

América Latina e a Eleição Estadunidense: Uma Análise da Temática Latina na Cobertura Jornalística das Primárias Norte-Americanas¹

André Felipe SCHLINDWEIN²

Valquíria Michela JOHN³

Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR

Resumo

Os EUA têm influência econômica, política e cultural global, essa influência é vista na América Latina. Tais fatores colaboram para os olhares do mundo se voltarem para o processo eleitoral norte-americano. Propostas sobre imigração, como as de Donald Trump, acabam afetando a comunidade latina. Assim, esta pesquisa tem como objetivo analisar a cobertura de dois veículos latino-americanos nas prévias norte-americanas. Para tal foi utilizado o método de análise de conteúdo proposto por Bardin (1977), nas publicações feitas pelo El País América e Portal G1, entre 1º de fevereiro e 14 de junho de 2016. Assim, foi verificada a presença de temas latinos nas publicações. Constatando assim, o grande destaque dado a construção de um muro entre EUA e México.

Palavras-chave: América Latina; eleições; análise de conteúdo; cobertura jornalística.

1. INTRODUÇÃO

Com o fim da União Soviética, foi atribuído aos Estados Unidos o rótulo de superpotência (LEMOS, 2016). Deste modo, o país exerce influência política, economia e cultural de forma global. Para tal, o dólar como moeda comercial internacional, o poderio militar, o idioma e os produtos culturais, colaboram para o status de importância atribuído aos Estados Unidos (NYE JR, apud. LEMOS, 2016).

Silva e Lima (2008) apontam algumas das influências estadunidenses sobre a América Latina, com o governo de Franklin Delano Roosevelt, através Política de Boa

¹ Trabalho apresentado no GP América Latina, Mídia, Culturas e Tecnologias Digitais do XVII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Bacharel em Jornalismo pela Universidade do Vale do Itajaí (Univali). Integrante dos grupos de pesquisa PONTE (UFPR) e Monitor de Mídia (Univali). Email: afschlindwein@gmail.com.

³ Doutora em Comunicação e Informação pelo PPGCOM/UFRGS. Professora permanente do PPGCOM/UFPR e docente dos cursos de graduação do Decom/UFPR e do curso de Jornalismo da Univali, pesquisadora dos grupos Nefics e Com XXI (UFPR) e Monitor de Mídia (Univali). E-mail: vmichela@gmail.com.

Vizinhança, cujo objetivo era consolidar o domínio político e obter benefícios econômicos. Deste modo, os Estados Unidos criaram um intercâmbio cultural com a América Latina, impondo sua ideologia e cultura através de diversas ações, como culturais e comerciais (SILVA; LIMA, 2008).

As eleições norte-americanas também têm influência nas questões relacionadas à América Latina. Em entrevista para a Folha de São Paulo⁴, o diplomata e ex-embaixador dos Estados Unidos na Venezuela, Patrick Duddy, disse que independente de quem vencesse a eleição presidencial, teria que dar importância ao Hemisfério Ocidental, onde a América Latina está incluída.

Outra questão importante diz respeito à imigração, um dos temas da campanha de Donald Trump. O então candidato republicano defendeu, durante sua campanha, a deportação imediata de imigrantes que vivam nos Estados Unidos sem documentos. Essa atitude pode afetar cerca de 730 mil brasileiros que vivem no país de forma ilegal, segundo o governo brasileiro⁵.

O processo eleitoral também gerou brigas internas nos partidos Democrata e Republicano. Donald Trump, por exemplo, tinha a imigração e o comércio como temas principais de sua campanha, como relata o cientista político da Universidade de Washington, Steven Smith, a Deutsch Welle⁶. Ele avalia que a proposta sobre comércio, como as poucas concessões que Trump fez ao partido sobre suas ideias, dividiu os republicanos.

Já no Partido Democrata, a disputa entre Bernie Sanders e Hillary Clinton foi acirrada durante todo o processo das primárias. Dias antes da convenção que definiria Clinton como a candidata à Casa Branca, a presidente do partido, Debbie Wasserman Schultz, renunciou devido a e-mails divulgados pela WikiLeaks. Em algumas das 19.252 mensagens divulgadas, Schultz e mais seis integrantes do partido, dão a entender que os democratas estariam contra Sanders⁷.

Esse cenário mostra a importância das prévias durante o processo eleitoral norte-americano. Nas prévias⁸ a população escolhe quais candidatos Republicano e Democrata

⁴ Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/mundo/2016/04/1761578-novo-lider-dos-eua-tera-de-priorizar-america-latina-diz-diplomata.shtml> Acesso em: 28, set. 2016.

⁵ Dados retirados da matéria “Como eleição de 2016 nos EUA pode afetar o Brasil?”. Disponível em: http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/12/151223_eleicoes_eua_jf_ab Acesso em: 20, out. 2016.

⁶ Disponível em: <http://www.dw.com/pt/trump-um-dilema-republicano/a-19471141> Acesso em: 08, out. 2016.

⁷ Informações disponíveis em: <http://www1.folha.uol.com.br/mundo/2016/07/1794966-presidente-do-partido-democrata-renuncia-apos-vazamento-de-e-mails.shtml> Acesso em: 28, set. 2016.

⁸ Informações disponíveis em: http://brasil.elpais.com/brasil/2016/02/01/internacional/1454346117_755036.html Acesso em: 29, ago. 2016.

irão lançar para a disputa presidencial, após decisão final em suas devidas convenções nacionais.

Este artigo analisa a cobertura das prévias das eleições norte-americanas de 2016, realizada pelos sites El País América e Portal G1. A pergunta de pesquisa aqui apresentada é: de que forma é realizada a cobertura das eleições presidenciais norte-americanas por El País e Portal G1 no que se refere a temática latina? A partir dessa problemática, o objetivo geral da pesquisa foi o de analisar a cobertura feita pelos portais, das prévias presidenciais norte-americanas, relacionadas à temática latino-americana, presente nas propostas dos candidatos e nas notícias publicadas. Desta forma, apurar o foco que cada veículo deu para o processo eleitoral, verificar a cobertura realizada pelos dois veículos e analisar como discursos e propostas que impactem à América Latina foram retratados nos portais.

2. JORNALISMO POLÍTICO

É papel do jornalista político, informar, formar opinião e fiscalizar (SEABRA, 2006). As informações sobre política, como lembra Aldé (2004), vêm de diferentes meios, como veículos tradicionais, ou mesmo alternativos. Segundo a autora, os jornalistas têm papel fundamental na influência da forma como o cidadão vê as atitudes políticas. “[...] os jornalistas dão credibilidade a certas visões de mundo, a enquadramentos sobre a realidade que influenciam as construções do cidadão comum sobre a política” (p. 2).

Além da necessidade do conhecimento, Martins (2009) afirma que no jornalismo político é preciso um número diversificado de fontes, de diferentes origens e interesses. “Afinal, boa parte da cobertura política resume-se à disputa entre as diferentes versões do mesmo fato” (p. 47-48).

Melo (2008) destaca que em países como Estados Unidos e França, existe uma ausência da editoria política nos veículos de imprensa. O autor explica que essa categoria é mais presente onde, segundo ele, a democracia representativa ainda está em desenvolvimento. Em países como Espanha e Brasil, Melo (2008) destaca a forte presença da editoria. “O panorama é outro quando enveredamos pela bibliografia espanhola ou brasileira, cujas democracias são recentes e cujos jornalismo segmentam e dão tratamento privilegiado à política, entendida como gestão do Estado” (MELO, 2008, p. 91).

A editoria política é frequentemente presente no Jornalismo Internacional. Tal fato ocorre através da cobertura de eleições, projetos de governo, reuniões diplomáticas, entre outros. Desta forma, os acontecimentos políticos que ocorrem ao redor do mundo, são transmitidos para o público.

3. JORNALISMO INTERNACIONAL

O jornalismo internacional “é aquele cuja cobertura aborda partes do mundo que não o país de origem” (SILVA, 2013, p. 23). Desta forma, como explica Bomfim (2012), as fronteiras de Estado são reproduzidas pelo jornalismo quando uma notícia é definida para a editoria de Internacional. Mesmo seguindo a ideia de Silva (2013), Aguiar (2008) considera que a definição de jornalismo internacional é relativa, pois diferente de outras editorias, funciona de outra maneira, pois seu tema de interesse muda conforme a procedência nacional do repórter e a localização do veículo que irá publicar o material produzido. “É desta forma que, nesta área, o que for exterior para uns não o será para outros; e o assunto que é ‘doméstico’ para um país é ‘internacional’ para todos os demais” (AGUIAR, 2008, p. 17).

No jornalismo internacional o número diferenciado de temáticas faz com que a editoria tenha uma vasta quantidade de pautas ao seu alcance (BOMFIM, 2012). Assim “o que se torna ainda mais complexo por envolver países e regiões diversas e, conseqüentemente, perspectivas dissonantes” (BOMFIM, 2012, p. 33). Esses fatos, como cita o autor, acabam atribuindo um papel pedagógico ao jornalismo internacional, o qual apresenta assuntos antes desconhecidos pelo público. Aguiar (2008) enfatiza que o trabalho de abordar diferentes assuntos no jornalismo internacional é uma tarefa delicada, pois o material produzido formará a visão do leitor sobre determinado assuntos.

Desta forma, o jornalismo internacional busca tornar acessível ao público determinado assunto (BOMFIM, 2012). E, devido aos métodos de produção, o autor destaca que o jornalismo internacional acaba produzindo uma maior contextualização das matérias. Produção essa que Bomfim (2012) explica ser feita muitas vezes à distância, tornando o produtor dependente de outras mídias, como agências de notícias.

Dentro do jornalismo internacional podemos encontrar dois tipos de produção de notícias, as agências e os correspondentes. Natali (2007) explica que a ideia de agência de notícias surge com a intenção dos jornais pagarem menos pela produção de notícias. Assim foram formados *pools* com um ou mais repórteres, os quais produziam matérias

para diversos veículos. Já o correspondente é aquele ligado diretamente a um veículo específico, sendo enviado para cobertura de acontecimentos (NATALI, 2007).

No caso do conteúdo produzido por agências, existe também certo apartidarismo nas questões abordadas (NATALI, 2007). Esse fato ocorre, segundo autor, devido ao conteúdo de agências ser distribuído para diversos veículos. Assim tal conteúdo pode ser publicado nos diversos veículos, independentemente da posição desses.

Uma das revoluções no Jornalismo Internacional, como apontado por Natali (2007), foi o advento da internet. Através do meio on-line houve um barateamento de custos e, principalmente, facilidade no acesso de informações, independente da distância. Com isso, é possível levar ao leitor um maior número de informações (NATALI, 2007).

4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para o presente trabalho foi realizada a coleta do material publicado sobre as prévias norte-americanas no período entre 1º de fevereiro e 14 de junho de 2016, nas sessões dedicadas ao tema, nos portais El País América e G1. Desta forma, foi selecionado todo o material publicado nas respectivas datas das eleições realizadas nas prévias Democrata e Republicana, bem como no dia seguinte de cada evento.

Todo o material coletado foi posteriormente categorizado por veículo e mês referente a cada publicação. Com relação às publicações retiradas do site El País, houve conflitos na data de postagem do material no site. Sendo assim, foi considerada a data de postagem presente na página do histórico de publicações, onde o fuso horário presente é o Europeu e não o marcado na página de cada publicação, onde aconteceram atualizações e o fuso horário presente é o brasileiro.

Após coleta, foi realizada a análise e categorização de conteúdo, como proposta por Bardin (1977). Segundo a autora, a análise de conteúdo é “[...] um conjunto de técnicas de análise das comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objectivos de descrição do conteúdo das mensagens” (p. 38).

Na categorização Bardin (1977) explica que o processo é de classificar elementos que fazem parte de um conjunto que os determina, inicialmente por distinção e posteriormente pelo reagrupamento dos mesmos, seguindo um gênero com critério previamente definidos.

Nesta pesquisa, a proposição da autora foi aplicada separando e categorizando o material coletado, registrando o número de publicações por período, o gênero textual

(opinativo ou informativo), a procedência da publicação (própria ou de agência), além de verificar quais postagens faziam menção a algum tema ligado a América Latina.

4.1 Sobre os objetos de estudo

4.1.1 Breve histórico do El País

O jornal espanhol El País foi fundado há 40 anos, em 4 de maio de 1976. Em sua apresentação, o veículo se define como “[...]independiente, de calidad, con vocación iberoamericana y defensor de la democracia pluralista.”, seu atual slogan é “el periódico global”⁹.

O periódico conta com oito redações espalhadas pela Espanha e América Latina. Na Espanha estão seis das oito redações, a sede do veículo em Madrid, além da presença nas cidades de Barcelona, Bilbao, Sevilla, Valência e Santiago de Compostela. Os dois escritórios que completam a lista ficam em São Paulo e na Cidade do México¹⁰.

A versão online do periódico surgiu no ano de 1996, sob o endereço eletrônico elpais.es. Com a intenção de tornar o veículo global, o periódico criou o domínio elpais.com em 2000. Atualmente o portal online conta com três edições Espanha e América, ambas em espanhol, e a versão Brasil, em português. Também é possível acessar uma versão do portal em inglês, com as principais notícias publicadas, traduzidas para o idioma¹¹.

Em matéria publicada¹² no dia 5 de novembro de 2015, o El País divulgou dados do medidor *comScore*, o qual aponta o portal do periódico como o mais lido da Espanha e portal mais lido em língua espanhola referente ao mês de setembro 2015. Segundo o veículo, essas estatísticas permanecem as mesmas desde outubro de 2014, quando o El País alcançou a liderança em audiência nas categorias já mencionadas.

A versão América¹³ do El País possuiu 12 editorias em destaque no site: Internacional, Opinión, Américas, España, Economía, Ciencia, Tecnología, Cultura, Estilo Deportes, Televisión e Vídeo. Na parte superior do site ainda é possível alterar entre as versões España, América, Brasil e Cataluña. Também é possível acessar um menu

⁹ Disponível em: <http://escuela.elpais.com/historia-de-el-pais/> e <http://elpais.com/corporativos/> Acesso em: 06, jun. 2016.

¹⁰ Disponível em: <http://escuela.elpais.com/historia-de-el-pais/> Acesso em: 06, jun. 2016.

¹¹ Idem

¹² Disponível em: http://elpais.com/elpais/2015/11/04/actualidad/1446661965_673346.html Acesso em: 14, ago. 2016.

¹³ http://elpais.com/elpais/portada_america.html?cp=2

expandido, onde, além de encontrar as editorias já citadas, estão outras sessões como: Negócios, Buena Vida, SModa, entre outros. Na distribuição do conteúdo noticioso, seis notícias aparecem em destaque no início da página, com uma delas recebendo maior exposição. Já na metade inferior as notícias são divididas em sessões respectivas a alguma editoria ou assunto especial.

4.1.2 Breve histórico do Portal G1

O portal de notícias G1 foi fundado em 18 de setembro de 2006¹⁴ e está ligado ao portal globo.com, propriedade das Organizações Globo. Segundo ranking da Alexa¹⁵ é o quinto site mais acessado do Brasil.

Na página inicial¹⁶ do Portal G1 três postagens têm lugar de destaque, na parte superior da página. Logo abaixo estão distribuídas em lista, matérias de diferentes editorias. Ao lado da lista de matérias existem três boxes. Um é dedicado a Economia, com informações sobre a bolsa de valores e a cotação de moedas. O segundo contém informações relacionadas a região do internauta, mostrando a previsão do tempo e matérias de destaque. E em terceiro está o box com as cinco notícias mais lidas do portal. Na parte superior do site é possível acessar um menu expandido onde estão as diferentes editorias, blogs e portais regionais do G1.

Ambos os portais aqui citados criaram sessões especiais para as publicações relacionadas ao processo eleitoral estadunidense¹⁷, as quais foram fonte para a análise proposta neste trabalho.

5. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Durante o processo de coleta de material no El País América e Portal G1, que compreende o intervalo de 1º de fevereiro a 14 de junho de 2016, foram publicados um total de 322 matérias referentes aos dias com realização de votações e dia posterior aos eventos. O veículo com maior número de postagens no período foi o El País América, com um total de 183 publicações, superando as 139 postagens realizadas pelo Portal G1.

¹⁴ Disponível em: https://www.facebook.com/g1/about/?entry_point=page_nav_about_item&tab=page_info Acesso em: 13, ago. 2016.

¹⁵ Disponível em: <http://canaltech.com.br/noticia/internet/veja-quais-sao-os-sites-mais-acessados-no-brasil-38887/> Acesso em: 13, ago. 2016.

¹⁶ <http://g1.globo.com>

¹⁷ <http://g1.globo.com/mundo/eleicoes-nos-eua/2016/> e http://elpais.com/tag/elecciones_eeuu/a/

Do total de publicações, o gênero informativo foi o predominante, com 285 publicações, 151 no El País e 134 no Portal G1. Já o conteúdo opinativo foi publicado em 37 ocasiões, 32 no El País e 5 no Portal G1.

É interessante notar que os cinco textos opinativos publicados pelo Portal G1, eram materiais disponibilizados por agências. Enquanto no El País esse tipo de texto foi produzido 29 vezes pelo próprio veículo, que utilizou apenas três textos opinativos disponibilizados por agências de notícias.

O uso de conteúdo oriundo de agências de notícias foi constatado em 82 publicações, considerando postagens informativas e opinativas, sendo 68 no Portal G1 e 14 no El País América. Dentre as agências utilizadas aparecem AFP (Agence France-Presse, França), BBC Brasil (British Broadcasting Corporation, Brasil/Inglaterra), EFE (Agencia Efe, Espanha), La Repubblica (La Repubblica, Itália) NY Times (New York Times, Estados Unidos), NTN24 (Nuestra Tele Noticias 24, Colômbia) e Reuters (Reuters, Inglaterra). As agências que mais apareceram no período foram Reuters, com 24 publicações no Portal G1 e a NTN24, com cinco publicações no El País. Somando as publicações realizadas nos dois veículos, a Reuters é a agência de maior presença, totalizando 25 publicações.

Deste modo foi possível notar que a forma de produção de conteúdo é distinta nos dois veículos. O El País utilizou pouco material de agências, o conteúdo publicado pelo veículo sobre as eleições norte americanas tinha grande participação de correspondentes ou enviados especiais. No Portal G1, a situação é diferente, o veículo fez grande uso de agências e não foi possível identificar nenhum correspondente ou enviado para cobrir o evento, sendo que muitas das postagens produzidas pelo portal não continham créditos.

Considera-se esse aspecto do G1 problemático uma vez que a narrativa que provém majoritariamente de agências tende a ter um caráter mais pasteurizado, uma vez que o mesmo conteúdo será produzido pelas agências e distribuído aos veículos de todo o mundo sem necessariamente levar em conta as singularidades do país. Não se afirma que o trabalho de um correspondente será melhor realizado, porém, como diz Zélia Adghirni (2013, p. 38) “É pelas narrativas dos correspondentes que o singular aflora”.

Ainda conforme a autora “O correspondente projeta expectativas, analisa, recua, se envolve e se distancia para construir seus relatos” (p. 39), o que pode também explicar a maior incidência de conteúdo opinativo por parte do El País, já que tem membros de sua equipe envolvidos diretamente na cobertura do fato, ao contrário do G1 cujos

conteúdos são normalmente de terceiros. Como dito, isso não garante mais qualidade na cobertura jornalística realizada, mas propicia o olhar local diante do acontecimento global, o que certamente possibilita outros vieses na cobertura.

Referente à temática latina, Reuters e BBC Brasil são aquelas que mais produziram conteúdo que tenha alguma menção ao tema, com sete e seis publicações respectivamente. Somando todas as publicações referentes a agências, foram 25 postagens que mencionaram de alguma forma a América Latina.

É interessante notar que a quantidade de publicações oriundas de agências e que façam menção à América Latina no Portal G1 são muito semelhantes. O veículo publicou 69 textos provenientes de produção própria e utilizou 70 textos de diferentes agências. Sobre a temática latina, os números são idênticos, 21 postagens do Portal G1 e 21 de conteúdos de agências.

Já no El País o conteúdo proveniente de produção própria é muito maior, além disso, é o veículo que produz a maioria das publicações que mencionam a América Latina. O veículo utilizou somente 12 textos produzidos por agências, enquanto 181 foram feitos pelo próprio El País. A América Latina recebeu algum tipo de menção em 61 postagens próprias do El País, enquanto foram apenas duas provenientes de agências.

A presença de conteúdo com referência ao tema latino aparece em 105 publicações, 63 do El País América e 42 do Portal G1. É importante destacar que esse número contabiliza toda e qualquer menção a temas, grupos, ou locais que pertençam à América Latina. Assim, esse é um número geral de tal situação, mas que já aponta a importância atribuída pelos veículos ao subcontinente no processo eleitoral estadunidense.

Para a categorização, foi utilizado o conceito de América Latina exposto por Souza (2012)¹⁸, que foca no termo como algo territorial e não na questão da cultura latina. Assim, é uma região que abrange 12 países na América do Sul, sete na América Central e 14 no Caribe. Deste modo, foram contabilizadas como referências à América Latina citações de países que façam parte da região, bem como termos ou pessoas oriundas de tais lugares.

¹⁸ O autor se baseia na proposição de Araujo (2006): ARAUJO, MARIA. C. Prospectos da democracia na América Latina em 2006. CPDOC/FGV, Rio de Janeiro, 2006, p.1-13.

5.2 A temática latina

Menções a temas ligados à América Latina estiveram presentes em 105 publicações, somando os dois veículos analisados. Nesta parte da análise, são apresentados os resultados referentes aos assuntos em que o tema latino esteve presente nas postagens. É importante ressaltar que aqui foram analisados somente as publicações do gênero informativo, totalizando 91 das 105 postagens.

As 91 postagens foram classificadas em quatro categorias: país da América Latina; personagem da América Latina; proposta sobre América Latina e comunidade latina nos Estados Unidos. Assim, as publicações que fizeram menção ou tinham como foco alguma dessas temáticas, foram contabilizadas.

TEMÁTICAS RELACIONADAS A AMÉRICA LATINA		
Temática	El País	Portal G1
País	6	12
Personagem	14	11
Proposta	29	23
Comunidade	25	15

Tabela 1 – Temas ligados a América Latina nos veículos

Fonte: dados coletados pelo autor

5.2.1 Países da América Latina

Os países com maior presença nos textos foram México e Porto Rico, outros três mencionados foram Brasil, Cuba e Equador. No El País América apenas México e Porto Rico estiveram presentes. Já no Portal G1, Brasil, Cuba e Equador foram mencionados.

PAÍSES MENCIONADOS NAS PUBLICAÇÕES		
País	El País	Portal G1
Brasil	0	1
Cuba	0	1
Equador	0	1
México	4	4
Porto Rico	2	5

Tabela 2 – Países mencionados pelos veículos

Fonte: dados coletados pelo autor

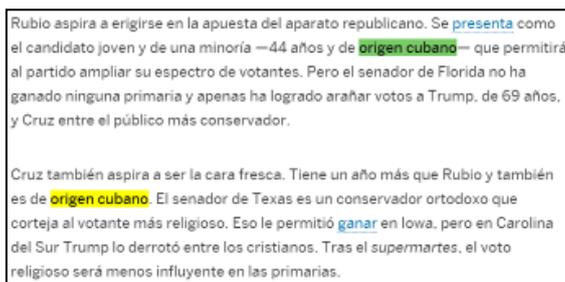
México e Porto Rico tiveram maior número de aparições devido a propostas de campanha e a local de votação nas prévias, respectivamente. A proposta de construção de um muro na fronteira, além de declarações de autoridades mexicanas, foi o motivo que levaram o país ao maior número de menções. Porto Rico por sua vez, foi mencionado devido à realização de votação nas primárias, já que o local faz parte do território americano.

Países como Brasil, Cuba e Equador apareceram nos textos, porém sem destaque, diferente de México e Porto Rico, que tiveram publicações focadas nos dois países. Cuba, por exemplo, é citada na notícia *Trump e Hillary seguem ampliando vantagem na corrida pela Casa Branca (23/03/2016)*, mas não é o foco da publicação.

5.2.2 Personagens latinos

Personagens ligados ao tema latino foram abordados de alguma maneira em 25 oportunidades, 14 vezes no El País, 11 no Portal G1. As aparições variavam entre menções breves e papel de destaque na matéria. Nessa categoria, os personagens mais frequentes foram os dois candidatos republicanos a presidência, Marco Rúbio e Ted Cruz. O fato ocorreu, devido a origem cubana de ambos, frequentemente citada pelos veículos.

Essas citações eram principalmente complementos na menção dos candidatos e não a pauta principal das matérias. É exemplo a matéria *Rubio y Cruz se sitúan como únicas alternativas ante el avance de Trump (22/02/2016)* destacada na Figura 1.



Rubio aspira a erigirse en la apuesta del aparato republicano. Se [presenta](#) como el candidato joven y de una minoría —44 años y de **origen cubano**— que permitirá al partido ampliar su espectro de votantes. Pero el senador de Florida no ha ganado ninguna primaria y apenas ha logrado arañar votos a Trump, de 69 años, y Cruz entre el público más conservador.

Cruz también aspira a ser la cara fresca. Tiene un año más que Rubio y también es de **origen cubano**. El senador de Texas es un conservador ortodoxo que corteja al votante más religioso. Eso le permitió [ganar](#) en Iowa, pero en Carolina del Sur Trump lo derrotó entre los cristianos. Tras el supermartes, el voto religioso será menos influyente en las primarias.

Figura 1 - Exemplo de menção a origem de Marco Rúbio e Ted Cruz

Fonte: Imagem coletada pelo autor no El País América

Outro personagem de grande destaque foi o juiz federal de origem mexicana, Gonzalo Curiel, responsável por julgar um caso contra a Universidade Trump. Nas notícias sobre o caso, no qual Donald Trump acusa o juiz de parcialidade por ser “mexicano”, os veículos mencionam a origem de Gonzalo Curiel.

Personagens mexicanos também foram destaque nas notícias, todas elas envolvendo comparações entre Donald Trump e líderes fascistas, como Hitler e Mussolini. A comparação apareceu em três matérias, uma com o atual presidente do México, Henrique Peña Nieto, outra com o ex-presidente Felipe Calderón, e uma terceira com Vicente Fox e Felipe Calderón.

Outros dois personagens presentes em publicações foram o escritor peruano Mario Vargas Llosa e Diego Reyna, operário canadense de origem mexicana. Na matéria que é personagem, Llosa faz críticas a Trump. Já a publicação com Diego Reyna, mostra o operário com uma bandeira do México, na torre do Hotel Trump, no Canadá.

5.2.3 Propostas para a América Latina

As propostas envolvendo a América Latina foram verificadas em 52 postagens, 29 no El País e 23 no Portal G1. A proposta com maior destaque nas publicações foi a construção de um muro na fronteira entre México e Estados Unidos, defendida por Donald Trump, o tema esteve presente em 37 postagens. A imigração também foi abordada frequentemente, o assunto esteve ligado a latinos em sete matérias. Propostas econômicas ligadas à América Latina foram tema em sete oportunidades. Outro assunto presente foi o fim da intervenção norte-americana na América Latina, a qual apareceu em uma publicação.

A proposta do candidato republicano, Donald Trump, para a construção de um muro na fronteira entre Estados Unidos e México foi a predominante nos veículos analisados. As menções aconteceram desde matérias ligadas ao tema em específico, como aspas de Trump ou de seus adversários sobre a construção na fronteira entre os dois países. A proposta também teve aparição junto de outros temas como pautas econômicas, fato que ocorreu pois Trump pretende realizar bloqueios econômicos e obrigar o México a pagar a construção do muro. É exemplo a figura 2, onde é citado o bloqueio de remessas dos Estados Unidos para o México, em favor da construção do muro.



Figura 2 – Exemplo de menção ao muro junto de tema econômico

Fonte: Imagem coletada pelo autor no El País América.

Como a proposta da construção de um muro na fronteira com o México estava ligada a questão da imigração, propostas sobre imigrantes envolvendo a América Latina não foram abordadas com profundidade. O tema foi tratado de forma ampla e mais relacionada aos muçulmanos. Além disso, quando a questão apareceu nos textos, foi abordada de forma superficial. As propostas de deportação imediata de imigrantes ilegais, defendida por Donald Trump, ou a reforma proposta por Hillary Clinton, foram pouco discutidas, sendo a proposta do candidato republicano mais abordada.

Com relação à economia, as propostas relacionadas ao tema foram mencionadas em sete ocasiões. Propostas como de Donald Trump e Bernie Sanders sobre o fim de um livre-comércio, o qual inclui o México, foram divulgadas. Os veículos também divulgaram a proposta de Trump para bloquear remessas de dinheiro para o México, com a intenção de fazer o país vizinho pagar pela construção de um muro na fronteira. O republicano também defendia a punição para empresas norte-americanas que queiram instalar fábricas em outros países. É importante ressaltar que, assim como as propostas sobre imigração, as de economia também não receberam tratamento aprofundado em ambos os veículos. Ou seja, a abordagem não tratou aspectos relacionados, como motivos e consequências positivas e negativas das propostas. Além disso, nenhum especialista no assunto foi consultado.

5.2.4 Comunidade latina nos Estados Unidos

A comunidade latina presente nos Estados Unidos foi mencionada, direta ou indiretamente em 40 publicações, 25 vezes no El País e 15 no Portal G1. O grande foco dos veículos sobre esse grupo, é a importância do voto latino nas eleições.

Frequentemente, a candidata Hillary Clinton teve a comunidade latina ligada a ela, pois, segundo as publicações, esse é um grupo com tendência favorável a candidata Democrata. A mobilização latina para participar das eleições, devido às propostas de Trump, também foi abordada, ganhando matérias específicas sobre o tema, como é possível perceber na Figura 22.



Figura 22 – Matéria sobre o voto latino incentivado pela fala de Trump

Fonte: Imagem coletada pelo autor no Portal G1

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O processo eleitoral norte-americano de 2016 foi permeado por diversos fatos que chamaram a atenção, tanto da mídia, como do público. O bilionário Donald Trump e o senador socialista Bernie Sanders foram personagens atípicos nessa eleição. Destaque para Trump, com discursos contra imigrantes, principalmente latinos e mulçumanos e sua proposta de construir um muro na fronteira com o México.

No período analisado, a temática latina esteve presente em 91 publicações, de gênero informativo, destas, apenas 26 tinham assuntos latinos como tema principal. De forma geral, temas latinos foram abordados de forma superficial, apenas como segundo plano nas matérias. Ou seja, eram apenas menções das propostas dos candidatos em sua maioria, sem a presença de outras fontes, não abordando detalhadamente causas e consequências dessas menções. Mesmo a proposta de Trump de construir um muro, que foi o tema de maior destaque, não foi tratada profundamente.

De maneira geral, somando textos informativos e opinativos, a temática latina foi mais abordada pelo El País América, somando 63 postagens, sendo duas de agências, contra 42 do Portal G1, as quais 21 eram de agências. Os números mostram um maior interesse do veículo de origem espanhola nos assuntos ligados ao tema latino. Porém, é importante destacar que, nos textos com foco latino, o Portal G1 é quem possui maior número de publicações, somando 15 contra 11 do El País. No entanto, 11 delas são provenientes de agências de notícias, o que pode significar que não é propriamente um interesse do Portal G1 produzir matérias sobre a América Latina.

Estes dados mostram que a América Latina é tratada de forma superficial pela mídia que cobre a região no processo eleitoral norte-americano. A principal temática continua sendo a imigração, que mesmo assim, é pouco explorada. Não existem matérias especiais produzidas sobre o tema, focando apenas nos discursos dos candidatos e daqueles contra esses discursos. Questões econômicas, culturais e até mesmo de relações diplomáticas, acabam ligadas ao tema migratório.

Os fatos aqui abordados reforçam a importância do Jornalismo Internacional em um sentido de ampliar a visão de mundo das pessoas, como destacam Aguiar (2008) e Bomfim (2012). Ambos os autores também mencionam a complexidade existente na editoria, devido ao enorme número de situações que são pauta. É o caso da cobertura

eleitoral norte-americana, onde a quantidade de personagens e assuntos necessitam de uma ampla cobertura jornalística.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Pedro. **Jornalismo internacional em redes**. Rio de Janeiro, Secretaria Especial de Comunicação Social, 2008.

ADGHIRNI, Zélia Leal. A pluralidade do mundo na visão singular do correspondente internacional. **Intexto**, Porto Alegre, UFRGS, n.28, p. 32-52, julho 2013. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/41160>. Acesso em 19 de outubro de 2016.

ALDÉ, Alessandra. Jornalistas e internet: a rede como fonte de informação política. **IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom**, 2004.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977

BOMFIM, Ivan. **Construindo realidades**: uma perspectiva de interação entre Jornalismo e Relações Internacionais. *Comunicação & Inovação*, v. 13, n. 25, 2012.

LEMOS, Marcelo Rodrigues. A atuação política dos Estados Unidos no cenário internacional: notas introdutórias. **Conjuntura Global**, v. 5, n. 1, 2016.

MARTINS, Franklin. **Jornalismo político**. Editora Contexto, 2009.

MELO, José Marques. Jornalismo Político: Democracia, Cidadania, Anomia. **Revista FAMECOS**, v. 1, n. 35, 2008.

NATALI, João Batista. **Jornalismo Internacional**. 1. ed. São Paulo: Contexto, 2007. 127 p.

SEABRA, Roberto; SOUSA, Vivaldo de. **Jornalismo político: teoria, história e técnicas**. Rio de Janeiro: Record, 2006.

SILVA, Marina Mota. **A mídia brasileira e a "onda Obama"**: análise da cobertura das eleições americanas de 2008 pelas revistas semanais. 2013.

SILVA, Guilherme Augusto do Nascimento e ; LIMA, Jonatas Pinto . A Política de Boa Vizinhança e a influência cultural estadunidense na América Latina. **Contemporâneos**, n. 2, 2008. Disponível em: <<http://revistacontemporaneos.com.br/n2/pdf/politicadeboavizinhanca.pdf>>. Acesso em: 20 set. 2016.

SMITH, 2016. Trump, um dilema norte americano. DW Brasil. Disponível em: <http://www.dw.com/pt/trump-um-dilema-republicano/a-19471141> Acesso em 24/08/2016

SOUZA, Ailton de. América Latina, conceito e identidade: algumas reflexões da história. **PRACS: Revista Eletrônica de Humanidades do Curso de Ciências Sociais da UNIFAP**, v. 4, n. 4, p. 29-39, 2012.