos britânicos e norte-americanos, tal como um vídeo de 2006, que descreve estupros e mortes supostamente cometidos por soldados dos EUA no Iraque. Lançado para comemorar o primeiro aniversário dos atentados a bomba em Londres, em 7 de julho, o vídeo apresentou o adjunto de Bin-Laden, Ayman al-Zawahiri; Shehzad Tanweer, um dos homens-bomba de Londres, que morreu durante o ataque; e Adam Gadahn, também conhecido como “Azzam o Americano”, que cresceu na Califórnia.

Tanweer, comunicando seu testamento final em inglês com um sotaque de Yorkshire, disse: “Estamos 100 por cento comprometidos à causa do Islã. Amamos a morte da mesma maneira que vocês amam a vida... Eh, muçulmanos da Grã-Bretanha, vocês, dia após dia na suas

televisões, assistem e ouvem sobre a opressão de muçulmanos, de leste a oeste. Contudo, fazem como se não tivessem visto, e continuam com suas vidas como se não tivessem ouvido nada, ou como se não dissesse respeito a vocês... Eh, muçulmanos da Grã-Bretanha, levantem-se e sejam contados... lutem contra os incrédulos, porque é uma obrigação feita para vocês por Alá.” Gadahn adicionou, “É essencial para os muçulmanos levarem em conta que os americanos, os britânicos e outros membros da coalizão de terror têm intencionalmente escolhido civis muçulmanos como alvos.”<sup>18</sup>

Entre os mais recentes vídeos direcionados para uma audiência dos EUA está “To Black Americans” (“Para Negros Americanos”), no qual figura Zawahiri criticando Colin Powell e Condoleezza Rice e apresentando pequenas gravações de vídeo de Malcolm X falando sobre o tratamento injusto de afro-americanos. (Essas gravações datam dos anos da Guerra do Vietnã.)



AFP Fotos/SITE Intelligence Group

Esta imagem de um vídeo divulgado pela Al-Qaeda retrata Osama bin-Laden (inserção no centro) exortando os muçulmanos paquistaneses a se rebelarem contra o governo do Presidente paquistanês Pervez Musharraf. A imagem foi obtida do SITE Intelligence Group, 20 de setembro de 2007.

Este vídeo se parece com a propaganda comunista da era da Guerra Fria e não parece ter causado muita comoção, mas dá uma indicação para onde os esforços de propaganda da Al-Qaeda estão se enfocando.

As organizações terroristas vêm muçulmanos jovens em países não islâmicos como prováveis perspectivas de recrutamento, por isso, usam ferramentas da mídia para instigar a ira sobre a suposta discriminação econômica e política. A Al-Qaeda está aparentemente tentando criar uma comunidade on-line onde muçulmanos fora de suas terras ancestrais sentir-se-ão em casa. Uma vez que fizerem parte desta “comunidade”, poderão ver um fluxo contínuo de mensagens jihadistas de níveis variados de sutileza.

A Al-Qaeda reconhece o valor do desenvolvimento de redes on-line. Chris Zambelis escreveu, “A internet capacita militantes com idéias afins a se associarem e se comunicarem anonimamente em redes cibernéticas sociais. Este processo reforça seu sentido de propósito e dever e encoraja a solidariedade com a causa maior.”<sup>19</sup> A extensão de tais esforços além do núcleo de pessoas que falam árabe é uma parte essencial da expansão da Al-Qaeda.

O site *YouTube* e outros fazem que vídeos como “To Black Americans” estejam facilmente disponíveis, os quais diferenciam a propaganda de hoje de seus antecedentes durante a Guerra Fria e anteriores. Pode alcançar uma audiência global instantaneamente. O tamanho dessa audiência continua desconhecido, mas como a Al-Qaeda aumenta sua produção de vídeos, parece estar operando com a teoria que pelo menos algumas de suas mensagens alcançarão seus destinatários desejados.

Durante a segunda metade de 2007, as forças dos EUA no Iraque fecharam pelo menos meia-dúzia de emissoras da mídia da Al-Qaeda naquele país. Uma casa que os EUA atacaram em Samarra continha 12 computadores, 65 discos rígidos e um estúdio de filmagem. O esforço militar norte-americano para interromper tais operações de mídia dependia em parte da crença do General David Petraeus que “a guerra não está apenas sendo travada no campo no Iraque mas também no ciberespaço”.<sup>20</sup> A preocupação de Petraeus se relaciona a um assunto levantado no Manual de Campanha do Exército e do Corpo de Fuzileiros

Navais, *Contra-Insurgência* — insurgentes tentam formar o ambiente de informações para sua vantagem por meio do emprego de ataques suicidas e outras táticas para “inflar as percepções sobre as capacidades insurgentes”.<sup>21</sup>

## A Guerra no Ciberespaço

O domínio de informações é um moderno princípio de guerra que é progressivamente mais importante, em particular, se a força militar convencional acompanha o emprego eficaz do poder não militar. A Al-Qaeda entende as limitações de seu próprio uso do “poder bélico” — a força coerciva de ataques terroristas — e continua a aumentar sua abordagem conceitual da guerra de informações. Ao reconhecer a penetração da informação disponibilizada por meio de televisão por satélite e da internet, e a influência de organizações de notícias variando da *BBC* à *Al-Jazeera*, a Al-Qaeda agora está oferecendo, segundo as palavras de Michael Scheuer, “uma fonte confiável de cobertura de notícias das frentes jihadistas em tempo quase que real para os muçulmanos”. Do Iraque e do Afeganistão, escreveu Scheuer, insurgentes iraquianos e forças do Talibã produzem, quase que numa base diária, vídeos de combate, entrevistas com seus comandantes e filmagem gráfica das medidas retaliadoras contra pessoas locais que cooperam com as forças norte-americanas e com as forças apoiadas pelos EUA.<sup>22</sup>

Esse esforço reflete o descontentamento da Al-Qaeda com respeito às organizações árabes de notícias como veículos para seus produtos de mídia. *Zawahiri* criticou a *Al-Jazeera*, em particular, porque ela se recusou a ser uma simples reprodutora dos vídeos da Al-Qaeda, ousou editar pronunciamentos de Bin-Laden ao invés de mostrá-los inteiramente e proporcionou tempo na TV para os críticos da Al-Qaeda. Devido à perícia técnica dos produtores cinematográficos de vídeo da *As-Sahab*, agora a Al-Qaeda pode se estabelecer como uma terceira força, que proporciona uma mensagem diferente da mídia ocidental e da nova geração de fornecedores de notícias árabes.

*Zawahiri* já disse que o que ele chama de “mídia de informação jihadista” está “travando uma batalha extremamente essencial contra o inimigo Cruzado-Sionista” e tem “demolido este

monopólio” confrontando as organizações de mídia convencionais. Indo ainda mais longe, no final de 2007, Zawahiri se ofereceu para participar de uma entrevista on-line, na qual ele responderia às perguntas de indivíduos e de organizações de notícias.<sup>23</sup>

**Ao realizar uma “coletiva de imprensa”, a liderança da Al-Qaeda se posiciona em um nível comparável àquele em que governos “verdadeiros” operam.**

Até certo ponto, isso pode ser meramente uma tática por parte da Al-Qaeda. Ao se fazer disponível para um bate-papo on-line, Zawahiri provoca aqueles que o têm caçado por anos. Ao realizar uma “coletiva de imprensa”, a liderança da Al-Qaeda se posiciona em um nível comparável àquele em que governos “verdadeiros” operam. Ao usar a nova mídia para se comunicar com o resto do mundo, a Al-Qaeda faz uma reivindicação de ser uma defensora da modernidade.

Existe a tentação de rejeitar essas manobras como mais um estratagema perturbante dos homicidas criminosos, mas para aqueles que vêem os integrantes da Al-Qaeda como defensores

heróicos do Islã — e seus números são substanciais — este exercício é evidência da legitimidade, apesar da difamação da Al-Qaeda pela maioria do mundo.

As respostas inadequadas às mensagens da mídia da Al-Qaeda aumentam o perigo. Até um argumento imperfeito tem apelação quando nós o deixamos existir num vácuo intelectual. Muçulmanos moderados e não muçulmanos, que não aceitam a idéia que um conflito prolongado é inevitável, devem reconhecer esta realidade e agir de modo sofisticado e abrangente.

Isso significa fornecer um fluxo consistente de vídeos e outros materiais pela nova mídia que muitos membros da audiência da Al-Qaeda usam. Esta contrapropaganda não deve se caracterizar por conteúdo defensivo e pró-americano, ao invés disso deve se concentrar em solapar a suposta nobreza da Al-Qaeda, como ao lembrar ao público o número de muçulmanos que têm sido mortos nos ataques terroristas e nas guerras insurgentes que a Al-Qaeda instigou.

Sem dúvida, em breve Osama bin-Laden surgirá de repente em outro vídeo. Observe o que ele diz, mas depois olhe para o cada vez maior reservatório de mídia jihadista para ver o que a Al-Qaeda realmente está fazendo. **MR**

## REFERÊNCIAS

1. www.archive.org/details/jihad-academy; disponível em: www.archive.org/details/top\_20.
2. “On Islamist Websites,” MEMRI (Middle East Media Research Institute), Special Dispatch Series no. 1702, 31 de agosto de 2007.
3. LABI, Naya, “Jihad 2.0,” *The Atlantic Monthly* (July/August 2006): p. 102.
4. WORTH, Robert F., “Jihadists Take Stand on Web, and Some Say It’s Defensive,” *New York Times*, 13 de março de 2005.
5. GLASSER, Susan B. e COLL, Steve, “The Web as Weapon,” *Washington Post*, 9 de agosto de 2005.
6. WHITLOCK, Craig, “The New Al-Qaeda Central,” *Washington Post*, 9 de setembro de 2007.
7. BLACK, Andrew, “Al-Qaeda in the Islamic Mahgreb’s Burgeoning Media Apparatus,” *Jamestown Foundation Terrorism Focus*, vol. IV, edição 14, 15 de maio de 2007.
8. “On Hamas TV Children’s Program,” MEMRI, Special Dispatch Series no. 1793, 27 de dezembro de 2007.
9. SCHEUER, Michael, *Imperial Hubris* (Washington, DC: Brassey’s, 2004), p. 81.
10. WEIMANN, Gabriel, *Terror on the Internet* (Washington, DC: United States Institute of Peace, 2006), p. 44.
11. COLL, Steve e GLASSER, Susan B., “Terrorists Move Operations to Cyberspace,” *Washington Post*, 7 de agosto de 2005, p. A 1.
12. SCHEUER, Michael, “Al-Qaeda’s Media Doctrine,” *Jamestown Foundation Terrorism Focus*, vol. IV, edição 15, 22 de maio de 2007; “The Role and Limitations of the ‘Dark Web’ in Jihadist Training,” STRATFOR Terrorism Brief, 11 de dezembro de 2007.
13. WEIMANN, *Terror on the Internet*, p. 66.
14. ATWAN, Abdel Bari, *The Secret History of Al-Qaeda* (Berkeley, CA: University of California Press, 2006), p. 122.
15. KOHLMANN, Even F., “The Real On-line Terrorist Threat,” *Foreign Affairs* 85, no. 5 (September-October 2006): p. 117; Middle East Media Research Institute, “Islamist Websites Monitor 82, 84,” Special Dispatch Series no. 1543, 13 de abril de 2007.
16. MOSS, Michael e MEKHENNET, Souad, “An Internet Jihad Aims at U.S. Viewers,” *New York Times*, 15 de outubro de 2007; MOSS, Michael, “What To Do About Pixels of Hate,” *New York Times*, 21 de outubro de 2007.
17. “American Al-Qaeda Operative Adam Gadahn, Al-Qaeda Deputy al-Zawahiri, and London Bomber Shehzad Tanweer in New al Sahab/Al-Qaeda Film Marking the First Anniversary of the 7/7 London Bombings,” MEMRI, Special Dispatch Series no. 1201, 11 de julho de 2006; STERN, Jessica, “Al-Qaeda, American Style,” *New York Times*, 15 de julho de 2006.
18. ZAMBELIS, Chris, “Iraqi Insurgent Media Campaign Targets American Audiences,” *Jamestown Foundation Terrorism Focus*, vol. IV, edição 33, 16 de outubro de 2007.
19. MICHAELS, Jim, “U.S. Pulls Plug on Six Al-Qaeda Media Outlets,” *USA Today*, 4 de outubro de 2007.
20. *The U.S. Army-Marine Corps Counterinsurgency Field Manual* (Chicago, IL: University of Chicago Press, 2007), p. 5.
21. SCHEUER, “Al-Qaeda’s Media Doctrine.”
22. WATERMAN, Shaun, “Zawahiri Pledges On-line Chat,” *United Press International*, 17 de dezembro de 2007.