
“A América de Trump”: O Papel da mídia e dos Líderes de Opinião nas Eleições Norte-Americanas de 2016¹

Ana Gabriela MIRANDA²

André CARVALHO³

Gisele SILVEIRA⁴

Glenda ARAÚJO⁵

Jusciane CRISTO⁶

Rosalys BRITO⁷

Universidade Federal do Pará, Belém, PA

Resumo

Este artigo objetiva analisar o resultado das Eleições Norte-Americanas de 2016 e a influência que os líderes de opinião e a mídia tiveram na mesma, com base nas teorias de *Two Steps Flow of Communication* de Lazarsfeld, Berelson e Gaudet (1994). Assim, foi realizada uma pesquisa quantitativa sobre as pesquisas de intenção de voto no período de campanhas dos respectivos candidatos: Donald Trump e Hillary Clinton. A análise mostra que enquanto a campanha de Trump teve como ponto forte a exposição seletiva, a campanha de Clinton teve como base os líderes de opinião.

Palavras-chave: Política; Líderes de Opinião; *Two Steps Flow of Communication*; Donald Trump; Hillary Clinton.

Introdução

Nas eleições presidenciais norte-americanas de 2016, o mundo se voltou para a disputa entre os candidatos Hillary Clinton, representante do partido democrata, e Donald Trump do partido republicano. Assumindo as organizações políticas como duas faces da

¹Trabalho apresentado na IJ08 – Estudos interdisciplinares da Comunicação, da Intercom Júnior – XIV Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pará (UFPA). E-mail: 1gabrielamiranda@gmail.com.

³ Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pará (UFPA). E-mail: andrecarvalhojunior@gmail.com.

⁴ Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pará (UFPA). E-mail: sil.gisele.10@gmail.com.

⁵ Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pará (UFPA). E-mail: glenda.chaves@hotmail.com

⁶ Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pará (UFPA). E-mail: juscianerocha@gmail.com.

⁷ Orientadora do trabalho. Doutora em Ciências Sociais, pela UFPA. Mestre em Comunicação, pela UMESP. Graduada em Comunicação - habilitação em Jornalismo pela UFPA. Professora Associada da Faculdade de Comunicação da UFPA e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia (PPGCOM/UFPA). E-mail: rosalysbrito@gmail.com.

mesma moeda, ambos apresentaram posicionamentos distintos para suas campanhas eleitorais; Hillary pertencia ao partido do então presidente Barack Obama e parecia ter sua candidatura melhor aceita pelo público jovem, do outro lado, Trump veio com propostas conservadoras que, por vezes, impactaram de forma negativa ao serem expostas ao público e à mídia.

Diante disto, a eleição de Trump parecia improvável, uma vez que a mídia nacional e internacional via sua imagem como uma verdadeira piada e pesquisas de intenção de votos colocava Hillary como Presidenta. Porém, em 08 de novembro de 2016, contrariando tais pesquisas, pessoas de todo o globo assistiram atônitas a vitória republicana.

Trump ganhou em 29 Estados e as análises de opinião desses respectivos Estados sobre as eleições servirão de embasamento teórico para o desenvolvimento do presente artigo. O resultado do pleito nos Estados-pêndulos⁸ foi de suma importância para alavancar a corrida à Casa Branca, e Donald dominou o sufrágio em 7 deles, portanto se torna imprescindível avaliá-los nos aspectos sócio, político e cultural, focalizando o objeto de estudo nos territórios eleitorais mais populosos e em que a disputa foi mais acirrada: Florida, Ohio e Carolina do Norte.

O empresário construiu a campanha sobre princípios de proteção ao que chamam de “Cidadão americano”, reafirmando uma Doutrina já pronunciada no congresso dos EUA pelo Presidente James Monroe, em 1823: fazer a América para os americanos. Com isso, Trump trouxe incerteza quanto ao futuro das relações exteriores dos EUA. Mostrando-se muitas vezes racista, homofóbico, islamofóbico, xenofóbico em relação aos latinos (em especial mexicanos e cubanos), misógino e conservadorista. Foi por tomar um viés extremista e polêmico que a imprensa não o apoiou veementemente e após sua vitória a mesma não escondeu sua surpresa e/ou indignação.

Tendo em vista o exposto acima, pretende-se investigar a real influência do discurso midiático e dos líderes de opinião sobre o eleitorado estadunidense, e para isto, se faz necessário abordar este encadeamento sob a visão da Teoria *Two Steps Flow*, desenvolvida por Lazarsfeld, Berelson e Gaudet em 1944 e os estudos de sobre a persuasão. Neste artigo será executada uma interpretação acerca das pesquisas de opinião dirigidas ao longo do processo eleitoral dos Estados Unidos, realizadas entre setembro e

⁸ Estados que as intenções de voto estavam divididas entre Democratas e Republicanos.

dezembro de 2016, períodos identificados com maior quantidade de pesquisas, uma vez que se aproximavam as retas-finais e a pós-eleição.

O trabalho discorrerá sobre a campanha de Donald Trump e sua ideologia, a articulação dos líderes de opinião, reação da mídia nacional e internacional no período eleitoral e pós-eleitoral, sendo observado também as impressões de eleitores sobre os posicionamentos de Trump no período da campanha, tendo como base o histórico social e econômico do cidadão estadunidense, em que será feita a correlação destes com os mecanismos de exposição, percepção e memorização seletiva apresentados no material teórico.

Após as interpretações críticas e coerentes com os resultados findados da pesquisa, conclui-se ao responder o porquê de Donald Trump ter ganho a eleição mesmo com a mídia desfavorável à sua candidatura e sem possuir líderes de opinião tão influentes quanto a sua adversária Hillary Clinton, baseando-se na teoria *Two Steps Flow*, a fim de demonstrar que a vitória do candidato conservador não foi absolutamente ocasional, ao contrário do que foi sugerido no discurso predominante dos meios após o resultado.

América para os americanos

Utilizando de sarcasmo ao fazer referência a série original Netflix, *House of cards*, trama na qual se retrata a vida de um político que não mede esforços para conquistar o poder nos Estados Unidos, a revista *The New York Daily News* anunciou a vitória de Trump no dia seguinte ao resultado da votação. “*House Of Horrors: Trump seizes Divided States of America*”⁹. O trocadilho de palavras e a escolha da imagem torna o posicionamento da revista transparente ao noticiar o fato: a perda da candidata Hillary Clinton é incompreensível e as incertezas sobre o futuro dos EUA são preocupantes. Reações compartilhadas não somente por vários norte-americanos, mas também pela imprensa mundial. Jornais de diversas partes do país, como *The New York Times* e *The Wall Street Journal* também trouxeram em suas capas discursos tão impactantes quanto *NY Daily News*.

As semelhanças nas manifestações discursivas indicam que a mídia se mostrou surpresa quanto ao caso, uma vez que o sufrágio de Donald era visto como improvável.

⁹ “Casa dos Horrores- Trump apreende os Estados Divididos da América”.

Tal fator leva a crer que os eleitores estadunidenses não estavam tão passíveis de persuasão para com a mídia e líderes de opinião como o senso comum fazia acreditar. Seguindo este viés, a exposição seletiva entre eles era maior do que se imaginava, uma vez que a candidata Hillary Clinton possuía uma grande quantidade de formadores de opinião à favor de sua candidatura. É válido comentar, segundo a teoria da comunicação *Two Steps Flow of Communication* de Lazarsfeld, Berelson e Gaudet (1944), entende-se por exposição seletiva a escolha de discursos condizentes acordados a opiniões já pré-estabelecidas pelo eleitor. Isso aponta que o telespectador não se torna vítima dos meios comunicacionais, e ainda que este é superestimado. As reações variam de indivíduo para indivíduo e a ideia de sociedade representada por uma grande massa homogênea, antes defendida pela teoria da Bala Mágica¹⁰ já não existe mais. O convencimento através do discurso midiático e seus desdobramentos agora dependem da credibilidade do comunicador, que tem o poder de cativar e sensibilizar os seus receptores.

O principal efeito da campanha foi reforçar a afiliação partidária da maioria dos eleitores um indivíduo cuja pontuação de IPP (Índice de Pré-disposição Política) indicou uma pré-disposição para o partido republicano, mas que inicialmente disse que preferia o candidato democrata, provavelmente mudaria para o candidato republicano mais tarde na campanha. (LASERFIELD, BERELSON e GAUDET, 1944, s/p).

Toda essa disposição anti-Trump surgiu devido as suas articulações cruéis. Durante um de seus comícios, por exemplo, ele apresentou uma de suas propostas mais polêmicas: a construção do muro na fronteira entre os Estados Unidos e México e a deportação de cerca de 11 milhões¹¹ de imigrantes ilegais. Para Trump, o muro dificultaria a entrada de imigrantes do país vizinho; assim ele pretendia diminuir a concorrência no mercado de trabalho e valorizar a recompensa monetária do trabalhador verdadeiramente americano. Logo no seu primeiro discurso no dia 16 de junho de 2015, ao anunciar que iria entrar na corrida presidencial, ele afirmou:

Quando o México manda seu povo aos Estados Unidos, eles mandam pessoas que têm um monte de problemas e trazem estes problemas para nós. Eles trazem as drogas, trazem o crime, são estupradores. E alguns deles, eu confesso, são boas pessoas. Eu iria construir um muro. E ninguém mais entraria ilegalmente. Eu

¹⁰ Teoria da comunicação desenvolvida na Escola Norte-Americana na década de 1930 por vários autores influenciados pelo positivismo e behaviorismo.

¹¹ Segundo o portal de notícias BBC Brasil.

faria o México pagar por isso. (TRUMP, Donald, Washington Post, 2016)

A ocasião obteve ainda mais repercussão quando o Papa Francisco afirmou que não era uma atitude cristã construir muros no lugar de pontes. Trump respondeu a crítica alegando que se ele mesmo fosse o Presidente, o Estado Islâmico jamais atacaria o Vaticano, algo que todos sabem ser o desejo desta facção.

Entre os pontos fortes de sua campanha eleitoral, o pânico dos ataques terroristas de 2016 pelo Estado Islâmico foi essencial para conquistar mais votos. Assumindo uma postura decisiva e agressiva contra não apenas o grupo extremista, mas também contra toda uma religião e etnia, o republicano satisfez o desejo dos americanos assustados e inconformados que não viam a diplomacia como solução.

Outro momento escandaloso foi exibido em um vídeo onde Donald fazia comentários obscenos e misóginos sobre mulheres, provocando numerosas alegações de assédio sexual contra ele. Durante um pronunciamento, ele sugeriu que uma dessas mulheres não era atraente o suficiente para ser assediada, como também no programa *Last Week Tonight* declarou que as mulheres bem sucedidas conseguiram suas carreiras simplesmente por serem bonitas, algo que anteriormente ele já havia dito em seu próprio programa *The Apprentice*, em que acreditava que a aparência das mulheres foi o fator determinante para as suas vitórias no *reality show*.

Apesar da carreira do candidato ter se dado entre falências e dívidas, Trump ainda é reconhecido popularmente como um empresário com domínio em termos de administração, independente das supostas consequências de suas decisões. Entre suas declarações referentes à economia, Trump afirmou sua intenção de obter controle sobre o petróleo no Oriente Médio, sua descrença em impactos ambientais, flexibilização dos impostos e revisão de tratados internacionais, demonstrando impulsividade em suas decisões sobre o comércio dos EUA com países como China, Coreia e Japão.

Propostas mais protecionistas chamaram atenção por contradizerem o próprio sistema que Trump se baseia, porém foi o suficiente para cativar os eleitores afetados pelo desemprego que veem a necessidade de priorizar os problemas internos da classe média ao invés de tratados amistosos com outros países, vistos como uma ameaça ao próprio desenvolvimento.

A situação na região mistura desemprego e pobreza endêmicos, vício em drogas e álcool, lares desfeitos e a sensação disseminada de que o estudo e o esforço não

adiantam para mudar de vida. Alunos abandonam a escola cedo e quase ninguém acredita ser possível chegar à universidade. (GUROVITZ, 2016).

O Partido Republicano possui a fidelidade de eleitores mais conservadores, caracterizados por uma população branca, de baixa escolaridade, ansiosa por uma melhora de vida e atitudes distintas ao então Presidente Barack Obama, acreditando que o país precisa de um impulso a fim de conseguir um fortalecimento moral. A partir da sensibilização e descontentamento da classe média americana, Trump assumiu a postura que o eleitor esperava e seria capaz de apoiar.

O mapa do preconceito

Após tais considerações, o objeto em questão é a quantidade de pessoas que já estavam predispostas a receber o que Trump dizia. O número de grupos disseminadores de ódio nos Estados Unidos explodiu na virada do século. Segundo a organização advocacia legal sem fins lucrativos *Southern Poverty Law Center*, apenas em 2016 havia 917 grupos de ódio no país, o que resultou de um aumento de 16,96% desde 2014, quando haviam apenas 784 grupos de ódio. É provável que esse aumento tenha se dado graças ao começo da campanha de Trump, que, com suas declarações polêmicas, desencadeou uma onda de ódio e preconceito pelo país.

Não é por coincidência que os estados que o Trump ganhou, em sua grande maioria, possuem mais de um grupo de ódio na ativa. Segundo uma pesquisa realizada plataforma de pesquisa imobiliária Adobo, Louisiana foi eleito em uma pesquisa no ano passado o Estado com mais *tweets* preconceituosos. Nesse Estado existem 14 grupos de ódio na ativa. Em Louisiana, Trump recebeu quase 20% a mais de votos do que Hillary Clinton.

Outro exemplo a ser dado é o Estado do Texas, onde Trump venceu com quase 10% a mais de votos. O Estado possui 55 grupos de ódio ativos e, segundo uma pesquisa realizada pela Humboldt *State University* realizada entre junho de 2012 e abril de 2013 que mostrou um mapa das áreas com maior percentual de *tweets* de ódio, o Oeste do Texas é um dos citados na categoria “muito mais racista do que a média”.

Assim, pode-se afirmar que a quantidade de pessoas que já estavam predispostas a receber e aceitar as opiniões de Donald Trump era maior do que esperado. Quando o republicano veio com suas afirmações polêmicas, ele não fez nada mais do que reafirmar

um modelo de ódio e preconceito já estabelecido no país, que, por muitas das vezes, era camuflado e ignorado pela mídia e pela própria população, que disse surpresa com o resultado das eleições.

Os líderes de opinião como filtro de informação

Diferente do que era proposto pela Teoria da Bala mágica, existe um patamar mediador entre os conjuntos de meios de comunicação e o público/eleitor. Denominado “líder de opinião”, estes mediadores exercem uma certa influência na formação de julgamento dos indivíduos, uma vez que qualquer um pode ser formador/influenciador/mediador e a relação interpessoal é melhor valorizada se comparada com a do homem e a máquina. Este conceito base é apresentado nos estudos da Teoria da comunicação de Lazarsfeld, Berelson e Gaudet, *Two Steps Flow of communication*. Ela diz respeito a passagem da informação por dois estágios: primeiro encaminha-se dos meios de comunicação para os líderes de opinião e a partir deles é disseminada para as pessoas.

Quando uma pessoa possui opinião rasa sobre determinado assunto, esta torna-se suscetível às influências da mídia, mas não sem antes levar em consideração a posicionamento de membros do meio ao qual está inserido; é válido enfatizar o papel dos formadores de conceitos comunitários como construtores da opinião pública em escala micro. Este fenômeno indicaria o porquê, segundo Lazarsfeld, Berelson e Gaudet, a imprensa não exerce poder ilimitado e direto na sociedade.

Para Rogers e Shoemaker (*apud* Tuzzo e Figueiredo, 2010) liderança de opinião é um estágio em que um indivíduo é capaz de, informalmente, influenciar a atitude e o comportamento de outros indivíduos com relativa frequência. É um tipo de ascendência informal, que não depende da posição social ou status dentro do sistema, mas é conquistada e mantida pela competência técnica, pela acessibilidade social e pela conformidade com as regras do sistema.

Como já mencionado o republicano não possuía um arsenal de influenciadores tão fortes quanto sua adversária, entre a lista do bilionário estavam o ex-lutador Mike Tyson, a cantora Azealia Banks, o ator Jon Voight, o jogador de basquete Dennis Rodman e o cantor Wayne Newton. Por sua vez, Hillary, contava com apoio de famosos importantes no país e no mundo, como por exemplo, a apresentadora Oprah Winfrey, o

ator Leonardo DiCaprio, as cantoras Cher, Madonna e Beyoncé, o ator Tom Hanks, entre muitos outros.

Mike Tyson, em entrevista ao portal de notícias online *The Daily Beast*, afirmou: “Quando o vejo, ele aperta minha mão e respeita a minha família. Nenhum deles, Barack ou quem quer que seja, ninguém mais faz isso. Então, votarei nele. Se eu puder conseguir 20 mil pessoas ou mais para votar nele, eu farei”. (The Daily Beast, 2016)

Grande parte das personalidades públicas que demonstraram apoio a Trump argumentaram o fato de conhecer o candidato pessoalmente e serem cativadas pelo seu carisma, o que reitera a imagem de que, nas palavras do próprio Donald Trump, ele é simplesmente uma “cara legal”. Percebe-se então que este sustentáculo não derivou necessariamente de suas propostas de campanha e intenções.

Por outro lado, houveram também artistas interessados na posição de Trump para o futuro do país, como o ator Jon Voight, defendendo o seu apoio ao então candidato por acreditar que “é o único com convicção real de que a América volte a ser próspera outra vez”. A rapper Azealia Banks também chamou atenção ao concordar com as medidas propostas por Trump de não acolhimento de estrangeiros refugiados nos Estados Unidos, a fim de obter um desenvolvimento maior acerca dos problemas internos, deixando clara a sua opinião de que Trump seria o presidente que os EUA merecem.

A reação da mídia nacional, internacional e eleitores

Segundo a *Agence France Presse*¹², as vinte maiores empresas de pesquisas, dentre elas redes nacionais de televisão e jornais, apenas uma indicou de forma consistente a vantagem de Trump; esta foi realizada pelo jornal *Los Angeles Times*, durante os últimos quatro meses, a publicação do Estado da Califórnia divulgou pesquisas, em parceria com a Universidade de *South California*, mostrando intenções de voto para o bilionário bem maiores do que outras medições ao redor do país. De acordo com o *LA Times*, Trump registrou, em média, seis pontos percentuais a mais do que o atribuído por outros institutos de pesquisa.

Hillary Clinton teve vantagem de mais de 300 mil votos dos cidadãos comuns, porém as eleições norte americanas são por votos indiretos e Trump ganhou na maioria

¹² *Agence France-Presse* é uma agência de notícias francesa, fundada em 1835 em Paris.

dos Estados. Para melhor compreensão segue explicação do funcionamento do complexo sistema eleitoral do EUA.

A eleição presidencial dos Estados Unidos é indireta e funciona em duas etapas. A primeira fase é feita através do voto popular em todos os Estados e cada Estado possui um número de delegados proporcional ao seu contingente populacional, totalizando 538 delegados em todo o país. Os americanos em seus estados escolhem esses representantes partidários chamados de delegados que constituem o Colégio Eleitoral, se trata de pessoas ativas nos partidos escolhidas para representar o candidato em cada estado, essa é a segunda fase, os votos desses delegados é o que realmente elege o presidente, precisando o candidato a presidência possuir 271 votos dos 538, representando a metade mais um.

Por este motivo, é preferível que o candidato ganhe em mais Estados com o voto popular, mesmo que por uma diferença pequena de votos, do que em poucos Estados com muitos votos. Foi o que aconteceu com Donald, ele venceu em 29 Estados, contra 20 de Hillary Clinton, conquistando um maior número de delegados para a votação decisiva. Dos 50 Estados, 48 possuem o sistema *winner-takes-all*¹³, onde o candidato que teve a maior porcentagem de votos populares recebe todos os votos dos delegados daquele Estado. Apenas Nebraska e Maine não funcionam desta maneira. Neles possuem distritos eleitorais. O candidato mais votado em cada um dos distritos leva 1 voto, e o mais votado no geral leva mais 2 votos. Essa é quinta vez na história dos Estados Unidos em que um candidato perde no voto popular, mas ganha no Colégio eleitoral.

Segundo dados do site G1, uma pesquisa mostrou que a maior parte da população americana não seja favorável ao sistema de eleição presidencial indireta, é pouco provável que haja uma mudança tão cedo. A última vez que o Congresso dos EUA discutiu o assunto seriamente foi em 1934, quando uma proposta de eliminar o Colégio Eleitoral foi derrotada por apenas dois votos.

Os candidatos concentram suas campanhas onde a disputa é mais acirrada e é difícil prever quem será o ganhador naquele Estado, por esse motivo os locais analisados neste estudo serão, Flórida, Ohio e Carolina do Norte, onde nas últimas eleições a disputa presidencial também foi decisiva com diferenças mínimas, pois ora escolhiam os Republicanos, ora os Democratas. Os Estados nos quais já era possível saber o ganhador,

¹³ “Vencedor leva tudo”.

não recebiam tanta atenção, pois para os candidatos isso era visto como perda de tempo e energia.

Segundo o portal de notícias BBC, um dos fatores para Donald Trump ter sido eleito nesses Estados, foi o fenômeno denominado “Onda Branca”, pois os Democratas, de certa forma, tinham confiança neles, uma vez que as populações nesses locais, em sua maioria, são brancos da classe trabalhadora e negros. No entanto, a classe trabalhadora branca, que não possui o ensino superior, preferiu o candidato Donald Trump, pois estavam sentindo-se esquecidos pelos Democratas.

Analisando essas questões, percebe-se que os eleitores de Trump nesses Estados tinham características específicas, que em geral, são pessoas brancas e sem formação acadêmica. Há também, o que os estudiosos denominam de “Bloco”, são pessoas que antes votavam nos Democratas, porém por uma série de fatores, principalmente questões políticas, passaram a depositar sua confiança nos Republicanos, eles não são a maioria na população estadunidense, porém são um dos grupos mais unificados dos Estados Unidos, eles também são conhecidos por não apoiar causas que favoreçam negros e mulheres. O Bloco também não está diretamente ligado aos Republicanos, porém por sentirem-se abandonados pelos democratas, principalmente economicamente, acabam os escolhendo.

O governo Obama deixou inseguranças mesmo entre as comunidades minoritárias que o elegeram, sendo apontado a falta de ações efetivas para evitar maiores confrontos principalmente na Síria, Iraque e Afeganistão, assim como uso de *drones* no Oriente Médio e Norte da África, contradizendo o discurso predominantemente pacifista do ex-presidente. A gestão anterior também deixou insatisfação sobre as consequências da crise imobiliária de 2008, cujas consequências até hoje são sensíveis aos cidadãos de classe média.

As contradições presentes no mandato do democrata se espelham à imagem de Hillary Clinton no período eleitoral, cuja experiência política não foi acompanhada com a consistência em sua campanha, que desde antes de sua candidatura se mostrou vacilante até mesmo dentro do próprio partido.

Donald Trump também teve resistência no partido republicano, mas diferente de Hillary ele se sustentou na conquista do público através de uma posição mais populista apesar de pertencer a uma classe elitista. As contradições de Trump chamaram a atenção por demonstrarem uma atitude mais autêntica, sem receio de contrariar o conservadorismo em seu partido e, portanto, apresentando um maior vigor em sua

campanha, atitudes que para o cidadão americano poderiam até mesmo parecer mais coerentes do que as da candidata adversária.

Considerações finais

O desfecho das eleições premia uma das campanhas mais agressivas e não convencionais da história dos Estados Unidos e a ambição de um empresário que venceu na política explorando ao máximo a frustração do público com a política tradicional. Sua ascensão improvável desafiou o consenso entre os analistas de que não chegaria longe devido à inexperiência na política, às promessas rasas e ao linguajar pouco ortodoxo. Mas ele foi hábil em usar o repúdio a seu favor, afirmando que ele era mais uma prova que incomodava a ordem ideológica, econômica, política e legal que constitui o país. Foi uma disputa de visões de mundo bem diferentes em quase todos os temas, mas acima de tudo entre a continuidade das políticas de Barack Obama, com Hillary Clinton, e a ruptura radical proposta por Donald Trump.

Para os eleitores de Hillary, essa vitória significa a vitória do ódio e do preconceito, mas também desmascara o paradigma que muitas das vezes era ignorado. As afirmações e opiniões polêmicas que guiaram a campanha de Trump está presente no dia a dia de muitas pessoas.

Para os eleitores de Trump, essa vitória significa o reestabelecimento de uma política que priorize os cidadãos norte-americanos e que “conserte” os erros do ex-presidente Barack Obama.

Podemos dizer que enquanto Donald Trump foi carregado pela teoria da exposição seletiva, Hillary Clinton teve sua campanha fortalecida pelos líderes de opinião. Apesar das inúmeras tentativas de líderes e da própria mídia de pintar uma imagem específica de Trump, a predisposição do povo norte-americano a aceitar as opiniões do republicano fez com que o resultado nas urnas fosse diferente do desejado.

Desse modo, percebe-se que não, a mídia não possui um poder ilimitado sobre os receptores, assim como os receptores não são apenas uma massa homogênea e passiva. O processo comunicativo é muito mais complexo e orgânico do que isso.

Referências

ABODO. **Tolerance in America**. Disponível em: <<https://goo.gl/LzcmxD>>. Acesso em: 31 março 2018.

BATISTA, Henrique Gomes. **Americanos se dividem entre críticas e admiração ao governo Obama**. Disponível em: <<https://goo.gl/kM7M7B>>. Acesso em: 28 março de 2018.

BBC. **Eleições nos Estados Unidos: 5 razões para vitória de Trump**. Disponível em: <<https://goo.gl/cgxizn>>. Acesso em: 27 março de 2018.

BBC. **O que pensa Trump: 30 propostas e declarações polêmicas do presidente eleito dos Estados Unidos**. Disponível em: <<https://goo.gl/fdnqJr>>. Acesso em: 25 março 2018.

BBC. **Quem são os eleitores fiéis a Trump?** Disponível em: <<https://goo.gl/XuWNri>>. Acesso em: 27 março 2018.

BBC. **Veja os mapas que explicam a vitória de Trump e o triunfo republicano**. Disponível em: <<https://goo.gl/GrNFD3>>. Acesso em: 25 março 2018.

BUZZFEED. **Quais celebridades já anunciaram votos para Hillary ou Trump nas eleições americanas**. Disponível em: <<https://goo.gl/u0sCJf>>. Acesso em: 26 março 2018.

CARTA CAPITAL. **Louisiana wins title of state with the most prejudiced tweets**. Disponível em: <<https://goo.gl/mCkFUM>>. Acesso em: 28 março de 2018.

CAUTERUCCI, Christina. **Tolerance in America**. Disponível em: <<https://goo.gl/LzcmxD>>. Acesso em: 31 março 2018.

EMELMAN, Adam. JOSEPH, Camaron. SILVERSTEIN, Jason. MCSHANE, Larry. **Donald Trump elected 45th President of the United States in explosive overthrow of Washington establishment**. Disponível em: <<https://goo.gl/agikKD>>. Acesso em: 25 março 2018.

GUROVITZ, Helio. **A vida no país que elegeu Trump**. Disponível em: <<https://goo.gl/Nlrujw>>. Acesso em: 27 março 2018.

HUMBOLDT STATE UNIVERSITY. **Geography of Hate**. Disponível em: <<https://goo.gl/rQVAyS>>. Acesso em: 31 março 2018.

INGRAHAM, Christopher. **The most racist places in America, according to Google**. Disponível em: <<https://goo.gl/dV4Zz6>>. Acesso em: 31 março 2018.

LOPES, Rodrigo. **Quem são os eleitores responsáveis pela vitória de Donald Trump**. Disponível em: <<https://goo.gl/ho9Zwm>>. Acesso em: 31 março 2018.

O GLOBO. **Artigo: o que o México acha de Trump**. Disponível em: <<https://goo.gl/lpiuI3>>. Acesso em: 26 março 2018.

PAULO, Folha de São. **Trump atropela previsões e é eleito o 45º presidente dos Estados Unidos**. Disponível em: <<https://goo.gl/vn7267>>. Acesso em: 27 março 2018.

POPLINE. **The people's choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign.** Disponível em: <<https://goo.gl/dMD4ok>>. Acesso em: 26 março 2018.

RODRIGUEZ, Mathew. **Here's How Homophobic, Sexist and Racist Each US State Really Is.** Disponível em: <<https://goo.gl/4TG8r9>>. Acesso em: 31 março 2018.

SANTORO, Maurício. **Por que Donald Trump venceu?** Disponível em: <<https://goo.gl/MTj4ee>>. Acesso em: 28 março 2018.

SOUSA, Pedro Jorge. Teorias dos efeitos da comunicação social. In: **ELEMENTOS DE TEORIA E PESQUISA DA COMUNICAÇÃO E DOS MEDIA**. 2. Ed. Ver. Amp. [S.L.]: Porto, 2006. Cap. 7, pp. 494-500.

SOUTHERN POVERTY LAW CENTER. **Hate map.** Disponível em: <<https://goo.gl/5Jj960>>. Acesso em: 31 março 2018.

TAN, Avianne. **'House of Horrors,' 'Trump Triumphs:' How US Newspaper Front Pages Are Reporting Donald Trump's Win.** Disponível em: <<https://goo.gl/yt73hV>>. Acesso em: 25 março 2018.

THE NEW YORK TIMES. **Presidential Election Results: Donald J. Trump Wins.** Disponível em: <<https://goo.gl/NgKPcT>>. Acesso em: 25 março 2018.

TUZZO, Simone. FIGUEIREDO, Lívia. **Liderança de opinião: Mídias locais e a interpersoalidade.** Disponível em: <<https://goo.gl/3hPjIw>>. Acesso em: 27 março 2018.

WHASINGTON POST. **Full text: Donald Trump announces a presidential bid.** Disponível em: <<https://goo.gl/DLduWS>>. Acesso em: 31 março 2018.

VEJA. **As principais propostas de Trump para os EUA.** Disponível em: <<https://goo.gl/SbdtmM>>. Acesso em: 25 março 2018.