

## O GRUPO ESTADO ISLÂMICO E O USO DO DISCURSO DE INCITAÇÃO À AÇÃO PARA PERSUADIR SEUS VOLUNTÁRIOS A MATAREM E MORREREM PELA CAUSA

THE ISLAMIC STATE GROUP AND THE USE OF ACCOUNTING SPEECH TO PERSUAD ITS VOLUNTEERS TO KILL AND DIE FOR THE CAUSE

Eduardo Assunção Franco<sup>1</sup>

**RESUMO:** O grupo Estado Islâmico (EI) parece se valer de recursos discursivos para persuadir alguns de seus integrantes a realizarem ações violentas. Nossa hipótese é de que ele utiliza os discursos propagandístico e de incitação à ação para levar seus voluntários a matarem, a se matarem e a morrerem pela causa do grupo. O objetivo principal é comprovar o uso desse recurso linguístico/discursivo nos textos e imagens da revista virtual *Rumiyah*, editada pelo EI e que compõe nosso *corpus*. Nossa metodologia consistiu em coletar alguns exemplares da publicação, selecionar e analisar textos que condizem com o escopo de nossa pesquisa. Nosso referencial teórico foi constituído por estudos sobre discursos propagandístico e de incitação à ação realizados por Emediato (2019 e 2020) e Charaudeau (2010); pesquisas sobre o Estado Islâmico feitas por Fonseca e Lasmar (2017) e Weiss e Hassan (2015); trabalhos sobre análise e uso de imagens desenvolvidos por Monnerat (2013) e Joly (1996); além de estudos sobre argumentação e retórica realizados por Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996). Um infográfico publicado na *Rumiyah* ensina, passo-a-passo, como os voluntários devem agir para conseguir um caminhão, prepará-lo para um ataque terrorista, escolher o alvo e executar a ação. A morte de infiéis, assim como o automartírio dos voluntários do EI, são valorizados nas reportagens, artigos e editoriais da publicação.

**Palavras-chave:** Estado Islâmico; discurso propagandístico; discurso de incitação à ação; terrorismo.

**Abstract:** The Islamic State (EI) group seems to use discursive resources to persuade some of its members to carry out violent actions. Our hypothesis is that he uses propaganda and incitement to action speeches to make his volunteers kill, kill themselves and die for the group's cause. The main objective is to prove the use of this linguistic/discursive resource in the texts and images of the virtual magazine *Rumiyah*, edited by EI and which makes up our corpus. Our methodology consisted of collecting some copies of the publication, selecting and analyzing texts that match the scope of our research. Our theoretical framework consisted of studies on propaganda and incitement to action discourses carried out by Emediato (2019 and 2020) and Charaudeau (2010); research on the Islamic State by Fonseca and Lasmar (2017) and Weiss and Hassan (2015); works on image analysis and use developed by Monnerat (2013) and Joly (1996);

<sup>1</sup> Doutor em Análise do Texto e do Discurso pela Faculdade de Letras da Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG. Estágio Pós-Doutoral - Análise do Texto e do Discurso pela Faculdade de Letras da Universidade Federal de Minas Gerais - FALE/UFMG. Bolsista PNPd da Capes.

as well as studies on argumentation and rhetoric carried out by Perelman and Olbrechts-Tyteca (1996). An infographic published in *Rumiyah* teaches, step-by-step, how volunteers should act to get a truck, prepare it for a terrorist attack, choose the target and execute the action. The death of infidels, as well as the self-martyrdom of IS volunteers, are valued in the publication's reports, articles and editorials.

**Key-words:** Islamic State; propagandistic discourse; discourse of incitement to action; terrorism.

## 1 Introdução

Este texto é parte da nossa pesquisa de Pós-Doutorado no Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos da Faculdade de Letras da UFMG, iniciado em 2019. Investigamos o uso de recursos linguísticos e discursivos, feito por grupos terroristas, para persuadir parte de seus integrantes a realizar ações violentas. O objetivo principal deste artigo é tentar comprovar nossa hipótese de que o Estado Islâmico (EI) se vale dos discursos propagandístico e de incitação à ação para orientar e motivar seus voluntários a matar, a se matarem e a morrerem pela causa do grupo. O objetivo complementar é tentar identificar os recursos linguísticos e discursivos, em termos de textos e fotografias, utilizados para tentar captar e persuadir os voluntários.

Nosso *corpus* é formado por três exemplares da revista *Rumiyah*, publicação virtual editada pelo EI, desde 2016. A metodologia que utilizamos diz respeito à coleta da revista no site de busca *Google*, tradução dos textos em inglês e à seleção dos excertos e infográficos mais representativos. Foram considerados os elementos linguísticos/discursivos do discurso de incitação à ação, que discutiremos adiante. Em seguida, fizemos a análise do material de forma qualitativa enquanto textos primários. Criamos algumas categorias de análise, como a de procurar identificar o formato de receituário ou passo-a-passo, o uso de verbos no modo infinitivo dentro de um tom imperativo e as modalizações deônticas (obrigação), com o objetivo aparente de tentar orientar os voluntários a prepararem um ataque terrorista, escolhendo com determinado critério as melhores datas, horários, locais e formas de ação.

O referencial teórico que utilizamos para compor nossa pesquisa e realizar a análise do *corpus* foi constituído por estudos sobre discursos propagandístico e de incitação à ação, realizados por Emediato (2019 e 2020) e Charaudeau (2010); pesquisas sobre o Estado Islâmico, feitas por Fonseca e Lasmar (2017) e Weiss e Hassan (2015); trabalhos que abordam a análise e uso de imagens, desenvolvidos por Monnerat (2013) e Joly (1996); estudos a respeito da argumentação e retórica, realizados por Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996); e sobre o Islamismo, produzidos por Stern (2004) e Armstrong (2002).

## 2 Quem é o Estado Islâmico?

O embrião do grupo Estado Islâmico deu sinais de vida logo depois do Atentado de 11 de setembro de 2001, que completou 20 anos em 2021. Segundo Fonseca e Lasmar (2017), o êxito do atentado realizado pela rede Al-Qaeda, que matou quase 3 mil pessoas nos Estados Unidos, parece ter estimulado pessoas com algum interesse em participar de grupos extremistas. Uma delas foi Abu Musab al Zarqawi, um jordaniano envolvido com pequenos delitos desde a adolescência. Depois que sua mãe o matriculou numa escola de religião em sua cidade-natal,

Zarqa, ele conheceu o radicalismo islâmico e “mergulhou” nele.

Fonseca e Lasmar (2017) relatam que Bin Laden, um dos fundadores e financiador da Al-Qaeda, desaprovava os métodos violentos de Zarqawi. O jordaniano ficou conhecido como o “sheick das decapitações”, por realizar esse ato extremo, filmá-lo e postá-lo nas redes sociais. Porém, houve, conforme os autores, um “casamento de conveniência” da dupla, já que Bin Laden precisava de alguém destemido para realizar as ações terroristas e Zarqawi necessitava de financiamento.

Depois de alguns atentados, inclusive o que matou o embaixador brasileiro Sérgio Vieira de Mello, em 19 de agosto de 2003, Zarqawi foi morto, em 2006, pelo Exército norte-americano. Weiss e Hassan (2015) comentam que os terroristas que admiravam sua forma de agir e de divulgar os atentados e execuções, escolheram Zarqawi como líder espiritual do Estado Islâmico. Desde então, o grupo tem agido em países do Oriente Médio e da Europa. Centenas de pessoas morreram e milhares ficaram feridas em seus atentados.

O Estado Islâmico, oficialmente criado em 2014, se destaca pelo uso dos discursos propagandístico e de incitação à ação na mídia. A revista virtual *Rumiyah*, que compõe o nosso *corpus*, é editada pela organização. Eles também usam as redes sociais para divulgar suas mensagens e vídeos de ações e execuções. Para Fonseca e Lasmar (2017), essa estratégia parece surtir efeito, já que, em 2017, estimava-se que o EI possuía entre 25 mil e 30 mil voluntários, de diferentes países, nas suas fileiras.

### 3 Discursos propagandístico e publicitário

Os discursos propagandístico e publicitário possuem semelhanças no campo de “vendas” e, também, no argumentativo, no que tange à persuasão. Em ambos os casos, o enunciador utiliza recursos da comunicação para chegar até os enunciatários, oferecendo-lhes algo que quer que seja considerado necessário. Para atingir seu objetivo principal, que é o de levar os enunciatários a “comprarem” ou se envolverem com seu “produto”, o enunciador precisa se valer de elementos da propaganda ou da publicidade.

Outro ponto em comum entre os discursos publicitário e propagandístico é o uso da incitação para tentar levar os enunciatários a adquirirem ou se envolverem com os produtos oferecidos. De acordo como o *Dicionário Online de Português*<sup>2</sup>, incitação significa “incentivo; ação de persuadir ou de estimular uma pessoa a fazer alguma coisa: incitação ao crime; incitamento: ação de incitar, de estimular, de provocar; provocação: que provoca irritação, fúria; o que desafia”.

Aproveitando a reflexão de Greimas (1983) sobre o discurso programático, que leva as pessoas a executarem uma receita culinária, nesse caso específico da sopa francesa *Pistou*, Emediato (2020), explica a diferença entre os discursos programático e o de incitação:

Há uma distinção entre “programação” e “incitação”, na medida em que a programação diz respeito a um *know-how* a ser transmitido sobre as ações a serem realizadas para alcançar uma meta enquanto “incitar” também (mas não necessariamente) se refere à ideia de modificar o destinatário de um “querer fazer” (volitivo) para um “dever fazer” (deôntico) (EMEDIATO, 2020, p. 82 -

<sup>2</sup> DICIONÁRIO ONLINE DE PORTUGUÊS - Disponível em <https://www.dicio.com.br/> - acesso em 27/11/2020.

tradução nossa)<sup>3</sup>.

Como podemos observar, o esforço do enunciador ao fazer uso do discurso de incitação é tentar mobilizar o público, deixando a modalização volitiva “querer fazer” para adotar a modalização deôntica “dever fazer”. Trata-se de um recurso discursivo utilizado de forma recorrente pelo grupo Estado Islâmico nos textos da revista *Rumiyah*, que compõe o nosso *corpus*. Antes de tratar dessa questão, abordaremos o uso do discurso propagandístico e de elementos da retórica dentro da estratégia de incitação à ação.

### 3.1 Propaganda e incitação

Apesar de operarem na mesma área, ou seja, a comercial, o discurso propagandístico e o discurso publicitário “vendem” produtos diferentes. Se a publicidade, geralmente, se atém aos bens de consumo, a propaganda cuida da “venda” de ideias, propostas políticas e ideais religiosos. Entre outras coisas, o discurso propagandístico aborda aspectos éticos, utópicos e de crenças religiosas.

Para Charaudeau (2010), o discurso propagandístico cumpre algumas finalidades, que irão modelar o seu propósito. A primeira delas é a visada de prescrição, ou seja, existe um sujeito comunicante com poder de autoridade que quer *fazer fazer (ou pensar)* algo ao sujeito destinatário. Idealizado pelo primeiro, o sujeito destinatário pode assumir a posição de *dever fazer*. Segundo o autor, estão inscritos nessa visada o discurso da lei e relações hierárquicas como as de professor-aluno e pais-filhos.

Acrescentamos a essas relações hierárquicas a posição de líder religioso-fiéis. O primeiro prescreve uma fórmula de fé no sentido de ajudar as pessoas a resolverem seus problemas pessoais, sociais e políticos, por meio de forças espirituais e transcendentais. Não podemos deixar de considerar que os fiéis também se relacionam entre si e podem exercer poder de influência, uns sobre os outros. Isso poderá interferir, positiva ou negativamente, na eficácia persuasiva do discurso do líder.

No caso do EI, observamos que, em virtude do objetivo de estabelecer um califado, o grupo assume, muitas vezes, o papel de um “governo” preocupado com o bem-estar da população das cidades e vilarejos que ocupam. Nesses locais, como verificamos em material sobre ocupações feitas pelo Estado Islâmico no site [www.jihadology.net](http://www.jihadology.net), depois de serem persuadidos das boas intenções e das relações genuínas dos líderes religiosos com o poder divino, parte dos fiéis assume a posição do *dever fazer*. Isso inclui participar de celebrações, do trabalho de evangelização e até de ações terroristas, dependendo dos interesses de cada líder e da habilidade de cada fiel. Há casos em que o EI convoca as famílias, que fugiram dos ataques, a retornarem às suas casas, prometendo segurança e conforto. Implicitamente, parece estar o objetivo de usá-las como escudo humano.

A segunda finalidade do discurso propagandístico é a da informação. Charaudeau (2010) explica que essa visada é fundadora do discurso midiático e se baseia na posição do sujeito comunicante, que detém a informação e legitimidade suficiente para passá-la ao sujeito

---

<sup>3</sup> D'une distinction entre «programmer» et «inciter», dans la mesure où la programmation concerne un «savoir-faire» à transmettre sur les actions à accomplir pour atteindre un but alors qu'«inciter» renvoie complémentarément (mais pas forcément) à l'idée de modaliser le destinataire vers un «vouloir-faire» (volitif) et un «devoir-faire» (déontique).

destinatário. Também idealizado pelo sujeito comunicante, o sujeito destinatário assume a função de *dever saber*. O autor comenta que esse tipo de visada costuma ser usada em campanhas de órgãos públicos. As campanhas de vacinação são um exemplo do discurso propagandístico de informação.

A terceira visada do discurso propagandístico e a que mais nos interessa é a de incitação. Conforme Charaudeau (2010), o objetivo do sujeito comunicante é levar o sujeito destinatário a *fazer fazer* alguma coisa. É como se o sujeito destinatário fosse induzido a realizar uma tarefa, sem questionar as suas consequências. Porém, no caso da visada de incitação, o sujeito comunicante não costuma usar o discurso de autoridade. Obviamente que, se ele é uma autoridade, tem mais credibilidade para realizar esse trabalho. A estratégia usada pelo sujeito comunicante é incitar o sujeito destinatário e *fazê-lo crer* que será beneficiário de seu ato. A posição assumida pelo sujeito destinatário é a de *dever crer*.

Na opinião de Charaudeau (2010), a proposta ilocucional de incitação é destaque nos discursos publicitário e político. Acreditamos que ela também é parte fundamental no discurso religioso, principalmente quando o objetivo é “fazer crer” os fiéis que eles têm uma missão divina, que pode ir desde um gesto humanitário até a de matar infiéis ou até se matarem. Nesse caso, eles precisam crer que isso vai contribuir para a causa máxima de um determinado grupo e para seu triunfo final.

O automartírio é valorizado entre os extremistas religiosos. De acordo com Fonseca e Lasmar (2017), os homens e mulheres-bombas são vistos como pessoas especiais, que receberão tratamento privilegiado no “paraíso”. Sem contar que as famílias desses mártires são recompensadas, financeiramente, pelos grupos terroristas. Eles procuram *fazer crer* que é nobre morrer e matar pela causa terrorista.

A visada de incitação, nos casos de automartírio, é analisada por autoras como Armstrong (2002) e Stern (2004):

O ataque suicida é diferente de suicídios comuns: ele pressupõe não só uma determinação de morrer mas também de matar. É comum uma organização assumir a responsabilidade de planejar a operação suicida, e o terrorista selecionado pode ter sido procurado há semanas ou, como no caso de 11 de setembro, há anos (STERN, 2004, p. 47).

É realizado um trabalho propagandístico da causa terrorista e, em seguida, de persuasão dos voluntários para se engajarem. A etapa seguinte consiste em selecionar aqueles que têm potencial para o automartírio e usar o discurso de incitação à ação. Stern (2004, p. 30) revela que “os líderes terroristas inoculam deliberadamente a ideia de que ‘operações de martírio’ são atos sagrados, dignos de recompensas terrenas e celestiais”.

Existe um paradoxo entre a realização do suicídio e as orientações de algumas suras (capítulos), do Alcorão, que condenam essa prática. Stern (2004, p. 46) comenta que há trechos em que os muçulmanos são advertidos a não matarem nem se entregarem à destruição pelas próprias mãos. A autora fala ainda da existência de uma *hadith* (tradição), muito aceita entre os muçulmanos, que alerta que “todo aquele que se matar com uma faca ficará no inferno para sempre, esfaqueando-se no estômago; todo aquele que se matar tomando veneno, beberá eternamente veneno no fogo do inferno”.

Os grupos terroristas contra-argumentam e afirmam que nos atentados não existe suicídio, mas automartírio. Stern (2004 p. 46) salienta que, na concepção deles, o martírio é premiado por Allah. No versículo 169, da sura 3 consta “Não pense nos que foram abatidos

pela causa de Deus como mortos. Nunca; eles estão vivos na presença do Senhor e receberão presentes Dele”. Convencidos dessa crença divina, alguns voluntários parecem encorajados a praticarem atos de extrema violência.

### 3.2 Modos narrativo e argumentativo

Dois modos de organização do discurso são utilizados pelo enunciador para efetuar o discurso propagandístico: o argumentativo e o narrativo. No caso do modo argumentativo, Charaudeau (2010) explica que o objetivo é persuadir os enunciatários. A partir do momento em que a propaganda é capaz de ativar os efeitos persuasivos, levando os enunciatários a crerem numa ideia e serem mobilizados no sentido de aderirem a uma causa ou realizarem as atividades propostas, seu objetivo principal foi atingido.

A argumentação é usada em momentos dialogais, ou seja, quando o enunciador respeita os valores e crenças dos enunciatários. A argumentação *stricto sensu* não tem espaço em governos autoritários e religiões fundamentalistas. Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996, p. 18) esclarecem que aquele que quer convencer precisa ser modesto, já que “o que ele diz não constitui uma ‘palavra do Evangelho’, ele não dispõe dessa autoridade que faz com que o que ele diz seja indiscutível e obtém imediatamente a convicção”. É bom deixar claro que mesmo a palavra do Evangelho só costuma surtir efeito entre as pessoas que têm fé, sendo que nem todas têm esse documento como base de sua crença religiosa.

Os autores ensinam o que a argumentação também pode conduzir à ação:

Apenas a argumentação, da qual a deliberação constitui um caso particular, permite compreender nossas decisões. É por essa razão que examinaremos a argumentação sobretudo em seus efeitos práticos: voltada para o futuro, ela se propõe provocar uma ação ou preparar para ela, atuando por meios discursivos sobre o espírito dos ouvintes (PERELMAN e OLBRECHTS-TYTECA, 1996, p. 53).

Essa disposição da argumentação para a ação, apresentada por Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996), reforça a visada da incitação, presente no discurso propagandístico. A partir do momento em que o enunciador realiza uma argumentação eficaz, no sentido de apresentar e exaltar suas ideias ou causas, pode criar nos enunciatários essa disposição para a ação. O esforço de comunicação feito pelo grupo Estado Islâmico, na *Rumiyah* e outras publicações, parece ser no sentido de persuadir voluntários a se identificarem com sua causa e se engajarem. Em alguns casos, as pessoas se dispõem a realizar atentados terroristas, nos quais matam e também se matam.

Entre os gêneros da argumentação, destacamos o epidíctico, que consideramos também ser usado pelos enunciadores do EI. Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996) comentam que Aristóteles ensina que os gêneros da argumentação são utilizados de acordo com a finalidade que o enunciador quer atingir. No caso do gênero epidíctico, o autor grego (*apud* Perelman e Olbrechts-Tyteca, 1996, p. 54) explica que ele “trata do elogio ou da censura, tendo apenas de ocupar-se com o que é belo ou feio. Portanto, trata-se mesmo de reconhecer valores”.

Nas suas publicações, com destaque para a revista *Rumiyah*, em postagens e vídeos disponibilizados nas suas redes sociais, o grupo Estado Islâmico usa o gênero epidíctico nas suas argumentações com uma certa regularidade. Isso se dá quando são enaltecidas figuras como a

de Maomé, fundador do Islamismo; e Zarqawi, líder muçulmano que ficou conhecido por seus métodos violentos de divulgar os atentados terroristas e que inspirou a criação do Estado Islâmico.

O gênero epidíctico também é usado pelo EI para destacar os defeitos que enxerga nos Estados Unidos, Rússia, França e outros países do continente europeu. O grupo critica ainda alguns países do Oriente Médio, considerados infiéis, ou seja, que traem a *sharia*<sup>4</sup>. Por meio do gênero epidíctico, o Estado Islâmico condena, de forma paradoxal, a violência, as ocupações de territórios de países do Oriente Médio e as medidas de restrições econômicas empreendidas por esses países contra o que eles chamam de autênticos muçulmanos, os *mujahidins*. Isso justificaria os ataques terroristas.

Passamos, agora, para o modo narrativo que, segundo Charaudeau (2010), também é utilizado com bastante eficácia no discurso propagandístico. Na opinião do autor francês, em muitos casos, ele pode ser mais eficiente do que o argumentativo no sentido de sensibilizar o público para apoiar uma ideia ou abraçar uma causa. O motivo é que ao usar esse modo de organização do discurso, o enunciador tem mais chance de conquistar os enunciatários pela força da narrativa, levando-os a simpatizarem e até se identificarem com as personagens da trama. Com alguma habilidade, numa segunda etapa, o enunciador tem chances de fazer os enunciatários se engajarem na defesa de sua causa.

Além de não fazer imposições, Charaudeau comenta que o modo narrativo propõe um imaginário no qual os interlocutores podem assumir papéis, como os de heróis. “O narrativo leva-nos a descobrir um mundo que é construído no desenrolar de uma sucessão de ações que se influenciam umas às outras e se transformam num encadeamento progressivo”, acrescenta o autor (2009, p. 157).

As figuras do sujeito e os papéis que eles assumem são fundamentais para composição do cenário narrativo:

Para que haja narrativa, é necessário um ‘contador’ (que se poderá chamar de narrador, escritor, testemunha, etc.), investido de uma intencionalidade, isto é, de querer transmitir alguma coisa (uma certa representação da experiência do mundo) a alguém, um ‘destinatário’ (que se poderá chamar de leitor, ouvinte, espectador, etc.), e isso, de uma certa maneira, reunindo tudo aquilo que dará um sentido particular à sua narrativa (CHARAUDEAU, 2009, p. 153).

O modo narrativo é um componente forte da esfera jornalística, tendo em vista que o repórter apura os fatos e, a partir deles e considerando também seus valores e impressões, monta uma narrativa. Na revista *Rumiyah* verificamos a existência de várias reportagens, com destaque para as que descrevem ataques e combates envolvendo o EI, com cunho narrativo. O objetivo do enunciador parece ser o de sensibilizar os enunciatários e procurar fazer com que eles se identifiquem com seus integrantes, nas batalhas contra soldados dos países considerados inimigos e infiéis.

O *ethos* do narrador é essencial para obter a adesão dos destinatários. Sua credibilidade e conhecimento do tema tratado geram confiança e conquistam adeptos. Conforme Charaudeau (2009, p. 157), “o sujeito que narra desempenha essencialmente o papel de uma testemunha que está em contato direto com o vivido (mesmo que seja de uma maneira fictícia), isto é, com a experiência na qual se assiste a como os seres se transformam sob o efeito de seus atos”.

---

<sup>4</sup> A *sharia* reúne normas, orientações morais e leis mais severas do Islamismo. Nas províncias conquistadas pelo EI, ela parece ter mais força que o Alcorão. Aqueles que desrespeitam a *sharia* são punidos em praça pública.

O aspecto manipulativo do discurso propagandístico é contestado por Charaudeau. Na concepção dele, as duas instâncias, ou seja, de produção e recepção, conhecem os termos do contrato de comunicação. “A definição (de manipulação) não nos parece produtiva em termos de análise, já que seria necessário considerar como manipulador todo discurso de influência, com a conotação negativa que habitualmente se liga a esse termo”, salienta o autor (2010, p. 67).

Consideramos mais produtivo para a nossa análise, levar em conta os recursos discursivos e de comunicação realizados pelo EI. A fundação da revista *Rumiyah*, sua pauta e seus propósitos retóricos e argumentativos não deixam dúvidas quanto aos objetivos do grupo. Entre eles estão os de captar voluntários e de incitar alguns deles a realizarem atos de violência.

### 3.3 Presença da retórica

O *ethos*, entre os elementos da retórica determinados por Aristóteles, talvez seja o mais presente no trabalho de comunicação empreendido pelo Estado Islâmico. Em suas narrativas de herói, verificadas com frequência na *Rumiyah*, os integrantes do EI são mostrados como guerreiros destemidos, que enfrentam soldados de grupamentos norte-americanos ou europeus, mais numerosos e bem armados que eles. A narrativa, provavelmente fantasiosa, sempre apresenta os terroristas como vitoriosos. O objetivo principal parecer ser o de criar efeitos patêmicos nos leitores que simpatizam com a causa do grupo.

Como explica Maingueneau (2008), o discurso religioso é considerado “perfeito” e intocável. Seus guardiões, como é o caso do EI, se sentem no dever de difundir-lo, mesmo que de forma distorcida, e punir os que acreditam que o desrespeitaram. O ataque ao jornal satírico francês *Charlie Hebdo*, em 2015, em Paris (França), que resultou no assassinato de 12 pessoas, acusadas de desrespeitar a figura do profeta Maomé, foi um exemplo dessa reação violenta desproporcional e da comoção que tentaram causar.

Charaudeau (2010) explica essas estratégias discursivas:

Para tocar o outro, o sujeito falante recorre a estratégias discursivas que focam a emoção e os sentimentos do interlocutor ou do público de maneira a seduzi-lo ou, ao contrário, de maneira a lhe provocar medo. Trata-se, aqui, de um processo de dramatização, ou seja, trata-se de uma armadilha discursiva destinada a aprisionar o outro nas redes de suas pulsões emocionais. É a problemática do *pathos* (CHARAUDEAU, 2010, p. 60).

A fé, no que tange ao nosso objeto de estudo, é um dos ingredientes formadores das redes das pulsões emocionais do público atingido pelo discurso propagandístico. Usando fundamentos do Islamismo e orientações do profeta Maomé, que nem sempre são fiéis aos textos de origem, como apontam pesquisadores como Armstrong (2002) e Fonseca e Lasmar (2017), e dando destaque à violência, o Estado Islâmico usa reportagens na revista *Rumiyah* e vídeos nas redes sociais para tentar criar sentimentos como simpatia ou medo no público.

O argumento de autoridade é outro recurso usado pelo EI na *Rumiyah*. Muitas de suas ações violentas são, conforme o grupo, abençoadas por Maomé. Sabemos que, dependendo do interesse do enunciador, esse argumento se transforma numa falácia. Walton (2004) explica que as falácias são argumentos fracos, que podem facilmente ser refutados. No caso da falácia de autoridade, o enunciador se apoia, propositalmente, no nome de um líder respeitado para

tentar persuadir os enunciatários sobre questões que lhe interessam e corroborar ações violentas.

Em se tratando do grupo Estado Islâmico, observamos em vários textos publicados na revista *Rumiyah*, que críticas sobre o que a publicação chama de opressão política praticada por países desenvolvidos, além de justificativas de ações violentas do EI, buscam ser sustentadas por proposições atribuídas ao profeta Maomé. Estudiosas como Armstrong (2002) e Stern (2004) discordam dessa associação do Islamismo com o terrorismo. Segundo Armstrong (2002, p. 13), “não podemos permitir que extremistas muçulmanos sequestrem a biografia de Maomé e a distorçam para servir a seus próprios fins”.

As práticas violentas do EI são reprovadas por muitas lideranças do Islã tradicional. O grupo é acusado de não seguir as orientações de Maomé, registradas no Alcorão.

#### 4 Incitação pela imagem

No trabalho de incitação à ação realizado pelo EI, por meio de reportagens, artigos e outros recursos presentes na revista *Rumiyah*, avaliamos que as imagens cumprem um papel importante. Como veremos a seguir, o padrão gráfico dessa publicação é bastante semelhante ao de revistas informativas da mídia de referência. O uso das fotografias e infográficos é, portanto, fundamental para complementar as informações, reforçar o discurso de incitação à ação e tornar as páginas mais agradáveis aos olhos dos leitores.

É preciso saber um pouco sobre a constituição e o efeito das imagens, antes de nos debruçarmos sobre elas. Os estudiosos esclarecem que as imagens comportam uma variedade enorme de interpretações. Barthes (1964 *apud* Monnerat, 2013, p. 409) ensina que “toda imagem é polissêmica; implica uma cadeia flutuante de significados, dos quais o leitor escolhe alguns e despreza outros”.

Quando utilizada no jornalismo, a imagem possui sempre uma intenção discursiva. Se uma das intenções da mídia de referência é persuadir o público com argumentações feitas, por exemplo, por meio do modo epidíctico, com o propósito de enaltecer ou criticar pessoas ou grupos, as imagens devem confirmar o que está no texto. Monnerat (2013, p. 411) salienta que “entender a imagem como discurso, portanto, significa, sobretudo, atribuir-lhe um sentido do ponto de vista social e ideológico [...] e não concebê-la como simples descrição, ou segmentação de seus elementos visuais”.

Mesmo cumprindo seu papel estético nos diversos veículos de comunicação e também na arte, a imagem é carregada de intenções:

Nos meios de comunicação – como no cinema, na televisão, na mídia impressa e na publicidade – a imagem tem uma significação especial, em termos ideológicos, tendo ora *status* de linguagem, ora de cenário ou de ilustração, sem descartar, contudo, em ambos os casos, a interpretação da perspectiva social determinante da situação de comunicação (MONNERAT, 2013, p. 411).

Algumas fotografias publicadas em reportagens e artigos na revista *Rumiyah* parecem denotar algumas opções feitas pelo EI. Na capa de um dos exemplares que analisamos, uma cruz de gesso danificada não deixa dúvidas de que o grupo terrorista tem os cristãos como um de seus alvos. Também podemos ver fotos de jovens, paramentados para a guerra e armados, com

semblante de alegria, como a querer dizer que vale a pena lutar pela causa.

Conforme Monnerat (2013, p. 412), fotografias e textos utilizados em veículos de comunicação ajudam a compor as representações sociais, que “são fenômenos complexos sempre em ação na vida em comunidade”. Dependendo da intenção dos editores, essas representações sociais determinam quem são os bons e os maus, os heróis e os vilões. A autora acrescenta que “essas representações circulam nos discursos, trazidas pelas palavras e veiculadas nas mensagens e imagens midiáticas, cristalizando-se em comportamentos e condutas”.

Para Joly (1996, p. 43), a complexidade das imagens, mesmo no caso das fotografias, que podem dar a falsa impressão de que são mais simples que as imagens em movimento, não permite que seja feita uma leitura universal delas. A autora esclarece que “existem muitas diferenças entre a imagem e a realidade que ela deveria supostamente representar”.

Cabe ao analista do discurso tomar determinados cuidados para fazer a análise acurada da imagem, considerando todos os elementos sociais, ideológicos e persuasivos que a envolvem:

Demonstrar que a imagem é de fato uma linguagem, uma linguagem específica e heterogênea; que, nessa qualidade, distingue-se do mundo real e que, por meio de signos particulares dele, propõe uma representação escolhida e necessariamente orientada; distinguir as principais ferramentas dessa linguagem e o que sua ausência ou sua presença significam; relativizar sua própria interpretação, ao mesmo tempo que se compreendem seus fundamentos; todas garantias de liberdade intelectual que a análise pedagógica da imagem pode proporcionar (JOLY, 1996, p. 48).

Nosso objetivo não consiste em analisar apenas imagens, mas, procurar inseri-las no esforço que faremos no sentido de tentar entender o discurso de incitação à ação realizado pelo Estado Islâmico, por meio da revista *Rumiyah*. A escolha das fotografias parece ser feita de forma criteriosa, no sentido de reforçar o apelo feito por reportagens e artigos. Assim como nas receitas culinárias, as imagens dos pratos prontos parecem ter o objetivo, dentro do discurso programático descrito por Emediato (2020), de estimular o público a colocá-las em prática; nos ataques terroristas, as imagens da publicação estão inseridas numa narrativa, considerando o discurso de incitação à ação que busca levar o sujeito destinatário a modificar sua intenção de “querer fazer” (volitivo) para um “dever fazer” (deôntico), que pode contribuir para encorajá-lo a agir.

## 5 *Corpus* e categorias de análise

Nosso *corpus* é constituído por três exemplares da revista *Rumiyah*, publicação oficial do Estado Islâmico, coletados no site de buscas *Google*. Segundo reportagem da *Folha de São Paulo* (2016), o grupo terrorista lançou sua nova publicação em setembro de 2016. O nome *Rumiyah* foi escolhido em virtude do objetivo final do EI, que é o de conquistar Roma, em represália aos combates e conquistas empreendidas pelo antigo Império Romano, nos primeiros séculos d.C.. Poeticamente, os editores da publicação assinalam que, chegando a Roma, seus guerreiros poderão, finalmente, descansar nas sombras das árvores, saboreando a vitória.

*Rumiyah* é virtual e, conforme a reportagem da *Folha de São Paulo* (2016), é publicada nos seguintes idiomas: árabe, inglês, francês, alemão, russo, indonésio, turco, bósnio, uigur e urdu. As seções da publicação seguem o mesmo padrão da mídia de referência: capa com foto grande,

manchete e algumas chamadas; editorial, reportagens e artigos. O que a diferencia, em termos de conteúdo, são algumas páginas com orações, exaltações a Maomé e ao Ramadã. O modelo do jornalismo de referência está presente na maioria das reportagens, com utilização do *lide*<sup>5</sup> no primeiro parágrafo, uso dos modos de organização do discurso descritivo e narrativo. No editorial e nos artigos prevalece, muitas vezes, o modo argumentativo, com o claro objetivo de tentar persuadir os leitores.

No que tange ao aspecto gráfico, a semelhança da *Rumiyah* com revistas de notícias da mídia de referência é grande. O tipo de letra escolhido é o Times New Roman, tamanho 12 para o corpo dos textos e de 16 a 18 para os títulos. A diagramação é “leve”, com intertítulos e espaços em branco para “respiro” dos olhos. Considerando os padrões da mídia de referência, as fotografias são de ótima qualidade e quase sempre relacionadas aos temas dos textos. Os editores evitam publicar fotografias de cadáveres ou imagens que possam chocar os leitores. Em reportagens sobre ataques terroristas, são utilizadas fotografias de carros avariados ou ambientes internos desorganizados.

Com bastante persistência, conseguimos recolher três exemplares da *Rumiyah*, que estão disponíveis no portal de busca Google. A mais difícil de ser conseguida foi a primeira a ser lançada, identificada como “Dhul-Hijjah 1437”. A identificação e numeração da publicação são feitas por termos e por anos do calendário islâmico. As outras duas publicações são de 2017, como verificamos em sites que pesquisam o EI. Realizamos a tradução de algumas reportagens e artigos, já que as edições estão em inglês.

Selecionamos excertos e fotografias que, com base nas categorias de análise que criamos, possuem elementos linguísticos e discursivos que indicam o uso dos discursos propagandístico e de incitação à ação. Neles, observamos a exaltação aos soldados do EI, que de forma destemida realizam ataques contra países imperialistas e infiéis; a constituição do califado, no qual os muçulmanos podem viver sua fé e sua cultura; e uma espécie de receituário de incitação à ação, dentro do esquema passo-a-passo, pelo qual os simpatizantes e voluntários são orientados sobre como procederem para preparar e realizar atentados terroristas, assim como se movimentarem para fugir do local ou se matarem.

Nas nossas categorias de análise, procuramos destacar frases, orientações e imagens que indiquem a incitação à ação no sentido de levar os voluntários a preparar e executar atentados terroristas. Também apontaremos esse formato de receituário ou passo-a-passo das ações, assim como o uso de verbos no modo infinitivo com caráter imperativo e as modalizações deônticas (obrigação). Todos esses elementos usados com o claro objetivo de persuadir e orientar os leitores a prepararem um ataque terrorista, escolhendo com certo critério as melhores datas, horários, locais e formas de ação.

### 5.1 Análise do corpus

Iniciamos a análise do nosso *corpus* com o Excerto - 01, extraído da reportagem denominada “Apenas táticas de terror”, na qual o autor orienta os leitores sobre como realizar um atentado terrorista:

---

<sup>5</sup> O *lide* chegou ao jornalismo brasileiro, na década de 1950, sob influência do jornalismo norteamericano. Ele se refere ao primeiro parágrafo das reportagens e deve responder, brevemente, às seguintes questões: o que, quem, quando, onde, por que e como.

## Excerto - 01

A operação **deve** ser iniciada nos momentos em que o local de destino é mais movimentado. Da mesma forma, **pode-se** escolher dias de ação em que a polícia e outras forças de segurança podem estar preocupadas com eventos nacionais ou locais, assim, incapacitando e diminuindo sua capacidade de responder rapidamente. Também é **essencial saber** que o objetivo é **matar** o máximo de *kuffar* (infiéis) que **puder**, o mais rápido possível, antes da resposta policial. Depois de **matar** os presentes, **devem-se** manter algumas vítimas vivas, como reféns, para serem usadas como escudos humanos contra a resposta esperada das forças armadas *kafirs* (policiais). (RUMIYAH, Sha’ban 1438, 04/05/2017, p. 49 - tradução e negritos nossos)<sup>6</sup>.

Figura - 01<sup>1</sup>- Caminhão de ataque

Fonte: Rumiyah - Sha’ban 1438, 04/05/2017, p. 56.

O discurso de incitação à ação pode ser verificado, no Excerto - 01, no passo-a-passo que o enunciador fornece aos leitores, determinando o local a ser escolhido (movimentado), as melhores datas (feriados e de comemorações) e a forma de execução das vítimas (rápida e abrangente). Para ajudar o terrorista a escapar, o enunciador sugere ainda que ele mantenha alguns reféns ou *kuffar* (infiéis) vivos, para serem usados como escudos humanos. Há ainda o emprego da modalização deôntica (obrigação), por meio dos verbos “poder” e “dever”; e de verbos no infinitivo (saber, matar, puder), com propósito imperativo.

<sup>6</sup> The operation should be initiated at times when the target location is at its busiest. Likewise, one can exploit days on which police and other security forces might be pre-occupied with national or local events, thereby crippling and slowing their ability to swiftly respond. It is also essential for one to know that the aim is to kill as many *kuffar* as one possibly can, and as quickly as one can before the initial police response. After killing those present one should keep a few of his victims alive as hostages to be used as human shields against the anticipated response of the *kafir* armed forces.

O infográfico ou arte, no jargão jornalístico, representado pela Figura - 01, contém a fotografia de um caminhão e um roteiro de como adquiri-lo, prepará-lo para um atentado terrorista, além de apontar o local adequado para a realização da ação. O título do que chamaremos de infográfico de incitação à ação é “Apenas táticas de terror - Ataques de caminhão” (tradução nossa).

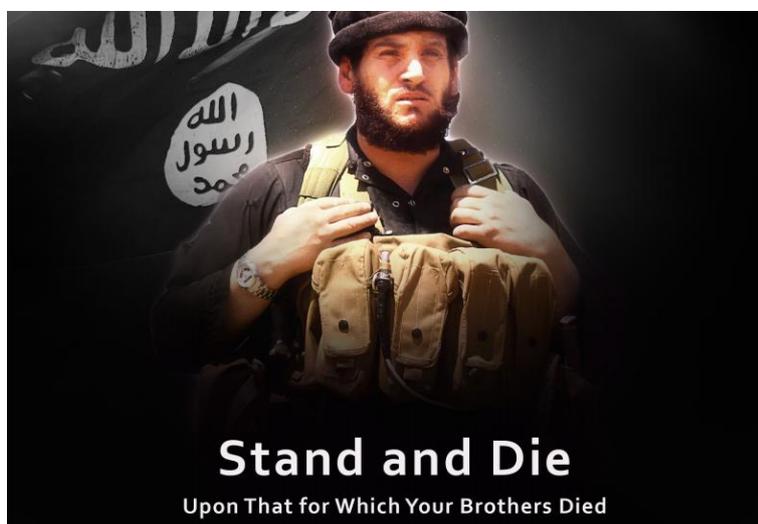
No texto, o enunciador explica porque o caminhão é o veículo ideal: rápido em velocidade e resposta de aceleração, grande em tamanho e peso. Por fim, a orientação é para que o veículo possua rolamentos de chumbo, duplos, nas rodas. O objetivo é fazer com que a força e a velocidade do caminhão tornem o ataque mais letal. Nas comemorações do Dia da Bastilha, numa praça de Nice (França) cheia de gente, em 2016, houve um ataque terrorista com um caminhão, no qual foram mortas 84 pessoas.

No esforço de incitação à ação, presente na Figura - 01, são apresentadas quatro formas de os leitores conseguirem o caminhão a ser usado no ataque terrorista: comprar, alugar, assumir a forma de uma força *kafir* (policial) falsa, pegar "emprestado" de um *kafir* ou *murtadd*. Por fim, são indicados quatro alvos ideais: 1) grandes festivais ao ar livre, convenções, celebrações e desfiles; 2) pedestres - ruas congestionadas (ruas principais); 3) mercados ao ar livre; 4) comícios ao ar livre. (tradução nossa). Tudo isso ilustrado com pequenas fotografias para facilitar o entendimento. Uma espécie de cartilha de incitação à ação terrorista.

O discurso de incitação à ação também é usado pela *Rumiyah* para motivar os voluntários do Estado Islâmico a lutarem pela causa do EI até a morte. A Figura - 02, extraída da reportagem da edição *Dhul-Hijjah 1437*, de 05 de setembro de 2016, sobre a morte do porta-voz do grupo, Shaykh Abu Muhammad al-‘Adnani, trata desse tipo de incitação à ação.

Essa mesma fotografia é utilizada na capa desta primeira edição da *Rumiyah*, na reportagem sobre a morte do porta-voz oficial do EI e no final da publicação, com mais um texto em sua homenagem. O fundo escuro remete ao luto pela morte do líder. Seu olhar é firme e o objetivo parecer ser o de causar impacto nos leitores quando virem al-‘Adnani usando um colete com armamentos ou explosivos. O caráter de incitação à ação é destacado no título da reportagem “Fique e morra pelos seus irmãos que morreram” (tradução nossa). Trata-se de um apelo aos voluntários, que não devem temer a morte e honrar os líderes que morreram em defesa da causa.

Figura - 02 - Porta-voz do Estado Islâmico



Fonte: *Rumiyah*, *Dhul-Hijjah 1437*, 05/09/2016, p. 3.

No Excerto - 02, a publicação reforça o discurso de incitação à ação:

Excerto - 02

O assassinato de nossos irmãos perseverantes que nos precederam, como o Shaykh Abu Muhammad al-'Adnani, não irá prejudicar o Islã de forma alguma. Eles serão salvos por Allah, que nunca fará mal aos nossos irmãos. Devemos considerá-los como aqueles que emergiram como lutadores pela causa de Allah, buscando shahadah (graduação) e sem voltarem atrás. Allah disse sobre eles, “não considerem aqueles que foram mortos pela causa de Allah como mortos - em vez disso, eles estão vivos. Eles serão providos por seu Senhor, regozijando-se no que Allah lhes concedeu de Sua generosidade. Serão alegres aqueles que ainda não se juntaram aos mortos, porque não terão medo, nem sofrerão. Alegres pela bênção e graça de Allah, que não deixará a recompensa dos crentes se perder”(Al 'Imran 169-171). (RUMIYAH, Dhul-Hijjah, 1437, 05/09/2016, p. 3 - tradução nossa)<sup>7</sup>.

Os leitores são alertados de que a morte de importantes líderes com al-'Adnani, que precederam os voluntários que ainda vão abraçar a causa do Estado Islâmico, não trará prejuízos ao Islã. Observem que o grupo afirma que o Islamismo rege a sua causa, porém estudiosas como Armstrong (2002) e Stern (2004) discordam que ações violentas estejam de acordo com o Alcorão. O enunciador acrescenta que, para Allah, os mortos nas batalhas pela causa do EI “estão vivos no paraíso” e serão recompensados.

Os adjetivos usados no Excerto - 02 para enaltecer as lideranças mortas também são um fator de incitação. O enunciador comenta que elas são: “perseverantes” (*persevering*), “lutadores” (*fighters*), “não voltam atrás” (no sentido de serem corajosas) (*without turning back*) e estão “em busca de shahadah (graduação)” (*seeking shahadah*). Já os voluntários que devem seguir os passos desses líderes martirizados serão “alegres” (*cheerful*), “não terão medo” (*have no fear*) e “nem sofrerão” (*nor shall they grieve*). Na morte pela causa do EI, todos serão recompensados pela “bênção e graça de Allah” (*blessing and grace from Allah*).

Na sua edição *Ramadan 1438*, de 17 de junho de 2017, a *Rumiyah* mostra que o Estado Islâmico possui integrantes no Leste da Ásia. Ela traz uma entrevista com o amir dos soldados do seu califado, Shaykh Abu'Abdillah al-Muhajir. Na Figura - 03 é possível vê-lo junto com outros soldados do EI. Eles têm idades variadas, alguns com um largo sorriso e outros com o dedo indicador da mão direita levantado. Fonseca & Lasmar (2017, p. 190) explicam que para o grupo “um dedo indicador aparentemente inofensivo representa uma verdadeira declaração de guerra aos oponentes e oposição direta à ordem liberal mundial (ZELINSKY, 2014)”. Um dos objetivos, já que esse é o tema principal da capa dessa edição, parece ser o de mostrar que o Estado Islâmico está se difundindo por outros continentes.

---

<sup>7</sup> The killing of our persevering brothers who preceded us, like Shaykh Abu Muhammad al-'Adnani □ will not harm Islam at all, as it is preserved by Allah ﷻ, just as it will never harm our brothers. We consider them to be those who emerged as fighters for Allah's cause, seeking shahadah without turning back. Allah said about them, “And do not consider those who were killed for Allah's cause as dead - rather, they are alive. They are provided for with their Lord, rejoicing in what Allah has bestowed upon them of His bounty, being cheerful of those who have yet to join them, that they shall have no fear, nor shall they grieve; cheerful of a blessing and grace from Allah and that Allah will not let the reward of the believers be lost” (Al 'Imran 169-171).

Figura 03 – Presença na Ásia



SECOND FROM LEFT: SHAYKH ABU ABDILLAH AL-MUHAJIR ۞, AMIR OF THE SOLDIERS OF THE KHILAFAH IN EAST ASIA

Fonte: Rumiya, Ramadan 1438, 17/06/2017, p. 38.

No Excerto - 03, o emir al-Muhajir (na Figura 03, ele é o segundo, da esquerda para a direita) faz uma convocação para que os muçulmanos se juntem aos soldados do Califado:

#### Excerto - 03

Ó *mujahidin* ao redor do mundo, seu estado foi estabelecido assim como seu profeta o informou, e veio a você exatamente como ele descreveu. Temos plena convicção - sem qualquer vestígio de dúvida - de que é um califado sob a metodologia profética. Portanto, tenha muito cuidado e não permita que haja ataques na sua direção, enquanto você ainda tem um olho que pisca e uma veia que pulsa. Venda suas mercadorias a Allah, a um preço baixo, e execute suas ações com sinceridade para com Allah. Os anjos se vangloriam deles e os descrentes shayatin, entre os gênios e a humanidade, estão enfurecidos com eles. E ensine aos cruzados que a hora zero chegou. Que chegou a hora de levá-los para explicar seu afastamento de Allah, sua matança e expulsão dos muçulmanos oprimidos em todo o mundo. Também a violação de sua honra e riqueza. E informá-los de que nosso encontro será em Washington e Moscou, e que as notícias - com a permissão de Allah - serão as que eles verão, não as que eles têm gerado (RUMIYAH, Ramadan 1438, 17/06/ 2017, p. 41 - tradução nossa)<sup>8</sup>.

Um apelo de recrutamento no Excerto - 03 se dá quando o emir al-Muhajir convoca os muçulmanos a se unirem ao Estado Islâmico, na província que foi estabelecida na região leste da Ásia. Ele orienta os prováveis voluntários a venderem seus bens a baixos preços para agilizar a negociação, e se dirigirem ao território, com todo o cuidado. Os inimigos apontados são os cruzados, em referência aos cristãos que empreenderam cruzadas durante a Idade Média para conquistar novos adeptos e combater os não cristãos.

Dentro do gênero argumentativo epidíctico, caracterizado por enaltecer ou censurar sem necessidade de comprovação, as forças do mal indicadas no Excerto - 03 são representadas pelos

<sup>8</sup> O *muwahhidin* around the world, your state has been established just as your prophet has informed you, and it has come to you just as he described it to you, and we have full conviction – without any trace of doubt – that it is a khilafah upon the prophetic methodology. So be very wary of allowing it to be attacked from your direction while you still have an eye that blinks and a vein that pulses. Sell your commodity to Allah cheaply and perform your deeds with sincerity towards Allah, such that the angels boast of them and the disbelieving shayatin among jinn and mankind are enraged by them. And teach the Crusaders that zero hour has arrived, and that the time has come to take them to account for their shirk with Allah, their killing and expelling of the oppressed Muslims around the world and their violation of their honor and wealth. And inform them that our meeting will be at Washington and Moscow, and that the news – with Allah’s permission – will be what they see, not what they have heard.

norte-americanos e os russos, as maiores potências mundiais no campo armamentista. O objetivo final é vencê-los e triunfar em Washington e Moscou. O apelo aos leitores da *Rumiyah* é para que se engajem no Estado Islâmico e participem dessa luta heroica de países ditos explorados contra os imperialistas, de muçulmanos contra os infiéis, em suma, do bem contra o mal. Mesmo implícito, não há como negar o viés de incitação do gênero argumentativo epidíctico.

### Considerações finais

Verificamos que a estratégia de comunicação do Estado Islâmico tem entre as suas marcas o uso dos discursos propagandístico e de incitação à ação, no sentido de orientar e motivar seus voluntários a matar e a se matarem ou morrerem pela causa. O discurso de incitação à ação se vale de recursos linguísticos, como a modalização deôntica (obrigação) e verbos no modo infinitivo (exprimindo um caráter imperativo), para fazer com que os voluntários do EI se disponham a preparar e executar ações terroristas.

Nossa hipótese de que o EI utiliza o discurso de incitação à ação para persuadir seus voluntários a matar, a se matarem e a morrerem pela causa foi confirmada por meio de excertos e imagens colhidos e analisados no *corpus* que escolhemos. Na Figura – 01, por exemplo, é apresentado um infográfico, que ensina, passo-a-passo, como os voluntários devem agir para conseguir um caminhão, prepará-lo para um ataque terrorista, escolher um bom alvo e executar a ação. A morte de infiéis, assim como o automartírio dos voluntários do EI, são valorizados nas reportagens, artigos e editoriais da revista *Rumiyah*.

O discurso propagandístico é utilizado em reportagens, artigos e editoriais da publicação para exaltar a inteligência dos líderes e a valentia dos integrantes do Estado Islâmico. Todo seu esforço é para constituir províncias, que possam dar origem a um califado, e empreender lutas contra países desenvolvidos, imperialistas e infiéis (nesse último caso também estão enquadrados países do Oriente Médio, que o EI considera que traíram os valores do Islã e se aliaram aos países inimigos). Nesse caso, a força de incitação é utilizada para conquistar novos voluntários, atraí-los para os territórios conquistados e treiná-los para matar, para se matarem e para morrerem pela causa.

Acreditamos que com este artigo, que reúne parte dos resultados da nossa pesquisa de Pós-Doutorado no Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos da Faculdade de Letras da UFMG, estamos mostrando a contribuição que a Análise do Discurso pode dar na compreensão do processo de comunicação, que ajuda a construir as ações de extrema violência praticadas pelo Estado Islâmico. Constatamos que elementos linguísticos e discursivos, inclusive imagéticos, são usados, regularmente, pela *Rumiyah* para persuadir alguns integrantes do grupo a cometerem autoextermínio e a provocarem a morte de centenas de civis.

Por fim, cremos ter cumprido outro propósito importante, que foi o de procurar desvincular o Estado Islâmico do Islamismo autêntico. O grupo, segundo estudiosos da confissão religiosa, não segue as orientações do profeta Maomé, que pregava a paz e a harmonia. Seus seguidores parecem estar bem mais próximos da *sharia*, que reúne leis e punições severas contra aqueles que são considerados transgressores de valores tradicionais e moralistas do Islã, do que do Alcorão.

## Referências

- ARMSTRONG, K. *Maomé – uma biografia do profeta*. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.
- BBC News - Brasil. *Conheça Dabiq, a “cidade apocalíptica” que o Estado Islâmico perdeu para rebeldes*. Disponível em <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-37673988> - acesso em 11/11/2020.
- BERCITO, D. *Estado Islâmico lança revista e pede ataques contra civis no Ocidente*. São Paulo: Folha de São Paulo, 06/09/2016. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/paywall/login.shtml?https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2016/09/1810623-estado-islamico-lanca-revista-e-pede-ataques-contr-civis-no-ocidente.shtml> - acesso em 26/11/2020.
- CHARAUDEAU, P. O discurso propagandista: uma tipologia. In: MACHADO, I. L.; MELLO, R. (orgs.). *Análises do discurso hoje – v. 3*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2010 (Lucerna).
- CHARAUDEAU, P. *Linguagem e discurso – modos de organização*. São Paulo: Contexto, 2009.
- EMEDIATO, W. *Programmation et incitation à l'action dans les textes de conseils économiques*. Tradução: Eduardo Assunção Franco. Paris, France: *Langue Française*, n. 206, pp. 81-94, 2020.
- EMEDIATO, W. *Discurso de incitação à ação (apresentação)*. Núcleo de Análise do Discurso (NAD) da Faculdade de Letras da UFMG. Belo Horizonte: UFMG, 2019.
- FONSECA, G. D.; LASMAR, J. M. *Passaporte para o terror - Os voluntários do Estado Islâmico*. Curitiba: Appris Editora, 2017.
- JOLY, M. *Introdução à análise da imagem*. Campinas: Papyrus, 1996.
- MAINGUENEAU, D. *Polifonia e cena de enunciação na pregação religiosa*. In: LARA, G., MACHADO, I., EMEDIATO, W. (orgs.). *Análises do discurso hoje - volume 1*. São Paulo: Lucerna, 2008.
- MONNERAT, R. *A imagem no discurso publicitário : texto verbal e não verbal podem estar em conflito?* In : MENDES, E. et al (orgs.). *Imagem e discurso*. Belo Horizonte : FALE/UFMG, 2013.
- PERELMAN, C.; OLBRECHTS-TYTECA, L. *Tratado da argumentação - a nova retórica*. São Paulo: Martins Fontes, 1996.
- STERN, J. *Terror em nome de Deus - Por que os militantes religiosos matam*. São Paulo: Editora Barcarolla, 2004.
- WEISS, M.; HASSAN, H. *Estado Islâmico – Desvendando o exército do terror*. São Paulo: Seoman, 2015.

## Fontes:

- DICIONÁRIO ONLINE DE PORTUGUÊS - Disponível em <https://www.dicio.com.br/> - acesso em 27/11/2020.
- [www.jihadology.net](http://www.jihadology.net) - acesso em 03/10/2020.

RUMIYAH - Dhul-Hijjah 1437. Grupo Estado Islâmico. 05/09/2016. Disponível em: <file:///C:/Users/Eduardo/Desktop/Eduardo/P%C3%B3s-Doutorado/Corpus%20para%20artigos/Revista%20Rumiyah/Rumiyah-ISIS-Magazine-1st-issue.pdf> - acesso em 01/10/2020.

RUMIYAH - Sha-ban 1438. Grupo Estado Islâmico. 04/05/2017. Disponível em: <file:///C:/Users/Eduardo/Desktop/Eduardo/P%C3%B3s-Doutorado/Corpus%20para%20artigos/Revista%20Rumiyah/rumiyah-2.pdf> - acesso em 01/05/2020 - acesso em 10/07/2020.

RUMIYAH - Ramadan 1438 - Estado Islâmico. 17/06/2017. Disponível em: <file:///C:/Users/Eduardo/Desktop/Eduardo/P%C3%B3s-Doutorado/Corpus%20para%20artigos/Revista%20Rumiyah/Rumiyah-ISIS-magazine-10-issue.pdf> - acesso em 20/05/2020.

Recebido em: 14/04/2021

Aceito em: 29/06/2021