



UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA

CAMPUS V

CENTRO DE CIÊNCIAS BIOLÓGICAS E SOCIAIS APLICADAS

DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS

CURSO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS

Tamires Borges Rufino Pinheiro Lima

**O EFEITO CNN NAS RELAÇÕES INTERNACIONAIS:
UM ESTUDO DE CASO SOBRE O 11 DE SETEMBRO**

João Pessoa

2022

Tamires Borges Rufino Pinheiro Lima

**O EFEITO CNN NAS RELAÇÕES INTERNACIONAIS:
UM ESTUDO DE CASO SOBRE O 11 DE SETEMBRO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Programa de Graduação em relações internacionais da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em relações internacionais.

Área de concentração: Política Internacional

Orientadora: Prof.^a Dr.^a. Silvia Garcia
Nogueira

João Pessoa

2022

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

L732e Lima, Tamires Borges Rufino Pinheiro.
O efeito CNN nas relações internacionais [manuscrito] : um estudo de caso sobre o 11 de setembro / Tamires Borges Rufino Pinheiro Lima. - 2022.
30 p.

Digitado.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Relações Internacionais) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Biológicas e Sociais Aplicadas, 2022.
"Orientação : Profa. Dra. Silvia Garcia Nogueira ,
Coordenação do Curso de Relações Internacionais - CCBSA."

1. Efeito CNN. 2. Decisões políticas. 3. 11 de Setembro. 4. Mídia. I. Título

21. ed. CDD 327

TAMIRES BORGES RUFINO PINHEIRO LIMA

O EFEITO CNN NAS RELAÇÕES INTERNACIONAIS: um estudo sobre o 11 de setembro

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Relações Internacionais da Universidade Estadual da Paraíba como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Relações Internacionais.

Aprovado em: 29 / 11 / 2022 .

BANCA EXAMINADORA



Silvia Garcia Nogueira (Orientadora)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Fábio Rodrigo Ferreira Nobre
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Filipe Reis Melo
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Dedico este trabalho a minha avó e a minha mãe, Olívia Rufino e Teresinha Rufino, que apesar da distância me mostraram como é ser uma mulher forte.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à professora e orientadora Silvia Nogueira pela paciência, apoio e, principalmente, pela leveza e bom humor que foram essenciais para a construção deste trabalho.

Agradeço também aos demais professores e à equipe administrativa do curso de Relações Internacionais pela qualidade das entregas, vontade de proporcionar a melhor experiência e educação possível aos estudantes e acima de tudo por inspirarem e provocarem os estudantes e irem cada vez mais além.

Agradeço à disponibilidade da banca para a avaliação deste TCC, composta pelos professores Fábio Rodrigo Ferreira Nobre e Filipe Reis Melo. Ao professor Fábio, que foi uma das minhas primeiras inspirações, e um dos primeiros a me incentivar a explorar diferentes caminhos dentro das relações internacionais. Obrigada por aceitar participar da avaliação deste trabalho. Agradeço ao professor Felipe, pelo apoio dentro da universidade.

Agradeço aos meus parceiros de vida e do apartamento 406, Anna e Felipe. Vocês me mostram todos os dias o companheirismo, apoio, risadas e tudo que vem junto com compartilhar a vida com vocês, sem vocês não teria crescido tanto quanto cresci.

Agradeço a AIESEC em João Pessoa, por ter me tirado da zona de conforto e questionar aquilo ao meu redor, por ter me ajudado a descobrir quem eu sou como profissional, e por ter me mostrado todas as infinitas possibilidades de futuro que os jovens podem alcançar com as potencialidades humanas preenchidas.

Por fim, agradeço às mulheres da minha família porque vocês são, de longe, minha maior inspiração. Mas principalmente agradeço a minha mãe, não apenas por ter todo o cuidado, carinho e educação ao longo desses anos de vida, mas principalmente, por ser minha melhor amiga e apoio em tudo que faço, amo você.

“As palavras ficam diferentes quando passam a
morar dentro de você” (Benjamin Alire Sáenz)

RESUMO

Os eventos ocorridos no dia 11 de setembro de 2001 nos Estados Unidos se tornaram um marco nas relações internacionais, gerando uma política voltada para a "Guerra ao terror". Os atentados cometidos contra as Torres Gêmeas em Nova York e outras instituições norte-americanas mobilizaram a atenção do mundo, que acompanhou o que ocorria em tempo real. Nessa ocasião pôde-se entender o poder de influência da mídia, considerada o "quarto poder". Esse é o contexto que baliza este trabalho, cujo objetivo geral é relacionar a capacidade de influência da mídia na produção de realidades sociais, na forma do Efeito CNN na construção do "11 de setembro" de 2001, como um acontecimento espetacularizado. A pergunta que norteia esta discussão é: Como ocorreu a relação entre o "Efeito CNN" e o "11 de setembro"? Para respondê-las, recorrer-se-à ao debate presente em bibliografia pertinente sobre o tema, no que se refere à importância do papel dos meios de comunicação de massa na cobertura de assuntos internacionais, como o "11 de setembro" estadunidense, e o poder de influência sobre a opinião pública mundial e as percepções internacionais sobre uma matéria. O trabalho divide-se em três seções: a primeira como uma discussão teórica sobre as potencialidades do poder midiático; a segunda traça um panorama geral e contextualiza a temática quanto aos eventos nos Estados Unidos no dia 11 de setembro de 2001; a terceira traz uma discussão sobre o Efeito CNN e o comportamento da mídia que influenciou as ações internacionais ligadas à "Guerra ao terror". Conclui-se que a mídia ocupa uma posição protagonista no cenário internacional, e, por meio do Efeito CNN, tem o poder de influenciar e espetacularizar eventos internacionais, como o "11 de setembro".

PALAVRAS CHAVE: Mídia; 11 de setembro; Efeito CNN; Decisões políticas.

ABSTRACT

The events that took place on September 11, 2001 in the United States became a milestone in international relations, generating a policy focused on the "War on Terror". The attacks committed against the Twin Towers in New York and other North American institutions mobilized the world's attention, which accompanied what was happening in real time. On that occasion, it was possible to understand the power of influence of the media, considered the "fourth power". This is the context that guides this work, whose general objective is to relate the ability of media influence in the production of social realities, in the form of the CNN Effect in the construction of "September 11th" in 2001, as a spectacularized event. The question that guides this discussion is: How did the relationship between the "CNN Effect" and the "September 11th"? To answer them, we will resort to the debate present in the pertinent bibliography on the subject, regarding the importance of the role of the mass media in the coverage of international issues. events, such as the US "September 11th", and the power of influence on world public opinion and international perceptions on a matter. The work is divided into three sections: the first as a theoretical discussion on the potential of media power; the second outlines an overview and contextualizes the theme regarding the events in the United States on September 11, 2001; the third brings a discussion about the CNN Effect and the behavior of the media that influenced international actions linked to the "War on Terror". the power to influence and make a spectacle of international events, such as "September 11th".

KEYWORDS: Media; September 11th; CNN effect; Political decisions.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	8
MÍDIA NAS RELAÇÕES INTERNACIONAIS	9
O “11 DE SETEMBRO” E A COBERTURA MIDIÁTICA	14
AS FACETAS DA MÍDIA E O EFEITO CNN	20
CONSIDERAÇÕES FINAIS	24
REFERÊNCIAS	26

INTRODUÇÃO

Após o surgimento da televisão, em Londres, no ano de 1926, depois de diversas conquistas científicas na transmissão de imagens à distância, que se consolidaram em 1930 principalmente através da BBC (British Broadcasting Corporation, criada em 1922), as difusões televisivas passaram a se alastrar pelo mundo. Após a Segunda Guerra Mundial, quando os Estados Unidos conquistaram um período de auge da economia, o aparelho de televisão começou a ser um bem de consumo acessível e presente dentro dos lares (PURDY, 2018). Um dos efeitos disso foi a centralidade que a informação passou a ocupar no dia-a-dia da população.

Segundo John B. Thompson (1998) o contato com a mídia¹ é uma questão de rotina. Algumas das primeiras ações que temos no dia é ter contato com ferramentas de informação como o celular, rádio, televisão e plataformas digitais. Logo, é intensa a forma como usamos tecnologias de informação em um mundo globalizado, em especial no que se refere a “sistemas de comunicação em tempo real [que] determinam a estrutura de organização do planeta”, correspondendo ao que “se convencionou chamar de mundialização/globalização” (Mattelart, 1996, p.11).

Com base nisso, ocorreu a popularização do acesso à informação, por uma sociedade com um crescente interesse em se manter informado e atualizado sobre os acontecimentos do mundo. Diante disso, paralelo ao interesse da sociedade, o poder de influência da mídia em processos de tomada de decisão aumentou exponencialmente. Essa influência a caracteriza como um ator dentro do sistema internacional, conforme observado por diversos autores, como Camargo (2009), Marinucci (2008), Valente (2007), dentre outros.

Logo, o foco de análise recairá sobre o atentado do “11 de setembro” de 2001 à luz do que ficou conhecido como “Efeito CNN” que, segundo Livingston (1997), significa a habilidade da mídia de influenciar a agenda ou decisões políticas, por meio da cobertura intensa e durante 24 horas, como ficou caracterizado ao longo do “11 de setembro”. A pergunta norteadora deste trabalho é: Como o “Efeito CNN” espetaculariza o “11 de setembro” e influenciou na construção social do acontecimento?

Sendo assim, o presente trabalho tem como objetivo geral: discutir as relações entre a capacidade de influência do poder midiático na produção social de realidades e o Efeito CNN na construção social do “11 de setembro” como um acontecimento internacional espetacularizado. E como objetivos específicos: (I) Debater os limites e potencialidades do

¹ A mídia aqui é entendida como meios de comunicação em massa.

poder midiático e da mídia como ator; (II) Compreender o “11 de setembro” e o comportamento da mídia no atentado; (III) Entender como surgiu e o que é o Efeito CNN, como a difusão de imagens e ideias espetaculariza o “11 de setembro”, e influenciou outros atores em direção a “Guerra ao terror”.

Do ponto de vista metodológico a pesquisa tem caráter teórico exploratório buscando a construção de uma maior familiaridade entre o campo de pesquisa envolvendo a mídia e as Relações Internacionais (RI). Desse modo, a pesquisa tem como base a revisão bibliográfica de autores especializados, dentre eles: Nogueira (2016), Burity (2013), Camargo (2009), Marinucci (2008), Valente (2007), Charaudeau (2006), Gilboa (2002), Nye (2002), Wendzel (1985) entre outro. Em relação à estrutura, se divide em três seções, além da Introdução e das Considerações Finais.

Assim, tem como primeira seção o foco em debater sobre a mídia como um ator nas relações internacionais, além de discutir sobre os limites e potencialidades do poder midiático no cenário internacional. Com o intuito de analisar a sinergia entre diferentes conceitos como *soft power* (NYE, 2002) e construtivismo (ONUF, 1989), entre outros.

Já na segunda seção é feita uma abordagem sobre contexto do “11 de setembro”, e detalhamento do que levou ao atentado. Com isso, é feita uma descrição histórica do evento, articulação referente às características que a mídia assumiu ao longo do ocorrido. Além de, evidenciar porque para o terrorismo, como forma de uso ilegítimo da força (CHOMSKY, 2001), é importante estar presente na mídia e, principalmente, no caso do “11 de setembro”.

Na terceira seção, o foco é analisar o Efeito CNN, as diferentes características que a mídia pode assumir, e o impacto que a opinião pública pode causar na política internacional. Mais que isso, é correlacionado a influência que o Efeito CNN causou no processo de construção social do “11 de setembro” e da espetacularização do evento. E, por fim, as considerações finais.

Mídia nas relações internacionais

Apesar de o campo das relações internacionais estar se abrindo para novos temas nas últimas décadas, incluindo a mídia e suas potencialidades, o papel da mídia ainda é relegado à marginalidade dentro das relações internacionais.

Thompson (1998) salienta que a comunicação é sempre contextualizada socialmente, seja dentro do cenário social, ou do sistema internacional. Somado a isso, o autor afirma que a comunicação produz impactos e que “tem uma dimensão simbólica irreduzível”

(THOMPSON, 1998, p.19). Alinhado a isso, Patrick Charaudeau (2006) afirma que um acontecimento não existe isolado em si, ele é sempre construído, e nos acontecimentos midiáticos existe uma construção dupla entre a transmissão feita pela mídia e aquela que é recebida pelo telespectador. Com base nisso, Thompson (1998) conceitua o poder simbólico, ou quarto poder, que reside na mídia, no envio e na recepção de formas simbólicas, por meio da comunicação e da troca de informações.

Autores como Robert Wendzel (1985), integram essa discussão ao afirmar que os meios de comunicação são importantes porque permitem aos atores a manipulação de informações, dados e da imagem, ao misturarem mentiras e verdades através de ações como cobertura de acontecimentos. Em sintonia com isso, Patrick Champagne (1996) afirma que a modelagem de opiniões é um dos papéis exercidos pela mídia. Assim, é possível identificar uma correlação entre os autores quando é evidenciado que “a comunicação é uma peça importante no arsenal do formulador de política” (WENDZEL, 1985, p.212).

Corroborando a esse entendimento, Manuel Castells (1999) pontua que a estrutura política é delimitada através da lógica organizada que é apresentada pela mídia. Com base nisso, o autor formula que a política se encontra intrinsecamente ligada à mídia, no que diz respeito à substância, à organização, aos processos a serem seguidos e até mesmo à liderança. Para Barth (2007, p.26), a “mídia não é apenas portadora da informação, seu papel central na sociedade como formadora de opinião pública a tornou também central na construção da imagem que as pessoas fazem da política”.

Isso porque, como Castells (1999, p.161) interpreta, os meios de comunicação de massa são partes construtoras da opinião pública, “cuja lógica está totalmente orientada à criação de eventos que mobilizem a opinião pública em torno de questões específicas no intuito de exercer pressão sobre o poder instituído, seja ele qual for”. Ainda, a opinião pública é um aglomerado de correntes ou formas de pensar de um país naquele período de tempo analisado (MANZUR, 1999, p.30), logo, assim como a mídia, a opinião pública pode ser moldada de acordo com o cenário histórico que está sendo vivido, por meio das realidades midiáticas construídas.

Um exemplo disso foi citado por Wendzel (1985), com a Guerra do Vietnã na década de 1970, e com a cobertura jornalística e midiática intensa que foi feita do conflito que afetou a opinião pública da população estadunidense. Em decorrência, a população começou a pressionar o governo para que os EUA saíssem do conflito.

Milan Radenovic (2006) levanta outro ponto de destaque ao salientar que para que exista uma opinião pública mais homogênea é necessário que os meios de comunicação

cheguem a todas as pessoas, e que a população tenha desenvolvimento cognitivo para assimilar, com qualidade, as informações que chegam a elas. Em consonância a isso, no que se refere à questão da manipulação da opinião pública pela televisão, Charaudeau (2006, p.8) ressalta que o “fenômeno de oscilação da tomada de posição das mídias em favor das vítimas” evidencia a televisão como uma das ferramentas com mais potencial para transformar a opinião pública, e que os interesses, atenção e relevância que são aplicados a determinado tema podem variar de acordo com os interesses da própria mídia. Assim, como ocorreu com o “11 de setembro” em que as imagens e notícias do atentado interromperam a programação normal dos meios de comunicação de massa e o cotidiano das pessoas ao redor do mundo inteiro.

Segundo Silvia Nogueira (2016, p.287), “para alguns, a opinião pública é percebida por meio de pesquisas de opinião (enquetes); para outros, por um imaginário relativamente compartilhado em relação a um assunto”. Nesse sentido, a autora destaca a presença e a importância dos imaginários compartilhados na construção da opinião pública.

Os imaginários podem ser entendidos, portanto, como uma forma de representação da sociedade, de identidades e dos elementos que constituem essa identidade, ainda que, de acordo com Thompson (1998), as mensagens possam ser entendidas de várias maneiras em diferentes contextos, ou, nas palavras de Douglas Kellner (2001, p.305), “públicos diferentes assistem à televisão de diferentes maneiras”. Já Charaudeau (2006) destaca o papel da mídia na composição dos imaginários sociais, por meio da “roteirização”, construídos através de recursos visuais (incluindo-se a ordem em que as imagens são mostradas), relatos e comentários noticiados.

Sob essa perspectiva, Charaudeau (2006) destaca duas possibilidades quanto à cobertura de acontecimentos: filmes-catástrofes e cenários-reportagens. No primeiro cenário, filmes-catástrofe, é seguido um roteiro: em um primeiro momento há uma “situação de partida”, com cenas cotidianas no mesmo ambiente da ocorrência da catástrofe; o segundo momento é o “surgimento da catástrofe”, em que é apresentada a catástrofe e, em paralelo, a reação de pânico e medo das pessoas; no terceiro momento chegam os “heróis vindos do exterior”, que são autoridades focadas em salvar o maior volume de pessoas possível. O autor destaca ainda o “tratamento de informação em que parece dominar essa ideologia da dramatização” (CHARAUDEAU, 2006, P.2).

No segundo, cenário-reportagem, o autor divide em três momentos: o primeiro sendo o anúncio do início do acontecimento; no segundo são apresentadas as imagens após o acontecimento, já que comumente as câmeras não conseguem estar presentes no momento

inicial dos acontecimentos; o terceiro é a ação do socorro assim como os "heróis vindos do exterior" nos filmes-catástrofes.

Toda a construção de cenários é necessária para que exista uma imagem sintoma, mas "toda imagem tem um poder de evocação variável, que depende daquele que a recebe" (CHARAUDEAU, 2006, p.3). Segundo o autor, além da dependência daquele que recebe, há o contexto em que a imagem sintoma

está inserida, para que ela deixe de ser apenas uma imagem e seja uma imagem sintoma. Ou seja, em essência, a imagem sintoma precisa ter uma construção de emoções, significado, contexto e, principalmente, repetição e alcance:

[...] para a televisão, o essencial é, sobretudo, não se enganar em relação aos imaginários dominantes, e trazer uma explicação da história sábia. Isto é para ela (pelo menos é o que ela pensa) a garantia desta maioria de opinião que ela procura atingir, a garantia da sua audiência, quando na realidade esses imaginários resultam de uma interação complexa entre aqueles que constroem as mídias e aqueles que circulam na sociedade. (CHARAUDEAU, 2006, P.8)

Além disso, Thompson (1998) conceitua a comunicação de massa como uma forma de potencializar a propagação de imagens sintoma: "'comunicação de massa' para me referir a produção institucionalizada e difusão generalizada de bens simbólicos através da fixação e transmissão de informação ou conteúdo simbólico" (THOMPSON, 1998, p.32). Ou seja, as imagens sintomas são carregadas de uma simbologia transmitida em massa pela mídia, em destaque a televisão, devido a sua autonomia, eficácia e facilidade de acesso por parte da população, e fenômenos que surgiram com base nessa máquina midiática como o "Efeito CNN". Logo, a imagem sintoma precisa estar dentro da mídia, do dia-a-dia da população, da história e de forma recorrente, para que alcance o imaginário popular e se torne uma imagem sintoma. Além disso, a imagem sintoma precisa fazer parte da memória coletiva que vem instantaneamente à lembrança.

Portanto, entende-se que, a mídia como quarto poder² que detém o poder de influenciar a opinião pública e como consequência influenciar os processos de tomada de decisão. Além disso, a comunicação de massa contribui para a formação de imaginários sociais e imagens sintoma que afetam os sentimentos, assim como ocorreu com o "11 de

² Nesse contexto, o quarto poder é entendido como a forma como a mídia utiliza o poder simbólico - com isso, existem diferentes possibilidades de ação, como: tornar público assuntos que antes seriam restritos; publicação de determinados assuntos em detrimento de outros; ou como guardiã da ordem constitucional. (PAILLET, 1986)

setembro”. Assim, as possibilidades de influência que a mídia possui fizeram com que ela fosse analisada como um ator no sistema internacional, como será apresentado a seguir.

Teóricos pioneiros da corrente construtivista, como Nicholas Onuf (1989), trazem a ideia de que o mundo não é engessado ou predeterminado. Antes, é constantemente construído socialmente. Diante desse entendimento, a mídia passa a ganhar importância em debates de relações internacionais, ganhando, inclusive, o status de ator³ em algumas interpretações na área.

Dessa forma, Onuf (1989) ressalta a atenção que deve ser destinada ao discurso, “[...] com sua capacidade de construir e disseminar em larga escala realidades sociais por meio de seu discurso diário compartilha com os outros agentes a função de constituir a definição de regras, identidades e interesses.” (CAMARGO, 2008, p.26). Onuf (1989) pontua que, a atenção deve ser direcionada a comunicação propriamente dita, pois, o entendimento da comunicação é o que permite o entendimento da realidade - e assim é possível moldar essa realidade, conceito que pode, e deve, ser adaptado para dentro do ambiente político.

Some-se a isso a observação de que o mundo é uma “sociedade em rede”, que se iniciou com a televisão e tem como base sua participação na facilidade ou “intercâmbio” de ideias e informações, de acordo com Castells (1999). Autores, como Raymond Aron (2002), identificam nesse avanço dos meios de comunicação uma oportunidade de manutenção ou expansão de poder dentro do sistema internacional. Caroline Burity (2013) e Leonardo Valente (2007) corroboram com Aron e ampliam o debate para o plano em que o Estado não teve seu poder diminuído, embora passe a vivenciar um remanejamento e uma modificação na sua forma de conquistar objetivos.

Sob essa perspectiva, de acordo com Joseph Nye (2002) o *soft power* potencializa o debate entre mídia e relações internacionais. Assim, para o autor, o *soft power* envolve a capacidade de atração para se alcançar os objetivos desejados, principalmente através das ações políticas. Segundo Marinucci (2008, p. 45): “[...] o assim chamado *soft power*, termo usado para se referir de modo genérico às disputas em torno das ideias, a capacidade de persuasão”.

Apesar disso, o campo tem mudado gradativamente, e a mídia alinhada ao *soft power* traz consigo a possibilidade de analisar o conceito de poder, e diferentes facetas do mesmo, tais como: poder como a ação de influência em outros estados, a capacidade de ter êxito no exercício de poder e, por fim, alcançar as respostas desejadas a esses atos (ARON,1986,

³ Compreende-se ator como todos os que participam de alguma forma das relações jurídicas e políticas internacionais. (Direito.Legal, 2022)

p.99). De acordo com Nye (2002), o poder segundo o *soft power* passa a ser a capacidade de influenciar o comportamento, ou as ações de outros para que seja alcançado o resultado esperado. Além disso, o fluxo de informação envolvendo os atores dentro desse mesmo sistema é aquilo que propaga o *soft power* a outros atores ou países. Nesse sentido, Camargo (2008) afirma que um *soft power* eficaz está intrinsecamente ligado à eficácia da utilização dos meios de comunicação.

Apesar disso, Aron (2002) explica que por mais que o Estado seja considerado o ator central dentro do sistema internacional, em um mundo de multifocus, ou seja, que possui diversos focos simultâneos, o Estado não ocupa mais a posição de único ator no sistema internacional. Com isso, o cenário internacional se torna cada vez mais plural.

Sendo assim, a mídia vem conquistando cada vez mais espaço dentro do campo das relações internacionais, que foi se abrindo para temas como as potencialidades da comunicação e a mídia como ator. A mídia detém formas de influenciar e guiar as opiniões da população. Com base nisso, o “11 de setembro” pode ser analisado à luz desse entendimento. A seguir, a apresentação dos eventos relacionados a essa data simbólica e como a mídia internacional reagiu a eles.

O “11 de setembro” e a cobertura midiática

Na manhã do dia 11 de setembro de 2001 as pessoas em New York e todo o território dos Estados Unidos acreditavam que teria uma terça-feira normal. Mas foi por volta das nove horas da manhã que essa percepção mudou quando um avião da American Airlines (AA) foi sequestrado e atingiu a torre norte do *World Trade Center*, o maior símbolo do poder econômico norte-americano, e iniciava um dos mais marcantes ataques terroristas (CNN, 2021). Vale dizer que, de acordo com Noam Chomsky (2002), terrorismo⁴ é classificado como o uso não legítimo da violência, ou mesmo ameaça de violência, para atingir metas ideológicas, políticas ou religiosas.

Estima-se que o ataque contou com a participação de 19 terroristas suicidas e realizado com base na arquitetura de Khalid Sheikh Mohammed, membro da organização terrorista extremista Al-Qaeda. O ataque se desenvolveu com o sequestro de quatro aviões que tinham como plano de voo ir de uma costa a outra do território americano - por conta do nível de

⁴ O termo “terrorismo” será usado para se referir aos eventos do dia, pois foi dessa forma que a imprensa estadunidense tratou do assunto.

catástrofe que os terroristas tinham como meta, os aviões precisam ter planos de voo longos (CNN, 2021).

Um deles atingiu a torre norte, outro atingiu a torre sul completando o ataque e a destruição das Torres Gêmeas. Outro, ainda, atingiu o Pentágono (símbolo da segurança americana) e o último avião sequestrado tinha como alvo o Capitólio ou a Casa Branca. Este fato jamais foi descoberto com exatidão, já que os passageiros tomaram o controle da aeronave, reagindo contra os sequestradores e provocando sua queda na zona rural de Shanksville, região no estado da Pensilvânia. Ninguém sobreviveu, totalizando quase 3 mil mortos nos ataques (CNN, 2021⁵).

Para Chomsky (2002), existem duas categorias que levam à origem do “11 de setembro”. A primeira se relaciona aos “agentes efetivos”. A segunda a eventos que inspiram. O primeiro conceito se refere aos causadores do atentado, de onde vieram, e quais os motivos de suas ações. O segundo conceito contempla uma rede de apoiadores, mesmo que condenem a violência, das opiniões e posturas do terrorista Osama Bin Laden. Dessa forma, Chomsky (2002) descreve que Bin Laden marcou a história como líder e principal arquiteto dos ataques do “11 de setembro”.

Em sintonia com isso, a primeira categoria trazida por Chomsky (2002) pode ser ampliada ao se pontuar que os EUA passaram a apoiar grupos reacionários dentro do Afeganistão, principalmente com armamentos, após o país ser invadido pela União Soviética. Esse movimento levou Bin Laden a ser convocado pelo Afeganistão e se juntar ao conflito armado como soldado (G1, 2022). Foi depois disso, no final da década de 1980, que Bin Laden decidiu criar a organização extremista Al-Qaeda. O grande estopim, para o desenvolvimento do ódio pelos americanos, foi a Guerra do Golfo após o Kuwait recusar a ajuda oferecida pela organização extremista e aceitar a ajuda norte-americana. A decisão foi entendida como uma grande ofensa por Bin Laden, já que havia “infiéis” e estrangeiros protegendo o “seu” território. Após isso, o líder foi expulso do Afeganistão, abrigado no Talibã⁶ e passou a organizar sua vingança (CNN, 2021). Em entrevista ao canal de televisão Árabe Al Jazeera, Osama Bin Laden afirmou:

Nunca veio a nós atacar as torres. Mas depois que se tornou insuportável e nós testemunhamos a opressão e a tirania...veio à minha mente...Destruição é

⁵ Para uma maior compreensão de como a mídia ocidental se comportou em relação ao atentado foi utilizado para estudo e referência a própria CNN, e demais fontes de informação ocidental como G1.

⁶ Entende-se Talibã como o grupo fundamentalista, ou seja, de cunho religioso, que surgiu no Afeganistão em 1994, que tinha como objetivo governar o país, e impor a lei islâmica, no caso a sharia. (ZAHID, 2013)

liberdade e democracia, enquanto resistência é terrorismo e intolerância ... Então com essas imagens ... os eventos do 11 de setembro foram como uma resposta a esses grandes erros, um homem deve ser culpado por defender seu santuário? (ALJAZEERA, Osama Bin Laden,2004)

É possível ler os acontecimentos do “11 de setembro” à luz de Guy Debord (1967), na dimensão espetacularizada dos atentados. O autor pontua a “sociedade do espetáculo” em que vivemos, uma sociedade marcada por relações sociais mediadas por imagens compartilhadas, difundidas, divulgadas no globo. Ou seja, o autor destaca o papel da mídia na criação, construção e reprodução de imagens e informações de forma massiva pelos meios de comunicação de massa. Corroborando a isso, Silva (2009) ressalta que a luta contra o terrorismo construída de modo espetacularizado direciona o olhar da sociedade civil para o Ocidente⁷. Assim, aproveita a velocidade da disseminação de informações que a mídia possui para construir o sentimento de medo generalizado.

Com isso, a sociedade moderna é, em sua essência, espetacularosa e focada no desenvolvimento, e não no fim. Aliado a isso, segundo Nacos (2007) e de acordo com uma visão “ocidental”, os atos terroristas têm como objetivo, também, a atenção da mídia. Dessa forma, a influência da mídia transformou o atentado em um espetáculo para o mundo. Ademais, a mídia se caracterizou como o ator, segundo Valente (2007) ao participar ativamente das relações internacionais, ajudando a construir o “11 de setembro” como um espetáculo televisivo. Nesse contexto, o espetáculo é definido como “a afirmação da aparência” (Debord, 1967, p.11), levando em conta a formação econômico social e do contexto histórico em sua construção.

Além da primeira categoria trazida por Chomsky (2002) que se refere aos causadores do atentado, o autor apresenta uma segunda categoria. Esta consiste em uma “reserva de apoio”, ou seja, mesmo que as pessoas condenem as ações violentas da Al-Qaeda, ainda há um apoio ao ponto de vista de Bin Laden em proteger seu território de estrangeiros. Isto é possível de ser identificado através de sondagens da opinião pública.

Suas atitudes são bem explícitas e bem claras, e em várias maneiras consonantes com a mensagem de Bin Laden e outros. [pessoas entrevistadas] Estão todas furiosas com os Estados Unidos por apoiarem regimes autoritários e brutais; por intervirem para impedir qualquer movimento rumo à democracia; por agirem para frustrar o

⁷ Entende-se aqui “Ocidente” como uma construção social baseada na sua oposição e contraste com o “Oriente”, dentro de um entendimento identitário da oposição “Ocidente” *versus* “Oriente”, “Nós” *versus* “Eles”, em que o outro é visto, neste caso, como inimigo.

desenvolvimento econômico; pelas diretrizes que devastaram a sociedade civil (CHOMSKY,2002,P.26)

Outro ponto trazido pelo autor é a efetividade do terrorismo: “funciona. O terrorismo não é malsucedido. Ele dá certo. A violência geralmente funciona” (CHOMSKY,2002, p.13). Diante disso, por mais que o terrorismo seja uma ferramenta utilizada pelos “fortes”, é feita uma narrativa, pelos meios de comunicação ocidentais, de que o terrorismo é uma arma dos “fracos” (CHOMSKY, 2002), ou seja, armas daqueles que não possuem um governo com capacidade de atuação que não precise do uso ilegítimo da força, por meio de atentados terroristas. Sendo assim, para que os governos “fracos”, de acordo com Chomsky (2002), alcancem seus objetivos eles recorrem à violência. É ainda mais evidente porque aqueles que estão no topo do sistema de dominância, os países mais fortes, não conseguem aplicar sua violência como sendo terror. No lugar disso é visto como uma forma de defesa ou reação.

Já Wellausen (2002) aponta que a metodologia usada pelo terrorismo é qualitativa, econômica e se aproxima muito de uma forma cirúrgica de agir. Ao buscar, dentre outras razões, a afirmação política, os autores de atos terroristas atingem milhões de pessoas que são surpreendidas pelo ato e chamam atenção para seus propósitos.

Segundo Chomsky (2002), o ataque entra para a história não tanto pela sua dimensão de catástrofe, mas por conta de marcar uma “mudança de direção em que as armas estão apontadas” (CHOMSKY,2002, p.8) e passa a ter atenção internacional. Sendo assim, “foi aberta uma nova era de ameaças aos Estados Unidos e ao mundo com foco no terrorismo e na necessidade de combatê-lo em nível global.” (PECEQUILO, 2013, p.21). É nesse contexto que surge a narrativa do novo inimigo americano, o terrorismo extremista islâmico, ou seja, a “Guerra ao terror”.

Por fim, um dos maiores objetivos finais dos atentados terroristas, além de ter sucesso no alvo do ataque, é ter a atenção e o destaque que a mídia oferece (NACOS, 2007; BARBOSA, 2002). Em concordância a isso, os acontecimentos do “11 de setembro” de 2001 nos Estados Unidos foram altamente televisionados e compartilhados pela mídia, divulgados no cenário internacional.

O 11 de setembro passou a ser entendido como um grande marco, também, do ponto de vista midiático, pois foi capaz de interromper a vida cotidiana de muitas pessoas que voltaram seus olhos para o que acontecia nos Estados Unidos, e para o ataque aos seus maiores símbolos de poder militar e econômico, dentro do território da maior potência do mundo globalizado (BARBOSA, 2002).

Ao analisar as relações entre mídia e relações internacionais, o debate se caracteriza por uma interdisciplinaridade intensa. Como dito anteriormente, o estudo do “11 de setembro” envolve conceitos como: opinião pública, imaginário popular e imagem sintoma. Com base nisso, em resumo ao já abordado, Nogueira (2016) pontua a opinião pública, como convicções ou ideias compartilhadas. Complementar a isso, Thompson (1998) classifica o imaginário como os pontos que identificam uma sociedade. E Charaudeau (2006) determina que a imagem sintoma é aquela que carrega simbologias. Sob essa perspectiva, a combinação desses entendimentos aplicada à transmissão pela televisão ocidental potencializa a construção social do atentado de “11 de setembro” (CHARAUDEAU, 2006).

Sob essa perspectiva, Charaudeau (2006) evidencia alguns pontos como, por exemplo, a forma como a própria CNN divulgou as informações do ataque, por meio do cenário filme-catástrofe, que trazia à tona uma representação quase cinematográfica dos acontecimentos. Para isso, utilizava três tipos de atores: as vítimas, os responsáveis pelo ataque, os salvadores e, o autor ainda adiciona um quarto ator, sendo ele o vingador. “[...] é a essencialização da reparação possível...A do “vingador”, braço da vontade divina, do Deus que castiga.” (CHARAUDEAU, 2006,P.6).

O propósito dessa divisão de atores dentro do cenário de filme-catástrofe é definido por Charaudeau (2006) como: as vítimas gerarem um efeito de compaixão, por meio de imagens e testemunhos repletas de sentimentalismo; os agressores gerarem revolta e antipatia, baseadas na construção das notícias sobre os acontecimentos, que por vezes são preconceituosas e tendenciosas; os salvadores produzirem simpatia, mostrando o seu trabalho árduo para salvar o maior número possível de vidas; o vingador, protagonizado pelo presidente George W. Bush (2001-2009), produzir o sentimento de compensação, principalmente após o anúncio da “Guerra ao terror” e as imagens sintoma das Torres Gêmeas desabando. Lembrando, para Charaudeau (2006), uma imagem sintoma é também atribuída de uma forte “carga semântica”, e que elas precisam estar preenchidas “daquilo que mais atinge os indivíduos: os dramas, as alegrias, os sofrimentos ou a simples nostalgia de um passado perdido.” (CHARAUDEAU, 2006,P.4).

Outro destaque referente ao “11 de setembro” reside na capacidade de construção de realidades (acontecimentos midiáticos) que a mídia é capaz de realizar na opinião pública. Por meio dela, de pesquisas de opinião junto ao público, provoca misturas complexas de sentimentos, como revolta e a vontade de reagir. Muito desse sentimento é resultado do que Charaudeau (2006) define como “manipulação da opinião pública pela televisão”, em busca do imaginário dominante, com foco na audiência. Nesses momentos a mídia ocupa uma

posição de ator controlador, ainda que nesse cenário, evidencie várias características e possa interpretar mais de um papel por vez.

Ao analisar o 11 de setembro, é possível perceber que a mídia possui o papel de controladora, ou seja, a mídia participa do processo de espetacularização e influência na tomada de decisão, por meio do Efeito CNN (o efeito que o uso das tecnologias de comunicação em tempo real pode provocar na percepção da população sobre eventos globais, tema que será aprofundado mais adiante). Segundo Eytan Gilboa (2002), o Efeito CNN é considerado verdadeiro quando se classifica como “forte”, ou seja, quando é realizada ao longo de dias que interfere na opinião pública, e no processo de tomada de decisão política.

Nesse contexto, o caso analisado não apresenta todas as características de um Efeito CNN “forte”, segundo Gilboa (2002), porém ainda se enquadra como um Efeito CNN verdadeiro, pois a cobertura midiática interferiu na política que gerou a “Guerra ao terror”. Além disso, o Efeito CNN no “11 de setembro” facilitou a presença e divulgação da mensagem terrorista resultante do atentado.

Na Ciência Política, abre-se espaço para as reflexões sobre a interferência da mídia especialmente por duas dimensões: uma onde se parte do pressuposto de que a política se caracteriza muito mais pela dimensão da deliberação do que pela força; e outra, pelos efeitos da mídia no processo político, tornando-o menos secreto e mais aberto ao controle do público em geral [...] (MARINUCCI, 2008, P. 47)

Sendo assim, o “11 de setembro” se consolida como um atentado terrorista marcante, do ponto de vista histórico e midiático, por três razões principais: a primeira por ter trazido atenção mundial para o que envolve o grupo Al-Qaeda e suas motivações. A segunda razão sendo, principalmente, com base na perspectiva trazida por Marinucci (2008), que o Efeito CNN e a mídia como um todo teve uma intensa presença na ação terrorista. A terceira se consolida, pois, o atentado influenciou na política internacional, embasando a “Guerra ao terror”. Por consequência, a mídia é colocada em uma posição central como um ator no cenário internacional.

Dessa forma, o “11 de setembro” se caracteriza como um dos atentados terroristas mais marcantes da história, tanto pela catástrofe envolvida, como por voltar o olhar para os EUA. Dessa forma, (SAINT-PIERRE, 2014) afirma que, estrategicamente, a vítima do ataque no “11 de setembro” não foram os mortos, e sim os que permaneceram vivos e aterrorizados, após a desestabilização do poder que se deu, principalmente, pelo Efeito CNN (que será

aprofundado a seguir) e a cobertura intensa e espetacularizada dos acontecimentos (DIODATO, 2004).

Além disso, Wellausen (2002) assinala que, o discurso terrorista, aliado à disseminação da ação, se destaca por atingir diferentes camadas da sociedade, ou seja, atinge tanto os tomadores de decisão políticos, como a sociedade civil, e o sistema internacional. A autora destaca, também, o papel do teleterrorismo, ou seja, os atos terroristas que tem preferência pela televisão, e em complemento a isso tem o poder de disseminar os atos no instante em que acontecem.

Sendo assim, o “11 de setembro” se enquadra no conceito de Wellausen (2002) quanto a teleterrorismo, pois, nesse fenômeno, e no Efeito CNN, o terrorismo é mostrado como um espetáculo que afeta a opinião pública e, conseqüentemente, pressiona os tomadores de decisão política a acelerarem o início da “Guerra ao terror”.

As facetas da mídia e o Efeito CNN

Ainda que a mídia carregue consigo a capacidade de influenciar a população, segundo Cohen (1963) ela não tem a capacidade de dizer às pessoas como pensam e sim em que direção elas podem ou devem se inclinar. Sob essa lógica o papel da mídia passa a ser analisado de uma nova forma por Eytan Gilboa (2002), ao apresentar a mídia com quatro possibilidades de atuação: interventora, instrumental, constrangedora e controladora. Somado a ele, Camargo (2008) apresenta mais uma possibilidade ao conceituar a mídia como conflituosa, e Diodato (2004) que apresenta a mídia como controladora da agenda política internacional.

De acordo com Gilboa (2002), um dos papéis⁸ desempenhados pela mídia é o de interventora, promovendo a mediação frente a pautas de política internacional e situações de crise. Ou seja, “atua nas mediações internacionais. Essa categoria considera que muitas vezes os repórteres agem como intermediadores diretos ou indiretos nos conflitos e que podem servir como catalisadores dos acordos e das resoluções.” (BURITY, 2013, p.173). Por muitas vezes a mídia como mediadora da comunicação guia a diplomacia do momento, seja apresentando propostas ou representando os interesses do seu país.

Outra possibilidade é a mídia como ator instrumental, papel que possui características que lembram o papel interventor, corroborando em negociações e acordos em busca da resolução de conflitos - nesse caso sendo muito utilizada como ferramenta ou meio de

⁸ Os “papéis” podem ser entendidos como “desempenhados por agentes em situações comunicativas cujas ações locucionais visam um efeito” (SANSONE, FURTADO, 2015, p. 299)

mobilização, e não como protagonista da ação como no caso da mídia interventora. Neste cenário, é gerado o que Gilboa (2002) conceitua como “media diplomacy” (diplomacia midiática), que pode ser entendida como o modo de os líderes políticos utilizarem a mídia como ferramenta para mobilizar negociações, ou mesmo a opinião pública, em prol de acordos entre as partes em negociações.

Outra forma de fazer diplomacia midiática seria “...a utilização dos meios de comunicação como fonte de informação” (COHEN, 1986, p. 7).

Ademais, outro papel desempenhado, de acordo com Gilboa (2002), é a mídia como constrangedora em processos de tomada de decisão, através de uma pressão empregada pelos meios de comunicação de modo que perturba a rotina política: “a comunicação global restringe o processo político, principalmente por meio da alta velocidade de difusão e transmissão de informações” (GILBOA, 2002, P.736).

Dessa maneira, uma problemática trazida pelo autor sobre esse papel que a mídia desempenha reside na diferente temporalidade em relação à diplomacia. Ou seja, a televisão exige um tempo rápido em respostas e imagens que a diplomacia tradicional não cobra. Dessa forma, pode gerar graves erros cometidos por líderes políticos devido à pressa, ou passar para a população a imagem de hesitação (GILBOA, 2002).

Uma consequência do papel constrangedor, além da mudança nos processos de tomada de decisão, reside no que o autor chama de “real-time policy”, ou a política feita em tempo real. Um dos maiores exemplos aconteceu quando o presidente norte americano, George Bush, no período da Guerra do Golfo (1991), escolheu transmitir a posição do seu governo através da CNN, em vez de canais oficiais do governo (WRISTON, 1997, P 174).

Outro papel da mídia, de acordo com Diodato (2004), que corrobora com o conceito criado por Gilboa (2002), entende a mídia como “agenda setting”, ou seja, definindo e orquestrando temas além de participar ativamente do processo de criação de políticas. E Camargo (2008) destaca mais um papel para a mídia. Ela adota o papel conflituoso, atuando tendenciosamente ao transmitir informações, com uma construção enviesada do acontecimento, que muitas vezes pode desencadear conflitos. A autora ainda destaca a relação mútua que existe entre mídia e política, pontuando que há momentos em que uma influencia a outra e vice-versa.

Por fim, é trazido por Gilboa (2002), o papel controlador, e a maior manifestação do papel controlador da mídia é o Efeito CNN. Um dos pontos centrais desse fenômeno é a mídia ocupando o lugar do tomador de decisões em questões políticas, principalmente, nos casos em

que se mostra necessário algum tipo de participação militar, como será analisado a seguir em relação ao “11 de setembro”.

A Cable News Network (CNN) surgiu em 1980, mas foi somente na década de 1990, com a cobertura do conflito no Golfo, em 1991, que a emissora se consolidou no mercado internacional, mudando a maneira como as notícias são acompanhadas, e originou o Efeito CNN (GILBOA, 2005): a frase "Efeito CNN encapsulava a ideia de que a tecnologia de comunicação em tempo real poderia provocar grandes respostas do público doméstico e das elites políticas a eventos globais" (ROBINSON, 1999, p. 301).

Assim, a CNN teve a sua posição consolidada, durante a Guerra do Golfo, como principal meio de comunicação, sendo chave para informações e tomadas de decisões políticas. Dessa forma, ao longo dos anos 1990 os demais meios de comunicação contribuíram para a construção do termo Efeito CNN. Logo, o Efeito CNN se transformou em um teoria que se refere à influência que a mídia ao vivo, por 24 horas, exerce sobre os tomadores de decisão e a opinião pública (BAHADOR, 2007, p. 4). De acordo com Livingstone (1997) o Efeito CNN relaciona-se ao poder que a mídia exerce de influenciar também a agenda política⁹, "ao relatar problemas e com isso conduzi-los para as questões prioritárias. Dessa forma, sustentam que a mídia pode efetivamente influenciar a decisão política de tomada de decisões" (LIVINGSTON, 1997, p.413).

Expandindo ainda mais, Livingstone (1997) destrincha o Efeito CNN em três variações: na primeira variação o Efeito CNN aparece como construtora da agenda política internacional; na segunda, é como uma forma de impedimento, ou obstáculo, na trajetória do objetivo a ser conquistado, seja com uma transmissão emocional ao ponto de comprometer a moral, ou com coberturas jornalísticas que caracterizam uma ameaça a operações, geralmente secretas; na terceira, o Efeito CNN passa a ser um acelerador quanto ao tempo de resposta política, e por vezes, de multiplicador de forças.

Um outro entendimento do Efeito CNN é conceituado por Nick Gowing (1996) e Piers Robinson (2002), e é focado em como é feita a cobertura de eventos por parte da mídia, e como isso afeta a política de tomada de decisões, característica que pode ser analisada tanto logo antes dos acontecimentos se desenvolverem, quanto enquanto os eventos se desenrolam.

Com base nisso, quanto ao modo como as notícias internacionais são construídas, Rosengren (1970) diz que segue uma lógica de três fases “obrigatórias” e uma "provável". Na

⁹ O poder de influenciar a agenda política pode ser entendido como agenda setting. Ou seja, através da seleção, disposição e frequência das notícias apresentadas, a mídia determina assuntos políticos que o público discutirá (BURITY, 2013, P.171)

primeira fase os fatos ainda não estão claramente identificados, resultando em uma cobertura por vezes incompleta, e repleta de preconceitos; na segunda fase é possível identificar partes do ocorrido, enriquecendo a cobertura, podendo ter a correção dos preconceitos ou inconsistências da primeira fase; na terceira fase as notícias começam a mudar o foco para o surgimento de outros acontecimentos; na quarta, a provável, existe a possibilidade de direcionar o interesse ao assunto e produzir uma imagem melhorada do ocorrido.

Robinson (2002) evidencia que dois fatores moldam o impacto causado pela máquina midiática: a certeza política, representada principalmente pela postura e a forma como os políticos guiam os momentos com a mídia; e o enquadramento da mídia, ou seja, a forma como as notícias e acontecimentos são construídos e apresentados. Somado a isso, Robinson (2002), pontua que o foco reside na forma como ocorre a cobertura em situações de crise, e como essa cobertura afeta a política de tomada de decisão.

Sendo assim, é possível analisar um exemplo empírico quando, segundo Charaudeau (2006), a mídia ocidental apresentou o atentado de “11 de setembro”, em um primeiro momento, como somente “ato terrorista”, de forma generalizada. Em seguida, Charaudeau (2006) explica que a mídia resumiu o culpado do ataque em uma etnia, “Talibãs”, e em seguida em um país de origem, “Afeganistão”. E, por fim, a mídia ocidental chegou ao nome do culpado por arquitetar o ataque: Bin Laden. Com base nessa construção, Livingstone (1997) evidencia que, por muitas vezes, o Efeito CNN não é tão perceptível.

Segundo Robinson (2002), o Efeito CNN é dividido em quatro tipos: forte, fraco, acelerador e potencial. O primeiro, é classificado pelo autor como o Efeito CNN em sua essência, ou seja, a mídia conduz a sua influência sobre o processo político em uma direção específica usando a cobertura midiática, que é estendida por vários dias. Esse é o efeito aplicado no ataque do “11 de setembro”. Porém, existe uma diferença quanto ao tempo de duração das coberturas. A cobertura do Efeito CNN forte é, tradicionalmente, realizada ao longo de dias, por conta principalmente da duração do evento que está sendo acompanhado. Já no caso do “11 de setembro” o foco é restrito ao dia do atentado, por ser um ataque de duração mais curta.

O segundo é chamado de efeito fraco. Nele a mídia não conduz o processo político, apenas indica a direção a seguir, ou seja, a mídia não participa ativamente desse processo. O terceiro é o acelerador e é focado no processo de comunicação, que no seu cerne é mais voltado a chamar atenção dos políticos, de acordo com Robinson (2002), o Efeito CNN acelerador pressupõem que os formuladores de política agiriam de qualquer maneira, mas tiveram suas ações aceleradas. O quarto é entendido como potencial por exercer uma espécie

de prevenção, ao antecipar o que pode acontecer no sistema internacional. Ou, o Efeito CNN potencial pode incentivar ações com a expectativa de coberturas positivas, ao mesmo tempo que pode desencorajar os líderes políticos de tomarem determinadas ações por medo de uma potencial cobertura negativa. (ROBINSON, 2002).

Os meios de comunicação só podem acelerar a tomada de decisões, se os decisores políticos perceberem certa pressão para a ação. Da mesma forma, a mídia só pode impedir a tomada de decisões, se conseguirem atrair o apoio público para ação do governo (ANTHONSEN, 2003,p.31)

Robinson (2002) aponta que na relação entre mídia e política existem dois cenários possíveis. No primeiro cenário, quando há a influência da mídia, o governo precisa conviver com um processo político incerto e uma mídia crítica, que gera vulnerabilidade em relação à opinião pública. No segundo cenário, o governo tem a mídia dentro da sua agenda oficial, e em muitos casos, é o governo quem define a agenda de assuntos.

Thompson (1998) pontua que, o poder simbólico está intrinsecamente ligado à comunicação e a troca de informações, associado a isso, o Efeito CNN tem a “capacidade de intervir no curso de acontecimentos, de influenciar as ações dos outros e produzir eventos por meio da transmissão de formas simbólicas” (THOMPSON,1998, p.24). É com base nisso, que o Efeito CNN afetou diretamente o “11 de setembro” e desencadeou o início da “Guerra ao terror”.

Considerações finais

O presente trabalho pretendeu entender o poder de influência da mídia na construção social de eventos, com foco em como o Efeito CNN, que é o fenômeno em que a mídia tem o poder de influenciar decisões políticas (LIVINGSTON, 1997), participou na construção social do “11 de setembro” como um evento espetacularizado. Com isso em mente, foi realizada uma revisão bibliográfica e exploratória

Para se atingir a compreensão de como o Efeito CNN espetaculariza o “11 de setembro”, definiu-se três objetivos específicos. O primeiro objetivo tinha como foco debater os limites do poder midiático, suas potencialidades e a mídia como ator. Então, verificou-se que a mídia tem um potencial simbólico na comunicação, e nos impactos que a comunicação gera (THOMPSON, 1998). Além disso, a mídia passa a ocupar um lugar de ator no sistema

internacional, principalmente, pela sua capacidade de construir realidades sociais por meio do discurso (CAMARGO,2008). Com base nisso, o soft power amplia esse debate para formas de poder que influenciam comportamentos, tal qual a mídia no sistema internacional.

O segundo objetivo pretendeu entender o “11 de setembro”, e o comportamento da mídia no atentado. Sendo assim, o “11 de setembro” é uma consequência de mais de 30 anos de história que culminaram no líder, Osama Bin Laden, criar a organização Al-Qaeda e arquitetar o ataque ao país norte americano. Além disso, o ataque possuía o objetivo de, além de abalar alguns dos símbolos de poder mais importantes para os EUA, ter sua mensagem divulgada. Dessa forma, a mídia apresentou um papel ativo na formação social do “11 de setembro”, pelo enquadramento de suas notícias nos moldes de filme-catástrofe repletos de imagens sintoma (CHARAUDEAU, 2006) e influenciando a opinião pública sobre o modo como construiu o atentado como um espetáculo.

O terceiro objetivo teve como foco analisar os diferentes papéis que a mídia pode assumir, o fenômeno Efeito CNN e como ele espetaculariza o “11 de setembro”. Sob essa perspectiva, o “11 de setembro” chamou a atenção da mídia de forma intensa, principalmente, por voltar o olhar para a mudança de “direção em que as armas estão apontadas” (CHOMSKY, 2002, P.8). Além disso, o “11 de setembro” foi um atentado que chocou a população norte-americana e o mundo por diversos motivos. Chomsky (2002) afirma que o maior motivo não foi o número de vítimas, mas a quebra do paradigma de que a maior superpotência, desde o império Romano, não poderia ser atacada dentro de seu próprio território.

Sendo assim, ao longo do “11 de setembro” a mídia se mostrou controladora, mediante o Efeito CNN (LIVINGSTON, 1997). Dessa forma, a mídia mobilizou, e se tornou o meio pelo qual a opinião pública tomou conhecimento do atentado, além de ser através da mídia que a população acompanhou seu desenrolar. Além disso, a mídia passou a acelerar o tempo para respostas dos tomadores de decisão, que resultou na “Guerra ao terror”.

Portanto, foi possível responder o problema de pesquisa, pois mediante a cobertura 24 horas e a construção de notícias de forma cinematográfica (CHARAUDEAU, 2006) o Efeito CNN espetaculariza o “11 de setembro”. Sendo assim, o Efeito CNN se mostrou essencial para a formulação da “Guerra ao terror” como política internacional, principalmente pela espetacularização (DIODATO, 2004) dos acontecimentos. E, além disso, o Efeito CNN foi influente para a construção social do “11 de setembro” como uma data simbólica¹⁰.

¹⁰ O “11 de setembro” americano se tornou uma data simbólica tão intensa que passou a ofuscar outras datas “11 de setembro” importantes ao longo da história. Como é o caso do “11 de setembro” chileno

Referências

ANTHONSEN, Mette. Decisions on Participation in UN operations: do media matter? In: Göteborg Studies. Politics 80, Göteborg University, 2003

ARON, Raymond. Paz e guerra entre as nações. Brasília: Editora UnB: Ipri; São Paulo: Imprensa Oficial, 2002.

BAHADOR, B. The CNN Effect in Action: How the News Media Pushed the West toward War in Kosovo. New York: Palgrave Macmillan US, 2007

BARBOSA, Rubens Antônio. Os Estados Unidos pós 11 de setembro de 2001: implicações para a ordem mundial e para o Brasil. 2002

BARTH, Fernanda. Mídia, política e pesquisas de opinião pública. Revista Debates, Porto Alegre, v.1, n. 1, jul.-dez., 2007, p. 1-29

BURITY, Caroline R. Travassos. A influência da mídia nas relações internacionais: um estudo teórico a partir do conceito de diplomacia midiática. Contemporânea, Rio de Janeiro, v.1, n.21, 2013

CAMARGO, Julia Faria. Ecos do Frigor: a invasão do Iraque em 2003 - Mídia internacional e a imprensa brasileira. Brasília: UnB, 2008. 142 f. Dissertação (Mestrado) - Instituto de Relações Internacionais da Universidade de Brasília - IREL-UnB, Brasília, 2008

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHAMPAGNE, Patrick. Formar a opinião: o novo jogo político. Petrópolis. RJ.: Vozes, 1996.

CHOMSKY, Noam. A nova guerra contra o terror. Estudos Avançados. vol. 16, n. 44, 2002.

CNN BRASIL. Ataque de 11 de setembro ressignificou o sentido de ameaça, diz professora. Setembro de 2021. Disponível em:
<<https://www.cnnbrasil.com.br/internacional/ataque-de-11-de-setembro-ressignificou-o-sentido-de-ameaca-diz-professora/>>

COHEN, Yoel. Media Diplomacy: The Foreign Office in the Mass Communications Age. London: Frank Cass and Company Ltd, 1986

DA SILVA. F. C. Teixeira & Zhebit, Alexander. Neoterrorismo: Reflexões e Dissertação (Mestrado) — Instituto Rio Branco. 2009

DEBORD, Guy. A sociedade do espetáculo. 1967.

DIREITO legal. Resumo de Atores do Direito Internacional Público. Disponível em:
<<https://direito.legal/direito-publico/resumo-de-atores-do-direito-internacional-publico/>>.

DIODATO, Emidio. (Org.). Comunicazione e politica internazionale: mutamenti strutturali e nuove strategie. Rubbettino: Soveria Mannelli (CZ), 2004. p. 52

FAVALLI, Marcelo. Entenda como aconteceu o ataque às Torres Gêmeas. Cnnbrasil.com.br. Disponível em:
<<https://www.cnnbrasil.com.br/internacional/entenda-como-aconteceu-o-ataque-as-torres-gem-eas/>>.

G1. Entenda o que é a Al-Qaeda, a organização terrorista que mudou a história com os ataques do 11 de setembro. G1. Disponível em:
<<https://g1.globo.com/mundo/noticia/2022/08/01/entenda-o-que-e-a-al-qaeda-a-organizacao-terrorista-que-mudou-a-historia-com-os-ataques-do-11-de-setembro.ghtml>>. Acesso em: 22 out. 2022.

GILBOA, Eytan. Global Communication and Foreign Policy. Journal of Communication; dez., 2002

————— Global Television News and Foreign Policy: Debating the CNN Effect. International Studies Perspectives, v. 6, n. 3, p. 325–341, 2005.

GOWING, Nik. Real-Time TV Coverage from War: Does it Make or Break Government Policy?, 1996

KELLNER, Douglas. A cultura da Mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. São Paulo: EDUSC, 2001

LIVINGSTON, S. Clarifying the CNN effect : an examination of media effects according to type of military intervention. Cambridge, Mass. : Joan Shorenstein Center on the Press, Politics and Public Policy, John F. Kennedy School of Government, Harvard University, 1997

MARINUCCI, Raquel Boing. Relações Internacionais e Mídia. Univ. Rel. Int. Brasília, vol.6, n.1 jan./jun. 2008)43-52

MANZUR, Tânia Maria Pechir Gomes. Opinião pública e política externa do Brasil do Império a João Goulart: um balanço historiográfico. Rev. Bras. Polít. Int. 42 (1): 30-61 (1999).

MATTELART, Armand. A globalização da comunicação. 1996

MENDES, Ricardo. A. S. 40 anos do 11 de setembro: o golpe militar do Chile. 2013

MERMIN, Jonathan. Television. News and American Intervention in Somalia. Political Science Quarterly, v. 112, n.3, 1997

NOGUEIRA, Silvia G. (2016). As estratégias da Secom/PR e a construção de uma identidade brasileira no âmbito internacional. In TRAVANCAS, Isabel; NOGUEIRA, Silvia G. (ed.). Antropologia da comunicação de massa. Campina Grande: EDUEPB, 283-302

NYE, Joseph S. Power in the Global Information Age. Nova Iorque: Routledge, 2004, p. 1-240.

————— “O paradoxo do poder americano”.2002

OLIVEIRA, Rafael Santos de. A mídia como ator emergente das relações internacionais: seu protagonismo no uso do soft power frente aos desafios das mudanças climáticas. Tese (doutorado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Ciências Jurídicas, Programa de Pós-Graduação em Direito, Florianópolis, 2010.

ONUF, Nicholas G. Institutions, Intentions and International Relations. Review of International Studies, v.28, n.2, p.211-228, 2002

PAILLET, Marc. Jornalismo. O quarto poder. São Paulo, Brasiliense, 1986.

PECEQUILO, Cristina. Os Estados Unidos e o século XXI. 2013

PURDY, Sean. O século americano. In.: KARNAL, Leandro (org.). História dos Estados Unidos. São Paulo: Contexto, 2018

RADENOVIC, Milan Rados. Opinião Pública Mundial: Formar ou Manipular. 2006

ROBINSON, Piers. *The CNN effect: the myth of news, foreign policy, and intervention*. London: Routledge, 2002

————— *The CNN Effect: Can the News Media Drive Foreign Policy?* *Review of International Studies*, v. 25, n. 2, p. 301–309, 1999.

ROSENGREN, Karl Erik. Notícias internacionais: tempo e tipo de informação. In: FISCHER, Heinz-Dietrich; MERRIL, John Calhoun (Org.) *Comunicação internacional : meios, canais, funções*, 1970

SAINT-PIERRE, Héctor. *11 de setembro: do terror à injustificada arbitrariedade e o terrorismo de Estado*. 2014

SANSONE, Livio. FURTADO, Cláudio. *Dicionário crítico das ciências sociais dos países de fala oficial portuguesa*. 2015.

VALENTE, Leonardo. *Política externa na Era da Informação*. Rio de Janeiro: Revan, 2007

THOMPSON, John. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

WELLAUSEN, Saly da Silva. Terrorismo e os atentados de 11 de setembro. *Tempo Social; Rev. Sociol. USP, S. Paulo*, 14(2): 83- 112, outubro de 2002.

WENDZEL, Robert L. *Relações internacionais*. Brasília: Edunb, 1985

ZAHID, Farhan. *Tribune libre N° 37: Compreendendo o Talibã através do prisma do código pashtunwali*. 2013

Vista do 40 anos do 11 de setembro: o golpe militar no Chile. *Periodicos.uff.br*. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/revista_estudos_politicos/article/view/38811/22252>. Acesso em: 7 dez. 2022.