

## **Introdução**

A comunicação acompanha o ser humano desde sempre, inclusive os seus antepassados. Aliás, faz parte de tudo o que é ser vivo. É uma ferramenta essencial para que toda a interação resulte. Através da comunicação uma alcateia de lobos determina quem é o líder da mesma e como esta deve actuar aquando a hora de caçar. Através da comunicação uma manada de búfalos sabe quando deve dar em retirada de forma organizada perante a ameaça de um predador. Através da comunicação o ser humano consegue socializar, transmitir conhecimentos, opiniões, consegue funcionar enquanto membro de uma sociedade. A razão pela qual são referidas outras espécies para além da nossa – aquela considerada superior – é muito simples: todo e qualquer ser vivo pertence a um sistema no qual se insere e exerce um papel. Dentro desse mesmo sistema existe sempre uma força maior que determina como aquele deve funcionar, seja de forma coerciva, seja sob uma decisão unânime, seja consoante a vontade da maioria. No mundo do ser humano essa força assume a forma da política e o modelo organizacional em que ela se insere. É certo que se pode diferenciar os dois conceitos distintos de comunicação e política, mas todo este estudo não serve para antagonizar tais termos, muito pelo contrário. De forma concisa e clara, procura demonstrar-se como ambos os conceitos se correlacionam e servem o propósito um do outro.

A estrutura da dissertação divide-se em três partes distintas: a teorização da Comunicação Política; o estudo de caso do conflito da Ucrânia;. A primeira parte assume um teor mais científico, onde se argumenta sobre o conceito de Comunicação Política e as suas ramificações. Inicia-se esse capítulo com a análise dos modelos políticos que imperam na actualidade e como funcionam os seus respectivos sistemas de meios de comunicação. Identificados os modelos, inicia-se a exposição da Comunicação Política, com a discussão de variadas concepções lançadas ao longo da História. Dentro deste primeiro tema referem-se os elementos, sendo eles as Entidades Políticas, os Meios de Comunicação e os Cidadãos; desbrava-se o Discurso Político e as suas características; refere-se a importância da Assessoria Política no sucesso da governação; apresenta-se as variantes do Marketing Político assim como o seu desenvolvimento ao longo do tempo; dá-se a conhecer o processo de formação da Opinião Pública e as suas condicionantes; e por fim relata-se a escalada dos Media enquanto quarto poder político. Todo este ponto procura esclarecer o público sobre o conceito e as suas ramificações e para isso os exemplos dados são maioritariamente episódios da conjuntura

política de Portugal – sendo o público primário deste trabalho os docentes e alunos da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.

A segunda parte incide sobre o conflito ucraniano. Neste momento procura-se analisar todo o conflito sob o ponto de vista da comunicação e de como esta tem vindo a influenciar o rumo do mesmo. Denote-se no entanto que a análise feita tem incidência na representação que os meios de comunicação fazem da Comunicação Política. Neste sentido assumem-se os media, não só como relatores do conflito, como também catalizadores da intercomunicação. Em suma, procura-se aproximar tanto o conceito introduzido no primeiro ponto como o conflito introduzido no segundo ponto aos leitores na sua condição de cidadãos activos dentro do meio que é a Comunicação Política.

O período de análise corresponde a Novembro de 2013 até Julho de 2014, sendo que a base de trabalho são as mensagens proferidas pelos intervenientes do conflito. A recolha da informação foi feita maioritariamente do jornal diário português *Público*, sendo que existem algumas referências de outros diários estrangeiros. A análise a todo o conflito na Ucrânia é feita consoante as entidades políticas e o protagonismo que elas assumem em determinados momentos, uma vez que a natureza desta dissertação assenta na Comunicação Política e na sua influência. Por isso, e como não é seguida na íntegra uma ordem cronológica, a divisão dos vários períodos é feita consoante o maior foco dado por qualquer interveniente – tome-se o exemplo do Referendo da Crimeia: sendo um interesse russo a anexação desta península, toda a análise terá em conta o ponto de vista da Rússia. São discutidos vários momentos do conflito – como já foi referido – sendo eles o congelamento das negociações do acordo União Europeia-Ucrânia, por parte de Viktor Ianukovich; a demissão do governo autoritário de Kiev e posterior deposição de Ianukovich; a escalada das milícias separatistas pró-russas no Leste da Ucrânia; a anexação da Crimeia por parte da Rússia; e por fim, as intervenções dos países do Ocidente que visam pôr termo ao conflito e sancionar a Rússia pelas constantes tentativas de destabilizar a ordem internacional.

Por último, a terceira parte retrata um questionário redigido no âmbito desta dissertação, e que incidiu sobre um universo total de 53 pessoas, sendo que o principal objectivo do mesmo foi recolher a opinião fundamentada do público – sem ter de recorrer a entidades terceiras. O questionário fora efectuado nas primeiras duas semanas do mês de Agosto de 2014, o que permitiu uma maior reflexão por parte dos inquiridos devido à já elevada exposição mediática do tema em questão. O número mínimo de participantes pretendido seria na ordem dos 40 enquanto o número máximo seria de 50, sendo que se

excedeu o número de respostas por apenas três. Porém, todas as respostas serão respeitadas, consideradas válidas e fielmente retratadas, no sentido de preservar a integridade da Opinião Pública.



## I – Teorização da Comunicação Política

### 1. Modelos políticos e respectivos sistemas de Media

Com a finalidade de se entender melhor o que é a Comunicação Política e como ela se processa, é vantajoso enumerar e descrever os modelos políticos dominantes, uma vez que esta difere consoante o ambiente político em que se insere. Dito isto existem três modelos distintos<sup>1</sup>, introduzidos por Daniel Hallin e Paolo Mancini, os quais dividem a realidade política mundial e conseqüentemente a sua expressão mediática. Sendo eles o Modelo Mediterrânico, o Modelo do Centro e Norte da Europa e o Modelo Norte-Atlântico.

A classificação destes modelos assenta na análise das características comuns aos seus países integrantes. Assim sendo os elementos de estudo são: a indústria dos jornais; o nível de paralelismo político; o nível de profissionalização do jornalismo; o papel universal do Estado, assim como o seu papel face o sistema de media; a história política de cada país (onde se denotam padrões de conflito e/ou de consenso); a existência de um Governo maioritário ou consenso; o desenvolvimento da autoridade racional-legal; e a (in)existência de um pluralismo político. Assim sendo, resta então passar à apresentação de cada modelo.

#### 1.1. Modelo Mediterrânico

O Modelo Mediterrânico é também conhecido como Modelo Pluralista Polarizado uma vez que os países que se inserem neste modelo – Portugal, Espanha, França e Grécia – são caracterizados pela sua diversidade ideológica; são países onde as instituições liberais se desenvolveram mais tarde, devido ao papel poderoso exercido pelo Estado e pelos partidos políticos aquando a transição para a democracia. Dão portanto recorrente importância ao clientelismo<sup>2</sup> e sustentam um desenvolvimento fraco da autoridade racional-legal. Dentro destes a França apresenta uma exceção assente em vários aspectos: um pluralismo polarizado; um papel forte do Estado; uma história de paralelismo político mais eficaz nos

---

<sup>1</sup> HALLIN, Daniel C., MANCINI, Paolo, *Sistemas de media: estudo comparativo*, Livros Horizonte, Lisboa 2010, p.80

<sup>2</sup> Sub-sistema de relação política onde se aufere proteção a uma entidade em troco de apoio político.

media; uma industrialização mais fortalecida; e um desenvolvimento mais acentuado da imprensa, caracterizada pela sua circulação em larga escala.

Este modelo é caracterizado por uma imprensa que dá primazia aos media electrónicos, que se revela mais orientada para as elites e cuja liberdade e desenvolvimento (mais a nível comercial) foram mais tardios. O paralelismo político é uma realidade e como tal é notável no foco dado à vida política, ao pluralismo externo e à forte tradição jornalística orientada para o comentário e/ou apoio a causas públicas. A profissionalização do jornalismo é desenvolvida em comparação com os outros modelos, já que o jornalismo não está tão fortemente diferenciado do activismo político e a liberdade do jornalismo é frequentemente limitada. Como consequência, os jornais impressos apresentam dificuldades a nível económico-financeiro e nesse sentido são necessitados de subsídios.

É comum neste modelo a instrumentalização dos media pelo Governo, pelos partidos políticos e também pelas restantes entidades com fortes ligações políticas e o Estado desempenha um papel de proprietário, regulador (de forma limitada) e financiador dos meios de comunicação. Contudo muitos países do Mediterrâneo caracterizam-se por uma transição rápida e não controlada da rádio e da televisão detidas pelo Estado, ou seja, ambos os meios de comunicação procuram a independência face ao Estado e instalam-se como instâncias comerciais, o que não significa que se desprendam da vida política pois é sobre esta que maioritariamente reportam.

## **1.2. Modelo do Centro e Norte da Europa**

Sobejamente conhecido como Modelo Corporativista Democrático, é pautado pela particularidade de sustentar conjuntos de características de media que se têm como incompatíveis, ou seja, dentro destes modelo coexistem elementos distintos dos meios de comunicação que à partida não se coadunam. Dentro deste modelo inserem-se a Áustria, Bélgica, Dinamarca, Finlândia, Alemanha, Holanda, Noruega, Suécia e Suíça.

Nestes países as instituições liberais desenvolveram-se cedo e isso permitiu a formação de grupos sociais fortemente organizados, sendo que em alguns o pluralismo estava bastante segmentado. Na primeira metade do século XX, o corporativismo democrático emergiu como um sistema que integrava estes grupos na cena política, actualmente o sentido é de um pluralismo moderado e uma política de consenso, onde o Estado-providência, graças à sua veemência, assumindo um papel fulcral nos sistemas de media.

Este modelo caracteriza-se pela precoce evolução da liberdade de imprensa e da indústria dos jornais e conseqüente circulação elevada dos mesmos. Estes jornais são fortemente partidarizados, bem como os restantes meios de comunicação se associam a grupos sociais organizados. Neste sentido, o paralelismo político é – em termos históricos – elevado, com um jornalismo dirigido para o comentário e orientado para a informação e de profissionalismo neutro crescente. Os meios de comunicação são vistos como instituições sociais em relação às quais o Estado tem responsabilidades e é neste sentido que se encontram os tais elementos distintos que coexistem neste modelo que foram acima referidos. Há que mencionar a coexistência pacífica entre a imprensa política e a imprensa comercial, uma vez que nos restantes modelos existem certos conflitos entre ambas, e a liberdade destas é uma realidade, graças à cooperação e regulação do Estado para com os meios de comunicação. Os sistemas de rádio e televisão tendem a seguir o modelo parlamentar ou cívico/corporativista, com os partidos e os grupos sociais organizados a intervir na governação da rádio e da televisão, contudo denota-se a autonomia desta, que por sinal é elevada.

### **1.3. Modelo Norte-Atlântico**

Como assim também é conhecido, o Modelo Liberal é o último modelo dominante a apresentar. É um modelo onde os seus países partilham as mesmas orientações políticas em termos comunicacionais, contudo entre eles manifestam-se fortes discrepâncias nas várias características, e dele fazem parte os Estados Unidos da América, Canadá, Reino Unido e a Irlanda.

Nos países constituintes deste modelo as instituições liberais desenvolveram-se cedo, tal como no Modelo Corporativista Democrático, e nestes o mercado é tradicionalmente forte e a acção do Estado é relativamente limitada, mais nos Estados Unidos que nos restantes. É um modelo caracterizado por um pluralismo moderado – isto se se considerar Democratas e Republicanos uma representação de pluralismo, no caso dos Estados Unidos – e uma tendência para um sistema onde reina a maioria absoluta. Em todos eles é espelhada uma certa escassez em termos de grupos sociais bem organizados, que assumem relativa importância na Europa Continental, sendo a Inglaterra o país mais propenso a tal realidade. Todavia em todos eles a autoridade racional-legal está fortemente desenvolvida.

Este modelo cedo viu-se munido de liberdade de imprensa e circulação maciça da mesma, embora tal circulação seja inferior à das sociedades Corporativistas Democráticas.

Predominam os jornais comerciais onde o paralelismo político é baixo e o pluralismo interno é a realidade dominante – com clara excepção da partidária imprensa britânica. O jornalismo é fortemente profissionalizado e orientado para a informação, sendo a tradição do comentário a mais forte em Inglaterra, contudo dispensa organização formal. Apesar da liberdade de imprensa ser grande, é recorrente a limitação da autonomia jornalística por pressões comerciais em detrimento da vontade política, o que leva à questão do papel que o Estado desenvolve nestas sociedades. Os Estados Unidos e a Inglaterra são aqueles onde o Estado é mais activo, por motivos distintos: o primeiro devido às crescentes preocupações com cultura nacional; o segundo devido à força inerente tanto das estações de rádio e televisão comerciais como das estações públicas, sendo que estas usufruem de uma forte autonomia em relação ao controlo político – tanto em Inglaterra como nos restantes países.



## 2. Comunicação Política

Todo este estudo tem por base a Comunicação Política, um conceito que conjuga dois termos distintos, mas que, no decorrer da acção política e da convivência em sociedade, se complementam de um modo proeminente. Porém, não é estritamente necessário desbravar cada termo em separado, sendo que é o conceito inicial de comunicação política que é de nuclear importância.

Existem várias concepções de comunicação política, todas elas muito semelhantes, sendo a de Gabriel Almond a mais simplista: a comunicação política é o «conjunto de fluxos de informação dirigidos ao sistema político quer pela sociedade quer por grupos determinados»<sup>3</sup>. Todavia é a definição de Paula do Espírito Santo que se revela mais coerente e concisa. «A comunicação política significa conseguir conjugar a representação política mais adequada às estruturas básicas do sistema político, no momento político em que este sistema se encontra.»<sup>4</sup> Por outras palavras, é a procura de soluções e dinamismos públicos permanentes, respeitando o lugar e o contexto histórico em que se insere, sendo que estes servem de cenário às diversas formas de conceber e interpretar a mensagem política. Enfatize-se o facto de que a comunicação política não é somente a exposição discursal proferida pelos actores políticos. Esse trata-se do discurso político, do corpo da mensagem, que é trabalhado previamente, tendo em conta todos os requisitos seus inerentes. Dentro desse discurso é que podemos denotar o exercício fundamental, que é a comunicação política, através da construção das representações políticas significativas que a mensagem, directa ou indirectamente, descreve. Neste sentido, a comunicação política afirmou-se como elemento cardial para o estabelecimento de relações entre agentes políticos – que desempenham funções relativas à execução, legitimação, ratificação e implementação de decisões, controlam o processo político e competem pelo poder político – e a sociedade que é pelos primeiros governada.

Gianpietro Mazzoleni descreve a comunicação política como «o intercâmbio e o confronto dos conteúdos de interesse público-político que produz o sistema político, os media

---

<sup>3</sup> MARTINS, Manuel Meirinho, *Comunicação e marketing político: contributos pedagógicos*, 2ª edição, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Lisboa 2010, p.21

<sup>4</sup> ESPÍRITO SANTO, Paula do, *Estudos de Comunicação Política: análise de conteúdo da mensagem na campanha e pós-campanha eleitoral nas eleições presidenciais*, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Lisboa 2008, p.161

e os cidadãos/eleitores»<sup>5</sup>, conceito que detém em si todos os valores que fazem jus ao processo de comunicação, emissores, conteúdo e destinatários, mas não todo o seu desenrolar e complexidade. Há que ter em conta a natureza híbrida deste conceito, por este deter em si a comunicação e a política, duas esferas da actividade humana que por sua vez ostentam a sua própria natureza. A origem deste conceito deve-se à mudança do ambiente político ao longo dos tempos e em especial ao surgimento e desenvolvimento dos meios de comunicação, dois acontecimentos que encurtaram a distância entre dirigentes políticos e os seus eleitores. Existe uma certa parcialidade quando chega o momento de caracterizar a comunicação política, algo que Mazzoleni enfatiza ao citar alguns politólogos que defendiam que apenas existiam dois elementos dentro deste conceito, o emissor e o receptor, sendo que a mensagem era apenas fruto da relação criada entre ambos os elementos. Já outros dizem que a mensagem é um terceiro elemento a ter em conta pois ela existe independentemente da relação entre o emissor e o receptor. Com o desenvolvimento dos media existe uma divisão por três fases da comunicação política, sendo a primeira referente ao pós Segunda Guerra Mundial e anos 50, em que a propaganda política insidia sobre as fracturas e dinâmicas sociais e era feita apenas pelos próprios órgãos políticos; a segunda referente ao período entre os anos 60 e 80, onde já se começava a usar os novos meios televisivos e se tomava atenção às fracturas subculturais; e a terceira referente ao período actual desde os anos 90, em que a comunicação é feita em tempo real e nos meios de comunicação aos quais todos têm acesso.

O objectivo primário da comunicação é a persuasão, a intenção de influenciar e garantir o apoio por parte dos receptores da mensagem. Dificilmente a comunicação política cumpre outro objectivo senão este, e para isso conta com a proliferação da mensagem que os media asseguram, ganhando particular atenção os sistemas argumentativos e os comunicados políticos persuasivos. Neste sentido, serve de suporte à actividade política e de impulso à actividade jornalística, ao mesmo tempo que desempenha funções de constituição e restabelecimento da ordem social.

A comunicação política representa uma eterna mudança na informação que perpassa de políticos para cidadãos e vice-versa, sendo que no topo dessa informação se encontra a orientação (e consequente acção) política. Jean-Marie Cotteret<sup>6</sup> vai ainda mais longe ao referir que a própria comunicação é tornada política «em função das consequências directas ou

---

<sup>5</sup> MAZZOLENI, Gianpietro, *La Comunicación Política*, Alianza Editorial, Madrid, 2010, p.17

<sup>6</sup> Fora professor de Direito Público e Ciência Política na Universidade de Nice entre 1964 e 1975. A partir dessa data passou a lecionar Ciência Política na universidade parisiense *Panthéon-Sorbonne*.

indirectas, mediatas ou imediatas que ela pode ter no sistema político»<sup>7</sup>. Em contrapartida, e comparando com a concepção de Paula Espírito Santo, em que a comunicação política está na base da procura de medidas e soluções tendo em conta os contextos temporal e espacial, esta designação de Cotteret prevê a comunicação política como parte integrante desses mesmos contextos, na medida em que a sua actuação acaba por moldá-los. Contudo, ambas espelham sempre o comportamento do sistema político que, em certo grau, é determinado não só pelas suas necessidades internas como também pelas exigências impostas pelo ambiente específico em que opera. Em suma, num lado temos a necessidade de adaptação da comunicação ao espaço e ao tempo, noutra temos a modelagem do espaço e do tempo – nunca no sentido literal do termo obviamente, uma vez que aqui está em causa o sistema político e a sua respectiva sociedade – através da comunicação, sendo quem em ambos, os elementos que influenciam a acção política, são de indole interna e externa.

Numa análise quantitativa e qualitativa, depreende-se que a comunicação é plural nos seus motivos e objectivos específicos, mas homogénea quando se organizam espaços de intervenção estruturantes do sistema político<sup>8</sup>. O desenvolvimento histórico é também evidente com a evolução gradual do alinhamento de motivos cada vez mais políticos e sociais em detrimento dos motivos de natureza ideológica – ainda se nota algum respeito por estas últimas nas alas extremistas de direita e esquerda. A motivação central da comunicação política assenta nos conteúdos que colocam as estruturas vitais do sistema, como a economia, a justiça, a educação e a saúde, no centro das preocupações do discurso político. Contudo, estes elementos assumem um estatuto secundário com a transição do debate político para os meios de comunicação, o que leva a um enaltecimento dos traços de personalidade e do pragmatismo das acções dos candidatos em detrimento da ideologia política praticável. Não quer isso dizer que tais motivações são esquecidas, estas continuam no centro da estratégia dos políticos, porém, a forma como poderá ser essa estratégia aplicada, é julgada primeiramente tendo em conta a personalidade e o passado político do indivíduo que a apresenta.

Em termos práticos pode ser dado o exemplo da nova corrente de pensamento da comunicação política dos países europeus, que dominou por completo as eleições europeias do presente ano 2014, em que os valores mais eleitos haviam sido a mudança e o nacionalismo – exacerbado –, que viriam a valer a vitória aos partidos políticos de extrema

---

<sup>7</sup> MARTINS, Manuel Meirinho, *Op. Cit.*, p.32

<sup>8</sup> ESPÍRITO SANTO, Paula do, *Op. Cit.*, p.159

direita. Algo que demonstra a rápida adaptação da comunicação política face à realidade social que asola os países europeus – mais os do sul –, as elevadas taxas de desemprego e a migração para os países do norte europeu, por parte dos cidadãos contabilizados nessa taxa, na busca um emprego sustentável.

Na actualidade o próprio sistema político já não se atreve a desprender-se dos media, pois graças a estes, a comunicação política garantiu especial importância, uma vez que o seu conteúdo é rico em informações que permitem ajuizar as instituições políticas e manter um certo equilíbrio dentro do sistema político. A relação que mantém estas duas entidades acaba por se tornar benéfica para ambos, pois não sendo exclusivamente unilateral, o processo comunicacional facilita a intercompreensão e reciprocidade que se torna independente da participação política dos intervenientes.

## **2.1. Elementos da Comunicação Política**

Os elementos da comunicação política são todos aqueles que se encontram em permanente interação e que permitem o funcionamento e divulgação da acção política, sendo eles as Organizações Políticas, os Meios de Comunicação Social e os Cidadãos/Eleitores. Cada elemento tem as suas inerentes características, sendo que cada um, tendo em conta o modelo político em que se insere, influencia a acção dos restantes elementos. De seguida descrevem-se sucintamente esses elementos e de que forma são preponderantes para a existência e o bom funcionamento da Comunicação Política.

### **2.1.1. Organizações Políticas**

Tal qual como Maria José Canel afirma, as organizações políticas e os seus agentes são os “individuos que aspiram através de uma organização ou por meios institucionais influenciar o processo de tomada de decisões”<sup>9</sup>. Ao alcançar o poder político institucional arrecada-se essa influência e dentro do poder político institucional encontram-se os partidos políticos, organizações públicas, grupos de pressão, governos e até mesmo grupos terroristas, que por vezes invocam questões religiosas e culturais para exercer essa influência.

---

<sup>9</sup> GONÇALVES, Vitor, *Nos Bastidores do Jogo Político – o Poder dos Assessores*, Minerva Coimbra, Coimbra 2005, p.39

Os partidos políticos para alcançar o poder têm de adquirir a confiança e os votos dos eleitores, sendo que esses votos legitimizam o poder político que irão exercer. Assim cabe aos partidos persuadir os eleitores a votar em si com as campanhas eleitorais. Por exemplo, quando o voto era restrito não havia necessidade de grandes campanhas, mas com a universalização do voto tornou-se inevitável o uso dos meios de comunicação para se chegar às massas eleitorais através de estratégias e táticas de comunicação no mercado político.

### **2.1.2. Meios de Comunicação Social**

Este elemento é sem dúvida o mais importante de todo o processo de comunicação política porque é através dele que os outros dois se relacionam, ou melhor, onde maioritariamente é o poder político que comunica com os cidadãos/eleitores. São ao mesmo tempo meio de comunicação do poder político – uso de terceiros – e emissores de mensagens políticas criadas pelos colaboradores desse meio – acção própria. Quando é necessário partilhar uma mensagem os políticos recorrem aos media, seja ela de que natureza for. No entanto eleva-se um problema, sendo ele a facilidade de acesso, que varia de partido para partido, sendo que os mais pequenos, não partilhando os mesmos recursos que os restantes, não dispõem de iguais oportunidades de tempo de antena.

Também os cidadãos usam, indirectamente, os media para comunicar com o poder político, através de publicações de sondagens, mensagens de opinião pública, etc. – organizadas e transmitidas pelos próprios meios de comunicação –, onde se dá a conhecer a compreensão da situação política e os graus de apoio ou críticas a determinadas decisões políticas.

Em remate há que referir o alinhamento dos meios de comunicação, pois “os media, evidentemente não se limitam a reportar de uma forma neutral e imparcial, o que se passa na arena política”<sup>10</sup>. Os meios de comunicação procuram mostrar a subjectividade de uma mensagem política e não a sua inteira realidade. Isto é, como eles assumem o apoio a um candidato, partido ou movimento político, eles procuram ajudar esse elemento através do controlo das mensagens políticas, tanto do elemento como da oposição. É notável que nas transmissões televisivas de debates políticos do Parlamento Português, por exemplo, normalmente uma determinada estação televisiva procura mostrar segmentos do debate onde se enaltece o apoiado e/ou onde se deprecia a oposição. Nesta conjuntura os media assumem

---

<sup>10</sup> *Idem, ibidem*, p.42

uma orientação política e envolvem-se directamente no confronto político. Pode-se ainda referir os editoriais na rádio e televisão e os comentários escritos nos jornais, que são sem dúvida intervenções políticas e normalmente vão de acordo com a orientação da plataforma jornalística em causa.

### **2.1.3. Cidadãos/Eleitores**

“O objectivo de todo o processo de comunicação política é influenciar os receptores da mensagem, independentemente da dimensão e da natureza do público a que se destina”<sup>11</sup>. Com esta explicação óbvia torna-se claro que sem os eleitores, os receptores da mensagem política, o processo da sua comunicação nunca seria possível. No entanto, apesar de ela ser moldada com o intuito de demover favoravelmente os cidadãos, nunca se consegue quantificar o quão familiarizados com ela estes tenham ficado. É difícil num período imediato relacionar a imagem que um político transparece – ou tenta transparecer – e aquela que os cidadãos reteram para si. A única maneira de se puder aproximar da real opinião pública é através da acção dos meios de comunicação, com comentários, reportagens, editoriais, etc. Atráves destes os eleitores expressam as suas aspirações, sentimentos e necessidades com o recurso a publicações de cartas de cidadãos ou pelo recurso às sondagens. Existe ainda um relacionamento “face-a-face” que permite aos políticos perceberem directamente a opinião de alguns cidadãos, algo que acontece geralmente nas campanhas eleitorais, quando candidatos se deslocam às várias regiões do país e se relacionam com os seus eleitores de uma forma mais pessoal. Porém, grande parte da relação dá-se através dos meios de comunicação, sendo a relação pessoal algo já bastante ultrapassado e que não tem possibilidade de ser contabilizado.

## **2.2. As funções de comunicação política**

Se tiver de ser feita uma análise da comunicação política mediante uma perspectiva funcionalista, a conclusão a que se chega é que o «comportamento político deve ser entendido como o resultado das tensões entre as exigências e as expectativas que a sociedade dirige aos

---

<sup>11</sup> *Idem, ibidem*, p.40

agentes políticos e a capacidade de resposta que estes demonstram (...)»<sup>12</sup>. É a actividade funcional da comunicação política, que é desenvolvida por determinadas estruturas dos sistemas políticos, que permite chegar a esta conclusão, sendo que tal actividade pode ser dividida em três níveis<sup>13</sup> que serão enumerados de imediato.

O primeiro nível remete para as capacidades dos sistemas políticos, abarcando as funções essenciais da captação de recursos, regulamentação de comportamentos, distribuição de bens e serviços e capacidade de resposta às solicitações do ambiente político e social em que se inserem.

No segundo nível constam as funções de conversão, que desempenham um papel preponderante na tomada de decisões. Dado que o processo político se inicia com a expressão de interesses, à qual se segue a tomada de decisões, este nível serve de elemento implementador e controlador das mesmas. Neste caso inserem-se dois tipos de funções: as políticas, onde indivíduos e grupos expressam os seus interesses, canalizando exigências e apoios para o sistema político, estando estes sujeitos a admissão – sendo que devem respeitar a homogeneidade das diversas exigências que entram no sistema, uma vez que estas pode tanto ser originárias de partidos políticos como de grupos de pressão; e as governamentais, que passam pela elaboração de regras, que controlam a acção dos indivíduos e grupos e a aplicação destas, e por fim, a sua adjudicação, onde se intenta controlar e fiscalizar a aplicação das normas de acção.

Por fim, o terceiro nível corresponde às funções de adaptação e manutenção, funções essas que não se relacionam com as medidas impostas pelo segundo nível, mas que acabam por assumir uma importância central na concretização do processo político. São essas funções a de comunicação política, que prevê a troca de informação, mediante processo comunicativo, que acaba por estreitar as relações entre os políticos e os cidadãos, a de função de recrutamento, que objectiva a formação e seleção de pessoal político, e a de função de socialização, que corresponde à assimilação de regras sociais e à integração dos indivíduos no meio social.

Há que tomar nota que o terceiro nível refere a comunicação como seu elemento integrante, porém, e apesar deste ser o terceiro nível, é a comunicação política que permite o funcionamento dos três níveis acima descritos – redundância à parte –, pois os fluxos e os processos de comunicação política, auferem aos sistemas políticos a capacidade de manusear

---

<sup>12</sup> MARTINS, Manuel Meirinho, *Op. Cit.*, p.19

<sup>13</sup> Idem, *ibidem*, p.20/21

e exprimir as suas capacidades, permitindo-lhes assim a apresentação e tomada de decisões. Estamos assim perante um ciclo vicioso onde se inserem as funções de comunicação política que elas próprias fomentam.

### **2.3. Comunicação política e influência**

No ponto anterior foi referido o carácter persuasivo da comunicação política, porém a temática da influência não foi pormenorizada, ou pelo menos clarificada de forma devida. Tal não foi feito de imediato no ponto anterior por crer que esta temática merece algum crédito isolado, ainda que a sua explicação seja breve – não deixando de ser coesa obviamente.

Existem alguns elementos dentro da comunicação política que ganham alguma exclusividade quando se dá foco à questão da influência, entre eles: as organizações políticas ou actores políticos que possuem meios institucionais para influenciar o processo de tomada de decisão política; as audiências, na obstante de que o propósito de toda a comunicação é a persuasão e o alvo desta é a audiência; e os meios ou canais de transmissão da informação. São relevantes estes três elementos por uma simples razão, a comunicação política prevê a troca bilateral de informação entre governantes e governados, contudo essa troca é particularmente condicionada pelos aparelhos governativos, que têm como objectivo influenciar os cidadãos com a finalidade de assegurar o consentimento quanto ao exercício do poder. Assim, a comunicação política «apesar de constituir um sistema de interacções pelo qual governantes e governados se procuram influenciar reciprocamente, não deixa de constituir um instrumento de persuasão consciente dos agentes políticos»<sup>14</sup>, não fosse a intenção de influenciar a verdadeira essência da acção política, e a intenção de condicionar o ambiente político a natureza da comunicação política.

Seguindo a linha de pensamento da influência, segue-se a imagem do poder, que a comunicação política quer transmitir, em detrimento do seu real comportamento. Nesta calha inserem-se mais especificamente os períodos de campanha eleitoral, demonstrando um maior alarido da acção política. Persegue-se uma lógica de “mercantilização” no sentido em que se denota uma exploração comercial da competição pelo poder. Nestes casos é frequente a despolitização e a simplificação e uniformização das mensagens políticas, o que realmente permite uma aproximação linguística com um maior número de eleitores. Todavia, tal

---

<sup>14</sup> Idem, *ibidem*, p.27



facilitismo reforça a necessidade de assumir um pragmatismo da comunicação política, pois perde-se toda a credibilidade num discurso fraco de ideias e soluções, repetitivo e redundante. Nesta corrente reforça-se ainda a ideia da dimensão da influência dos governantes sobre os cidadãos, o que coloca em causa a eficácia do princípio da comunicação.

Este ponto parece que coloca em causa a integridade da comunicação política, atribuindo-lhe um carácter ambivalente, pois a sua concepção inicial prevê uma comunicação bilateral, entre governantes e governados, e no fim acaba a comunicação por ceder aos interesses dos actores e grupos políticos, que, através desta, visam estender a sua influência. Neste mesmo sentido, e de forma a conseguir contornar este vício, seja qual for a configuração que a comunicação política assuma, é vantajoso para o cidadão tomar consciência da existência do vasto quadro da dinâmica de funcionamento dos sistemas políticos, para poder compreender como estes funcionam e não ser facilmente influenciado com discursos abruptos e deficitários. É nesta ordem de pensamento que uma visão sistémica pode ajudar a absorver a importância da comunicação no âmbito da conquista e exercício do poder.

#### **2.4. Investimentos em comunicação política**

Comunicar é uma arte que requer investimentos, no caso da proliferação da informação política, e é óbvio que para o cidadão intervir na vida política da sociedade na qual vive, precisa de estar a par da mesma, e nesse sentido necessita veemente de fazer uso e ser alvo da informação política, e isso arrecada custos, sendo esses custos suportados pelas cotas pagas pelos indivíduos filiados aos partidos políticos, pelas contribuições tributárias dos cidadãos e, em certa medida, por financiamento de grupos de interesse externos, com a finalidade de verem as suas necessidades satisfeitas, subsidiam e apoiam um determinado candidato ou partido político – não se faça aqui confusão com a troca de favores por quantias monetárias não declaradas, inerente ao conceito de corrupção, pois procura-se sempre tornar público esse apoio prestado.

O esforço de investimento em comunicação política destaca-se nas despesas eleitorais declaradas pelas candidaturas (maioritariamente) e nos custos da actividade corrente dos

partidos<sup>15</sup>. O primeiro reporta-se aos custos directos associados exclusivamente ao período da campanha e o segundo refere-se aos custos de actividades de comunicação permanente. Não obstante, é a actividade corrente que permite a gestão do orçamento, uma vez que os partidos tendem a transferir grande parte dos seus orçamentos anuais para as actividades eleitorais. A estes custos juntam-se os custos de emissão de tempos de antena, que ficam entregues exclusivamente aos media, constituindo assim um instrumento de comunicação importante, dado o seu elevado grau de profissionalização na transmissão de informação pública e política e o espaço que ocupam em termos de difusão mediática.

Entre 1995 e 2005<sup>16</sup> observou-se um aumento significativo dos investimentos dos partidos políticos portugueses associados à comunicação eleitoral, acompanhado por um, também exponencial, crescimento dos custos da sua actividade corrente. Assim, confirma-se a relevância que a comunicação política tem assumido ao longo do tempo, levando os actores políticos a darem cada vez mais importância a esta, não olhando – por assim dizer – aos custos que a sua propagação possa acartar.

---

<sup>15</sup> Idem, *Comunicação e marketing político: contributos pedagógicos 2*, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Lisboa 2007, p.21

<sup>16</sup> Ver Anexo I, referente à tabela de despesas eleitorais e correntes dos partidos.

### 3. O Discurso Político

A forma como os líderes/candidatos políticos se dirigem ao eleitorado tem as suas variações, contudo é o Discurso Político o elemento de maior relevância uma vez que neste são apresentadas e discutidas as principais linhas de pensamento e a acção de um determinado grupo e/ou líder/candidato. Existem outras formas de comunicação, tais como as *flash interviews* após reuniões, comícios, debates parlamentares, etc, ou as interações via redes sociais – por onde Barack Obama direccionou a sua segunda campanha eleitoral para Presidente dos Estados Unidos da América, tendo eventualmente ganho a corrida face a Mitt Romney –, contudo é o discurso político, que conjuga discursos de ideias e de poder e jogos de pensamento e acção, que assume o derradeiro papel de comunicação directa ao povo.

Na linha directa de pensamento de comunicação para com o povo, creio que seja importante sublinhar a necessidade de, nesta interação, estar presente as ideias de razão e linguagem comunicacional. Isto leva inicialmente a considerar que as resoluções (que advetem desta comunicação) podem ser tomadas no campo da teoria política a partir do contexto filosófico, uma vez que a linguagem é uma acção e não uma mera visão do mundo e da realidade. Neste sentido, o Discurso Político assume uma estrutura lógica/social onde os políticos intentam seduzir e cativar a atenção dos cidadãos para conquistar o seu voto (em períodos de eleições) ou a sua simpatia e apoio para com os seus ideais e medidas políticas.

A ideia supra referida descrita representa uma concepção actual desta forma de comunicação, contudo a História vê o discurso político evoluir e adaptar-se às emergentes realidades de cada época. Não será necessário uma inteira descrição cronológica desta evolução, sendo que somente o ponto de maior alteração será aquele que mais interessa para entender esta mudança. Podemos afirmar que até ao surgimento do Iluminismo, o Discurso Político era conduzido mediante a coerção. Uma vez que a questão da Liberdade ganhou real preponderância somente nesta altura, até então os regimes políticos algo que se classificavam como opressivos, sendo que a Comunicação Política tinha apenas um sentido, partindo dos líderes para os seus respectivos povos. No livro «*A Dialéctica do Iluminismo*» de Max Horkheimer<sup>17</sup> e Theodor Adorno<sup>18</sup>, ficou comprovada esta realidade, uma vez que esta obra

---

<sup>17</sup> Estugarda, 14 de Fevereiro de 1895 – 7 de Julho de 1973 – Filósofo e sociólogo alemão. Um dos expoentes da Escola de Frankfurt, juntamente com Theodor Adorno, Walter Benjamin, Herbert Marcuse, Jürgen Habermas, entre outros.

<sup>18</sup> Frankfurt, 11 de Setembro de 1903 – 6 de Agosto de 1969 – Filósofo, sociólogo, musicólogo e compositor alemão.

tentara desbravar o discurso político nas primeiras décadas do século XX<sup>19</sup>. Alerta no entanto que não se faça confusão com datas e realidades históricas distintas neste momento. É certo que se refere que até ao Iluminismo o discurso assumia uma natureza opressiva e é certo também que o século XX se situa cronologicamente depois do surgimento do Iluminismo, contudo, a obra acima descrita dá razão a esta descrição, uma vez que a razão se havia perdido nas primeiras décadas do século passado posto que esta não conseguiu prever os conflitos a nível mundial. Entenda-se por fim que a razão fora usada para compreender o fracasso social, económico, político e cultural, mas não para a resolução do mesmo, o que levou a que determinadas entidades políticas voltassem a assumir um discurso coercivo e opressor para resolver e dar algum rumo positivo aos seus estados e conseqüentemente aos seus povos.

Bem sabemos que tal conclusão nos leva a pensar o Discurso Político como o único meio de comunicação política – que assim se torna unilateral –, contudo é preciso tomar consciência de que esta natureza apenas se demonstrou em momentos que a razão falhou. Faz recordar um pouco “O Príncipe” de Nicolau Maquiavel, visto que se revela a essência maligna – digamos assim – do ser humano, onde este, em tempos de crise (seja de que natureza for) tenta assumir as rédeas da “revolução” de forma tirana e imperativa. Semelhante a este discurso de cariz coercivo, denota-se em alguns casos a salvaguarda dos ideais racionais burgueses de submissão da natureza em prol de interesses próprios, que levam a uma entidade política agir de forma directa e imediata, sem consentimento do seu povo ou até de outro estado e/ou entidade internacional – a crítica que serve de exemplo a este modelo discursivo é a eterna crónica do ideal de liberdade imposta pelos Estados Unidos da América<sup>20</sup>: se se descobre que um país de regime ditatorial tem combustíveis fósseis a «Águia» de imediato decide intervir e «democratizar» esse estado soberano.

É preciso no entanto tomar consciência que se deram alterações nesta forma de comunicação, já referido no início deste ponto. A evolução do Discurso Político é uma realidade e da mesma forma que dispomos da obra de Hockheimer e Adorno para nos elucidar sobre a natureza opressiva deste discurso em tempos que a razão falha, temos também a obra de Herbert Marcuse<sup>21</sup> «*Homem Uni-Dimensional: Estudos na Ideologia da Sociedade*

---

<sup>19</sup> MORGADO, Isabel Salema, *Uma ética para a política: a teoria da acção comunicativa e a questão da legitimação ético-política nas sociedades contemporâneas*, Instituto Piaget, Lisboa 2004, p.263

<sup>20</sup> Ver Anexo II, referente à imagem satírica dos Estados Unidos da América.

<sup>21</sup> Berlim, 19 de Julho de 1898 – 29 de Julho de 1979 – Sociólogo e filósofo alemão.

*Industrial Avançada*», que incide sobre a adaptação do Discurso Político durante as décadas de 60 e de 70 do século XX<sup>22</sup>.

Ainda hoje se estudam os efeitos manipuladores e mistificadores dos discursos na política e na economia, e este estudo de Marcuse de certa forma introduz essa polémica. A sua avaliação destaca a evolução de um discurso opressivo para um discurso de efeitos perlocutórios de carácter demagógico. Se tivéssemos de descrever esta evolução de uma forma extremamente simples, diríamos que os líderes políticos teriam passado de ditadores autoritários para manipuladores. Não fosse a demagogia a “*arte ou poder de conduzir o povo*”, tal como a sua origem grega indica, «o fenómeno do discurso político rege-se muitas das vezes por modelos mais ou menos fixos de uma linguagem unidimensional»<sup>23</sup>. Marcuse quer com isto dizer que no Discurso Político é frequente o uso de sinónimos e redundâncias, siglas e termos que carecem de uma explicação sucinta, ideias gerais flutuantes acerca de propostas pragmáticas e vagas propostas para a resolução de conflitos e/ou crises em concreto. Ao mesmo tempo os políticos acabam por demonstrar: alguma parcialidade no que toca à aplicação de leis e regras – mais do que propostas ou sentidos a seguir, acabam mesmo por dar o seu parecer no que é para si o mais correcto –; dependência ideológica que não lhes permite discutir assuntos de maneira aberta com outros líderes políticos; conclusões com argumentos deficientes; obliteração e consequente seleção de informação; ignorância face às tradições e costumes, tanto a nível local como nacional e até internacional; arrogância intelectual assente na existência de classes; e uso de artifícios linguísticos que induzem os cidadãos a confundir as coisas com a função a que realmente se destinam.

Reforce-se a ideia de que estas características discursivas foram analisadas até ao fim da década de 70, contudo ainda hoje são visíveis – talvez até com maior fulgor – uma vez que a discussão política se transferiu dos parlamentos – por excelência, lugar de eleição e de especialidade – para os meios de comunicação, por intermédio do desenvolvimento dos meios de comunicação e da influência das artes publicitárias. Esta alteração, por mais que tenha ajudado na proliferação da informação política, acabou por penalizar o Discurso Político, uma vez que se perdeu em abordagem legislativa e rigor no tratamento dos temas. Por sua vez, a Opinião Pública viu-se algo desacreditada na cena política porque tal mudança de cenário de discussão não se traduziu em ganhos de clareza e compreensão generalizada dos candidatos/líderes políticos por parte dos cidadãos – que passaram a assumir o estatuto de

---

<sup>22</sup> Idem, *ibidem*, p.266

<sup>23</sup> Idem, *ibidem*, p.266

cidadãos espectadores, não no sentido de serem inactivos na cena política apesar de serem dela parte integrante, mas sim de assistirem à discussão política nos media, que até então somente transmitiam e proliferavam a informação política. Urge aqui alguma necessidade em apresentar um exemplo prático, sendo que o melhor que se pode dar, a fim de se entender esta alteração, será mesmo a criação dos canais parlamentares, ou seja, os canais televisivos que se destinam a transmitir em tempo real as discussões políticas, sociais, culturais, económicas e financeiras que tem lugar nos sítios próprios de se conduzirem tais discussões, os parlamentos. Estes canais propenciam transparência no que toca ao acesso de informação política por parte dos telespectadores, uma vez que as transmissões dos debates são feitas em tempo real, o que não permite uma edição da transmissão, que eventualmente poderia ser adulterada a fim de se transmitir apenas a informação que cada meio de comunicação – ou até mesmo os próprios políticos – pudessem achar importante. Estes canais televisivos vieram contrariar a ideia generalizada que seria impossível conciliar o discurso e a imagem.

Apesar de se notar uma prevalência da imagem, na transmissão televisiva do discurso político, «o registo narrativo emerge num quadro de estruturação cognitiva»<sup>24</sup>, sem a qual a informação e as demais mensagens teriam um sentido inicial lúdico e excessivamente sensorial. Contudo coloca-se a seguinte questão, ainda que superficial, poderá eventualmente ter alguma relevância neste sentido: até que ponto estão as entidades políticas preocupadas com a sua imagem e as aparências que possam transmitir aos telespectadores nestas transmissões? Alguns desses elementos podem até dar extrema importância a tal e no momento da sua intervenção contêm-se inevitavelmente, não dando o seu real parecer dos assuntos e medidas debatidos em pleno Parlamento, ficando-se – literalmente, e fazendo jus à expressão – pela opinião politicamente correcta.

Em termo de conclusão, o discurso político assumiu uma legitimação política quando, a partir do século XVII, se deixa de fazer apelo aos argumentos que evocam a ordem divina, natural e antropológica, como meios que justificam a escolha de decisões no decorrer de cargos políticos, o que exigia um estatuto de figuras da autoridade assumido pelos governos. Em meados do século XIX assistimos a um ressurgimento das luzes, procurando legitimar o poder político através do voto dos cidadãos. Neste sentido, a opressão caiu em descrédito e a coerção para se considerar a capacidade de seduzir os cidadãos/eleitores a fim de estes simpaticizarem com projectos, políticos ou personalidades. No entanto, o discurso político não

---

<sup>24</sup> MARTINS, Manuel Meirinho, *Comunicação e marketing político: contributos pedagógicos*, p,40

é legitimado somente por um conjunto de cidadãos que se reúnem em assembleia para validar a aprovação ou aplicação de uma lei. Se assim fosse qualquer argumento serviria para manipular a acção de voto em prol de tal finalidade. Para prevenir este acontecimento, cada ordem política, a fim de ser legitimada, necessita de se reconhecer e defender com argumentos plausíveis e válidos que a revelem como genuína e justa. Pode-se classificar tal pressuposto como fruto do bom-senso dentro da cena política, contudo Jean Jacques Rousseau fez questão de frisar a necessidade de respeitar este procedimento, através dos ideias difundidos no seu «Contrato Social», através do qual se estabeleceram bases que permitiram passar a regular e coordenar o comportamento social.





#### **4. Assessoria Política**

Por mais conhecimentos da vida política que os actores políticos detenham, a sua capacidade comunicativa e a forma como divulgam os seus ideais e propostas podem não ser devidamente eficazes. A consciencialização da existência desta lacuna revelou a necessidade, por parte dos líderes políticos, de melhorar a capacidade de comunicar com os cidadãos. Para superar esta irregularidade surge a assessoria política, que, em tempos de sociedade globalizada, tem vindo a assumir uma extrema importância, pois, ao aliar-se às entidades políticas, facilitou e melhorou significativamente a força, a extensão e a eficiência da comunicação política.

Sobrevoando o seu significado, assessoria política é prestar assistência, não somente sobre a parte jurídica, ou mais especificamente sobre a elaboração de projectos de lei, mas, principalmente, sobre as questões relacionadas com a comunicação política. O político/candidato, não está inteiramente consciente da demanda política que lhe precede, por isso é fundamental que, em primeira instância, se rodeie de um grupo de assessores profissionais, que eventualmente irão fortalecer o desempenho da sua função administrativa.

Um assessor político, para que seja inteiramente útil e proveitoso na sua função, necessita de ter um conhecimento generalista sólido da vida política, estar dentro da legislação eleitoral, dominar a língua que se insere no sistema político, possuir capacidade argumentativa e de redação e deter noção de jornalismo e postura para saber orientar o político/candidato diante dos meios de comunicação social, para que assim melhor o auxilie com as articulações políticas. Por sua vez, o político/candidato, não pode esperar o milagre de conquistar a simpatia e apoio do eleitorado e consequentemente ganhar as eleições, apenas com o trabalho realizado pela sua equipa de assessores. Este deve, à partida possuir carisma e um passado nunca tumultuoso, que o possa prejudicar no futuro da sua acção política. A assessoria política traduz-se assim na implementação de estratégias de acção, no uso de instrumentos como pesquisas quantitativas e qualitativas, na propaganda televisiva, na preparação de discursos e organização de palestras e seminários, na elaboração de programas de governo, etc., tendo sempre em consideração o impacto que tais acções possam ter junto da opinião pública. Esta não está somente ligada às lideranças políticas, podendo associar-se também a lideranças empresariais e dirigentes de entidades representativas, como federações, associações e sindicatos – sendo que estes constituem a grande maioria dos grupos de pressão.

Em suma, assessoria de comunicação é uma actividade de comunicação social que serve de ponte entre uma entidade – seja ela indivíduo ou instituição – e o público que tem acesso aos media e logo está sujeito à sua mensagem. De uma maneira geral, a assessoria gere a informação, tendo em conta os temas que aborda e defende. A assessoria política é portanto a ala que gere a mensagem que provém das instâncias políticas. Esta mensagem tem de respeitar um certo número de princípios, sendo eles a busca e transmissão da verdade, manutenção da sua integridade e daqueles que recebem a sua mensagem, transmitir confiança e claro assumir uma responsabilidade para com a sociedade. Os assessores que operam nesta ala da comunicação social são escolhidos pelas entidades políticas que representam e são eles que tratam de moldar a mensagem política que deve chegar aos eleitores e convencê-los a apoiar tais entidades.

#### **4.1. Funcionamento da Actividade**

Esta descrição funcional da actividade transmitida baseia-se num estudo realizado para obra matriz deste trabalho (a de Vitor Gonçalves), sendo esse estudo um conjunto de questões sobre possíveis acções dos assessores e a frequência com que as efectuem.

Uma vez que os assessores não tratam apenas de moldar a mensagem mas também marcam e gerem as apresentações em público dos políticos que representam, procuram aconselhar estes na maneira como o devem fazer e como se devem vestir, apresentando estes uma imagem mais formal, mais conservadora ou mais excêntrica. No entanto nem todos tendem a intervir neste ponto, deixando tal questão ao critério e gosto do próprio político. Ainda na questão da imagem, os assessores têm em conta os locais, o cenário ou *background* que poderá proporcionar uma boa imagem fotográfica ou filmagem televisiva. Normalmente procuram-se lugares icónicos ou sítios cujo cenário entre em harmonia com a própria apresentação do político. O exemplo que Vitor Gonçalves dá é o de António Guterres<sup>25</sup>, onde se procedeu a uma renovação do jardim da residência oficial do Primeiro Ministro, no Palácio de São Bento, algo que transmite os valores familiares e religiosos que o próprio defendia. Dado que o lugar onde decorrem as conferências de imprensa permite leituras diferentes por parte dos eleitores, o cariz religioso que a mensagem de Guterres assumiu levou a que o aborto não fosse legalizado durante o seu mandato, assim como o conhecimento geral da renovação do local onde decorriam as conferências de imprensa, fortaleceram um pouco a sua

---

<sup>25</sup> GONÇALVES, Vitor, *Op. Cit.*, p.155

ideia e política de requalificação das cidades portuguesas – como se à semelhança do que aconteceu no jardim da sua residência oficial poderia acontecer nas regiões de Portugal. De seguida passamos à parte da construção da mensagem, nomeadamente a escrita de discursos.

A composição de um discurso não se resume apenas a nele despejar o que se quer transmitir, há que ter em conta a quem se dirige e para isso deve ser redigido da melhor maneira possível. A verdade é que nem todo o discurso acaba por ser recriado pelos meios de comunicação social, daí que seja necessário dar ênfase nas partes que realmente se querem ver citadas nos jornais. Quem os escreve tem de ter presente o bom uso da sua língua e deve empregá-la de maneira a que o discurso não seja nem demasiado complexo nem demasiado simples, para não se cair no risco de levar a um desentendimento ou desinteresse por parte dos receptores. Os assessores sabem o que os media procuram e para isso procuram ajudar os políticos – ainda que de uma maneira minimalista – na construção destes, mantendo o discurso simples mas aprasível e de frases curtas mas claras. Outra questão é o *timing*, o momento certo de quando transmitir as decisões tomadas. É nesta acção que os assessores assumem uma importância acrescida, uma vez que estando próximos dos jornalistas e dos meios de comunicação, têm mais facilidade em acordar o momento em que serão transmitidas as conferências de imprensa, promovidas visitas a um espaço que tenha directamente a ver com as medidas aplicadas, etc. Por exemplo, num momento em que os meios de comunicação social se mobilizam em larga escala para cobrir um grande acontecimento, não faz sentido procurar os media para dar a conhecer as decisões tomadas nesse preciso momento. Por fim resta saber como os assessores influenciam o processo de tomada de decisão e como intervêm na campanha eleitoral.

A verdade é que os assessores políticos não se limitam às questões de comunicação, sendo por várias vezes escutados pelos ministros quando estes têm de tomar opções políticas. É muito simples perceber o porquê da sua consulta, pois uma vez que parte se dedicara ao jornalismo político no passado, o conhecimento de determinadas consequências para determinadas acções está bem presente. A proximidade do assessor ao candidato também é determinante uma vez que o primeiro por vezes acaba por se tornar um confidente do segundo, assumindo assim de forma informal a função de conselheiro político. Por fim temos a campanha eleitoral e a acção que os assessores nela realizam. Nova verdade é a de que os assessores ajudam na construção da mensagem política, mas aquando a campanha eleitoral de um partido a sua acção é um tanto quanto mais discreta. Como já fora referido anteriormente, os assessores procuram não assumir qualquer orientação política publicamente, por isso a

grande maioria, se realmente intervir aquando a campanha eleitoral, fá-lo-ao da maneira mais discreta possível para não comprometer o seu futuro profissional e a possibilidade de voltar ao jornalismo.

## 5. Marketing Político

O mundo evoluiu no sentido da difusão de ideias e na concessão das mesmas em produtos concretos, que se possam trocar ou vender a fim de adquirir lucro e prestígio. Com o ambiente político o mesmo se sucede, no entanto o que se alcança é o poder. E como se alcança esse poder? convencendo as massas de que se é capaz de ocupar e gerir cargos políticos de interesse e renome. Pegando no conceito de Marketing e no conceito de Política com toda a certeza temos pano para mangas, isto é, temos uma variedade de interpretações de cada termo que nos permitem deambular entre temas distintos até um ponto em que ambos se interceptam. Neste caso concreto não interessa discutir cenários em que ambos os conceitos se contrapõem, muito pelo contrário, interessa a união entre ambos, e é aqui que o Marketing Político se torna o cerne deste capítulo.

«Actualmente, as sociedades são marcadas pela Era da Imagem, pela influência da Publicidade e pela prática de uma política baseada em pormenores mediáticos», assim o diz Maria Manuel Simões<sup>26</sup> e com toda a razão. Nos tempos que correm o consumismo é desenfreado e se um determinado produto, por mais fraco e inútil que seja, se tiver uma publicidade forte e que agarre completamente o público alvo, com toda a certeza serão milhares ou até mesmo milhões as pessoas que passarão a ser consumidores desse produto. Contudo o Marketing Político prima por uma imagem positiva acima de tudo, tudo porque este não existe apenas aquando momentos de campanha eleitoral, não se aplica apenas quando um candidato quer ser ministro ou presidente – a nível regional, nacional ou internacional –, uma vez que cabe ao vencedor continuar uma boa campanha de marketing de si próprio, mesmo depois de ocupar o cargo que almejava. Tudo porque existe sempre um povo nacional a agradar e parceiros internacionais a conquistar e/ou manter, mas tecnicamente a este segundo esforço aplica-se mais o termo de Comunicação Política.

Já lá vai o tempo em que bastava a ideologia de um partido ou de uma facção política para que os seus militantes e eleitores ficassem convencidos de que aquela era a opção correcta a escolher. Assim sendo, o Marketing Político surgiu com a necessidade de criar mensagens fortes e estruturadas a fim de ganhar a atenção das massas. Tomando este

---

<sup>26</sup> SIMÕES, Maria Manuel, *Marketing e Comunicação Política*, p.31

surgimento distinguem-se duas vertentes opinativas<sup>27</sup>: os que assumem e defendem, que consideram o ponto forte o diálogo/debate e como estes enaltecem a imagem e a mensagem a transmitir; e os que negam e desvalorizam, aqueles que olham para este “progresso” como uma forma de tornar os comunicados e discursos políticos como meros *slogans* de campanha exponeciados pelos meios mais mediáticos com o intuito de conseguir grandes audiências.

### 5.1. Delimitações de Marketing Político

É possível afirmar com veemência que, apesar de os meios e canais de comunicação estarem em constante evolução, a comunicação entre políticos e cidadãos é bastante diminuta. Tem-se campanhas e comunicados políticos, sim temos debates em horário nobre, sim temos representações da opinião pública em programas e editoriais dedicados, mas o que acontece é que não existe um confronto directo entre eleitorado e candidato/líder político. Podemos bem contradizer este primeiro argumento com as “notícias” televisivas em que se vêem candidatos a apertar a mão a eleitores enquanto o primeiro faz declarações politicamente correctas e enquanto os segundos, só por estarem em frente a uma figura pública – e podemos mesmo dizê-lo – ficam bastante frenéticos, e por vezes eufóricos, sem conseguindo por vezes mostrar o seu desagrado com a conjuntura do seu país (isto tomando como exemplo a situação político-económica de Portugal). Mas o que acontece também aqui é que não temos acesso total às filmagens, existe uma pré-selecção do que pode ou não ser transmitido, e como se procura sempre dar uma imagem positiva do candidato, é mais do que óbvio que se procuram transparecer imagens de progresso, respeito e sobretudo confiança, porque sejamos sinceros, manifestações contra o poder político existem sempre e a menos que a força da oposição seja maior, essas nunca têm tanto direito de antena – e se tiverem – quanto aqueles que são ora considerados favoritos ora já se encontram no poder.

Tomando consciência desta realidade nesta pequena introdução, observamos que é realmente necessário existir uma técnica de persuasão ética, que pressupõe referências morais, honestidade e rigor, para que essa lacuna da comunicação entre as sociedades actuais e os seus representantes políticos seja substancialmente reduzida e dissipada, sendo que é o Marketing Político que assume tal responsabilidade. Retomando o tema do produto fraco e inútil que pode ser vendido se se fizer acompanhar de uma publicidade forte e credível, há que

---

<sup>27</sup> Idem, *ibidem*, p.31

ter em conta que tal era meramente um exemplo figurativo das potencialidades do marketing, e tal não pode ser directamente associado ao ambiente político porque no fundo esta técnica não ser para vender os candidatos/líderes políticos, esta disciplina serve sim para ajudar estes a alcançar a projecção necessária para que possam dar a conhecer as suas ambições, ideias e objectivos. Assim sendo, uma base forte é sempre necessária para que tal possa surtir efeito e nesse sentido cabe ao candidato ser credível e gozar de uma reputação respeitável perante o povo que intenta representar no poder. Mas, e afinal como se processa Marketing Político?

Podemos de certa forma descrever o Marketing Político através dos seus três objectivos declarados por Maria Manuel Simões como fundamentais<sup>28</sup>. Primeiramente procura-se dar a conhecer, de forma positiva, o candidato e quais as suas inerentes competências. Nesta primeira instância um passado firme e com pouca ou nenhuma controvérsia é sempre uma boa base e ajuda bastante na proliferação dessa imagem. Ajuda também o estatuto do candidato/político assim como a sua influência ou relações pessoais com personalidades influentes. De seguida procura-se influenciar o cidadão para uma determinada atitude, uma posição assumida pelo candidato/político tendo em conta um determinado objectivo. Neste campo é sempre tido em conta a existência de divergências políticas que são saudáveis e necessárias para a existência de um estado democrático. Por fim temos o período pós-eleitora, onde é necessário manter o cidadão informado acerca da gestão autárquica ou governativa dos eleitos. Isto porque são sempre usados fundos públicos para este fim e por isso há-que transmitir mensagens claras de confiança, rigor e eficiência, para que se evitem situações deficitárias e críticas. Pela forma como expus estes três objectivos denota-se que os mesmos assumem um carácter gradual

De forma simples, a estrutura de um partido está na raiz da aplicação desta técnica, pois esta serve para preparar o futuro do mesmo estrategicamente e reformular a sua estratégia comunicacional. O mesmo se aplica ao político isoladamente, no entanto o intuito é diferente. No partido o que interessa é manter os militantes formados e a par da realidade política, mediante a promoção de debates, convívios, exercícios de cidadania, etc., tudo com a finalidade de alargar o seu universo de eleitores e de aproximar estes à sua realidade, integrando-os como militantes como última instância de alienação. Já o político pretende pegar na sua imagem e promover a mesma aos eleitores de forma directa, mostrando a estes que está interessado e preparado em ajudar e melhorar a sua qualidade de vida – pois o que

---

<sup>28</sup> Idem, *ibidem*, p.41

interessa é que naquele momento o eleitor é visto como voto, mas tem de ser levado a pensar como uma mais valia para o seu povo e o seu país. Em ambas as situações existe um plano de actuação que exige preparação, antecipação e um plano estratégico, e mesmo na formulação deste plano a comunicação é fundamental, mal este plano começa a ser pensado a forma de como será divulgado já atravessa as mentes de quem o tenciona levar avante. É logo aqui que se coloca em prática o Marketing Político que, bem aplicado, trará sucesso ao seu utilizador, se este conseguir apresentar as suas próprias ideias, convicções e objectivos que demonstrem a vontade e empenho numa política de constante trabalho e dedicação ao bem comum. Mas não nos podemos ficar por aqui, porque como qualquer outro conceito, o Marketing Político tem várias nuances, várias interpretações.

Segundo Philip Kotler<sup>29</sup>, o Marketing não é apenas conseguir a “venda” de um produtos, trata-se de toda um filosofia de gestão que pretende atingir um determinado objectivo – ou vários – e satisfazer necessidades concretas, com a criação de mecanismos de troca com diversas entidades. Já a sua definição de Marketing Político assenta num campo de actuação específico que exige técnicas próprias para análise de um candidato. Este candidato no entanto tem de ser fruto do quadro político e não do Marketing, que o irá publicitar e definir as acções para atingir as necessidades e desejos dos eleitores<sup>30</sup>. Segundo Margaria Ruas dos Santos, entende-se por Marketing Político «o conjunto de técnicas de investigação, planificação, gestão e comunicação para a concepção e execução de acções estratégicas e táticas durante uma campanha política, institucional ou eleitoral»<sup>31</sup>. Sem dúvida será esta última designação a mais técnica daquilo que é o Marketing Político. Porém, e por isso mesmo esta ter sido mencionada por último, é necessário tecer mais aspectos deste conceito para o perceber na integra. Assim sendo a próxima frente descreve os princípios do Marketing Político de forma a complementar de alguma forma mais um pouco deste conceito.

## 5.2. Princípios do Marketing Político

Toda e qualquer estratégia de marketing tem de seguir uma linha de pensamento, uma estratégia pré-definida, tem de ter uma série e pré-requisitos a cumprir e um determinado

---

<sup>29</sup> Philip Kotler (Chicato, 27 de Maio de 1931), professor Norte-Americano de Marketing Internacional na Kellogg School of Management na Universidade de Northwestern, Illinois, Estados Unidos da América.

<sup>30</sup> CAETANO, Joaquim, *Marketing Político: Poder e imagem*, Escolar Editora, Lisboa 2012, p.28

<sup>31</sup> SANTOS, Margarida Ruas dos, *Marketing Político*, Cetop, 1996



conjunto de princípios a respeitar, sendo que estes últimos são realmente um conjunto de ideais dignos de serem respeitados. Segundo Pjilippe Maareck esses princípios são «regras gerais, a ser *aplicaos sistematicamenteem todas as etapas de comunicação política*»<sup>32</sup>. São quatro esses princípios: Coerência, pôr em causa o passado, avanço mínimo e segurança máxima.

Num primeiro ponto é um tanto quanto difícil de entender como se desenrolam estes quatro conceitos e como realmente eles se associam. Na verdade é algo difícil conciliar os mesmos, mais difícil ainda é fazê-lo ao mesmo tempo que decorre a acção do Marketing político. Mas primeiro, identifiquemos cada um destes princípios.

### 5.2.1. A coerência

Possivelmente este será o mais rígido dos princípios pois exige, por parte da mensagem e dos que a transmitem alguma, solidez nos seus ditos e nas suas pretensões. A coerência exige que cada decisão seja confrontada com as anteriores, de maneira a que não se contradigam. Se tal acontecer tem de existir um balanço entre ambas, têm de ser calibradas de forma a que a recepção da segunda seja positiva, pois não é de todo interesse do candidato/político demonstrar instabilidade e incoerência na sua campanha/governança, uma vez que tal gera insatisfação social e instabilidade política.

Tem de se ter em conta a oposição quando se fala deste princípio. A razão é simples, mais do que os eleitores, a oposição está sempre à procura de falhas e qualquer demonstração de insegurança ou incoerência será aproveitada pelos adversários políticos para colocar em causa a acção do candidato/líder. Assim sendo «a coerência deve ser regra de ouro em todos os eixos da comunicação e do marketing de campanha»<sup>33</sup> e sobretudo deve sempre olhar não só para a campanha/acção política imediata, mas também para campanhas e acções anteriores do mesmo político, pois aqui também ela pode ser comprometida, ligação que nos leva ao segundo princípio, *pôr em causa o passado*.

---

<sup>32</sup> OLIVEIRA, Custódio, *Governar é comunicar: gerir a comunicação institucional e política*, Omnisinal, Porto 2012, p.110

<sup>33</sup> Idem, *ibidem*, p.110

### 5.2.2. Pôr em causa o passado

Deste princípio não existe muito a ser descrito ou explicado, pois é o mais simples de se entender e ser aplicado. Este ideal passa por ter sempre em conta o que já passou. É um erro copiar o que já está no passado, mesmo que se trate de uma ideia vencedora e se essa cópia existe, corre-se o risco de se perder o efeito surpresa «Uma boa estratégia de comunicação política no seu conjunto deve ser nova e inovadora»<sup>34</sup> e isso é simples de perceber. O facto de apresentar algo novo ilustra que ainda se pensa mais além, demonstra-se vontade de progredir, denota-se que existe margem de manobra e que é possível corrigir o que está errado. Se se repetem práticas, formas e meios, é porque não existiu mudança – e isso torna-se pior ainda se essa mudança for expressamente necessária – e se essa acção se torna constante o eleitorado começa a mostrar desinteresse nessas mesmas decisões e consequentemente o desagrado toma forma e força, assim como a oposição, se esta se demonstra disposta a mudar e a progredir.

### 5.2.3. Avanço mínimo

O avanço mínimo será aquele princípio que mais olha para ambos os lados da acção política: a do candidato/líder e a da oposição – aqui escolhe-se um candidato apenas como protagonista para facilitar a explicação deste princípio, como se se tratasse de um acompanhar de eleições onde se assume um determinado candidato como favorito, será esta a lógica. Aqui temos em conta a imagem global da candidatura/acção política. Hoje em dia é difícil escolher um lado como claro protagonista da cena política pois as campanhas acabam sempre por ter o mesmo peso e os mesmos recursos aplicados – óbvio é que poderá haver um candidato cujos recursos financeiros possam ser maiores mas de nada lhe vale tais recursos se os mesmos não forem transformados em vantagem. Podemos dar um exemplo de uma grande disparidade política com a imagem de um estado autoritário, onde a oposição é claramente esmagada das mais diversas maneiras. Contudo, num regime democrático tal não acontece, pois seria uma completa ausência de senso comum, e para isso é vital garantir um mínimo de vantagem do

---

<sup>34</sup> Idem, *ibidem*, p.111

líder candidato face ao adversário. Essa vantagem tem de ter em conta «os atributos de imagem, os meios a utilizar e os conteúdos e as formas»<sup>35</sup>.

Em modo de conclusão, existe uma necessidade de garantir uma vantagem pontual face ao adversário, que, durante a campanha se traduz com sondagens e posteriormente com vitória aquando contagem da votação, e aquando a aplicação do mandato se traduz com a aceitação das decisões políticas não só por parte do eleitorado como também por parte da oposição.

#### **5.2.4. Segurança máxima**

Por último lugar, temos aquele princípio que se assemelha à expressão “jogar pelo seguro”, ou seja, procura não arriscar em algo que possa correr mal ou que possa colocar em perigo os objectivos pretendidos. Existe sempre um produto final, mas antes esse tem de ser submetido a experiências em laboratório. Para isso criam-se cenários alternativos – semelhantes à realidade – e todas as manobras são aí testadas e avaliadas. Tenta-se evitar ao máximo todas e quaisquer repercussões negativas, daí não se siga a tentativa-erro em momentos críticos onde falhar não é opção. Podemos concluir que, «deve partir-se do princípio que tudo o que possa correr mal produzirá efeitos negativos»<sup>36</sup>.

#### **5.2.5. Reflexões**

Óbvio é que apenas quatro princípios foram mencionados de forma mais exhaustiva, contudo são estes os principais. Existem outros, no entanto esses têm uma relação mais directa com o Marketing Comercial. Destes, destaca-se um pequeno grupo que tem larga influência na obra de renome de Sun Tzu, *Arte da Guerra*. Fazem parte desse grupo: o princípio da unidade de ideias e objectivos; o princípio do fator surpresa; o princípio da harmonização de objectivos e meios; o princípio do conhecimento do terreno e da escolha do lugar de batalha; e o princípio da concentração de forças para atacar o adversário onde tem fragilidades. Aqui também se podem conjugar princípios tal como se pode e deve fazer com os quatro princípios descritos acima. Por exemplo, falemos do princípio da concentração de forças e o princípio do efeito surpresa: aqui podemos agir de acordo com cada princípio sem

---

<sup>35</sup> Idem, *ibidem*, p.111

<sup>36</sup> Idem, *ibidem*, p.111

comprometer a finalidade de cada um ao invés de atacar as fragilidades do adversário, atacar os seus pontos fortes. Se a estratégia for infalível, que mais armas tem o adversário para se defender se a sua força maior foi comprometida? Pois bem, são estratégias, princípios baseados numa obra cujos ensinamentos visam as facções militares e não as facções políticas. E aqui podemos jogar um pouco com estes conceitos, atribuindo-lhes exemplos concretos de falhas de líderes políticos quando deixaram que as suas decisões políticas fossem erradamente influenciadas por princípios militares. Como a decisão de George W. Bush (filho) ao invadir o Iraque sem a certeza de que as forças militares encabeçadas por Osama Bin Laden possuíam armas de destruição maciça, decisão essa do qual o ex-presidente dos Estados Unidos da América se arrependeu – face ao enorme descontentamento, não só americano como mundial, que se fez sentir com esta intervenção militar – e tentou contornar no fim da mesma dizendo que a sua administração estava errada, pois Osama Bin Laden não possuía armas de destruição massiva, mas em contrapartida tinha a capacidade de as desenvolver.

Por fim existe ainda um outro princípio a referir pois é uma estratégia cada vez mais utilizada em campanhas actuais. Segundo Dick Morris<sup>37</sup>, este princípio é denominado de triangulação. Este princípio volta-se para a utilização de temas ou referências dos adversários que se desconhecem, tomando-os como nossos através do seu desenvolvimento pessoal. É um conceito que reduz as diferenças e os contrastes entre candidatos e que permite uma aproximação ou distanciamento entre ambos – atendendo à posição que cada um ocupa no momento. Maria Manuel Simões exemplifica este princípio com as campanhas eleitorais de Nicholas Sarkozy em 2008 e em 2012, uma vez que este usou esta mesma estratégia em ambas – quebrando por completo o princípio de *Pôr em causa o passado* – porque usava e abusava do presidente Miterrand como exemplo. Contra François Hollande fê-lo em debate televisivo, na segunda volta das eleições, evitando no entanto que Hollande o referisse como seu companheiro partidário. Numa visão mais pessoal tomo este último princípio como uma jogada baixa e de último recurso e assumo-a como manobra a ser utilizada por aqueles que aquando em sondagens se encontram distanciados dos lugares cimeiros, tudo porque se trata de usar o esforço e a estratégia adversária – sem conhecimento da mesma – com o propósito conseguir derrotar essa mesma estratégia.

---

<sup>37</sup> Politólogo, autor de várias obras de marketing e comunicação política. Foi assessor de Bill Clinton e destaca-se na área de comunicação pela internet sendo autor do site Vote.com.

### 5.3. Estratégia de Marketing Político

Mencionadas já algumas vertentes do Marketing Político falta apenas referir em que consiste a sua agenda, descrever de forma simples e sucinta como se formula a sua estratégia. Em poucas palavras, Joaquim Caetano introduz o tema com uma curta designação em que consiste esta estratégia: «Uma estratégia de Marketing Político assenta na troca de benefícios entre candidatos e eleitores.»<sup>38</sup> Mais concretamente, esta troca consiste na apresentação, por parte do candidato, dos projectos a desenvolver em benefício do eleitorado e na informação de quais as necessidades e desejos que este último grupo quer ver satisfeitos. Certo é que aqui temos os objectivos da estratégia, que de alguma forma já foram mencionados, no entanto esta mesma estratégia dispõe de requisitos a respeitar e a seguir que vários autores consideram determinantes na forma como ela se irá desenvolver. É de notar no entanto que esses requisitos são adaptações dos termos inicialmente criados e desenvolvidos pelo Marketing Comercial.

O primeiro requisito incide no *Mercado-Alvo*. Este é o meio onde se irá desenvolver a campanha eleitoral e será este mesmo meio que irá ora proporcionar oportunidades, ora contrapor ameaças ao sucesso do candidato. A estratégia terá de ser delineada de forma a que se consigam prever tanto oportunidades como ameaças para tirar partido das primeiras e contornar as segundas. De seguida, surge a *Pesquisa de Mercado*, que consiste no uso das sondagens de forma a descobrir as necessidades e desejos dos eleitores, de forma a que não se cometam erros na hora de determinar quais as medidas a expôr àqueles. A *Força das Vendas*, é o requisito que se segue, que basicamente consiste na composição da administração da campanha eleitoral. Dela fazem parte o candidato, que encabeça a candidatura, o partido político do qual o candidato faz parte e o suporta e ainda os grupos de interesse que estão por trás da sua candidatura. O *Produto* é o requisito que assume o meio da contagem e este traduz-se na filosofia política do candidato, em termos gerais. Esta assenta na escolha de temas específicos a serem tratados na campanha, que definem a sua posição a propósito dos temas a serem abordados não só pelo seu partido como também pela oposição. O *Produto* possui ainda uma grande importância na imagem do político uma vez que define o seu estilo pessoal que poderá ampliar ou conservar as suas qualidades pessoais. Seguem-se os *Canais de Comunicação e Distribuição*, que são os meios de comunicação utilizados nas aparições do

---

<sup>38</sup> CAETANO, Joaquim, *Op. Cit.*, p.29

candidato e seus apoiantes. Aquele considerado o mais complexamente simples é o *Segmento de Clientes*, que é obviamente o eleitorado. E complexamente simples porquê? Porque é óbvio que o público alvo são sempre os eleitores, mas convencer estes a tomar o lado do candidato não é tarefa fácil e – como é inerente ao ser humano – a insatisfação do eleitorado é sempre um factor a ter em conta, o que poderá complicar, ou quiçá ajudar, a forma como o candidato dirige a sua campanha. Por fim, e não menos importante, temos a *Avaliação do Plano de Acção*, que passa pela revisão contínua e sistemática dos resultados – igualmente continuos – de forma a que se consiga reorganizar e reformular a campanha, a fim de obter os melhores resultados possíveis aquando as eleições. Esta adaptação, à semelhança do que acontece com a introdução e crescimento do produto no mercado, pode implicar alterações na estratégia de marketing inicial, contudo aqui temos de ter em atenção o princípio do Marketing Político *Pôr em causa o passado*, uma vez que não se deve proceder a alterações dramáticas ao ponto de se chegar a uma contraposição face à estratégia inicial.

Os mencionados acima serão os requisitos necessários a respeitar de forma a conduzir uma estratégia sólida e coerente, no entanto existem outros elementos a ter em conta. Estes não se assumem como requisitos prévios mas sim como elementos complementares que no entanto são de igual importância, sendo eles a personalidade e o nome do candidato, o seu partido político e ainda a assessoria política que desenvolve a sua estratégia.

O candidato usufrui de uma poderosa arma se for já uma figura conhecida pelo eleitorado. Óbvio é que uma referência pública soma logo pontos só por ser tal, isto se a sua reputação for positiva claro. O impacto que o nome do candidato tem pode muito bem influenciar a forma como este conduzirá a sua campanha, contudo cabe ainda a este tomar especial atenção à forma como comunica com as pessoas, quais as emoções que provoca e a forma como usa os meios de comunicação para seu benefício. A juntar a isto, o candidato tem de conseguir conciliar a sua imagem com o partido que lhe dá apoio, de forma a não criar uma disparidade entre ambos que possa colocar em causa todo a estratégia e, conseqüentemente, a campanha. O partido político é também importante na medida em que este está para o candidato como a empresa está para o produto, na medida em que dispõe de recursos para atingir os eleitores. Além disso este, tal como o candidato, já dispõe de uma imagem prévia que pode tanto ser favorável àquele, como denegrir a sua imagem. Tome-se como exemplo as eleições municipais portuguesas em 2013 em que vários candidatos à presidência dos mais variados municípios que faziam parte do partido político líder do Governo português – o Partido Social-Democrata (PSD) – decidiram concorrer de forma isolada, com receio que a

imagem menos positiva que esse mesmo governo criara sobre si próprio fosse denegrir a imagem dos candidatos perante os eleitores. Neste mesmo sentido, é importante ter sempre presente se o partido irá acrescentar valor à imagem do candidato e favorecer a campanha, ou se, tal como no exemplo, poderá colocar em causa as ambições do candidato e as suas possibilidades de conquistar a maioria do eleitorado. Por fim temos a assessoria política que pode ser uma ajuda importante no desenvolvimento de um programa de aparições do candidato. O assessor de certa forma gere vários factores determinantes para a campanha, sendo eles a forma como a mensagem deve ser transmitida, a imagem que o candidato deverá transparecer e qual o meio de comunicação mais favorável à sua aproximação ao eleitorado. O candidato pode dispensar da actuação do assessor, no entanto este na sua qualidade de profissional da comunicação social com toda a certeza será sempre uma mais valia na proliferação de uma imagem que pode e deve ser trabalhada, sendo esse o ponto de partida para um melhor planeamento da estratégia de comunicação a adoptar, tendo sempre em conta da forma como o eleitor a irá receber. Exemplifique-se aqui a segunda corrida de Barack Obama à presidência dos Estados Unidos da América em que fez uso e fruto das redes sociais para conseguir chegar com mais precisão ao eleitorado mais jovem. Tal estratégia com toda a certeza garantiu-lhe a vitória e mais um mandato como Líder do Mundo Livre.

Tendo em conta todos os requisitos descritos e os elementos suplementares de igual importancia, «um candidato, tal como um gestor aquando do lançamento de um novo produto no mercado, deve planear formalmente a estratégia da campanha, a sua postura diante dos problemas, a propaganda a usar, as suas aparições, a obtenção de fundos, os seus objectivos, a captação de recursos e o tempo que dispõe para obter a aprovação dos eleitores.»<sup>39</sup> Em suma e em termos de conclusão, o candidato deve estabelecer uma campanha eleitoral forte, sem correr o risco de perder os candidatos já conquistados.

#### **5.4. A evolução do Marketing Político**

Referidas já várias temáticas inerentes ao Marketing Político, creio que resumir o seu desenvolvimento ao longo dos tempos é pertinente pois ajudará a perceber melhor a sua importância e também as formas da sua aplicação na prática. Como se poderá confirmar no ponto seguinte, o Marketing Político não pode ser considerado um mero decalque do

---

<sup>39</sup> Idem, *ibidem*, p.31

Marketing Comercial pois o primeiro tem autonomia. Pode ser visto como uma técnica de persuasão ética, que não prescinde de referências morais, honestidade e rigor.

A evolução temporal deste mesmo conceito demonstra alguma disparidade do mesmo com a propaganda, isto porque esta se baseia numa certa manipulação subliminar enquanto o Marketing Político assenta em valores e lida com a verdade. É portanto uma ciência recente, que surgiu já no decurso do séc. XX. A agregação dos dois termos data a década de cinquenta, por intermédio da grande notoriedade auferida ao plano político dos Estados Unidos da América. A Propaganda por outro lado já havia ajudado a formação e sobrevivência dos grandes impérios da antiguidade. Dada a constante expansão territorial destes impérios, ressurgia sempre uma necessidade dos povos vitoriosos de impor a sua autoridade. Assim, complexas estruturas governamentais e económicas eram criadas a fim de se integrar eficientemente os povos anexados. Estes eram coagidos através de vários métodos, nomeadamente a imposição de Deuses por parte dos povos vitoriosos. Contudo a victoria alcançada pela guerra não era suficiente para anexar os povos vencidos, era necessária uma continua intervenção a nível militar e político, onde a propaganda assumia um papel deveras importante, pois era através desta que se divulgavam as ideologias do império. Os instrumentos utilizados eram vários, a imposição dos Deuses seria talvez a mais importante pois os mesmos eram vistos como os guias desta vontade política, uma vez que a Propaganda levada a cabo referia que tais conquistas eram a vontades dos Deuses pois eles o haviam “comunicado” aos líderes do Império. Por outras palavras, os imperadores mantinham relações especiais com as divindades e assumiam-se como predestinados a cumprir as ordens sagradas que pressupunham a conquista e expansão territorial dos impérios.

Durante a Idade Média o recurso à vontade divina já não era tido em conta, tudo porque a Igreja Católica – expoente máximo da representação de Deus na Terra da época em questão – condenava e repudiava toda e qualquer actividade comercial lucrativa, ou seja, quaisquer tentativas de associar uma conquista territorial à vontade de Deus era imediatamente travada. Não obstante, existe a necessidade de esclarecer a não associação das Cruzadas a esta expansão territorial em questão, uma vez que as primeiras eram feitas a fim de combater os inimigos de Deus, enquanto a expansão imperial era vista como uma necessidade de alcançar novos territórios e riquezas e de impôr a supremacia de um povo sobre outro.

É na época renacentista que se recorre ao termo de marketing na cena política pela primeira vez, não para o associar a esta ou até mesmo para a divulgar, serviu sim apenas e



como comentário político por parte de Maquiavel em Itália. O fundador da ciência política recorria a este termo ora para elogiar ora para criticar as personagens políticas da sua época. Talvez apenas no séc. XIX possamos já falar de Marketing Político, quando os Estados Unidos da América, em 1828, adquiriram o estatuto de pioneiros na aplicação das técnicas de *marketing* à vida política, preocupando-se em organizar as campanhas políticas seguindo uma estratégia em concreto. Luque Teodoro, catedrático da Universidade de Granada, na sua publicação «*Marketing Político*» aponta «a internacionalização da ideologia de comércio livre, a abertura dos mercados e o desenvolvimento do conceito de *marketing* em particular, os desenvolvimentos constitucionais específicos, verificados nas primeiras décadas do séc. XX, a estreita correlação entre negócios e política e o facto dos partidos americanos terem uma significativa homogeneidade ideológica»<sup>40</sup>, como as principais causas que levaram ao desenvolvimento do *Marketing Político* nos Estados Unidos da América. Podemos certamente concordar com tal citação, uma vez que a própria história dos EUA, enquanto nação, nos permite confirmar a veracidade da mesma, com a evolução dos partidos Democrático e Republicano e com a aproximação dos candidatos presidenciais aos mesmos a fim de conseguirem uma melhor comunicação com o massivo eleitorado americano.

A aplicação de técnicas de *marketing* já haviam sido utilizadas, como já foi confirmado, em território norte-americano, contudo, apenas em 1952, com a candidatura de Eisenhower é que se recorreria a uma aplicação profissionalizada das metodologias de *marketing*, onde o candidato havia recorrido a uma agência de publicidade, sendo que a confirmação da importância destas empresas seria firmada com a reeleição do candidato republicano quatro anos mais tarde. Os democratas seguiriam o exemplo em 1960, com J.F. Kennedy em realizar uma exaustiva campanha e participando num debate televisivo com Nixon, que haveria de lhe dar ainda mais vantagem sobre o seu oponente. Como consequência da vitória de Kennedy, as campanhas publicitárias haviam sido desviadas para segundo plano e noticiários e programas informativos passariam a seguir as campanhas eleitorais e as actividades dos candidatos, dando relevância à «imagem» a aos comportamentos dos mesmos. Assim, atitudes e acções públicas passariam a ser estudadas previamente, a fim de surtir o efeito desejado junto do eleitorado, através das transmissões televisivas. Os exemplos de Bill Clinton e Ross Perot confirmariam o poder desta forma de *marketing* eleitoral que viria a marcar o início do *Marketing Político* como conceito explícito.

---

<sup>40</sup> Idem, *ibidem*, p.41

O modelo americano das campanhas eleitorais atravessaria o Atlântico nos finais da década de 50, e na Europa o *Marketing* Político passaria a ser encarado e usado como uma disciplina de gestão das campanhas eleitorais, com adaptações que os tempos e os condicionalismos iam exigindo, como por exemplo a utilização dos meios de comunicação social para a transmissão dos «tempos de antena». Margaret Thatcher e Giscard D'Estaing serão os melhores exemplos da adaptação primária das novas técnicas às campanhas europeias, com a primeira que recorre a uma empresa de comunicação – a Saatchi e Saatchi – assumindo o uso de profissionais do *Marketing* Político nas campanhas eleitorais inglesas, e com o segundo que recorre às modernas técnicas de *marketing* que muito contribuíram para o sucesso da sua candidatura em França. Quanto ao exemplo português pouco podemos falar tendo em conta a corrente europeia, uma vez que dentro da classe política ainda existe algum tabu em torno da associação dos termos «marketing» e «política», muito por culpa da tardia implantação do regime democrático, que ocorreria apenas em 1974, fazendo com que este pensamento se encontrasse algo enraizado.

Este pequeno enquadramento histórico serve para perceber a necessidade da evolução da propaganda a fim de se alcançar uma forma de comunicar mais correctamente com a sociedade quando chega a hora de escolher um líder que a represente. O surgimento do termo *Marketing* Político demonstrou que a persuasão política estaria definitivamente associado às campanhas eleitorais, com as sondagens de opinião, o *telemarketing*, os comícios, o *marketing* directo e a informática a fazerem agora parte do leque de instrumentos do *marketing* e, conseqüentemente, do ambiente político.

### **5.5. Marketing Político versus Marketing Eleitoral**

O facto de referir o Marketing Político neste trabalho remete para a necessidade de o separar das campanhas eleitorais porque numa segunda parte, a situação real que se trata passa por um conflito de interesses políticos entre diferentes estados e não entre candidatos a um determinado cargo político. Refire-se aqui ao Marketing Eleitoral.

A maior diferença a apresentar será a duração de cada um. Não o digo de ânimo leve ou infundadamente, pois vários especialistas o defendem<sup>41</sup> e tal consegue comprovar-se nas suas aplicações práticas – à vista de todos, ou pelo menos daqueles que seguem ou

---

<sup>41</sup> SIMÕES, Maria Manuel, *Op. Cit.*, p.41

compreendem minimamente a acção política do seu país. A esta diferença podemos ainda acrescentar o conteúdo da mensagem. No segundo, a estratégia de comunicação delineada intenta conseguir um maior número de eleitores e, conseqüentemente, neutralizar a oposição, assim sendo, o conteúdo da mensagem é o próprio candidato, pois trata-se de “vender” o candidato como o melhor qualificado para liderar. No primeiro, já se olha para um plano maior, pois é quando se tem de manter os eleitores a par do funcionamento da gestão política do seu país, de forma positiva para que não se gere descontentamento para com os líderes políticos e a conseqüente contestação contra os mesmos.

Assim sendo, podemos considerar o Marketing Eleitoral uma ferramenta do Marketing Político. Por conseguinte, que não se deve confundir ambos, uma vez que não seria ético fazer Marketing Eleitoral todos os dias do ano, nem correcto afirmar que uma campanha eleitoral se faz com Marketing Político.



## 6. Opinião Pública

Os séculos XVIII e XIX constroem o homem moderno, com o enaltecimento da liberdade, da igualdade e da fraternidade. É o momento em que se assiste à adequação da razão à opinião pública e como esta passa a ser um vector fundamental da gestão dos negócios do Estado e este por sua vez assume novos atributos políticos: liberdade, igualdade, participação e propriedade. Assim sendo e através da associação da informação com a formação, a Opinião Pública torna-se ponto nuclear da sociedade e emerge como factor de pressão política, económica e social, capaz de influenciar decisões políticas, o comportamento dos homens do Estado e a própria sociedade. De forma sintética, a Opinião Pública é a tradução de um modo de pensar, sentir e agir da sociedade – ou de uma facção mais esclarecida – que assenta na essência da liberdade na interpretação de Kant: pensa por ti próprio. Contudo não são só os interesses da sociedade que são evocados nesta reestruturação dos princípios estatais. A emergência da consciência burguesa também teve algum impacto nesta metamorfose, pois havia interesse por parte desta classe em se afirmar como parte de direito próprio dos negócios do Estado<sup>42</sup>. A verdade é que acabam por influenciar de forma positiva esta alteração, ao propor a livre discussão em espaço público e o desejo de uma prática quotidiana de discussão de assuntos públicos, no sentido de proceder às rectificações necessárias no mercado e no Estado.

Se quisermos descrever a Opinião Pública na sua essência, e não na sua aplicação directa ao ambiente político, podemos declará-la como a necessidade de compromisso dos interesses da Sociedade Civil com o Estado e ainda uma relação não resolvida que tem que ver com o saber e o poder<sup>43</sup>. Neste sentido, invoca-se a necessidade, reivindicada pela própria história, de um público esclarecido. Atingido esse esclarecimento, a Opinião Pública assume duas conclusões: a hegemonia das Luzes face ao poder existente e a confirmação de que o futuro depende da Sociedade Civil<sup>44</sup> – que por sua vez se exprime na construção de uma opinião pública esclarecida. Desta análise laica podemos depreender que existe uma correlação entre o saber e a verdade, sendo que da verdade deduzimos o problema e do saber

---

<sup>42</sup> ALVES, José Augusto dos Santos, *O Poder da Comunicação*, Casa das Letras, Oeiras 2005, p.106-107

<sup>43</sup> Não resolvida no sentido de estar em constante discussão e desenvolvimento. Procura uma constante resolução dos conflitos sociais e assume um desejo de purificação da vida política.

<sup>44</sup> Idem, *ibidem*, p.107

a discussão de como resolver esse problema. Para que estes dois conceitos possam fazer funcionar a Opinião Pública – e conseqüentemente dar-lhe reconhecimento e poder – é necessário que ambos tenham de descer do pedestal em que se possam encontrar, isto é, nem o saber nem a verdade podem ser considerados dogmáticos uma vez que se vão cruzar constantemente, de forma a que uma solução possa ser alcançada.

Outra conclusão a aferir desta descrição, é o garante dos direitos fundamentais do ser humano enquanto cidadão – e nesta conjuntura já associámos este conceito à sua ligação com o ambiente político. O uso público da razão, o livre estatuto de cidadão e as trocas entre proprietários são o resultado da existência e do funcionamento da Opinião Pública. Através destes, o ser humano (enquanto cidadão) tem liberdade de opinião, de palavra, de imprensa, de associação e de reunião, direito de voto, de petição e, em certa medida, de elegibilidade, liberdade de pessoa, igualdade perante a lei e protecção da propriedade privada. Se o cidadão não for detentor de algum destes direitos resta concluir que o ambiente político em que se insere não garante à sua sociedade o acesso à Opinião Pública.

O ambiente político da actualidade não nos permite falar de Comunicação Política sem o conceito de Opinião Pública, seu inerente. Apesar de ser algo recente, é deveras importante pois surge como um método quantitativo para medir a opinião do eleitorado. Sondagens e inquéritos são normalmente os meios mais utilizados para fazer esta quantificação, contudo, existem outras medidas que nos permitem tomar conhecimento mais profundo da corrente de pensamento popular face aos políticos. A verdadeira razão da importância da Opinião Política reside na força que esta tem nas conclusões que provêm da acção política e deste modo é uma grande influência no poder político – pois se o povo não está de todo contente com a acção política do seu governo, com toda a certeza nas eleições seguintes esse mesmo governo poderá perder apoiantes e, conseqüentemente, votos a favor da sua reeleição. Ainda assim, verifica-se que os sistemas políticos, através dos meios de comunicação e com base nas sondagens, conseguem orientar a sua comunicação e a sua acção de forma a conseguir influenciar de forma positiva essa mesma opinião, de forma a que seja favorável à sua manutenção. Podemos também falar de Opinião Pública à escala planetária, uma vez que existem países ricos que possuem infra-estruturas que lhes permitem dominar a circulação de informação, através de grandes cadeias de televisão e jornais de grande tiragem – tome-se o exemplo da CNN ou da Al Jazeera.

Quando se refere este fenómeno, é fácil compreender que existe um contacto permanente entre governantes e governados. Pois é dever dos governantes conhecer bem a

opinião da população que representam enquanto esta tem conhecimento – ou pelo menos deveria demonstrar interesse em conhecer – daquilo que os seus governantes fazem ou têm de fazer em prol de um bom funcionamento da sociedade e do seu estado. Se outrora se achava a classe política como detentora do poder seria porque era ela a detentora de mais informação, contudo, hoje em dia, e porque a informação é mais difusa e encontra-se ao alcance de qualquer público e a todos os níveis, todos podem ter acesso a essa mesma informação. Este cenário deve-se à evolução tecnológica e à globalização e permite aos governados assumir uma postura mais activa na política do seu país, mesmo que seja por intermédio dos seus representantes. O que interessa primeiramente à classe política é conhecer pormenorizadamente as preocupações, ambições e interesses dos cidadãos, para que dessa forma planear uma estratégia que lhe permita a conquista do poder, enquanto ao cidadão comum, torna-se vital conhecer os programas tanto do seu Governo, como da oposição, de forma a tomarem uma decisão consciente no momento do voto. Apesar desta afirmação conter algum moralismo e um senão de veracidade. Actualmente assiste-se a um crescente desinteresse pela situação política e a actuação dos nossos políticos, muito devido à negligência que a população tem sido alvo – podemos dar os exemplos portugueses do Governo de José Sócrates cuja governação incitou ao encerramento de várias unidades de saúde públicas em todo o país, ou nos cortes das pensões e subsídios levadas a cabo pelo actual Governo de Pedro Passos Coelho, no âmbito do “ajuste das contas públicas” originados pelos empréstimos e avaliações do Fundo Monetário Internacional e da Troika respectivamente.

O conceito de Opinião Pública tem o seu “quê” de relatividade uma vez que esta se materializa nos meios de comunicação social, criando aquilo a que se chama de «jornalismo público», que por vezes pode ser confundido com aquilo que é mera informação jornalística. Tal dificuldade em identificar a reacção da população/comunidade num determinado assunto de interesse geral leva a que vários autores se cheguem à frente na hora de definir o termo de Opinião Pública como o quarto poder político. Contudo, esta premissa tem a sua oposição, com outréns a não acreditam no conceito como poder político, apesar de no final ambas as concepções designarem a Opinião Pública como a opinião de todos os cidadãos sobre assuntos de interesse público ou assuntos de interesse geral<sup>45</sup>.

---

<sup>45</sup> SIMÕES, Maria Manuel, *Op. Cit.*, p.26

Já do lado dos cidadãos as opiniões não são tão homogêneas, uma vez que cada cidadão pode bem ter a sua própria opinião – seja ou não fundamentada – e isso leva a que os *mass media* assumam aqui um papel fulcral. Existe a necessidade de dar voz àqueles que são representados pelos líderes políticos e esse protagonismo é alcançado através dos meios de comunicação. Concebidas essas primeiras opiniões, os meios de comunicação tratam de as trabalhar e, de certa forma, generalizar de forma a que as mesmas não sejam tão difusas e divergentes. Essa «opinião publicada» servirá de ponto de partida aos cidadãos para que possam então reestruturar a sua opinião final, que já terá uma base fundamentada e uma visão geral do que o resto da população pretende. A imprensa escrita, a rádio e – principalmente – a televisão assumem assim um papel fundamental na concepção da Opinião Pública, o que lhes garante um enorme poder uma vez que estará ao seu alcance (e através do processo descrito acima) a possibilidade de moldar e influenciar a mesma, consoante os seus interesses e necessidades. Um exemplo e corrente deste processo poderão ser as campanhas eleitorais, em que os candidatos “tomam posse” dos meios de comunicação de forma a demover a opinião pública dos assuntos de interesse público e/ou geral, a fim de focarem a atenção em assuntos que geram crise e polémica e usando esses mesmos assuntos, através dos «jogos de intrigas», de forma a que consigam denegrir a imagem dos seus opositores.

O exemplo dado no parágrafo anterior demonstra como a Opinião Pública acaba por ser influenciada e manipulada consoante os interesses maiores dos representantes políticos e não daqueles a quem a Opinião Pública realmente pertence. Se reflectirmos um pouco sobre a realidade política da actualidade veremos que esta tendência começa a ser contrariada – talvez não de forma positiva, talvez reacionária – com o crescente desinteresse e desrespeito que a sociedade tem neste momento para com os seus políticos. Não precisamos de dados históricos para o comprovar, basta olhar para as recentes Eleições Europeias de 2014, em que a margem de abstenção em alguns países fora bastante superior a 50%, e naqueles onde realmente houve um interesse pela vida política, a vitória fora alcançada pela Extrema Direita. Este “pequeno” momento na história europeia coloca em causa o rumo que até então seguia o ambiente político tanto nacional como internacional, assim como começa o descrédito na força dos meios de comunicação e da «aldeia global» que originaram. Governar e comandar os destinos da comunidade é uma tarefa cada vez mais difícil uma vez que o mundo está em mutação constante. Desta vez, aquela que era a resposta para a manipulação da Opinião Pública, começa talvez a tornar-se sua inimiga, tudo porque a noção de «aldeia global» – a par com a utópica Federação de Estados Europeus – começa a decair no Velho Continente, com a recém



vitória dos nacionalismos, as crescentes margens de abstenção e o desinteresse nos assuntos de “interesse geral comunitário”. De certa forma, assistimos a uma dissolução da génese do jornalismo, o público, que tem sido segregado e negligenciado na hora de exprimir a sua opinião<sup>46</sup> – ou melhor, na hora dos meios de comunicação darem forma àquela que é tida como a opinião do público segundo aqueles. Contudo, a enorme quantidade de informação permitiu a que as pessoas tomassem consciência do real poder que detêm através da sua opinião e dos meios que a permitem expressar-se, levando a que, mediante forte abstenção ou decisivo interesse próprio e na sua nação, o rumo da política a nível europeu – e consequentemente mundial – se invertesse e começasse lentamente a estar do seu lado, verificando-se assim um desagrado notável com o rumo que se seguia desde o início do século XXI.

### **6.1. Conhecimento político**

A fim de se ter uma opinião sobre um determinado tema é imperativo conhecer esse tema senão a opinião será infundada e de nada valerá. Com a Opinião Pública a regra é a mesma, para que esta seja existente e válida, é necessário ter bases de fundamento, que por sua vez necessitam de um conhecimento prévio sobre a política que a rege. Neste sentido, a sociedade tem de ser ensinada sobre esta realidade e tem de, pro-activamente, procurar conhecer esta realidade, ou seja, deter conhecimento político – conceito também conhecido por Cultura Política. Contudo, o que por vezes se denota é que não existe uma sociedade instruída politicamente, ora porque existem numerosos casos de corrupção ou prevaricação, que fazem a sociedade desacreditar nos valores morais daqueles que são eleitos democraticamente como seus representantes, ora porque a sociedade não sabe nem procura o entendimento da realidade política – desculpas essas existem e em larga escala, contudo estas duas situações são as mais recorrentes<sup>47</sup>. Desta feita, existe a necessidade de compreender o porquê desta situação e sobretudo procurar solucionar a mesma a fim de que o cidadão assuma assertivamente o seu papel enquanto membro activo da vida política da sociedade. Coloca-se então a questão: qual a importância para uma democracia que os seus cidadãos estejam informados sobre a política? A democracia é um tema discutível, muito por culpa da existência de diferentes definições conceptuais do termo, o que leva a que a resposta a esta

---

<sup>46</sup> TRAQUINA, Nélon; MESQUITA, Mário, *Jornalismo Cívico*, Livros Horizonte, Lisboa 2003, p.39/40

<sup>47</sup> Idem, *ibidem*, p.92

pergunta possa ser ambígua. Para que se encontre então um meio-termo plausível e politicamente correcto da concepção de democracia é necessário interpretar os elementos-chave das várias teorias existentes e procurar identificar a importância que elas atribuem à existência de uma população instruída a nível político.

Segundo Carole Pateman existem três modelos de democracia que foram defendidos por vários pensadores ao longo dos tempos<sup>48</sup>. A primeira seria a “protectora” defendida por Jeremy Bentham<sup>49</sup>, James Mill<sup>50</sup> e pelos utilitaristas, que enalteciam a importância da participação popular na escolha dos líderes na medida que, desta forma, os interesses pessoais e privados de cada cidadão seriam protegidos (sendo que o interesse universal da sociedade seria a soma dos interesses individuais).

Outra teoria seria a “participativa” que acrescentava à escolha dos representantes a necessidade da participação popular nas tomadas de decisão. Jean-Jacques Rousseau defendia como fundamental a participação de todos os cidadãos em reuniões da comunidade que se destinavam a determinar a “vontade geral”. Já John Stuart Mill, filho de James Mill, tinha uma visão mais modesta da participação popular na política, sendo que esta seria mais eficaz se os cidadãos se focassem em desempenhar algum papel nos governos locais.

A terceira versão inclina-se para uma democracia assente na versatilidade, que se adapte e modernize consoante as transformações na natureza dos panoramas político, social e económico. Nesta corrente de pensamento, Joseph Alois Schumpeter<sup>51</sup>, redefiniu a democracia a partir das suas características estruturais, tais como a existência de eleições livres e competitivas – que permitem a apresentação e discussão de ideias, soluções e opções por parte de vários candidatos e que por sua vez demonstram a adaptabilidade da democracia

---

<sup>48</sup> Idem, *ibidem*, p.93/94

<sup>49</sup> Londres, 15 de Fevereiro de 1748 – 6 de Junho de 1832 – filósofo e jurista inglês que a par com James Mill, difundiu o Utilitarismo – também conhecido como Radicalismo Filosófico –, teoria ética que defende uma base científica para a filosofia e procura responder a todas as questões acerca do que fazer, do que admirar e de como viver, em termos da maximização da utilidade e da felicidade.

<sup>50</sup> Angus, 6 de Abril, 1773 – 23 de Junho, 1836 – historiador e filósofo escocês. Pai de John Stuart Mill. Foi um partidário do Liberalismo e um famoso representante do Utilitarismo.

<sup>51</sup> Triesch, 8 de Fevereiro de 1883 – 8 de Janeiro de 1950 – foi um dos mais importantes economistas da primeira metade do século XX, tendo assumido a pasta do Ministério das Finanças da República Austríaca em 1919, passando posteriormente para o sector privado, criando o banco Bidermann Bank, de Viena, que viria a falir em 1924. Face este desastre voltou-se para a educação passando a lecionar na Universidade de Bonn na Alemanha em 1925 e posteriormente na Universidade de Harvard em 1932 onde permaneceu até falecer.

à evolução dos panoramas acima descritos. Surge ainda a versão de Robert Dahl<sup>52</sup> – com uma verdade algo crua e representativa da realidade contemporânea – que conceptualiza a democracia como a existência da competição pelo poder político entre as elites. Contudo afirma que esta denuncia permitiu a um desenvolvimento do pluralismo que viria a dar lugar a duas novas concepções da democracia: a plebescitária, que prevê a escolha do governo e das políticas através do voto em urna; e a comunitária, que prevê alargar os interesses do indivíduo através do debate público.

É muito simples o que se recolhe destas várias concepções: a fim de se realçar a importância da democracia, a informação é um elemento chave. Este argumento é aplicável em três situações que interessam ao cidadão, na condição de membro activo e informado da cena política, sendo elas: a procura da decisão do seu voto de maneira informada (como requisito das teorias protectora, democracia plebescitária e do pluralismo); a tomada das decisões através de iniciativas e referendos (como requisito da democracia plebescitária); e o envolvimento directo nas tomadas de decisão da comunidade (como requisito da democracia participativa ou comunitária). Em suma, para cada concepção da democracia existe um modelo de acção popular na política, que para ser exercido de forma activa e correcta necessita não só da proliferação da informação e conhecimento político como também da própria vontade e iniciativa do cidadão em ser um membro activo nas decisões que melhor protejam os seus interesses individuais.

## 6.2. Ignorância política e as suas consequências

Apesar da confirmação de Jane Junn<sup>53</sup> – num estudo por si conduzido em 1991 –, é óbvio que o conhecimento político se encontra ligado à participação política de cada cidadão. Quanto maior o conhecimento político maior a probabilidade de se participar no processo político com mais certezas e convicções, que consequentemente aumentará o depósito de informação das pessoas – tal ciclo vicioso. Já Delli Carpini<sup>54</sup> fez questão de provar a

---

<sup>52</sup> Inwood, 17 de dezembro de 1915 – 5 de fevereiro de 2014 – fora professor emérito de ciência política na Universidade Yale. É um dos mais destacados cientistas políticos do século XXI e um dos maiores expoentes da reflexão sobre as condições e processos da política democrática contemporânea.

<sup>53</sup> Professora de Ciência Política na Universidade da Califórnia do Sul desde 2009 tendo lecionado anteriormente na Universidade de Rutgers em Nova Jérсия e no Instituto de Política de Eagleton.

<sup>54</sup> Juntamente com Scott Keeter, na publicação académica da Imprensa da Universidade de Yale em 1996, «*What Americans Know About Politics and Why It Matters*».

necessidade de um povo informado politicamente, auferindo que um fraco conhecimento político leva a deter opiniões em menor número que acabam por ser instáveis e menos consistentes. As pessoas menos informadas têm ainda menor probabilidade de votar de uma forma racionalmente determinada, não estão inteiramente aptas a discutir as suas preferências políticas e são susceptíveis à propaganda política e estão menos receptivos a informação de relevância.

Uma análise mais profunda destas conclusões leva-nos a crer que um Estado democrático acaba sempre por não ser pleno de democracia, uma vez que as desigualdades sociais na distribuição do conhecimento político e os consequentes desequilíbrios da participação política ameaçam o conceito de igualdade política. Esta desigualdade de informação acaba por fazer distinguir também a natureza dos participantes dos não-participantes. Os primeiros são na sua maioria economicamente conservadores, enquanto os segundos são maioritariamente pessoas com necessidades económicas e dependentes dos programas governamentais<sup>55</sup>. Desta feita, os não-participantes são mais susceptíveis de sofrer privações económicas, tais como cortes nas despesas de alimentação ou adiamentos de assistência médica, mesmo em casos de necessidade urgente.

Tendo em conta esta análise e a realidade política da actualidade na maioria dos estados democráticos, chegamos à conclusão de que a prática política reflecte sobretudo as perspectivas e os interesses dos membros de ordem social mais elevada, uma vez que são estes os detentores de maior conhecimento político e consequentemente são aqueles que mais intervêm na cena política da sociedade.

### **6.3. Como melhorar o conhecimento político para benefício da Opinião Pública**

No ponto anterior confirmámos a existência de uma discrepância entre os detentores de conhecimento político e os que de uma maneira ou de outra não estão informados politicamente. Este ponto serve para expôr algumas ideias sobre como melhorar e proliferar o conhecimento político e também para colocar o assunto em termo de discussão. Uma vez que a Opinião Pública é uma realidade maioritariamente coberta pelos meios de comunicação, as ideias propostas assentam o máximo possível na utilização dos media a fim de alcançar a

---

<sup>55</sup> Idem, *ibidem*, p.96

pretendida igualdade de informação política e consequentemente “criar” o estado “pleno” de democracia.

O jornalismo público, através das organizações mediáticas, tem possibilidade de impulsionar um aumento gradual do nível de conhecimento público da sociedade. Em primeiro lugar, deve-se dar foco ao facto do jornalismo público destacar a cobertura de problemáticas durante as campanhas eleitorais, ou seja, concentra-se nos problemas das pessoas comuns, nas suas preferências quanto aos assuntos discutidos pelos candidatos e fornece ainda informação importante para aqueles que estão interessados em envolver-se no processo político.

Esta forma de jornalismo não aceita ainda a falta de participação popular como um dado adquirido, preferindo a adopção de medidas e o patrocínio de reuniões que permitam a criação de uma cidadania activa e empenhada. Desta forma, fomenta a procura do diálogo com os membros da comunidade e encoraja os cidadãos a discutir os assuntos públicos. Nesta conjuntura, o jornalismo público encontra-se intrinsecamente ligado à tradição da democracia participativa ou comunitária, uma vez que promove o estreitamento dos relações dentro da comunidade, encoraja o diálogo público e aumenta o envolvimento cívico.

É nessa direcção que os media devem assumir o estatuto de sistema de suporte da vida pública, uma vez que os meios de comunicação dominantes procuram somente centrar a sua cobertura nas actividades das elites políticas, considerando os membros do público em geral como meros espectadores do processo político. Assim, «os media, como apoios basilares do sistema democrático, necessitam de ser considerados intermediários credíveis, para poderem ser fontes de informação e aliados dos cidadãos»<sup>56</sup>. Enquanto o jornalismo dominante aceita as visões democráticas que prevêm a existência de eleições competitivas, o jornalismo público baseia-se numa democracia que exige um nível igual de participação popular onde os media assumem – apenas e só – um papel importante na busca desse objectivo.

#### **6.4. A influência dos meios de comunicação na informação e orientação política**

Este ponto poderia certamente encontrar-se associado à questão dos media na condição de quarto poder, contudo o que interessa reter desta particular temática é a reacção directa da opinião pública face à acção dos meios de comunicação e como isso pode

---

<sup>56</sup> MARTINS, Manuel Meirinho, *Op. Cit.*, p.202

influenciar a informação que detêm e conseqüentemente que orientação política acabam por seguir.

Em 1944, Paul Lazarsfeld<sup>57</sup>, publicou um estudo sobre a campanha eleitoral americana de 1940, onde analisou o conteúdo das mensagens políticas, e a linguagem nestas utilizadas, no confronto político entre Wendell Willkie e Franklin D. Roosevelt, registando o tipo de exposição às informações políticas por parte dos cidadãos americanos.. A região onde conduziu o seu estudo foi no condado de Ohio, que havia escolhido por razões demográficas e socioeconómicas<sup>58</sup>. O que acabou por observar foi uma mudança de orientação política dos cidadãos, face à acção dos media, quase inexistente: os cidadãos que inicialmente não tinham uma orientação política definida, e a exposição aos media apenas a tornou manifesta; os cidadãos com ideais políticos já pré-definidos, face à exposição mediática, viram a sua orientação reforçada. A primeira parte dos inquiridos demonstrou uma influência mais virada para as razões interpessoais, sendo que pouca atenção haviam dado às comunicações difundidas, ou seja, a atenção dos indecisos, face aos conteúdos mediáticos, fora alcançada por intermédio de familiares e/ou amigos. A este fenómeno fora dado o nome de «fluxo de comunicação em duas fases» (*two step flow*, em inglês), cuja designação formal fora estabelecida como o «processo no qual o papel mais importante na divulgação das mensagens (...) [é] assumido por indivíduos particularmente interessados e informados»<sup>59</sup>. Nesta conjuntura, estes intermediários não só transmitem a informação difundida, como também fazem questão de expressão paralelamente as suas próprias interpretações, assumindo-se assim como uma espécie de líderes da opinião. Óbvio foi que, através desta concepção, não tardasse que os políticos tomassem consciência da existência destes intermediários, que viriam a utilizar para seu benefício, a fim de influenciar os cidadãos mais indecisos a formularem as suas orientações políticas.

Actualmente distingue-se dois níveis de influência dos meios de comunicação sobre o público – muito por culpa e mérito do estudo de Lazarsfeld –, sendo que o primeiro inside sobre os efeitos directos que a exposição aos conteúdos dos comunicados provoca no comportamento dos cidadãos, e o segundo assenta na influência que os conteúdos dos media

---

<sup>57</sup> Viena, Áustria, 13 de Fevereiro de 1901 – 30 de Agosto de 1976 – Sociólogo americano. Fora director do Gabinete de Pesquisa Radiofónica na Universidade de Princeton, em 1933, onde permaneceu até se mudar para a Universidade de Columbia em 1940, passando a lecionar Sociologia.

<sup>58</sup> CAVAZZA, Nicoletta, *Como Comunicar e Persuadir: na publicidade, na política, na informação e nas relações pessoais*, Presença, Lisboa 2001, p.56/57

<sup>59</sup> Idem, *ibidem*, p.57

têm sobre a representação que as pessoas adquirem da realidade a curto prazo e comportamental a longo prazo. Contudo, o estudo de Lazarsfeld apenas conseguiu aprimorar a forma como o sistema das comunicações de massas poderia contribuir para a formação das orientações políticas a curto prazo. Os meios de comunicação surgem assim como meio de fornecimento de variadas informações necessárias para uma definição primária da orientação política de cada indivíduo. Com efeito, as pessoas devem procurar informar-se, de forma devida e constante, a fim de seguirem o modelo comportamental político que acham ser o mais adequado e de acordo com os seus interesses pessoais.





## 7. Os Media como quarto poder

A condução deste estudo tem por base um processo que assenta na comunicação entre duas frentes, o candidato/político e os eleitores/povo, mas como é óbvio existe o intermédio, já várias vezes referido, os media. Claramente que todo o processo de comunicação – em todos os níveis, não só politicamente – usufruiu de um *boost* incondicional dos meios de comunicação, tão grande esse desenvolvimento que actualmente os podemos até classificar como um quarto poder.

Em primeiro lugar, é estritamente necessário clarificar que a palavra media, neste contexto, deve ser tida como sinónimo de meios de comunicação em massa, uma vez que existem distintas e permanentes catalogações a si associadas. Os primeiros passos dados no sentido de conceptualizar os órgãos que veiculam mensagens para as massas, como instrumentos indispensáveis à gestão governamental das opiniões públicas, que foram dados por Harold Lasswell<sup>60</sup>. Este defendia que a propaganda era definitivamente o único meio que possibilitaria suscitar a adesão das massas, fosse para bons ou mais fins.

Os media possuem um poder de tal forma grande e extenso – o qual apenas podemos lançar uma estimativa –, que se apresentam quase como onnipotentes nos tempos que correm, e toda e qualquer informação, seja ela verdadeira ou falsa, manipulada ou factual, que seja tornada pública, assume um ritmo próprio e imparável, sendo que a sua anulação passa a ser impossível, restando apenas as possibilidades de a desmentir, corrigir ou alterar – nesta conjuntura podemos lançar aqui um paradoxo: um facto tornado visível não pode ser extinto; um facto sem visibilidade, não chega a existir.

O desenvolvimento dos meios de comunicação, potencializado pelo desenvolvimento da tecnologia, de certa forma que ditou uma nova ordem mundial, onde se disputa um lugar cimeiro quanto ao rumo que as sociedades seguem. Serão os media quem dita o que o público pode pensar, ou é este quem força os media a tratar determinadas temáticas? A única resposta concreta que pode ser dada até ao momento, é o desacreditar da teoria do *agenda-setting*, que dizia que ao fazer a cobertura de um tema, os meios de comunicação estariam a forçar a integração do público na sua agenda<sup>61</sup>. Como consequência disto seria um condicionamento da agenda pública, por parte da agenda mediática, na sua forma e não no seu conteúdo, o que

---

<sup>60</sup> MARTINS, Manuel Meirinho, *Op. Cit.*, p.197

<sup>61</sup> Idem, *ibidem*, p.197

é um tanto quanto difícil de acontecer, porque, apesar de os media terem poder mais que suficiente para influenciar a opinião pública, a sociedade acaba por tomar consciência da sua consistência e da sua força, tornando um tanto quanto difícil a moldagem tanto da sua forma como se organizam como da maneira que actuam – sendo que tais alterações comportamentais das sociedades a este nível, se tomarmos breve atenção ao desenrolar da história mundial, só se deram por intermédio de coerção exercida por povos e/ou regimes políticos opressivos.

É certo que, como comprovámos no parágrafo anterior, os media dispõem de um poder de influência sob a opinião pública, mas não regem a sua acção, ainda assim, e na condição de um dos factores mais poderosos de transformação das estruturas do Espaço Público, têm a capacidade de condicionar a autonomia deste, isto porque, se olharmos atentamente para o funcionamento da comunicação pública, enquanto estrutura essencialmente dinâmica e fluída, denotamos a existência de um contraposto do princípio de igualdade<sup>62</sup>. Certo é que os media servem como meio de informar as sociedades, contudo a diferença brutal que se faz sentir entre aqueles (muito poucos) que têm acesso aos media e aqueles (esmagadora maioria) que estão limitados à condição de espectadores, poem em causa esse tal princípio que prevê a igualdade de acesso a este novo poder. Mas esta condição elitista imposta pelo frenético desenvolvimento dos meios de comunicação não fica por aqui, sendo que dentro do pequeno grupo que tem acesso aos media também existem desigualdades.

Existem dois grupos distintos que têm acesso a este quarto poder, sendo eles os profissionais dos meios de comunicação e os grupos sociais/políticos organizados. Entre estes as desigualdades são de certo modo interessantes e basicamente assentam num simples pressuposto: aqueles que controlam e gerem a comunicação pública – os profissionais dos media –, não têm a margem de manobra que os grupos organizados detêm no que toca à expressão de opiniões e alternativas, mesmo que esse seja o seu maior interesse<sup>63</sup>. Ora, aos primeiros cabem apenas as funções de gerir as redes centralizadas de informações, seleccionar as matérias tematizadas, os conteúdos produzidos e, em última instância, administrar os acessos aos media. Já os segundos, na condição de organização constituída e institucionalizada, com pontos de acção funcional bem delimitados (política, economia, religião, forças armadas, etc.), elevado grau de profissionalização, vasto nível de recursos e capacidade organizativa e sancionária, acabam por exercer a sua influência, de tal forma

---

<sup>62</sup> ESTEVES, João Pissarra, *Espaço público e democracia: comunicação, processos de sentido e identidades sociais*, Colibri, Lisboa 2003, p.56

<sup>63</sup> Idem, *ibidem*, p.57/58

pressionante, na gestão dos meios de comunicação, que acabam por controlar a forma como as mensagens transmitidas estejam de acordo com os seus específicos interesses.

Existe ainda uma condição, apontada por Nélon Traquina, que limita a propagação do quarto poder ao resto da sociedade, sendo ela a liberalização económica<sup>64</sup>. Uma vez que este fenómeno prevê o «consumidor como rei», os media noticiosos não têm assegurado uma melhor responsabilidade, uma vez que os interesses económicos falam mais alto e a necessidade de vender para sustentar o negócio é uma realidade – afinal tratam-se de empresas comerciais. A procura de lucro entra assim em conflito com a responsabilidade social, o que não permite aos proprietários e profissionais do jornalismo recordar a sua obrigação de defender a liberdade positiva de imprensa, que permite a divulgação de informação justa e significativa.

Em termo de conclusão, podemos então depreender que existe realmente um quarto poder que se encontra inteiramente nas mãos dos meios de comunicação. Todavia não são os profissionais da comunicação pública – e muito menos os cidadãos, na condição de meros espectadores – que estão na frente desse poder, sendo as elites sociais, políticas, económicas, etc., quem beneficia desse poder, o que pode auferir a este a rotulação de autoritário.

### **7.1. O Jornalismo como mecanismo político**

Partindo de uma revisão da leitura, talvez o que mais se pode destacar será a inerente importância da comunicação entre entidades, sejam elas de que natureza forem. Neste caso é a dualidade política-sociedade que se estuda. Nesta conjuntura nota-se ainda que existe uma série de características que a Comunicação Política assumiu no decorrer do seu desenvolvimento, sendo elas a vontade de quebrar velhas rotinas e desejo de uma nova ligação com o cidadão e as suas verdadeiras preocupações; o ênfase na discussão séria como actividade básica na política democrática; e o foco nos cidadãos enquanto actores do drama público e não meros espectadores.

Ao olharmos para o papel que o jornalismo assume nesta realidade, com toda a certeza existem questões – quase morais até – que nos levam a pensar até que ponto a actividade de um “jornalista público” é influenciada pela acção política que ele noticia. Os três pontos nomeados acima dão-nos margem de manobra para críticas abertas, nomeadamente no que

---

<sup>64</sup> *Media, Jornalismo e Democracia*, Comunicações apresentadas ao Seminário Internacional, Livros Horizonte, Lisboa 2002, p.122

toca a temáticas onde se inserem termos como “crime”, “economia” e “crise” – entre outros, estes mais certamente. Qualquer pessoa, na sua condição de cidadão, cuja visão da cena política descaia para o cepticismo, com certeza olha para a retórica política como um pensamento coercivo escondido por trás de um “projecto do povo” ou uma “agenda do cidadão”<sup>65</sup>. Isto tudo porque os meios de comunicação são tidos como elementos do sector político, uma vez que são o meio pelo qual a política mais depressa chega aos cidadãos.

O que se denota desta questão é o que o título deste ponto que nos leva a compreender: o próprio jornalismo está à mercê da política. Contudo, e para que seja contrariado este pensamento, existe a necessidade de negar esta “realidade”, sendo que cabe aos próprios meios de comunicação e aos seus “jornalistas públicos” ora expôr a sua própria orientação ideológico-política ora negar toda e qualquer ligação com qualquer entidade política. Nos Estados Unidos da América – país sob o qual recaem todos os olhares no que toca as suas decisões políticas a nível nacional e mundial, por serem por muitos considerados os líderes do Mundo Livre – temos aquele que possivelmente terá sido o primeiro e o mais mediático caso de inalienação dos meios de comunicação face ao ambiente político<sup>66</sup>. Em questão está o jornal *Miami Herald*, cujo editor Doug Clifton em 1994, fez denotar que ele e os seus colegas de redação não desempenhavam um papel mais catalisador na política porque haviam sido instruídos meticulosamente para encarar essa realidade com maior objectividade<sup>67</sup>, ou seja, olhavam para a cena política como algo que somente deveriam descrever e transcrever e não algo sob a qual deviam opinar e criticar – o que pode levar a uma interpretação distorcida da realidade política por parte da sociedade.

Em síntese, este ponto não serve para enaltecer a existência de um jornalismo activamente político, que esteja em constante contacto com a acção política a fim de demonstrar toda a sua orientação face a uma determinada temática. O que se pretende denunciar é esta mesma ligação. Os media precisam de dissociar-se da política a fim de a poderem reportar de forma imparcial, porque um jornal ou jornalista que se demonstre activamente político nas suas edições arrisca-se a comprometer a separação necessária entre

---

<sup>65</sup> TRAQUINA, Nélson; MESQUITA, Mário, *Op. Cit.*, p.48

<sup>66</sup> Note-se que aqui se refere a um separatismo entre estes dois elementos, os *media* e a política. Não está em causa um conflito entre ambos, por isso não se inserem neste grupo quaisquer jornais e/ou revistas satíricas ou de denuncia/crítica pública da política – como as publicações críticas sobre a Regeneração por parte de um grupo intelectuais do século XIX intitulado de Cenáculo, ou a revista «Seara Nova», uma publicação doutrinária e crítica, com fins pedagógicos e políticos, fundada em Lisboa, no ano de 1921, por iniciativa de Raul Proença e de um grupo de intelectuais portugueses da época.

<sup>67</sup> Idem, *ibidem*, p.48

factos e valores, tão central para a imagem que a sua profissão tem de si mesma. Dito isto, um jornalismo que não seja considerado mecanismo político é um “participante justo” na comunidade política pois reflecte apenas a realidade da mesma e não assume uma posição de supervisor, guardião ou juiz.

## **7.2. A influência dos Media na concepção da imagem do político**

A Comunicação Social tem o estatuto de quarto poder pela enorme influência que tem na opinião pública e na consciência social. Neste campo poderíamos considerar a existência de quatro meios de comunicação se contássemos a internet e as redes sociais como tal, contudo esse é um método mais voltado para o uso e expressão da opinião pública. Assim sendo os meios a considerar são os três com mais importância e influência: a rádio, a televisão e a imprensa.

Podemos considerar a rádio como o primeiro a ser mencionado quando referimos os Media – mesmo que a imprensa tenha surgido primeiro cronologicamente – tudo porque a imagem que este meio transparece é somente vocal. A radiodifusão concertiza transformou o conceito de meio de comunicação com o seu desenvolvimento na segunda metade do século XX. Proporcionou-se aqui uma etapa de exploração comercial da rádio e como é óbvio a sua aceitação popular fora bastante elevada. Adquirindo assim o estatuto de verdadeiro meio de comunicação de massa não tardou até que se tornasse um instrumento de propaganda por políticos um pouco por todo o mundo. Já no início dos anos 20 os publicitários foram desafiados a criar campanhas publicitárias<sup>68</sup>, ou até mesmo propaganda política, dirigidas a todos os ouvintes e não apenas a distintos grupos da sociedade, o que levou a uma preocupação e valorização da integridade humana e da igualdade por parte dos políticos.

A televisão é o segundo meio a ser referenciado e talvez seja o mais importante no que diz respeito a transmissão de uma imagem completa, uma vez que – tomando o exemplo de um discurso político – podemos ver um político enquanto está a fazer um discurso sobre uma determinada temática, podemos ter atenção não só ao seu tom de voz como também à sua postura, à sua linguagem corporal, às suas reações face às suas próprias palavras. É graças à sua omnipresença que desperta um maior interesse no público, pois tem capacidade de chegar a todos os públicos. A televisão tem dado um grande contributo para o aumento da

---

<sup>68</sup> CAETANO, Joaquim, *Op. Cit.*, p.81

visibilidade dos políticos, tornando-se a via mais importante da difusão do *Marketing* Político, uma mais valia no processo eleitoral. Como exemplo, podemos destacar o debate entre Kennedy e Nixon (1960), em que após o debate fora feito um estudo que concluiria que as pessoas tinham assistido através da televisão consideravam Kennedy como o candidato vencido, enquanto aqueles que tinha seguido via rádio atribuíam a vitória a Nixon<sup>69</sup>. Este é sem dúvida o exemplo a ter em conta quando se refere a televisão como meio de propagação da imagem política uma vez que viria a ser o primeiro grande momento em que teria impacto na imagem de um político e conseqüentemente uma vitória eleitoral.

A imprensa será o último meio de comunicação a referir, não que seja o menos importante, mas sim porque talvez seja aquele que melhor consegue acompanhar o progresso. A imprensa já existia muito antes do rádio ter aparecido, e quando dizemos muito antes podemos muito bem referenciar a invenção da escrita e da conseqüente propagação de comunicados e notícia. Verdade é que o impacto que tem não é tão grande como o da televisão ou mesmo da rádio, contudo aquilo que oferece é uma versão escrita da comunicação política que se faz acompanhar geralmente de imagens alusivas aos políticos em questão. O que se tem de referir ainda é claramente o seu ponto forte, o facto de estar «sempre à mão». Isto é, podemos muito bem andar com um exemplar de um jornal diário debaixo do braço, lê-lo num estabelecimento de restauração ou até mesmo numa viagem de comboio. E há ainda que dar reforço à evolução tecnológica, pois existe ainda a alternativa de aceder a esta mesma informação através dos nossos dispositivos pessoais, nomeadamente telemóveis, *tablets*, computadores, etc. Quanto à imagem que é possível reter da imprensa escrita será maioritariamente incidente em situações mais caricatas e/ou embaraçosas, pois o que fica basicamente registado são sempre gestos, palavras ou comportamentos que podem causar danos complicados na imagem do político. Já o texto que fica registado torna-se uma mais valia, pois o que estará em trinta segundos na televisão pode ocupar uma página ou duas de um jornal ou revista, sendo que permitindo uma maior atenção ao discurso e às palavras usadas para proferir esse mesmo discurso e, claro, é sempre um documento que se tem de reserva caso haja necessidade de o voltar a consultar.

---

<sup>69</sup> Idem, *ibidem*, p.82

## II – O estudo de caso do conflito na Ucrânia

### 1. Contextualização histórica

Há sensivelmente vinte e três anos dissolvia-se a União Soviética e passou assim a existir Ucrânia como estado independente pleno de soberania. Contudo, ainda hoje se sente a vontade de recuperar a velha URSS, e na ordem do dia, a Ucrânia tornou-se no primeiro grande alvo da vontade russa de restabelecer a sua antiga glória.

A península da Crimeia fora o primeiro passo para iniciar a anexação de antigos territórios da URSS, por parte da Rússia, e no início de Março de 2014 já se previa que tal iria acontecer mais cedo ou mais tarde, com a presença de militares russos na região. O caminho já estava pavimentado, com o referendo da Crimeia – que questionava os seus cidadãos se queriam ou não ser anexados à Rússia – que demonstrou que 95% da população pretendia juntar-se à Federação Russa por intermédio da anexação do território. Esta intenção de revitalizar a “alma russa” pré-soviética já havia sido expressada a 4 de Novembro de 2013, mas em Moscovo, no bairro de Lioblino<sup>70</sup>. Era o dia da Unidade Nacional – celebração instituída por Vladimir Putin em 2005 – e tal manifestação fora convocada pelo movimento ultranacionalista “Os Russos”, de Dmitri Demochkine. O movimento visava primeiramente declarar os imigrantes, sobretudo das antigas repúblicas soviéticas muçulmanas do Cáucaso e da Ásia Central, e as entidades estrangeiras que se opunham à Rússia, e em segundo plano, apelar à unificação de todos os nacionalistas pró-russos – o que possivelmente poderá ter despoletado a vontade dos cidadãos da Crimeia a votar a favor da anexação meses mais tarde. Mas o que interessa primeiramente é perceber o que despoletou o conflito a que se assiste agora na Ucrânia.

O crescente desagrado perante a constante corrupção e ineficácia do sistema de poder autocrático dirigido pelo presidente Victor Ianukovich (Viktor Yanukovich), que levou à submissão a Moscovo, resultou na revolta da população ucraniana face ao sistema, instaurando-se um clima de tensão que iria permitir a intromissão de outras entidades nos assuntos e no território da Ucrânia. Ora, o que agravou esta tensão interna foi a existência de uma diversidade regional, histórica, cultural, religiosa e linguística do país, o que levou a

---

<sup>70</sup> Ana Gomes Ferreira, “Manifestação em Moscovo em defesa da “alma russa””, *Público*, 5/11/13, p.5

denotar-se ainda mais a divisão da população, que se viria a dividir entre nacionalistas ucranianos, com interesses ocidentais, e separatistas pró-russos, com interesses orientais – nomeadamente a anexação à Rússia. Se olharmos para o mapa<sup>71</sup>, e tivermos em conta a história da região circundante, conseguimos verificar estas diferenças sem grande esforço. A Ucrânia é um país que ainda anda à procura da sua identidade, muito por culpa de ter estado sob o domínio de vários impérios no passado: o Estado polaco-lituano, a Rússia czarista, o Império Austro-Húngaro, Império Otomano e por fim a recomposição territorial levada a cabo por Estaline, que culminou com a URSS. Neste sentido existe uma Ucrânia Ocidental, onde prevalece a herança austríaca e há uma forte ligação cultural e económica com a Polónia – outro país que ainda procura a sua própria identidade –, uma Ucrânia Oriental russófona e umbilicalmente ligada à Rússia, sendo a Crimeia – “oferecida” por Nikita Khrushchov à Ucrânia em 1954, território russo desde o século XVIII até então – o epicentro desta ligação, e no meio, o “país central” que mistura tudo isto, onde se situa a capital Kiev.

Não obstante, numa dimensão geopolítica já se denotam alguns interesses externos que influenciam o decorrer do conflito, nomeadamente dos russos. A Polónia tem vindo a defender a integração ucraniana no mundo Ocidental, contudo o fiasco da integração da Ucrânia na NATO levou a que a Europa e os EUA começassem a desacreditar – ainda mais – a aproximação do país ao Ocidente. Normal que depois deste desinteresse Kiev se virasse expressamente para Moscovo, a fim de estreitarem relações. Putin inclusivamente, em 2008, havia dito a Bush que «a Ucrânia não é sequer um Estado»<sup>72</sup>, mas sim uma parte integrante da Rússia que fora usurpada em 1991, com a proclamação da independência ucraniana em Dezembro, e seria novamente integrada no futuro por intermédio de uma união aduaneira com Moscovo – e de certa forma Putin cumpriu a promessa, pelo menos ao ter anexado a Crimeia, sendo que, se a Europa e os EUA não intervirem de forma eficiente, não tardará a que o resto da Ucrânia a seja anexada.

O regime político ucraniano não é inteiramente favorável aos interesses russos, uma vez que não permite a integração da Ucrânia Oriental de forma pacífica, por vontade dos separatistas pró-russos. Resultando numa destabilização política e económica da Ucrânia, a fim de a ideia de federalizar o país, lançada inicialmente por Ianukovich, prevalecer. Ora tal regime federal iria permitir às regiões russófonas vetar quaisquer tentativas de aproximação à

---

<sup>71</sup> Ver Anexo III, referente ao mapa da percentagem de russos por província na Ucrânia

<sup>72</sup> Jorge Almeida Fernandes, “Ucrânia: as três dimensões do conflito”, *Público*, 23/02/14, p.6



União Europeia e consequentemente uma anexação fácil à Rússia. Neste campo, Putin tem clara vantagem sobre os EUA e a Europa, pois tem investido muito mais meios e recursos, em termos políticos, e conta ainda com o facto de, ainda hoje, a oposição não estar devidamente organizada – apesar de já terem chegado ao poder através de um governo provisório, a oposição não conseguiu evitar a escalada dos separatistas que foram desde Donetsk até Odessa.

Em suma, cronologicamente falando, através da sua influência no regime político ucraniano, Putin conseguiu que, em Novembro de 2013, Ianukovich desistisse da adesão da Ucrânia à Parceria Oriental da UE, e mesmo com a destituição e fuga de Ianukovich, após a manifestação “*Euromaidan*” – cuja mobilização fora potenciada pelos ucranianos nas redes sociais através da *trend (hashtag) #euromaidan* –, perdeu a Ucrânia, mas havia ganho a Crimeia, que ao fim ao cabo era só a chave geoestratégica do Mar Negro. Depois de duas vitórias consecutivas de Putin, Ucrânia e Rússia viram-se envolvidos numa espiral de tensão e ameaças, onde a Europa e os EUA têm vindo a tentar intervir de forma a terminar o conflito e desassociar a Ucrânia da Rússia.



## 2. A instabilidade política de Kiev

A Ucrânia surge como o palco principal destes conflitos, tanto nacionais como internacionais, e é por ela que começamos a descrever a situação e como a comunicação política pode ter ou não influenciado a questão dentro do período de análise. Dentro do país, e contemplando as complexas diferenças contextuais supra referidas no ponto introdutório à segunda parte, o conflito tem-se dado dentro e fora do parlamento ucraniano, com os separatistas pró-russos a exigirem independência face a Kiev, enquanto a outra parte da sociedade tenta ao máximo repudiar e repelir as investidas daqueles, tentando manter a integridade nacional e territorial da Ucrânia.

A luta interina, opunha o presidente Ianukovich, à oposição governamental, liderada por Vitali Klitchko (líder do partido Udar), Oleg Tiagnibok (líder do partido Svoboda – partido Liberdade em português) e Arseni Iatseniuk – sendo o último líder do maior partido da oposição, que personifica o espírito da *Revolução Laranja*, enquanto Iulia Timochenko se encontrava na prisão – , e agravar-se-ia em Novembro de 2013 aquando a Ucrânia se afastaria da União Europeia a fim de não perder as ligações a Moscovo. Fora então esta a medida que levou à revolução do *Euromaidan*, na Praça da Independência (Maidan), onde os cidadãos ucranianos exigiam uma maior integração na UE. A Ucrânia e a UE iriam, a 29 de Novembro, em Vilnius (Lituânia), assinar uma cooperação comercial, mas face à decisão prematura de não avançar com tal acordo, Ianukovich virou-se para Leste com o intuito de integrar a união aduaneira formada por alguns países da antiga União Soviética, da qual já fazem parte a Bielorrússia e o Cazaquistão. No comunicado oficial, o primeiro-ministro ucraniano Mikola Azarov, afirmava que o acordo teria sido cancelado “com o objectivo de adoptar medidas para assegurar a segurança nacional” e “renovar o diálogo activo” com a Rússia<sup>73</sup>. Já do lado da Europa, o emissário responsável da delegação da UE, Aleksander Kwasniewski, disse que “foi feito um pedido de pausa nas negociações para que a Ucrânia organize as suas questões económicas” – o que demonstrou uma clara leviandade (crónica) por parte da UE. Já do lado russo, um porta-voz do Kremlin, Dmitri Peskov, perante a decisão da Ucrânia definiu-a como “um aliado próximo e saudou “o desejo de melhorar e desenvolver

---

<sup>73</sup> João Ruela Ribeiro, “Ucrânia troca pacto com a UE por aproximação a Moscovo”, *Público*, 22/11/13, p.22

as relações comerciais e cooperação económica” da mesma. Neste primeiro momento já se avistava o início de uma luta de interesses de nível internacional, dentro de uma Ucrânia económica e politicamente fragilizada.

Apesar do redondo não dado por Ianukovich à UE, este não deixou de ir à cimeira de Vínus para honrosamente dizer que preferia a ligação a Moscovo. Contudo não deixou de pedir apoio financeiro aos europeus, e estes de forma pacífica tentaram aliciar Kiev para que a Ucrânia se juntasse à Parceria Oriental<sup>74</sup>. O assunto em destaque foi a prisão de Talia Timochenko, ou melhor, na sua libertação, assunto esse que o presidente ucraniano recusou tratar. Ora o facto de os europeus insistirem na libertação de Timochenko não foi erro nenhum, pois sabiam que, sendo a ex-primeira-ministra o maior símbolo da oposição e com forte ligação ao povo ucraniano – apesar de não ter uma gota de sangue ucraniano (pai é arménio e mãe russa) –, uma vez liberta da sua prisão, a UE poderia começar a apoiá-la na sua escalada política na Ucrânia, afastando Kiev de Moscovo e tornando a ligação à Europa bastante mais fortificada. E diga-se que a UE até pode ter saído a ganhar desta “derrota”, uma vez que pode lançar uma imagem de “bom da fita” na História. Ao exigirem reformas ao Governo ucraniano, os europeus já deveriam estar a contar com outro congelamento das negociações por parte de Ianukovich e por isso insistiram na libertação de Timochenko. Ora, esta estratégia resultou num maior apoio dos ucranianos pró-europeus, que invadiram as ruas de Kiev em forma de protesto contra o abandono da parceria e das reformas, por parte do Governo ucraniano. A UE teria também dado a entender ao povo ucraniano que intentava libertar o maior símbolo da oposição, que por sua vez iria ajudar a Ucrânia a associar-se à Europa. E, como se não bastasse a forte imagem que Timochenko tem perante o povo ucraniano, a ex-primeira ministra mostrou grande empatia para com o povo, ao declarar greve de fome em termo de apoio aos protestantes. Timochenko fez ainda questão de explicar aos líderes europeus que a sua libertação nada se compararia à aceitação, por parte de Ianukovich, de uma ligação entre a Europa e a Ucrânia, afirmando publicamente que “hoje [29 de Novembro 2014] não é apenas preciso libertar os presos políticos. É preciso libertar a Ucrânia”<sup>75</sup>.

---

<sup>74</sup> Uma iniciativa que pretende dotar a Europa de uma vizinhança de Estados amigos e bem governados a leste.

<sup>75</sup> Clara Barata, “*Quem dá mais no leilão da Ucrânia, a União Europeia ou a Rússia?*”, *Público*, 29/11/14, p.26/27

Dentro do parlamento a luta continuou com apelos da oposição à manifestação, à semelhança da Revolução Laranja<sup>76</sup>, do povo ucraniano a nível nacional – um objectivo difícil uma vez que na Ucrânia de leste predomina uma população de origens russas e com uma indústria dependente de exportações para o país vizinho –, que contou com o apoio de Timochenko, através de uma carta lida pela sua filha, em que assertiva que “o principal é que ninguém deixe a rua até que o poder seja derrubado por meios pacíficos”<sup>77</sup>. Nessa revolução ouviam-se os manifestantes gritar expressões como “Abaixo os bandidos”, “Revolução” e “Ucrânia é Europa”, enquanto avançavam em direcção à Praça da Independência. Com esta movimentação do povo ucraniano, a oposição visava a demissão do Presidente e do Governo liderado pelo Partido das Regiões (pró-russo) e a antecipação das eleições presidenciais previstas apenas para 2015. Klitchko era a voz do povo: “Eles roubaram-nos o sonho [de aproximação à UE]. Se não querem cumprir a vontade do povo, então este Governo e este Presidente vão deixar de existir”<sup>78</sup>.

A manifestação conduziu-se paulatinamente até que um grupo de jovens encapuçados investiram sobre as forças de segurança. Inteligentemente, Iatseniuk, separou a manifestação destes desacatos, caracterizando-os de provocações encenadas que levariam o Presidente a declarar estado de emergência. A revolução era de tal modo impetuosa que levou alguns analistas políticos a preverem o fim do reinado de Ianukovich. O mais citado fora Ievgeni Kiseliov, que escrevera no *Moscow Times* que “a enorme participação nos protestos e a subsequente violenta repressão da política alteraram completamente a situação política para Ianukovich, Putin e a Ucrânia”<sup>79</sup>. Já Ian Traynor, editor de política europeia do *Guardian*, sentenciou o Presidente ucraniano ao dizer que “os seus cálculos sobre política e poder, poucas vezes manifestados de forma tão rude e transparente, estão a fazer ricochete”<sup>80</sup>, algo que se confirmaria com os pedidos de demissão do chefe de gabinete do Presidente, Serhi Liovochkin, e dois deputados do Partido das Regiões, em protesto contra a carga policial

---

<sup>76</sup> Manifestação em 2004, onde milhares exigiram nas ruas a repetição das presidenciais, denunciando fraudes na contagem que dava a vitória a Ianukovich, naquela que foi a sua primeira (e mais tarde falhada) tentativa de chegar ao poder. Tivera lugar junto do monumento de Taras Shevchenko, poeta e herói nacional, na Praça da Independência, lugar esse igualmente escolhido pela oposição para a manifestação do dia 1 de Dezembro de 2014.

<sup>77</sup> Ana Fonseca Pereira, “*Oposição recusa dar por consumado o recuo de Kiev na aproximação à UE*”, *Público*, 1/12/13, p.27

<sup>78</sup> Idem, “*Oposição grita nas ruas “revolução”. Governo pondera estado de emergência*”, *Público*, 2/12/13, p.22

<sup>79</sup> Idem, *ibidem*, p.23

<sup>80</sup> Idem, “*Braço-de-ferro da oposição encurrala presidente ucraniano*”, *Público*, 3/12/13, p.25

sobre os manifestantes. Este golpe era sem dúvida uma má notícia para as perspectivas de reeleição de Ianukovich nas próximas presidenciais e uma possível derrota para Putin na tentativa de agregar toda a Ucrânia à sua união aduaneira.

A oposição do Governo decidiu avançar com uma moção de censura e contou com o apoio do povo para tal. Todavia o Governo sobreviveu a essa investida e em tom de arrogância, Mikola Azarov, proferiu um discurso de “vitória” ao dizer que “o que se está a passar tem todos os sinais de um golpe de Estado. É muito sério. Até aqui temos dado provas de paciência, mas não queremos que pensem que tudo lhes é permitido”. A moção de censura teve 186 votos a favor, menos 40 do que seria necessário para aprovação<sup>81</sup>. O que falhou foi a inesperada união de toda a bancada do Partido das Regiões (pró-russo, no poder), onde supostamente haveriam membros que discordavam com a linha estratégica que o Governo teimava em seguir.

Dez dias depois, Ianukovich propôs uma reunião com os líderes da oposição a fim de ouvir e discutir as exigências desta. Convidou os líderes de cada partido, contudo estes demonstraram o seu desagrado no fim da mesma, pois o que Ianukovich tinha para oferecer seria apenas uma promessa de amnistia para os manifestantes detidos na manifestação. As exigências da oposição não foram atendidas e muito menos consideradas. Klitschko, comunicou depois que “o poder não teve em conta nenhuma das nossas [oposição] exigências” e que tal reunião “não passou de um simulacro”<sup>82</sup>. A oposição não poupou as palavras, acusando o Governo e o Presidente de quererem virar as costas ao povo, ao não assinarem o acordo com a UE em prol de uma ligação penosa com a Rússia, e atribuiu a responsabilidade a Ianukovich das represálias sobre os manifestantes.

No site da presidência foi ainda possível ver a “boa vontade” do presidente em atenuar a situação, ao convidar para outra reunião o primeiro presidente da Ucrânia independente, Leonid Kravchuck e Leonid Kutchma e Viktor Iuchenko, que dias antes tinha participado nos protestos. Enquanto isso, as forças policíacas investiam sobre os manifestantes com o intuito de proteger os “direitos e interesses legítimos de outras pessoas”, pessoas essas, “não sua maioria (...) habitantes do centro da capital”, que se haviam queixado à polícia “por não puderem chegar às suas casas e não terem paz de noite”<sup>83</sup>, justificou o ministro do Interior, Vitali Zakharchenko. Duas boas desculpas que realmente poderiam aligeirar as tensões que se

---

<sup>81</sup> Idem, “Governo ucraniano supera desafio no Parlamento mas não nas Ruas”, *Público*, 4/12/13, p.28

<sup>82</sup> s.a. “Reunião com presidente foi um simulacro”, *Público*, 14/12/13, p.23

<sup>83</sup> Clara Barata, “Na oposição, ninguém acredita nas promessas de Ianukovich”, *Público*, 12/12/13, p.20

viviam nas ruas ucranianas, não fossem elas apenas isso, desculpas, tudo porque, dois dias antes – a 9 de Dezembro –, o procurador-geral ucraniano, Viktor Pshonka emitiu um comunicado – nada favorável à já detriorada imagem do Governo e do Presidente – a avisar os manifestantes para levantarem o bloqueio que haviam montado em trono dos edifícios públicos: “Se alguém pensa que pode, com estas acções, trazer a anarquia e a desordem ao nosso país, deve perder as ilusões”<sup>84</sup>, tendo antes tornado público que os líderes da oposição, que haviam incitado a manifestação, estavam a ser investigados por tentativa de derrubar o Governo de forma ilegal, crime punível com até dez anos de prisão.

Porém a resposta não veio directamente da oposição e muito menos dos manifestantes. Seria a União Europeia, por intermédio de Catherine Ashton, Comissária do Comércio Europeu, que condenou “o uso da força e da violência, que não podem ser a resposta às manifestações pacíficas”, e mostrou-se ainda “muito impressionada pela natureza pacífica e corajosa das manifestações, apoiando as aspirações europeias”<sup>85</sup> demonstradas pelo povo ucraniano. Outras situações que despoletaram deste momento foram, o anuncio de que o vice-primeiro-ministro ucraniano, Serhi Arbutov, iria a Bruxelas para discutir questões relacionadas com a assinatura e elaboração de acordo de associação UE-Ucrânia, e a participação da Ucrânia numa cimeira com a Rússia, a 17 de Dezembro, a fim de se ser assinada a entrada daquela na união aduaneira dominada pela Rússia.

## **2.1. Da demissão do Governo à deposição de Ianukovich**

Nas ruas o desagrado era crescente e isso era visível na também crescente brutalidade dos conflitos entre os manifestantes e as forças de autoridade. Numa tentativa de acalmar os ânimos, Klitschko dirigiu-se a ambos os lados pedindo calma e paciência e apelando à manifestação pacífica, pois, se os confrontos continuassem, tudo o que os manifestantes reivindicavam acabaria por perder o seu real sentido e a polícia acabaria por tomar medidas mais severas a fim de controlarem a situação. Contudo, não deixou de demonstrar que no Parlamento ainda não tinham desistido dos seus princípios: “O Presidente sabe que eleições

---

<sup>84</sup> Ana Fonseca Pereira, “*Antes do diálogo, Ianukovich mandou polícia avançar contra manifestantes*”, *Público*, 10/12/13, p.24

<sup>85</sup> Clara Barata, “*Na oposição, ninguém acredita nas promessas de Ianukovich*”, *Público*, 12/12/13, p.20

antecipadas vão mudar a situação sem derramar sangue e nós vamos fazer tudo para o alcançar”<sup>86</sup>, afirmou nesse mesmo comunicado em que apelava a uma revolução pacífica.

A abordagem de Klitschko fora bem sucedida, pois fora prevenida uma nova escalada de violência. E para agrado dos manifestantes, e ainda decorrendo a reunião entre o Presidente e a oposição, o site da presidência tornou publico um comunicado que dizia que “a oposição e a maioria parlamentar (...) [deveriam] reunir-se e debater as questões que apareceram: a demissão do Governo e as questões relativas a leis que foram aprovadas<sup>87</sup>”<sup>88</sup>. E se Ianukovich demonstrava uma considerável abertura no sentido de se atenuar e acabar com tal situação, o primeiro-ministro manteve a firme linha que tinha defendido até ao momento acusando “todos aqueles que apoiam este golpe de estado (...)”, desafiando-os a chegarem-se à frente em vez de se esconderem atrás dos manifestantes pacíficos. Ora, se o primeiro procurava claramente uma abordagem mais pacífica de forma a conquistar alguma simpatia por parte do povo ucraniano, o segundo esperava claramente incitar uma disrupção entre os manifestantes, dividindo-os em participantes legítimos e pacíficos, e anarquistas destabilizadores. Todavia, o poder tanto tremeu que começaria a colapsar, tendo o governador da região de Lviv, Oleg Salo, russófono e próximo de Ianukovich, cedido às manifestações, apresentando a sua demissão – sinal claro de que a demissão do Governo de Kiev não estaria longe de seguir o mesmo caminho.

Com o fim do domínio do Governo liderado por Mikola Azarov à vista, rapidamente Ianukovich procurou não abdicar do poder, oferecendo à oposição uma possibilidade de, juntos, formarem uma equipa para resolver a crise ucraniana. A oposição contudo deixou ponto bem assente de que não ia debater a demissão do Governo, pois era o motivo da luta desde o início. Falhada a primeira oferta, Ianukovich procurou oferecer o cargo de primeiro-ministro à oposição – mais concretamente a Klitschko, uma vez que aceitar Arseni Iatseniuk, sucessor de Iulia Timochenko, em tal cargo, seria não só o imediato fim da sua carreira política como também uma enorme derrota moral e pessoal – Não obstante, tal oferta não fora bem recebida pelos manifestantes. Apelidavam tal proposta como “(...)uma traição”<sup>89</sup> e logo fizeram questão de avisar que, se a oposição cedesse às vontades de Ianukovich, seriam eles a

---

<sup>86</sup> João Ruela Ribeiro, “*Oposição tem esperança na demissão do Governo mas acordo fica adiado*”, *Público*, 24/01/14, p.22

<sup>87</sup> As leis a que se refere o comunicado seriam leis que condicionavam a acção dos manifestantes, nomeadamente o impedimento de se acampar em frente aos edifícios públicos ou o uso de amplificadores sonoros.

<sup>88</sup> Idem, *ibidem*, p.22

<sup>89</sup> Rita Siza, “*Presidente ucraniano oferece cargo de primeiro-ministro à oposição*”, *Público*, 26/01/14, p.30



tomar a ofensiva. Mas tal não aconteceria – a curto prazo – uma vez que o Governo acabaria por ceder e apresentar a sua demissão.

Apesar de ter apostado sempre numa postura de dureza perante o “golpe de estado” encenado pela oposição, Azarov tomou a decisão de se demitir, alegando que tal decisão só iria “criar condições para um compromisso político para resolver o conflito pacificamente”<sup>90</sup>. Na hora da despedida ao poder, o agora ex-primeiro-ministro, não fora fiel à sua linha de acção, o que até lhe poderá ter valido uma boa imagem perante o público ucraniano, e até mesmo o internacional – pois no fim deu a entender que o que lhe interessava era o bem-estar dos ucranianos e do seu país. O que viria a seguir seria a discussão de atribuição de amnistia às “pessoas que foram detidas e presas sem razão”<sup>91</sup>, denunciava Klitschko. Já os manifestantes queriam ver acontecer o resto que reivindicavam: “a demissão de Ianukovich, eleições legislativas antecipadas e uma Constituição”, falavam por todos Petro, um taxista ucraniano entrevistado pelo jornal *Kviv Post*, e Mikola, cidadão que respondeu ao *Le Monde*<sup>92</sup>, na Praça da Independência.

A amnistia aparentava ser a primeira medida a ser implementada, contudo Ianukovich, no fim de Janeiro, decidiu apresentar baixa médica e voltar aos ataques à oposição, culpando-os de “agravar a crise política”<sup>93</sup>. Para agravar a situação, o Partido das Regiões, apoiante do Presidente, decidiu adicionar uma cláusula à amnistia a ser atribuída: todos os detidos e presos até ao momento seriam libertados no preciso momento em que todos os manifestantes desocupassem os edifícios públicos e os acessos aos mesmos e colocassem fim à revolução instalada desde a *Euromaidan*. Mais uma vez Klitschko assumiu o protagonismo da oposição ao apelidar os apoiantes desta medida de “piratas da somália”, pois estariam a agir como estes ao tomar os detidos e presos como reféns que seriam libertados em troca da satisfação das suas exigências. Ianukovich responderia por uma determinante última vez, ao acusar a oposição de “agravar a situação, apelando às pessoas para continuarem ao frio por causa das ambições políticas de alguns líderes”<sup>94</sup>, sendo que pouco depois<sup>95</sup> a sua demissão seria inevitável – o que demonstra que a inteligente incoerência do seu discurso face aos

---

<sup>90</sup> João Ruela Ribeiro, “Governo da Ucrânia demite-se mas as ruas continuam a pedir mais”, *Público*, 29/01/14, p.22

<sup>91</sup> Idem, *ibidem*, p.22

<sup>92</sup> Idem, *ibidem*, p.22

<sup>93</sup> Idem, “Ucrânia afunda-se entre uma lei polémica e um presidente ausente”, *Público*, 31/01/14, p.23

<sup>94</sup> Idem, *ibidem*, p.23

<sup>95</sup> Ianukovich afastar-se-ia do poder, antes da oficialização da sua demissão, a 22 de Fevereiro de 2014, ao procurar refúgio mais perto do território russo.

acontecimentos não lhe valeram de nada pois no fim o povo ucraniano só o queria ver afastado da presidente e conseqüentemente do poder.

O início de Fevereiro seria marcado por novas trocas de acusações e insultos, com o líder da oposição, Klitschko, a acusar o Presidente de “tomar uma posição irresponsável”<sup>96</sup> ao declarar que a alteração constitucional poderia demorar de um a seis meses, tudo isto depois de no Parlamento se notarem discrepantes ideias relativas ao tema. A oposição olharia no entanto para a nomeação de um novo Governo como o fulcral passo a tomar a fim de se iniciar a mudança política que tanto desejavam e pediam as ruas. Contudo, as ruas começavam a demonstrar alguma destabilização incetada por grupos mais extremistas, que pretendiam ganhar algum extremismo. Tudo devido à demora da eficácia da oposição no combate contra o poder tirano encabeçado por Ianukovich.

Os incidentes que se seguiriam até à demissão do Presidente Ianukovich não seriam mais protagonizados nem pelo poder nem pela oposição. A revolução que se fazia sentir nas ruas já desde Novembro, tomaria novas proporções com conflitos armados entre manifestantes e forças policiais, num dia (17 de Fevereiro de 2014) em que a amnistia, que garantiria a liberdade dos até então detidos por ordem do Governo e do Presidente, entraria em vigor. Até ao dia 22 de Fevereiro, dia da tão esperada demissão de Ianukovich, os conflitos seriam uma constante e o que resultaria seria um elevado número de feridos graves e até mortes, que viria a demonstrar a outras entidades internacionais a emergência de intervir de forma positiva, a fim de se procurar a paz e a estabilidade política, social e económica da Ucrânia

## **2.2. Pós-demissão do Presidente Viktor Ianukovic**

Os oligarcas, aqueles que haviam financiado Ianukovich na sua escalada pelo poder e conseqüente vitória nas presidenciais de Fevereiro de 2010, tinham deixado claro que não compactuavam com a actuação do Governo e do Presidente perante as atrocidades que se estavam a praticar contra o povo ucraniano<sup>97</sup>. Por isso, estes decidiram – e bem – dissociar-se de Ianukovich, e, num país onde se permitiu a intervenção política de empresários multi-milionários, é mais que óbvio que o ganho ou perda de apoio, por parte destes, determina o sucesso político ora do poder, ora da oposição.

---

<sup>96</sup> Idem, “*“Batalha” no Parlamento ucraniano impede solução para a crise*”, *Público*, 5/2/14, p.22

<sup>97</sup> Clara Barata, “*Oligarcas tiraram o tapete a Ianukovich com receio de sanções*”, *Público*, 22/2/14, p.5

Ora, não deve ser difícil olhar aqui para o grande plano da situação. Tratam-se de grandes empresários que dominam a política ucraniana, e por obviedade, a sua influencia no poder fora somente para satisfazer os seus próprios interesses – e aqui ninguém pode retirar o mérito a Vladimir Putin, que no seu país traçou uma linha entre poder e oligarquia, em que o primeiro controla toda a acção política, social, cultural, económica, etc., da Rússia, enquanto os que fazem parte do segundo grupo limitam-se a tratar dos seus negócios e caso intentem intervir na cena política sujeitam-se a graves represálias. O próprio título da reportagem que relata este acontecimento demonstra o real motivo deste afastamento: o “receio de sanções” por parte das ordens políticas internacionais que possam recair sobre os oligarcas. De qualquer das formas, esse receio alimentaria a alma das ruas, pois se o Presidente já não tinha apoio dos oligarcas, então muito mais fácil seria a sua demissão – dito e feito, pois se num dia a oligarquia se afasta de Ianukovich, no dia seguinte este não está mais no poder.

Como se a demissão de Ianukovich, votada por maioria no Parlamento, não fosse motivo suficiente para o povo ucraniano respirar de alívio e manifestar toda a sua felicidade, Iulia Timochenko fez questão de mostrar que não faria intenções de abandonar o povo. Depois de dois anos e meio presa, Timochenko compareceu na Praça da Independência – que no final acabaria por ser chamada apenas por *Maidan* (praça)<sup>98</sup>, devido ao elevado cariz simbólico que assumiu a palavra durante todo o período das manifestações – ainda de cadeira-de-rodas, aclamando vitória e dizendo que “os heróis nunca morrem”<sup>99</sup>, algo que ecoaria pelas ruas em forma de cantigo protagonizado por todos os manifestantes que se mostravam agora também satisfeitos com o retorno de Timochenko à liberdade. O discurso que proferia demonstraria todo um cariz de luta pessoal que travou enquanto se encontrava na prisão. Demonstrou uma empatia extrema para com o povo ucraniano, lamentando “tanto não estar aqui [na *Maidan* com os manifestantes], quando vocês [o povo ucraniano] lutavam nas barricadas, sem poder trabalhar para que tudo fosse feito de forma pacífica”<sup>100</sup>. De seguida apelou a mais um esforço colectivo a fim de se conseguir finalmente a liberdade tanto aclamada nas ruas e a estabilidade política e económica que a Ucrânia tanto merecia. O seu discurso seria claramente bem recebido pelos cidadãos ucranianos, o que só demonstra a

---

<sup>98</sup> Desde o movimento de independência da Ucrânia em 1990, a praça tem sido o local tradicional para manifestações de carácter político. O nome actual, Praça da Independência, foi adotado em 1991. Todavia esta mesma praça já foi alvo de várias designações, o que lhe atribui um enorme valor simbólico.

<sup>99</sup> Paulo Moura, ““Os heróis nunca morrem”, disse Timochenko”, *Público*, 23/2/14, p.4

<sup>100</sup> Idem, *ibidem*, p.4

astúcia de Timochenko em usar a sua fragilidade física e a vitória do país contra o poder tirano com o intuito de consolidar uma boa imagem perante o povo ucraniano.

Depois da votação o Parlamento decidiu também por termo às restantes questões: a Constituição foi anulada, tendo sido repostos o texto de 2004, foram convocadas eleições 25 de Maio, nomearam o número dois do Partido da Pátria, Oleksander Tourtchinov, para presidente da assembleia para que se pudessem aprovar as novas leis, anunciaram a constituição de um novo Governo e aprovaram ainda uma moção que condenava qualquer tentativa de dividir o país. A apresentação de todos estes objectivos teria resposta logo no dia seguinte.

No que toca as eleições antecipadas, dois nomes surgiram enquanto candidatos às mesmas, seria o de Vitali Klitschko, que pretendia “restabelecer a justiça” para “mudar completamente os princípios e as regras do jogo da Ucrânia”, o de Mikhail Dobkin, uma personalidade próxima do agora ex-Presidente Ianukovich e o de Petro Poroshenko, o milionário que apoiou abertamente a revolução da *Maidan*. Outro nome que surgiria seria o de Timochenko, e por intermédio de Arseni Iatseniuk pois ao ser apontado como candidato ao lugar de primeiro-ministro, à partida abriria caminho à candidatura da ex-primeira-ministra. Já a constituição de um novo Governo não seria apressada, pois Turchinov pretendia que o processo fosse “transparente”<sup>101</sup> e bem conseguido. De todas as notícias que foram dadas neste dia, talvez a que terá agradado mais ao povo ucraniano terá sido aquela que garantia que seria feita justiça. Por votação do Parlamento, Ianukovich havia sido declarado como culpado, a par com o diplomata Vitali Zakharchenko, e o ex-procurador, Viktor Pshonka, da violência policial que haveria feito mais de 80 fatalidades ao longo do decorrer das manifestações. Agora, para recuperar a Ucrânia seria necessário estabilizar a economia e para isso seriam necessários 25 mil milhões de euros durante os dois anos que se avizinhavam, montante esse que a Europa procurava reunir, para ajudar o país, e que a Rússia se recusava a emprestar, por não reconhecer a legitimidade da nova política ucraniana. Mas o próximo obstáculo não seria de natureza económica, sendo que os interesses geo-políticos russos tornariam a Península da Crimeia a razão das próximas dores de cabeça ucranianas.

---

<sup>101</sup> João Ruela Ribeiro, “Ucrânia quer processar Ianukovich por crimes contra a humanidade”, *Público*, 26/2/14, p.22

### 2.3. A Ucrânia como campo de batalha: escalada das milícias separatistas

Os ucranianos livraram-se de um poder tirano e pró-russo. Como tal isso não agradara a Putin, pois todas as suas pretensões de associar a Ucrânia à sua união aduaneira caíram por terra. Todavia nem tudo estava perdido e se Putin não ficava com tudo, pelo menos uma parte do bolo teria de ser sua, e seria assim que se viraria para a Crimeia no sentido de a anexar. E não precisou de elaborar um plano minucioso para iniciar a anexação, bastou esperar pelo momento oportuno.

Ainda não estava consolidado o novo poder e já havia novas razões para a Ucrânia se preocupar. A persistência nas manifestações, mesmo depois da demissão de Ianukovich, levou a que se despoletasse uma nova crise, desta vez de cariz geo-político. Ora, o Parlamento já havia avançado com uma moção que repudiaria quaisquer tentativas de separatismo territorial, mas os cidadãos ucranianos não se contentaram com tal medida, tudo porque não fora suficiente para abafar as pretensões de algumas regiões nesse sentido, nomeadamente da Crimeia. O parlamento regional deste território, cuja população é maioritariamente russa, havia dado indícios de avançar com decisões radicais que poderiam envolver a declaração de independência da Crimeia face à Rússia, e tal fez com que os manifestantes anti-russos decidissem invadir as instituições públicas da região<sup>102</sup>. Moscovo, atenta à situação, não demorou a engendrar um plano para poder ganhar com a derrota que havia sofrido, com a libertação política da Ucrânia. Tinha aqui Putin a sua desculpa para exercer a sua influência sob o poder político da península da Crimeia com a finalidade de a anexar ao seu território.

Perto do fim do mês de Março, já tendo a Crimeia sido anexada pela Rússia, Kiev havia dado ordens aos seus militares para abandonar o território. Esta medida fora bem conseguida pois visava salvaguardar aqueles que lutaram contra a anexação da Crimeia por parte de Moscovo e também os seus familiares. Era uma batalha perdida que havia fragilizado Kiev e o seu Parlamento, pois, com tal acontecimento, os separatistas pró-russos começaram a ganhar algum ímpeto dentro do território ucraniano. Depressa chegaram ao centro das tomadas de decisões políticas e isso resultou em confrontos físicos dentro do próprio Parlamento, com Petro Simonenko, deputado do partido comunista, a ser agredido por um deputado do partido de extrema-direita Svoboda, depois de acusar os novos dirigentes de

---

<sup>102</sup> Clara Barata, “Manifestantes anti-russos invadem parlamento regional da Crimeia”, *Público*, 27/2/14, p.27

“intimidar as pessoas que têm um ponto de vista diferente” do deles<sup>103</sup>. Os desacatos estariam na origem da discussão sobre a proclamação de independência de Donetsk por parte de rebeldes pró-russos no dia anterior (7 de Abril de 2014). O novo poder e a ala direita parlamentar não reconheciam esta iniciativa enquanto os partidos pró-russos procuravam legitimar a acção dos separatistas, com vista a lançar um sinal a Moscovo de que, dentro do Parlamento ucraniano, ainda havia quem sonhasse com uma total agregação da Ucrânia ao território russo.

Depois de se conseguir alguma estabilidade, o Presidente interino, Olexander Turchinov, explicou que a ordem do exército era “resistir à agressão da Rússia, e evitar a “repetição do cenário da Crimeia”<sup>104</sup>. Era clara a posição de Kiev: não ceder às escaladas das milícias separatistas pró-russas e muito menos ceder à pressão política de Moscovo. A resposta russa surgiria por intermédio do Ministério dos Negócios Estrangeiros, que emitiria um comunicado onde denunciava o avanço militar sobre os rebeldes separatistas como um acto de “ordem criminal”, e que cabia ao Ocidente controlar estas investidas por parte de Kiev contra aquele que era o seu povo. Ora, se os separatistas eram pró-russos e, maioritariamente, de nacionalidade russa, dizer que a Ucrânia estaria a investir contra o seu próprio é falacioso. Talvez tivesse mais credibilidade esta segunda parte do comunicado se Moscovo se referisse aos separatistas como pró-russos, ou até mesmo russos, habitantes em território ucraniano. Aí este aviso poderia assumir a natureza de um pedido de ajuda por parte da Rússia para proteger os seus cidadãos residentes em outro país, contudo o cariz brusco do comunicado haveria por não causar o impacto desejado perante o Ocidente, que começava agora a dar mais atenção ao que se passava a Leste da Europa.

Perante o cenário que se tinha na Ucrânia a meados de Abril, o Kiev poucas opções tinha, ou avançava firmemente sobre os separatistas, arriscando-se a dar a Putin uma desculpa para pôr fim ao que restava da unidade territorial ucraniana, ou mantinha-se na defensiva, na esperança – que seria só mesmo isso, esperança – de que os separatistas não comprometeriam essa unidade. Turchinov procurou uma saída que agradaria a todos: perguntar a toda a população da Ucrânia se preferia continuar a viver sob a autoridade de Kiev, ou se defendia uma maior autonomia regional<sup>105</sup> – esta segunda opção era só do maior agrado da Rússia, pois preconizava uma Ucrânia federal, onde cada Estado, se assim pretendesse, poderia ser

---

<sup>103</sup> Rita Siza, “*Há promessas para negociar mas até no Parlament de Kiev houve violência*”, *Público*, 9/4/14, p.2

<sup>104</sup> Idem, “*Kiev lança operação de larga escala contra os separatistas pró-Rússia*”, *Público*, 14/4/14, p.20

<sup>105</sup> Alexandre Martins, “*Kiev vacila entre ultimatoss no Leste e ameaça de Moscovo*”, *Público*, 15/4/14, p.22

anexado à Rússia sem qualquer obstáculo interno ou externo. Assim, o Presidente interino propunha a realização de um referendo aquando as eleições presidenciais, a 25 de Maio. A medida até que fora bem recebida por ambas as partes do confronto, contudo a data não era propícia aos separatistas que exigiam uma antecipação do referendo o mais breve possível. Apesar desta exigência, Turchinov acreditava que o desejo de uma “esmagadora maioria” era de um “país unido e independente”<sup>106</sup>. Certo é que esta medida daria força às pretensões russas, contudo Turchinov agira de forma inteligente, pois se já nem Kiev nem os seus aliados ocidentais reconheceram o referendo que atribuiu a liberdade à Crimeia (e sua conseguinte anexação à Rússia), muito menos iriam reconhecer novos referendos nas restantes regiões onde os separatistas procuravam independência. Assim, mais valia legitimar a vontade e a decisão de todo o povo ucraniano, do que ir perdendo aos poucos os seus territórios para Moscovo.

No dia 17 de Abril, tanto Moscovo como Kiev haviam-se deslocado até Genebra, onde assinariam a “Declaração de Genebra” que iria garantir alguma estabilidade e segurança nas ruas ucranianas. Este acordo previa o desarmamento de todos os grupos considerados ilegais e a desocupação de edifícios governamentais tomados por separatistas pró-russos. A fim de destabilizar ainda mais o poder ucraniano, o ministro russo dos Negócios Estrangeiros, Serguei Lavrov acusou a Ucrânia de não respeitar esse acordo. Acrescentou ainda que “não estão a fazer nada, nem sequer a levantar um dedo, para enfrentar as causas que estão por trás desta profunda crise interna na Ucrânia”<sup>107</sup>. Por sua vez, os serviços de segurança ucranianos confirmavam que todos os esforços estavam a ser feitos no sentido de garantir a segurança e a estabilidade do país, trocando acusações com os russos que haviam “encenado” toda esta operação. Como o desarmamento destes grupos separatistas seria um processo demorado, é normal que num espaço de apenas quatro dias tal não fosse possível. Daí Kiev achar que o acordo com os russos seria uma fachada política de Moscovo, por estes tecerem acusações tão cedo depois do mesmo. Nesta conjuntura o Kremlin de Moscovo começou a desacreditar as eleições antecipadas, pois acreditava que não estavam garantidas as condições necessárias para se eleger um novo Presidente – a desculpa seria de que um país onde o povo se encontra dividido, difícil é arranjar mínimo consenso na eleição de um novo Presidente, que rapidamente poderia ser demovido do seu cargo por intermédio daqueles que não o legitimavam como líder de uma Ucrânia dividida.

---

<sup>106</sup> Rita Siza, “Presidente admite referendo para decidir se o país se transforma numa federação”, *Público*, 15/4/14, p.23

<sup>107</sup> João Manuel Rocha, “Acordo entre russos e ucranianos dá sinais de fragilidade”, *Público*, 22/4/14, p.24

Moscovo demonstrou-se receptivo da pretensão dos separatistas de se antecipar um referendo sobre a “federalização” da Ucrânia para o dia 11 de Maio, e neste contexto Kiev voltou a atacar os russos, acusando-os de fomentar os confrontos no país ucraniano. Lavrov argumentou que “organizar umas eleições sem encontrar um terreno de entendimento com o Leste e o Sul [regiões com largas fatias de populações russófonas] da Ucrânia é [seria] muito destrutivo para o país”<sup>108</sup>. Basicamente seria uma reformulação do comunicado onde acusavam Kiev de não respeitar o acordo de Genebra. Por sua vez, Kiev detinha o seu próprio racionário: o sucesso das presidenciais seria considerado condição essencial para repelir a agressão russa. Joe Biden, vice-Presidente norte-americano, sairia em defesa desta ideia, dizendo que esta votação poderia bem seja “mais importante da história da Ucrânia”. Olexiy Garan, cientista político da Academia Kiev-Moguilá, argumentou a favor das pretensões de Kiev, dizendo de forma acusadora que “destruir estas eleições faz[ia] parte dos planos da Rússia”, sendo que seria “importante fazer tudo para que se realizem”<sup>109</sup>. Para rematar esta sua intervenção, Garan disse que mesmo que as autoridades não conseguissem organizar a votação em todas as localidades, “a comunidade internacional (...) [iria] reconhecer as eleições”. Não obstante, os planos não saíram de acordo como previsto, por ambas as partes, pois seriam os separatistas a tomar uma posição de firmeza neste assunto.

A “República Popular de Donetsk” havia sido proclamada pelos separatistas a 7 de Abril de 2014, e as suas intenções de seguir o caminho da Crimeia eram fortes. Nesta conjuntura, Miroslav Rudenko, co-presidente da RPD, comunicou que se iria realizar um referendo na região no dia 11. Outro auto-proclamado dirigente pró-russo de Donetsk, Denis Pushilin, confirmou esta vontade popular, dizendo que haviam “milhões de pessoas que (...) [queriam] votar”, auferindo que só o referendo poderia pôr termo à “guerra civil” que já havia começado há muito tempo<sup>110</sup>. Ora, tal intenção de avançar com o referendo ia tanto contra a vontade de Kiev, que pretendia fazer o mesmo em todas as regiões aquando as eleições presidenciais, como a Moscovo, que, depois de ter sido acusada pela comunidade internacional de exercer influência política na Ucrânia a fim de destabilizar o poder político para seu benefício, procurou demover os separatistas destas pretensões para que não fosse alvo de sanções dos países do Ocidente. O que aconteceria seria uma vitória esmagadora do “sim”

<sup>108</sup> Olga Nedbaeva, “O Kremlin não quer, mas Ucrânia vai realizar as presidenciais “custe o que custar””, *Público*, 26/4/14, p.26

<sup>109</sup> Idem, *ibidem*, p.26

<sup>110</sup> João Manuel Rocha, “Separatistas não dão ouvidos a Putin e mantêm referendo”, *Público*, 9/5/14, p.26



neste referendo, sendo que, após tal resultado, os separatistas haveriam declarado independência de Donetsk, e aspiravam agora ser anexados à “nova” Rússia. Putin não responderia a tal acontecimento, a fim de evitar acções arriscadas que lhe pudessem valer novas sanções provenientes do Ocidente, contudo Kiev não se resignou e decidiu avançar com as negociações para as eleições presidenciais, cuja data se mantinha inalterada.

O Presidente interino, Turchinov, disse calmamente que o poder estaria disposto a ouvir os desejos e as vontades de todo o povo ucraniano sem que fosse necessário “disparar, pilhar e ocupar os edifícios públicos”, numa reunião cujo objectivo seria encontrar meios de descentralizar o Estado, para conceder uma maior autonomia das regiões<sup>111</sup>. Kiev podia bem estar descansado e confiante de que as negociações corresse pelo melhor, pois nenhum representante separatista pró-russo havia sido convidado a se sentar na mesa redonda onde decorria a reunião. A justificação para a ausência dos separatistas era óbvia e Turchinov fez questão de a frisar ao afirmar que “os que, de armas na mão, fazem guerra contra o seu próprio país, que nos impõem a vontade do país vizinho, responderão perante a lei”, avisando, não só os separatistas como também o próprio Kremlin, de que “nós [Ucrânia] não cederemos à chantagem”<sup>112</sup>. Já do lado da Rússia, Sergei Lavrov procurou dissociar Moscovo dos rebeldes separatistas, ao contradizer os líderes da RPD. Enquanto estes afirmavam veemente que a Ucrânia já se encontrava numa guerra civil, o primeiro-ministro russo previa que a Ucrânia “estava à beira de uma guerra civil, com ucranianos a matar ucranianos” – sendo este quem realmente tinha razão e não os separatistas. Perante tal confiança por parte de Kiev e inabilidade de resposta de Moscovo, era visível a imagem de firmeza e determinação dos ucranianos em terminar com a crise que se tinha instaurada e arrastado há já sete meses. Agora seria esperar pelo resultado das presidenciais.

#### **2.4. O “Presidente de toda a Ucrânia”**

O dia 25 de Maio de 2014 seria para a Ucrânia o dia do juízo final. Entre Petro Poroshenko e Iulia Timochenko, aqueles que eram os principais candidatos à presidência, a escolha era difícil, mas a crença era de que qualquer um seria o novo líder que o país precisava. Inicialmente era previsto que fosse Timochenko a nova líder da Ucrânia, contudo, e apesar do afecto que o povo ucraniano pudesse nutrir por ela, a ex-primeira-ministra nunca

---

<sup>111</sup> Clara Barata, “Kiev promove negociações mas sem separatistas”, *Público*, 15/4/14, p.33

<sup>112</sup> Idem, *ibidem*, p.33

fora dócil marioneta do Ocidente, sendo que poderia bem pender para qualquer um dos lados<sup>113</sup>, e se realmente existisse uma proposta mais proveitosa do lado da Rússia, muito provavelmente Timochenko rapidamente abandonaria os parceiros europeus para se aproximar de Moscovo.

As sondagens ao início do dia 25 de Maio já garantiam a vitória à primeira volta de Petro Poroshenko, com uma margem entre 55,9% a 57,3, e a verdade é que as sondagens não podiam estar mais correctas. Poroshenko deixaria de ser conhecido como o “rei do chocolate”, devido à fortuna que amealhou no ramo dos doces, para ser o novo Presidente eleito depois da deposição de Viktor Ianukovich. O discurso com que assumiu a vitória não podia ser mais assertivo: pretendia-se terminar com a onda de separatismo que assombrava o Leste do país, onde as milícias pró-russas conseguiram impedir a realização do acto eleitoral – mas ainda assim foi possível uma participação na ordem dos 60% da população. O novo Presidente mostrou ainda que o assunto da Crimeia ainda não estaria terminado, ao agradecer aos ucranianos, habitantes da península, o facto de se dirigirem a território legítimo ucraniano para poderem votar a seu favor, e concluiu que todos os cidadãos – ou melhor, aqueles que se consideravam ucranianos – tinham votado a favor do país e que tinha sido “eleito o Presidente de toda a Ucrânia”<sup>114</sup>.

Poroshenko rapidamente prometeu avançar com medidas para acabar com a insurreição dos separatistas pró-russos “em poucos dias” e, a par com o Governo, conseguiu que essas medidas não tardassem em ser aplicadas. As milícias insistiam em lançar a confusão nas ruas das cidades em que aclamavam independência de Kiev, esperando sempre que Moscovo intervisse em seu auxílio. Mas a ideia que se tinha é que estavam entregues a si mesmos, pois Putin, perante a pressão do Ocidente, não dava indícios de pretender iniciar de imediato um confronto militar com a Ucrânia. O Governo ucraniano emitiu um “ultimato de rendição ou morte Às forças de autodefesa da cidade de Donetsk”, escreveu a agência de notícias russa RIA Novosti, depois do porta-voz do Exército de Kiev, Vladislav Seleznev, ter dito em conferência de imprensa que “a operação antiterrorista vai prosseguir até ao seu fim lógico”, sendo que esse fim lógico seria quando “o último terrorista fosse expulso da Ucrânia”<sup>115</sup>. No dia seguinte seria confirmada essa acção pelo Presidente numa entrevista ao jornal alemão *Bild*, em que Poroshenko dizia era necessário agir pois a Crimeia estava

---

<sup>113</sup> *Courier Internacional*, número 218, edição de Abril de 2014, p.39

<sup>114</sup> Alexandre Martins, “Foi eleito o Presidente de toda a Ucrânia”, declara Petro Poroshenko”, *Público*, 26/5/14, p.29

<sup>115</sup> Rita Siza, “Governo de Kiev faz ultimato para rendição dos separatistas pró-russos”, *Público*, 28/5/14, p.28

ocupada pela Rússia e a situação no Leste país era de guerra. Garantindo permanente contacto com o Governo, e na companhia de Vitali Klitschko, agora presidente da Câmara de Kiev, Poroshenko afirmou veemente que a “operação antiterrorismo” havia começado “verdadeiramente”<sup>116</sup>.

As intenções do novo Presidente eram claras, como já foi possível entender, mas estas saíam reforçadas quando, no seu discurso de tomada de posse, Poroshenko prometeu “proteger a soberania e a independência da Ucrânia” e caminhar no sentido de assinar um acordo de cooperação com a União Europeia. Continuou o seu discurso dizendo não ter intenções vingativas e aclamando honrosamente todo o sacrifício do povo ucraniano até ao momento<sup>117</sup>. Almejava paz e liberdade para os ucranianos, contudo alertava que para tal seria necessário estreitar as relações com a Rússia, não no sentido de se proceder a um acordo semelhante ao que Ianukovich procurava, mas sim no sentido de Moscovo exercer pressão sob os separatistas, visando a rendição destes – algo que Poroshenko fez questão de transmitir ao presidente russo. Apesar de ao Kremlin não agradar esta posição de Poroshenko, Putin ficou algo que agradado com a abordagem do Presidente ucraniano, durante as celebrações honrosas dos incidentes de Normandia. Já os separatistas não acolheram as palavras de Poroshenko, voltando a reivindicar liberdade face a Kiev. Estes acusaram o novo presidente de proferir todo um discurso falacioso onde se notava um claro objectivo de desarmar e dissolver as milícias pró-russas, sem que se procedesse a um diálogo vantajoso para ambas as partes.

Se a abordagem de Poroshenko havia agradado a Putin, a sua decisão de abrir corredores humanitários, para que os civis pudessem abandonar as zonas de conflito no Leste da Ucrânia – que contabilizava já mais de 200 mortos de ambas as partes –, só faria com que Putin se demonstrasse aliviado e realizado, pois a tecla humanitária já há muito que andava a ser pressionada pelo Presidente russo<sup>118</sup>. Todavia, existe uma dualidade de critérios a ter em conta e que, pelas medidas que acabaram por tomar, Kiev e Moscovo igualmente consideraram. Poroshenko ansiava pela segurança do povo ucraniano e por isso fez questão de abrir estes corredores, contudo fê-lo de forma segura, tendo movimentado as suas tropas para as fronteiras a leste a fim de controlar possíveis tentativas russas de armar os rebeldes. Para Putin, tais movimentações permitiram não só que os russófonos e os russos pudessem de igual

---

<sup>116</sup> Alexandre Martins, “*Exército de Kiev prepara ataque contra separatistas no centro de Donetsk*”, *Público*, 29/5/14, p.25

<sup>117</sup> Maria João Guimarães, “*Petro Poroshenko diz que nunca renunciará à Crimeia*”, *Público*, 8/6/14, p.26

<sup>118</sup> Idem, “*Presidente Poroshenko manda abrir corredores humanitários no Leste da Ucrânia*”, *Público*, 11/6/14, p.17

forma alcançar a segurança, longe das zonas de conflito, mas também que as tropas russas se pudessem deslocar até à fronteira do território ucraniano. Era uma desculpa que o Ocidente não via de bom grado, pois apesar de Putin querer apenas “proteger” o seu país e os seus cidadãos, era óbvio que o Presidente russo aproveitaria qualquer deslize para marchar em direcção às regiões de Slaviansk e Donetsk, que haviam sido declaradas independentes pelos separatistas. Este primeiro passo oficial do mandato de Poroshenko seria ainda aplaudido pelo ministro dos Negócios Estrangeiros russo, Sergei Lavrov, que porém, e no sentido resolver o conflito, aconselhava que se pusesse termo às operações militares do Exército ucraniano no Leste.

Era notável o empenho ucraniano na resolução pacífica do conflito e tal confirmar-se-ia com um plano de paz que Poroshenko havia concebido. Mas primeiro seria necessário acordar um cessar-fogo com os separatistas, para que as negociações desse plano pudessem correr pelo melhor. Poroshenko decidiu debater esta iniciativa com Putin e, tendo este assentido, pouco depois seria divulgado o plano com 14 pontos que vigoraria de 21 a 27 de Junho<sup>119</sup>. O plano noticiado na televisão ucraniana agregava várias medidas já anunciadas de forma separada, como o desarmamento das milícias separatistas, a garantia de um corredor para que mercenários russos e ucranianos possam abandonar o país de forma pacífica, a organização de eleições regionais a fim de se proceder a uma descentralização do poder e a protecção da língua russa por intermédio de alterações na Constituição e amnistia para os que entregassem as armas e se rendessem. Em suma, seriam vários pontos que até iam de acordo com a exigências dos rebeldes pró-russos, contudo a ideia do desarmamento continuava a fazer alguma confusão àqueles, pois temiam que no momento em que abdicassem do seu poder de fogo o Exército ucraniano rapidamente tomaria o controlo das regiões que haviam sido proclamadas independentes – e se realmente se nota alguma cedência por parte do poder ucraniano é porque a conjuntura assim o exige, porque em menos de 10 dias o número de mortes já teria aumentado dos 200 para os 360, números realmente preocupantes. Mas em vernáculo os separatistas não reconheceriam este cessar-fogo e comprovariam tal com uma investida sobre os militares ucranianos, na República Popular de Donetsk, logo no dia seguinte.

Se Kiev não conseguia acordo com os separatistas, então a solução talvez pudesse vir da Rússia. Poroshenko tentou então convencer Putin a trabalhar num “acordo de cessar-fogo

---

<sup>119</sup> s.a., “Poroshenko anuncia cessar-fogo e plano de paz”, *Público*, 21/6/14, p21

bilateral”<sup>120</sup>, algo que havia sido comunicado pelo *site* da presidência. Note-se que esta decisão surgiria somente no final de Junho, sendo que se observava claramente uma vontade de Putin em arrastar as negociações o mais possível. Já Poroshenko começava a sofrer com a sua decisão de suspender as operações militares contra os rebeldes pró-russos – que seria só mais uma cedência de Kiev, não perante os separatistas mas sim perante Moscovo –, pois no centro da capital da Ucrânia começavam a organizar-se protestos contra essa mesma suspensão. Mas no final a história seria outra pois Kiev acabaria por romper com o acordo, por si proposto à Rússia, e voltaria à carga sobre as milícias pró-russas.

Se num dia se tinham iniciado as negociações com Moscovo, no sentido de se conseguir alcançar um cessar-fogo, no outro o Exército ucraniano marchava sobre as forças separatistas pró-russas. Poroshenko respeitou o prazo mencionado na primeira proposta de tréguas e quando esse prazo estava perto de terminar procurou, junto da Rússia, um novo acordo – como foi referido anteriormente. Apesar de ambas as partes objectivarem o fim do conflito, os motivos eram divergentes e então Kiev decidiu ouvir os seus cidadãos que se começavam a manifestar contra quaisquer pretensões de não repelir os separatistas do território ucraniano. Poroshenko, afirmou que pretendia uma solução pacífica para o conflito, contudo não ia ceder a pressões e muito menos iria impedir acções contra os “terroristas, militantes, saqueadores e parasitas” que actuavam para destabilizar o país e que até ao momento tinham violado o primeiro cessar-fogo “em mais de cem ocasiões”<sup>121</sup>. Acrescentou ainda que Moscovo continuava a ignorar propositivamente o “contrabando” de equipamento militar que era feito na fronteira, um comunicado que realmente acusava a parcial passividade do poder russo. Poroshenko terminaria o discurso avisando que iriam “atacar para recuperar o nosso território” – referindo-se às regiões de Slaviansk e Donetsk e, inclusive, da Crimeia. Eventualmente, o Exército ucraniano conseguiria a sua primeira vitória com a ocupação de Slaviansk, e conseqüentemente o Presidente ucraniano dirigir-se-ia aos separatistas utilizando a rede social *Twitter*, avisando tudo e todos de que a sua ordem estaria agora em vigor e era tempo de “apertar o cerco aos terroristas”. O Presidente do Parlamento, Oleksandr Turchinov, visitaria a cidade onde proferia um discurso de vitória: “os separatistas tentaram tornar Slaviansk num símbolo de luta contra a nossa pátria, mas esta cidade vai tornar-se o símbolo da vitória de uma Ucrânia unida e independente sobre terroristas e mercenários russos”<sup>122</sup>.

<sup>120</sup> s.a., “Rússia e Ucrânia chegam a acordo para prolongar tréguas”, *Público*, 1/7/14, p.21

<sup>121</sup> Rita Siza, “Kiev quebra acordo com a Rússia e avança contra “terroristas e parasitas””, *Público*, 2/7/14, p.21

<sup>122</sup> Maria João Guimarães, “Poroshenko fala de “ponto de viragem” na campanha do Leste”, *Público*, 7/7/14, p.18

Perante tal derrota os separatistas começaram a olhar para a Rússia à espera de que Putin saísse em seu socorro, todavia este não demonstrava quaisquer sinais de agir nesse sentido, o que fez disparar a desconfiança no seio das milícias pró-russas que se sentiam agora abandonadas. Contudo esta seria apenas uma pequena (grande) batalha ganha por Kiev. O grande desafio seria agora recuperar Donetsk, que albergava 900 mil habitantes, nove vezes mais do Slaviansk, mas Poroshenko, Kiev, o Exército, os cidadãos e a Ucrânia não mostravam sequer o mais pequeno sinal de querer desistir desta demanda e recuperar o seu território.

### 3. O interesse geo-estratégico de Vladimir Putin na Crimeia

A Rússia de Putin sempre ambicionou algo mais, mais territórios, mais poder, mais controlo a Leste da Europa. Nesse sentido, Putin procurava criar uma união euro-asiática com ex-repúblicas da antiga URSS e a Ucrânia seria um dos seus primeiros alvos. Moscovo havia depositado as esperanças no Presidente Viktor Ianukovich, pois, com ele no poder, a aproximação seria bastante mais facilitada. Todavia nem Ianukovich nem Putin contavam com as manifestações na Praça da Independência, depois de Ianukovich se ter negado a assinar um acordo de cooperação com a União Europeia. A contestação popular cresceria até que Ianukovich seria demitido. Putin tinha perdido a sua chance de associar toda a Ucrânia à sua união aduaneira, contudo não se daria por vencido e procuraria uma pequena vitória nesta derrota, passando então a península ucraniana da Crimeia a ser o seu próximo alvo.

Mesmo que não conseguisse agregar a Ucrânia na sua totalidade, pelo menos a Crimeia teria de ser anexada, devido à sua enorme importância no campo geo-estratégico. Esta importância deve-se ao “facto de a Rússia não deter fronteiras defensáveis”<sup>123</sup>, ou seja, não existe uma zona com obstáculos físicos naturais onde a Rússia possa travar as suas batalhas. Já antes de Ianukovich ser demitido, o historiador Timothy Snyder<sup>124</sup> havia previsto que, caso o poder ucraniano caísse e se instaurasse uma democracia em Kiev, dificilmente Putin aceitaria a Ucrânia na sua união, tudo porque esse bloco económico e político “tem de ser constituído apenas por ditaduras, dado que qualquer sociedade livre que o integrasse desafiaria a governação russa”<sup>125</sup>. Assim, seria necessário para Moscovo manter o país vizinho autoritário e fácil de manipular, algo que acabou por não acontecer. Dmitri Medvedev, primeiro-ministro russo, chegou inclusive a dizer que o novo poder provisório, além de ilegítimo, não se designava a responder às tentativas de contacto por parte do Kremlin. Comparou ainda a composição deste novo Governo aos manifestantes mais radicais que usavam “máscaras negras e Kalashnikov”<sup>126</sup>. Já o ministro dos Negócios Estrangeiros, Sergei Lavrov, insurgiu contra a tomada de decisões por parte do novo poder de Kiev que

<sup>123</sup> Como o afirmou o General Loureiro dos Santos numa conferência, dirigida na Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra a 7 de Abril de 2014, sobre a situação na Ucrânia e o interesse russo na Crimeia.

<sup>124</sup> Professor de História na Universidade de Yale, Estados Unidos da América, com especialização na História da Europa Central e de Leste, e membro do Conselho de Relações Internacionais norte americano.

<sup>125</sup> Clara Barata, “*Se a Ucrânia se partir, a Rússia ganhará sempre alguma coisa*”, *Público*, 21/2/14, p.4

<sup>126</sup> João Ruela Ribeiro, “*Moscovo está a ensair uma nova estratégia*”, *Público*, 25/2/14, p.4

“visam sobretudo lesar os direitos humanitários dos russos”<sup>127</sup>, referindo-se ao facto de ter sido anulada uma lei que reconhecia a língua russa como segunda oficial na Ucrânia, onde a população de origem russa ascendia os 10%. A contra-medida de Moscovo seria subir as taxas aduaneiras para os produtos ucranianos caso os novos responsáveis de Kiev decidissem avançar com um acordo com a União Europeia.

Se Moscovo já se tinha mostrado indignada com a anulação do russo como segunda língua oficial na Ucrânia, a ofensiva de apoiantes da *Euromaidan* sob o Parlamento regional da Crimeia ditou a iniciativa russa de procurar destabilizar as regiões do Leste ucraniano, onde a população seria maioritariamente russófona. Com a Rússia a declarar apoio aos pró-russos, rapidamente as milícias separatistas começaram a ganhar força e seria a ocupação do Parlamento regional da Crimeia, desta vez pelos separatistas, que abriria as portas a Putin para colocar em prática uma nova estratégia que iria de acordo com os seus interesses geoestratégicos. Uma vez tomada a posse do Parlamento, os rebeldes pró-russos demitiram o executivo e anunciaram a realização de um referendo sobre a autonomia da região. Perante o vislumbra da bandeira russa içada no edifício público, um dos líderes do protesto afirmou que esperavam “por este momento há 20 anos” e que queriam uma “Rússia unificada”<sup>128</sup>. Aproveitando este cenário de revolução, Moscovo deu início a manobras militares, mobilizando as suas forças do Exército para a fronteira da Crimeia. O presidente interino ucraniano, Olekander Turchinov, avisou que “qualquer movimento de tropas armadas” seria considerado como “uma agressão militar”. Do Ocidente surgiram igualmente avisos para Moscovo, com o secretário-geral da NATO, Anders Fogh Rasmussen, a apelar à Rússia “para não tomar nenhuma acção que faça escalar a tensão”. A resposta russa seria evasiva, com Lavrov a desculpar-se das manobras militares como meros treinos de mobilização para eventuais conflitos que pudessem surgir. Mas evidente era que Moscovo estaria pronto a ocupar a Crimeia mal a oportunidade se desse e tal não tardaria pois, com o anúncio do referendo de natureza separatista, seria uma questão de tempo até esta declarar independência face à Ucrânia.

As tropas russas acabariam mesmo por entrar na Crimeia, o que faria com que o fundamento do comunicado do Ministério dos Negócios Estrangeiros se alterasse completamente. Se no início as manobras seriam meramente treinos de mobilização militar, com a entrada em território ucraniano, o motivo doravante seria proteger a frota naval russa

---

<sup>127</sup> Idem, *ibidem*, p.4

<sup>128</sup> João Ruela Ribeiro, “Moscovo joga com as divisões na Crimeia”, *Público*, 28/2/14, p.2



que se encontrava no Mar Negro, numa zona próxima do Norte da Crimeia. Apesar das acusações feitas por Kiev de que Moscovo estaria a violar a integridade territorial e a soberania ucranianas, Lavrov garantia que o Kremlin havia agido “em total concordância com os fundamentos dos acordos russo-ucranianos”<sup>129</sup>. Por incrível que pareça, o Secretário de Estado norte-americano, John Kerry, sairia em defesa dos russo confirmando que a Rússia não tinha intenções de violar a soberania da Ucrânia, após uma conversa telefónica que teve com o ministro dos Negócios Estrangeiros russo. Todavia a Casa Branca não deixaria de condenar a acção russa, mesmo depois da intervenção apaziguadora de John Kerry, avisando Moscovo para “não cruzar a linha”, deixando bem claro que “uma intervenção seria um erro grave”<sup>130</sup>. A verdade é que o motivo das manobras militares voltaria a mudar, com Putin a propor ao Parlamento russo uma intervenção militar para proteger a população russa da península do sul da Ucrânia<sup>131</sup>. Aos poucos, Moscovo foi alterando o seu discurso, mobilizando os seus militares ao longo da fronteira e posteriormente para território ucraniano, tudo com o intuito de destabilizar o ambiente político ucraniano, tanto mediante a influência política como por intervenção militar, e conseqüentemente anexar a Crimeia ao território russo.

Este cenário de possível conflito armado fez com que o Ocidente passasse a olhar para a Ucrânia como uma bomba relógio, cuja contagem decrescente já havia começado, e para tentar com que o conflito não avançasse, ou pelo menos se atrasasse o mais possível o início deste, tanto Estados Unidos da América como a União Europeia procuram avançar com sanções económicas sobre a Rússia. Nesta conjuntura, Vladimir Putin viria a falar publicamente, pela primeira vez, sobre os acontecimentos no Leste ucraniano, todavia o seu discurso seria algo caricato, senão mesmo extravagante e ilógico: o presidente russo comunicou que os homens armados e de uniforme semelhante ao do Exército russo não seriam na realidade tropas russas, mas sim “tropas de autodefesa” pois no “espaço pós-soviético” estava “cheio de uniformes desse género” e aqueles que os ostentavam seriam simplesmente “pessoas da Crimeia”<sup>132</sup>. É certo que Putin procurava fugir das sanções que o Ocidente ameaçava impor à Rússia, mas será que houve realmente esforço da parte do presidente russo em arranjar uma desculpa plausível para as suas movimentações militares? Possivelmente Putin esperava conseguir desviar de si as atenções do plano internacional e, ao

---

<sup>129</sup> Paulo Moura, “Rússia confirma acção militar na Crimeia para proteger frota”, *Público*, 1/3/14, p.26

<sup>130</sup> Idem, *ibidem*, p.26

<sup>131</sup> Idem, “Putin pronto a avançar na Crimeia onde muitos querem voltar à Rússia”, *Público*, 2/3/14, p.28

<sup>132</sup> Clara Barata, “«Putin carregou em “pausa” mas ficou com o dedo no botão”, *Público*, 5/3/14, p.50

mesmo tempo, dar a entender que os habitantes da Crimeia usavam uniformes semelhantes ao do Exército russo por almejarem pertencer à Rússia. Mas tal justificação só se tornaria ambígua pois, posteriormente, Putin assumiria a possibilidade de uma intervenção militar na Ucrânia “em último recurso” a fim de proteger os russos que se viam vítimas de “um golpe anticonstitucional” que havia colocado “terroristas no poder”.

Apesar deste anúncio “esclarecedor” de Putin, não houve mais avanços significativos das tropas russas no território da Ucrânia, tendo inclusive o Presidente dos EUA, Barack Obama, confirmado que havia uma “opinião forte e generalizada de que a acção russa” estaria a “violar a lei internacional”, o que poderia ter levado Putin a reconsiderar os seus motivos e acções. A verdade é que não era essa opinião mas sim as sanções que essa opinião suportava, sanções essas de que Moscovo não pretendia ser alvo, pois poderiam pôr em causa os planos que tinha de anexar a Crimeia, se o resultado do referendo assim fosse favorável. Face a estas advertências, a presidência russa comunicou que se encontrava paciente à espera do referendo e que seria a primeira entidade a reconhecer e apoiar a “histórica decisão”<sup>133</sup> que fosse tomada na Crimeia – isto prevendo os russos que a decisão seria de dissociação da Crimeia face à Ucrânia, que seria favorável à posterior anexação daquela ao território russo. E não se tinham enganado nas previsões, pois, no dia 11 de Março, o parlamento regional da Crimeia teria aprovado a independência da península em relação à Ucrânia, o que facilitaria a decisão do referendo que tomaria lugar no dia 16 de Março.

### **3.1. Independência da Crimeia e possível Federalização da Ucrânia**

Os deputados reunidos no parlamento na capital da Crimeia, Simferopol, fizeram questão de utilizar o precedente do Kosovo para defenderem o seu propósito e confirmaram publicamente ter recorrido à Carta das Nações Unidas, bem como a “toda uma série de outros documentos internacionais que estabelecem o direito dos povos à autodeterminação”<sup>134</sup>. Em suma, toda a acção que as autoridades de Kiev consideravam ilegítima, estaria devidamente fundamentada e dentro dos padrões legais da lei internacional. O texto da declaração da independência continha ainda a existência de um pedido formal de anexação da Crimeia à Rússia após a vitória do “sim” no referendo. Contudo, verdade seria que a modalidade do

---

<sup>133</sup> Alexandre Martins, “Rússia responde à ameaça de sanções com um sonoro “Crimeia, estamos contigo””, *Público*, 8/3/14, p.25

<sup>134</sup> João Ruela Ribeiro, “Crimeia declara independência e prepara referendo de “sim” ou “sim””, *Público*, 12/3/14, p.28

referendo não era de “sim” ou “não”, seria sim um documento com duas questões, sendo que a primeira questionaria directamente se o desejo dos eleitores pendia no sentido da integração na Rússia – “é a favor da reunificação da Crimeia com a Rússia como parte da Federação Russa?” –, e a segunda questão recairia sobre o retorno à Constituição ucraniana de 1992, em que se previa a Crimeia como território integrante da Ucrânia, mas com órgãos regionais autónomos – que no fundo daria total liberdade e legitimidade ao parlamento regional da Crimeia de avançar no sentido da anexação à Rússia. Resumidamente, tratavam-se de duas questões diferentes, mas com direcções comuns, a inclusão da Crimeia na Federação Russa.

Com o rumo dos acontecimentos na península – agora independente – da Crimeia, o Presidente russo arriscava-se a quebrar recordes de popularidade, com dois terços da população russa a concordar com a posição de Putin, segundo um estudo realizado no final de Fevereiro pelo Centro Levada, considerado independente. Sensivelmente 69% dos inquiridos concordaram com as suas políticas, o que levou ao sociólogo do Centro Nevada, Alexei Levinson, a comentar que “Putin explora com sucesso os hábitos do paternalismo” e que “os russos têm confiança na sua interpretação dos acontecimentos na Rússia e no exterior”<sup>135</sup>. Esta escalada de popularidade de Putin, a par com a declaração da independência da Crimeia, fomentou novos interesses separatistas e manifestações de apoio à Rússia em outras regiões ucranianas, nomeadamente Donetsk, Dnoproetrovsk e Odessa. Um deputado do novo poder regional da Crimeia, Sergei Shuvainikov<sup>136</sup>, demonstrou a vontade geral de ajudar estas regiões a libertarem-se de Kiev, alegando que estavam à “espera para ver o nosso exemplo [o da Crimeia], para actuarem da mesma maneira” e prometendo “ajudá-los com o apoio dos (...) amigos russos”<sup>137</sup>.

O resultado do referendo não seria surpresa nenhuma, com 95% dos votos a favor da integração da Crimeia na Rússia. Alguma admiração recairia na hora do anúncio e de como este fora feito: uma deputada do novo Parlamento Regional anunciava, depois de cantar uma música soviética, em frente à estátua de Lenine, que tinham ganho e que “a Crimeia [era] parte da Rússia”<sup>138</sup>, uma hora antes das urnas fecharem. Na rua o ambiente era de festa, com milhares a comparecerem na praça pública para festejar e celebrar a Rússia; um dos

<sup>135</sup> “Popularidade de Putin subiu”, *Público*, 12/3/14, p.28

<sup>136</sup> Também líder e fundador do Congresso da Sociedade Russa, uma das duas organizações que constituem, desde 2010, a Rússia Unida, a frente minoritária que tomou o poder na Crimeia.

<sup>137</sup> Paulo Moura, “Depois da Crimeia, vamos ajudar outras regiões a libertar-se de Kiev”, *Público*, 14/3/14, p.24

<sup>138</sup> Idem, “Ganhámos. A Crimeia é parte da Rússia”, *gritou-se nas ruas depois do referendo*», *Público*, 17/3/14, p2

entrevistados, no âmbito das celebrações, Aleksander, um russo de 68 anos, ex-combatente no Exército Vermelho, que saiu da mesa de voto com lágrimas de alegria e dirigindo-se a Kiev, afirmou que “podiam ter deixado Ianukovich terminar o mandato, e depois votavam noutro presidente, nas eleições”, e, face às investidas ucranianas contra os separatistas pró-russos, justificou que tiveram “de pedir ajuda à Rússia” e que “agora o poder está na rua”.

A Crimeia regressaria à Rússia e Putin vivia um dia de apoteose, ao proferir um discurso no Parlamento que arrancou lágrimas aos espectadores e formalizou o acordo para a integração da Crimeia na Federação Russa, com os líderes das autoridades pró-russas, na península até então ucraniana no Mar Negro. “A Crimeia e Sebastopol regressam ao ponto de partida, à praia de origem, à Rússia!”<sup>139</sup>, declarou o Presidente à multidão exultante que o esperava no fim do dia, na Praça Vermelha, gritando efusivamente “Rússia!” e “Putin!” – o que não deixa de ser irónico, pois dois anos antes, aquando a sua candidatura à presidência da Rússia, foi alvo de inúmeras contestações populares, e agora era o salvador da pátria e da alma soviética. Ainda no discurso proferido no Parlamento, Putin afirmou que “no coração e na consciência de todos, a Crimeia sempre foi e continua a ser uma parte inseparável da Rússia”, o que remonta para o artifício discursivo tão comum de Putin, em que descreve o colapso da União Soviética, em 1991, como um trauma para toda a nação russa.

Apesar da contestação evidente de Kiev e do Ocidente, o Presidente da Rússia afirmou, e em termo de resposta a essa mesma contestação – nomeadamente às acusações repeditas da chanceler Angela Merkel de que o referendo em questão violava “o direito internacional” –, que o referendo decorreu “em total acordo com os procedimentos democráticos e com as normas legais internacionais”<sup>140</sup>. Já do lado dos Estados Unidos da América, o vice-presidente Joe Biden afirmou que “a Rússia alinhou toda uma paleta de argumentos para justificar o que não é mais do que uma confiscação de território”, citação que o primeiro-ministro polaco, Donald Tusk, reforçou ao frisar que “a anexação não pode ser aceite pela comunidade internacional”. Já a União Europeia emitiu um comunicado oficial que negava o reconhecimento da “anexação da Crimeia e Sebastopol pela Federação Russa”<sup>141</sup>, confirmado pelo Presidente do Conselho Europeu, Herman Van Rompuy, e assinado pelo Presidente da Comissão Europeia, Durão Barroso. Mas a verdade é que Putin ignorou tais comunicados e contestações e passou a ter em vista um novo objectivo, a

<sup>139</sup> Clara Barata, “O regresso da Crimeia à Rússia foi um dia de glória para Putin”, *Público*, 19/3/14, p.24

<sup>140</sup> Idem, *ibidem*, p.24

<sup>141</sup> Idem, *ibidem*, p.24

confirmação da possibilidade de a Ucrânia enveredar por uma organização política de ordem federativa.

Sendo a Bielorrússia e a Ucrânia considerados por Moscovo “estados-tampões” vitais para a sua segurança, seria normal, que, ao ter já garantida a participação da primeira na união aduaneira euro-asiática, a Rússia se voltasse para o interesse inicial de garantir de igual forma a integração da segunda, e os avanços dos separatistas pró-russos e as consequentes cedências do novo Presidente ucraniano, Petro Poroshenko, no âmbito de garantir mais autonomia aos parlamentos regionais face a Kiev, só viriam a servir de impulso necessário para que tal fosse eventualmente possível. Para o conseguir a estratégia era simples: exercer pressão com algumas incursões limitadas – apesar de Putin ter instido que estaria fora de questão toda e qualquer iniciativa de intervir militarmente na Ucrânia a menos que fosse estritamente necessário – e criar alguma agitação nas zonas onde habitavam as minorias russófonas. Feito isso bastaria esperar que a Ucrânia avançasse para uma federalização, onde cada região teria a sua oportunidade de autodeterminação no âmbito da política externa.

A Rússia sabia que a federalização da Ucrânia serviria os seus propósitos e Serguei Lavrov chegou mesmo a apresentar a proposta de em primeiro lugar ser feita “uma reforma constitucional (...) para que os interesses de todos os cidadãos ucranianos e das regiões sejam respeitadas” afirmando oportunamente que Moscovo estava convencida “de que a situação no país só poderá ser estabilizada fazendo da Ucrânia um Estado Federal”<sup>142</sup>. E mais uma vez o Ocidente viria ao encontro dos desejos russos, com o emissário da Organização para a Segurança e Cooperação da Europa, Tim Guidimann, ao declarar que “todos os nossos [OSCE] interlocutores sublinharam a necessidade de tomar medidas imediatas tendo em vista uma descentralização com o fim de estabilizar a situação política na região [Ucrânia]”<sup>143</sup>. Até Angela Merkel viria a dizer, em entrevista com o *The Wall Street Journal*, que é “importante que todos os grupos da população se sintam representados num país”, o que só poderia ser possível no momento se se avançasse em vista de uma federalização da Ucrânia.

Contudo a acção de Moscovo estava limitada, com as constantes sanções discutidas e impostas pelo Ocidente. Tais sanções não lhe davam grande margem de manobra, o que em vernáculo começava a pesar nos seus objectivos, pois sem conseguir exercer influência (Interrompe a frase: Objectos. Por não conseguir), ou até mesmo prestar apoio humanitário nas regiões russófonas do Leste ucraniano, os separatistas pró-russos começavam a duvidar

---

<sup>142</sup> João Ruela Ribeiro, “Federalização da Ucrânia, uma ideia que agrada a Moscovo”, *Público*, 21/3/14, p.5

<sup>143</sup> Idem, *ibidem*, p.5

das intenções de Putin e se ele realmente se preocupava com as minorias russas da Ucrânia, que tanto aspiravam regressar à Rússia. Tal convergência de atenções e sanções para a Rússia, levou Putin a denunciar, já no final do mês de Abril, que os países ocidentais lhe estariam a impor uma “cortina de ferro”<sup>144</sup>, semelhante ao sistema de 1949, quando os países ocidentais condicionaram o fornecimento de alta tecnologia à URSS e a outros países, e que isso iria trazer graves consequências não só para as minorias russas oprimidas pelo regime central de Kiev, mas também para a organização internacional.

---

<sup>144</sup> João Manuel Rocha, “*Rússia acusa países ocidentais de lhe imporem “cortina de ferro”*”, *Público*, 30/4/14, p.26

#### 4. O Ocidente como moderador do conflito

O mundo ocidental seguiu atentamente os acontecimentos na Ucrânia e desde cedo procurou prestar auxílio ao país. A União Europeia, mesmo depois do falhanço das negociações do acordo que aproximaria Kiev do Ocidente, tentou ao máximo procurar dissuadir Viktor Ianukovich das suas intenções de aproximar a Ucrânia de Moscovo. Rapidamente as atenções começaram a desviar-se para a Rússia e para o seu Presidente, Vladimir Putin. Nesta conjuntura, os Estados Unidos da América entraram também em cena e começaram a tecer ameaças dirigidas aos dirigentes ucranianos, que haviam boicotado as negociações entre a UE e a Ucrânia, e à Rússia, acusando esta de, através da exercício de influência política, pressionar Kiev a dissociar-se do Ocidente. Tal rumo dos acontecimentos levaria o Presidente da Comissão Europeia, Durão Barroso, a avisar que o tempo “da soberania limitada na Europa acabou”<sup>145</sup>.

Perante o cenário de aproximação de Kiev a Moscovo, após o fracasso das negociações entre Ucrânia e UE, os europeus demonstraram uma certa apatia no sentido de não resolverem a situação de imediato. Ao invés disso, o que aconteceu foi uma insistência, por parte da UE, na ideia de que eventualmente Ianukovich aperceberia das vantagens de uma ligação com o mundo ocidental. Ora tal não aconteceu e os dirigentes europeus não encontravam um consenso na forma de como resolver a situação, tanto que a solução que seria proposta passaria por um conjunto de sanções económicas dirigidas aos responsáveis pela manipulação do rumo político da Ucrânia, que só seria formalizado no final do mês de Julho de 2014.

##### 4.1. A passiva reação europeia

Depois dos negociações entre europeus e ucranianos terem falhado, o Presidente do Conselho Europeu, Herman van Rompuy, assegurou que o acordo “[continuava] sobre a mesa”, mas que só seria assinado se Kiev “[deixasse] de lado as considerações de curto prazo e as pressões vindas do exterior”<sup>146</sup>, o que confirmava as desconfianças de que tal renúncia do

---

<sup>145</sup> Ana Fonseca Pereira, “Barroso denuncia “veto” da Rússia à aproximação entre a Ucrânia e a UE”, *Público*, 30/11/13, p.27

<sup>146</sup> Idem, *ibidem*, p.27

acordo só poderia ter sido propositada por influência externa. E se ainda restavam dúvidas, Durão Barroso não tardaria a dissipá-las, ao frisar que “não [podiam] aceitar como condição para um acordo bilateral uma espécie de possível veto da parte de um país terceiro”, avisando que a UE “não [iria] ceder a pressão externa, incluindo da Rússia”. Mas a verdade é que o tempo acabaria por passar e, se já em outros momentos tivemos a possibilidade de o comprovar – mais concretamente em questões de política externa –, a UE não dava sinais concretos de pretender resolver o assunto de imediato.

Em meados de Dezembro, seria emitido um novo comunicado referente à vontade de prosseguir com as negociações por parte dos europeus. Desta vez foi Stefan Fule, comissário europeu do Alargamento e Política de Vizinhança, que proferiu o discurso amistoso que denotava essa vontade europeia, contudo existiam condições que teriam de ser cumpridas. “A Ucrânia está a lidar com uma iminente crise económica e política, e tem de reforçar tanto a confiança dos seus cidadãos como dos investidores internacionais”, disse, reforçando a ideia de que Kiev “[teria] de resolver as suas necessidades financeiras de forma transparente, junto de instituições credíveis como o Fundo Monetário Internacional”<sup>147</sup>. Assim, Fule procurou demonstrar à Ucrânia a necessidade de combater a crise que atravessava, estabelecendo novas condições no âmbito de se proceder a um acordo de associação comercial com a União Europeia. Todavia, nem este aviso de que cada vez mais se tornaria difícil a adesão da Ucrânia caso esta decidisse arrastar as negociações, serviria para Kiev tomar consciência de que a melhor solução seria mesmo dissociar-se da influência russa e proceder a um estreitamento com a UE. E nesta conjuntura, Fule viria a publicar no seu *Twitter* que os europeus começavam a ficar cansados dos argumentos das autoridades ucranianas que “não [tinham] base na realidade”<sup>148</sup> e que condicionavam quaisquer hipóteses de se chegar a um entendimento, que só poderia continuar caso a Ucrânia desse sinais de querer assumir um “compromisso claro com vista à assinatura [do acordo]”<sup>149</sup>.

A União Europeia parecia ter presente a dificuldade que seria tentar demover Ianukovic e o poder ucraniano do relacionamento com Moscovo, em prol de um acordo comercial com os países do Ocidente. Não obstante, a atitude seria de extrema passividade e se não fosse a demissão de Ianukovich, em Fevereiro de 2014, os dirigentes europeus

---

<sup>147</sup> Clara Barata, “As portas de Bruxelas continuam abertas para a Ucrânia mas com condições”, *Público*, 13/12/13, p.21

<sup>148</sup> Alexandre Martins, “UE suspende conversações com Ucrânia por “falta de compromisso claro””, *Público*, 16/12/13, p.22

<sup>149</sup> Idem, *ibidem*, p.22



possivelmente estariam ainda a tentar promover conversações, que nada mais fariam do que alimentar as esperanças dos ucranianos que realmente queriam assumir um relacionamento mais estreito com a Europa.

#### 4.1.1. Da persistência no acordo às ameaças de sanções

No início de Fevereiro o discurso europeu parecia não dar mostras de querer inovar ou até mesmo alterar, van Rampooy a afirmar que “o futuro da Ucrânia [estava] com a União Europeia” e que garantidamente “a oferta ainda lá [estaria]”<sup>150</sup>, sendo essa “oferta” o acordo que Ianukovich tinha rejeitado, dando conseqüentemente início a uma vaga de manifestações em Kiev, na Praça da Independência (*Maidan*). Porém alguns dirigentes europeus começavam a consciencializar-se que o diálogo, apesar de válido, já não era a opção mais sólida que tinham em cima da mesa. Urgia a necessidade de tomar uma postura de firmeza, passar ao ataque e não esperar que Kiev eventualmente decidisse que estaria na altura de aceitar o acordo por falta de opções melhores. O ministro alemão dos Negócios Estrangeiros, Franz-Walter Steinmeier, seria o primeiro a invocar a necessidade de avançar com “sanções pessoais” da União Europeia sobre a liderança ucraniana. As suas declarações tinham como fundamento o excesso de violência exercido, por parte das autoridades policiais ucranianas, sobre os manifestantes da *Euromaidan*. Steinmeier afirmou que “Quem [era] responsável por decisões que [conduziram] à efusão de sangue no centro de Kiev ou noutra parte da Ucrânia [deveria] esperar que a Europa [reconsiderasse] a sua contenção em matéria de sanções pessoais”<sup>151</sup>. Estava então dado o primeiro passo na mudança discursiva determinante para a alteração do rumo dos acontecimentos.

A posterior insistência na necessidade de enveredar pelo caminho das sanções caberia à Chanceler alemã, Angela Merkel, que invocaria a obrigação de os ministros se reunirem a fim de “debater que tipo de sanções específicas [que deveriam] ser impostas para mostrar que [a UE estaria] a falar a sério” na exigência de que as negociações entre o Governo e respectiva oposição da Ucrânia e a UE “deveriam ser retomadas”<sup>152</sup>. Já o Presidente francês, François

---

<sup>150</sup> João Ruela Ribeiro, “*Bruxelas e Washington lutal com Moscovo pela Ucrânia e mostram o seu apoio à oposição*”, *Público*, 2/2/14, p.30

<sup>151</sup> João Manuel Rocha, “*Ministro alemão admite sanções da UE contra líderes ucranianos*”, *Público*, 19/2/14, p.3

<sup>152</sup> Isabel Arriaga e Cunha, “*UE muda de posição e ameaça Kiev com sanções para tentar forçar um compromisso*”, *Público*, 20/2/14, p.3

Hollande referiu que “o que [estava] a acontecer na Ucrânia [era] inenarrável, inaceitável, intolerável”, e que seria imperativo intervir, por intermédio de sanções, para que a situação fosse regularizada. E o apelo seria atendido, uma vez que, no dia seguinte, a UE decidiu a favor da aplicação de sanções contra os responsáveis da escalada da violência, protagonizada pelas forças de segurança e incitada pelos governantes, no seio das manifestações pró-europeístas. As medidas passariam pelo congelamento dos bens financeiros que os dirigentes ucranianos detinham em território europeu, bem como a proibição na entrada deste e a adopção de uma ofensiva diplomática que condizisse a um entendimento e “[seriam] implementadas muito rapidamente no prazo de horas ou dias”<sup>153</sup>, segundo o secretário de Estado dos Assuntos Europeus, Bruno Maçãs, que representou em Bruxelas o chefe da diplomacia portuguesa, Rui Machete. O comunicado oficial dos 28 confirmava a aplicação das sanções a “todos os responsáveis pelas violações dos direitos humanos, violência e uso excessivo da força”<sup>154</sup>, sendo que por “responsáveis” estariam catalogados não só membros do Governos e responsáveis pelas forças de segurança, mas também “grupos extremistas e infiltrados”, como confirmou a ministra italiana, Emma Bonino. Bruno Maçãs, numa “opinião pessoal”, considerou que este modelo de sanções tinha o potencial para ser mais eficaz do que sanções económicas, uma vez que impunha “danos apreciáveis às pessoas responsáveis por violações de direitos humanos” e não ao país e àqueles que queriam enveredar pelo caminho da Europa, transmitindo-se assim uma mensagem de apoio e solidariedade para com a sociedade ucraniana.

#### **4.1.2. Redirecionamento das sanções para a Rússia**

O período pós-demissão de Viktor Ianukovich, seria de igual agitação social, com os lados das manifestações a inverterem-se. Tinha-se agora um poder provisório pró-europa que se deparava com a escalada de milícias separatistas pró-russas, no Leste da Ucrânia. Todavia a atenção da Europa recaiu sobre Moscovo, que, devido às suas novas pretensões de anexar a Crimeia ao território russo, era agora alvo de acusações e ameaças por parte do mundo ocidental.

Era de novo a Alemanha a tomar a iniciativa de comunicar a intenção de aplicar sanções, desta vez, à Rússia. Numa altura em que assumia o cargo informal de porta-voz dos

---

<sup>153</sup> Isabel Arriaga e Cunha, “UE aprova sanções contra responsáveis pela violência”, *Público*, 21/2/14, p.3

<sup>154</sup> Idem, *ibidem*, p.3

28, Angela Merkel proferiu um discurso no Parlamento alemão em que tratou de afastar quaisquer dúvidas sobre o seu posicionamento: se Moscovo mantivesse a sua estratégia de pressão e influência política sobre a Ucrânia, “isso não era apenas alterar a relação com a União Europeia com a Rússia”, mas irá também causar enormes prejuízos à Rússia, em termos económicos e políticos<sup>155</sup>. Todavia os dirigentes europeus sabiam que uma aplicação de sanções económicas à Rússia, seu principal fornecedor de gás natural, teria repercursões nas próprias economias europeias, mas tal não impedia a União Europeia de procurar seguir esse caminho que “ninguém deseja” mas que, garantidamente, todos estariam “prontos e determinados” a percorrer. O primeiro-ministro britânico, David Cameron, seria o primeiro a assumir que avançar com as sanções económicas introduzidas por Merkel, provocaria algumas nódoas negras à UE por intermédio da metáfora “quando damos um muro, podemos aleijar a mão”.<sup>156</sup> Não obstante, a decisão já estava tomada e a Europa estava disposta a apertar com a Rússia. “Deixámos claro que um eventual falhanço em resolver a crise de forma pacífica e quaisquer passos da Rússia para destabilizar a Ucrânia terão consequências de longo alcance”<sup>157</sup>, referiu van Rompuy, tomando consciência dos avisos de Cameron ao referir que se tratavam de “consequências nas relações num vasto leque de áreas económicas”, inclusive as europeias.

A confirmação de que as sanções estavam agora todas do lado da Rússia foi o facto de a Ucrânia ter aceite assinar, com a UE, as bases do acordo de parceria, no dia 21 de Março de 2014, sendo que Van Rompuy chegou mesmo a afirmar que tal passo dado por Kiev era “uma homenagem para aqueles que deram a vida pela liberdade”<sup>158</sup>. Já a Chanceler alemã saudaria esta nova “base muito completa para um trabalho conjunto” como um “sinal de solidariedade” que só poderia beneficiar a Ucrânia. O acordo acabou por ser formalizado na íntegra a 27 de Junho, em Bruxelas, onde o novo Presidente ucraniano, Petro Poroshenko assinou o *dossier* económico dando “por terminado o processo de assinatura do acordo de associação” com a União Europeia. O documento que validava o acordo reconhecia “as aspirações do povo ucraniano a viver num país baseado nos valores, na democracia e no Estado de Direito” e, em comunicado oficial, a Comissão Europeia fez saber que estava “determinada a ajudar a

<sup>155</sup> Alexandre Martins, “Merkel assume posição de força e ameaça Putin com “prejuízos políticos e económicos””, *Público*, 14/3/14, p.25

<sup>156</sup> Idem, “Europa disposta a dar “um muro” à Rússia que pode doer a todos”, 22/3/14, p.2

<sup>157</sup> Idem, *ibidem*, p.2

<sup>158</sup> João Ruela Ribeiro, “Ucrânia e UE assinam acordo de parceria”, *Público*, 22/3/14, p.3

Ucrânia e a assegurar que o país [teria] todo o apoio necessário, no curto e longo prazo, para levar a cabo as reformas políticas e económicas necessárias, com o objectivo comum de uma Ucrânia democrática, independente e próspera”<sup>159</sup>. Finalmente conseguido o tão desejado acordo, estavam reunidas as condições para preparar uma ofensiva contra a Rússia que, mesmo depois da UE lhe ter conseguido impôr esta derrota, precisava aprender as consequências de tentar destabilizar a ordem internacional.

Depois dos avisos de David Cameron e Angela Merkel da necessidade de sancionar Moscovo, pela posição e intervenção face aos acontecimentos em território ucraniano, e de Kiev ter conseguido o acordo de associação com a União Europeia, Bruxelas começou a dar indícios de estar já em marcha um plano de sanções a impôr à Rússia. Nesta conjuntura, a Comissão Europeia encarregou-se de apresentar aos Estados-membros um documento com propostas as quais Durão Barroso considerava “eficazes, bem orientadas e equilibradas”<sup>160</sup>. Já Herman van Rompuy confirmou que, se esse documento fosse aprovado, as sanções causariam “consequências importantes na economia russa”, admitindo ainda que estas poderiam afetar “moderadamente as economias europeias”<sup>161</sup> – apesar de alguns analistas, tal como Gregor Eder, da multinacional Allianz, considerarem que este documento poderia “travar a já frágil recuperação económica da Europa”<sup>162</sup>, pois as sanções, em conjunto com a quebra de confiança económica que arrecatariam, teriam um impacto considerável nas relações comerciais da Europa com o Leste. Essas medidas teriam um maior impacto no campo energético, com a restrição de venda de “tecnologias sensíveis” ao sector petrolífero, e não ao do gás, garantindo-se assim “a segurança energética da UE”, segundo Van Rompuy, com a limitação do acesso aos bancos russos detidos pelo Estado dos mercados de capitais europeus e suspensão da compra de armas, tudo medidas com a validade de um ano e passíveis de revisão a cada três meses<sup>163</sup>, tendo em conta o rumo da política externa da Rússia. O conceituado jornal espanhol *El País*, apresentou um estudo (das medidas desse documento) que calculou o impacto desta “nova geração” de sanções, que reduziriam o produto interno bruto russo em 1,5 pontos percentuais já em 2014 e 4,8 pontos em 2015<sup>164</sup>, o

---

<sup>159</sup> “Kiev finaliza acordo de associação com a UE”, *Público*, 20/6/14, p.24

<sup>160</sup> João Manuel Rocha, “UE prepara sanções sem precedentes que podem levar a Rússia à recessão”, *Público*, 27/7/14, p.29

<sup>161</sup> Idem, *ibidem*, p.29

<sup>162</sup> Alexandre Martins, “União Europeia lança primeiro grande ataque económicos contra a Rússia”, *Público*, 30/7/14, p.2

<sup>163</sup> Idem, *ibidem*, p.2

<sup>164</sup> João Manuel Rocha, “UE prepara sanções sem precedentes que podem levar a Rússia à recessão”, *Público*, 27/7/14, p.29

que comprova a dimensão das sanções e as repercursões destas na banca, na indústria do armamento e no sector energético da Rússia.

#### **4.2. A visão atenta dos Estados Unidos da América**

Os Estados Unidos da América, na condição autoadquirida de “polícia do mundo”, não podia deixar de intervir na situação de crise política e social que se fazia sentir na Ucrânia. Nesta conjuntura, a Casa Branca procurou desde cedo mostrar a Vladimir Putin que a forma como este conduziu a sua política externa, pressionando Kiev a dissociar-se da Europa, o colocava do lado errado da História, o que levaria a constituir Moscovo como uma ameaça para a soberania ucraniana e para o direito internacional.

O líder do Mundo livre, Presidente dos EUA, Barack Obama, fez questão de, perante a possibilidade de uma agressão territorial por parte de Moscovo na península da Crimeia, avisar que toda e qualquer intervenção na Ucrânia arrecataria custos para a Rússia, sendo que, tanto o cenário de intervenção como a posterior imposição de sanções, o deixavam “profundamente inquieto”. Perante a confirmação de Moscovo de uma acção militar na Crimeia, Obama declarou que “qualquer violação da integridade territorial e soberania da Ucrânia seria profundamente desestabilizadora, e representaria uma séria interferência em matérias que [deviam] ser decididas pela população ucraniana”<sup>165</sup>, sendo que, se avancasse nesse sentido, Putin não seria mais do que merecedor de uma condenação por parte da comunidade internacional. Já as declarações do Departamento de Estado norte-americano foram bastante mais objectivas, ao acusarem Vladimir Putin de mentir deliberadamente sobre a situação na Ucrânia, numa tentativa de ocultar as suas verdadeiras pretensões no território ucraniano. Moscovo, perante acusações de ter invadido a Crimeia, inicialmente referiu que os militares que marchavam dentro da península não eram mais do que habitantes ucranianos pró-russos que passeavam uniformes semelhantes aos do Exército russo. Tomando consciência da insensatez de tais declarações, Putin admitiu que os militares russos haviam marchado sobre a Crimeia a fim de proteger as suas instalações militares. O argumento norte-americano que contradizia estas “desculpas” baseava-se em “fortes indícios de que elementos dos serviços secretos russos [estavam] no centro das forças anti-Ucrânia na Crimeia, que

---

<sup>165</sup> “Países ocidentais alarmados com envolvimento russo”, *Público*, 2/3/14, p.29

[tinham] um elevado grau de organização”<sup>166</sup>. E se os indícios eram fortes, o facto de “estas unidades usarem uniformes sem sinais distintos, os seus elementos [circulavam] em veículos com matrículas russas e apresentavam-se como membros das forças de segurança da Rússia quando questionados pelos *media* internacionais” para além de possuírem “armas que não [estariam] ao alcance de civis”. Já a resposta russo seria apenas de que este texto era um profundo “exercício de cinismo”<sup>167</sup>, nas palavras do ministro dos Negócios Estrangeiros russo, Sergei Lavrov.

A 16 de Março foi feito o referendo, considerado pelo Ocidente como ilegítimo, que previa a dissociação da Crimeia da Ucrânia e a posterior anexação daquela no território russo. No dia seguinte, e em termo de resposta, a Casa Branca anunciou que Obama tinha dado uma autorização de avançar com a aplicação de sanções a 11 executivos russos e ucranianos, todos eles próximos de Putin, entre os quais o vice-primeiro ministro russo e a presidente da câmara alta do Parlamento, bem como líderes separatistas da Crimeia, como o primeiro-ministro regional, Sergei Aksionov. Obama chegou ainda a garantir que as sanções não ficariam por aqui e que “se a Rússia continuasse a intervir na Ucrânia” e não procurasse “uma forma de resolver esta situação pela via diplomática, de maneira a atender aos interesses da Rússia bem como da Ucrânia”<sup>168</sup>, as sanções passariam de pessoais para económicas. Apesar das ameaças da alteração da natureza das sanções, depois da Rússia declarar a anexação da Crimeia, no seguimento do referendo, mais sanções pessoais seriam aplicadas, sendo que o argumento que suportava a aplicação das mesmas acusava o Governo russo de efectuar “escolhas que foram rejeitadas pela comunidade internacional”<sup>169</sup>. Contudo, sanções de cariz económico já estavam em preparação e visavam afectar “serviços financeiros, energia, minas, engenharia e material relacionado com a defesa”. Obama afirmou ainda que “esta não [era] a solução que [preferiam]” mas que no entanto, a não imposição das sanções só dependia da acção da Rússia, que deveria saber que “o aumento da tensão só a isolará ainda mais da comunidade internacional”.

---

<sup>166</sup> Alexandre Martins, “As “10 mentiras de Putin”, segundo o Departamento de Estado norte-americano”, *Público*, 7/3/14, p.9

<sup>167</sup> Idem, *ibidem*, p.9

<sup>168</sup> Alexandre Martins e João Ruela Ribeiro, “Estados Unidos e União Europeia avançam para sanções mas Moscovo não treme”, *Público*, 18/3/14, p.23

<sup>169</sup> Alexandre Martins, “Sanções dos EUA chegam a empresários e ao sector bancário próximos de Vladimir Putin”, *Público*, 21/3/14, p.4

#### 4.2.1. Das sanções à intervenção no Leste europeu

A intervenção comunicativa norte-americana no conflito da Ucrânia dividiu-se em duas vagas, uma primeira onde se inserem os avisos e sanções impostas aos dirigentes ucranianos pró-russos e à Rússia, e uma segunda onde os EUA assumem uma posição de apoio e intervencionismo na Europa de Leste. Barack Obama fechou a primeira intervenção com um apelo à união dos Estados europeus contra as pretensões imperialistas de Moscovo, argumentado que a crise provocada pela revolução na Ucrânia e a consequente integração da Crimeia na Rússia representaram “um teste para a Europa e para os Estados Unidos, em defesa da ordem internacional que levou gerações a construir”. Mas o Presidente norte-americano não o disse de ânimo leve, mostrando-se confiante de que os valores da “dignidade humana, dos direitos do home e do Estado direito triunfarão”<sup>170</sup> e que isso só seria possível se EUA e UE trabalhassem no sentido de reprimir as tentativas russas de incitar uma nova Guerra Fria.

Nos meses de Abril e Maio, a Casa Branca continuou a pronunciar-se relativamente aos acontecimentos na Ucrânia, contudo não seriam mais do que novas ameaças a Moscovo e a Vladimir Putin e apelos à Europa para que esta procurasse mitigar os danos graduais dos conflitos armados no Leste ucraniano. Todavia, no início de Junho, Obama tomaria a decisão de intervir directamente na região e nesse sentido, anunciou, na Polónia onde se reuniu com os vários dirigentes europeus, que iria pedir mil milhões de dólares (734 milhões de euros) ao Congresso norte-americano, com o intuito de reforçar a presença rotativa norte-americana nos países de Leste da Europa, através de mais meios de ajuda no treino das forças armadas dos países da NATO<sup>171</sup>. Apesar da notícia, os Estados europeus não se mostraram muito satisfeitos pois a presença militar que Obama oferecia não era de cariz permanente. Obama contra-argumentaria ao referir que o “compromisso com a segurança da Polónia, bem como com a segurança dos [seus] aliados no Centro e no Leste da Europa, [era] uma pedra basilar na [sua] própria segurança”, numa tentativa de acalmar as preocupações europeias. Porém, e apesar de assumir este compromisso, o Presidente norte-americano referiu que os EUA se orgulham “em suportar a sua quota-parte na defesa da aliança transatlântica”<sup>172</sup> mas que sozinhos não conseguiriam resolver a situação – o que dá uma certa margem de comparação

---

<sup>170</sup> Idem, “Obama apela à união coontra a força bruta da Rússia”, *Público*, 27/3/14, p.2

<sup>171</sup> Idem, “Obama tranquiliza Europa de Leste e anuncia reforço da presença militar”, *Público*, 4/6/14, p.22

<sup>172</sup> Idem, *ibidem*, p.22

com o mantra autoconfiante norte-americano do “*Yes, we can*”, sob o qual se regiu toda a campanha eleitoral de Barack Obama, em 2008–, sendo que de novo apelaria ao um esforço conjunto com a UE a fim pôr termo aos conflitos.

Quando o alvo da acção comunicativa da Casa Branca passou a ser de novo a Rússia, o discurso já não assentava em termos como apoio ou ajuda, sendo que as sanções voltariam a ser palavra de ordem. Obama proferiu que a comunidade internacional dificilmente se esqueceria da ocupação da Crimeia, acusando a Rússia de usar “tácticas sombrias” para atingir os seus interesses geo-estratégicos. “Não aceitaremos nunca a ocupação da Crimeia pela Rússia, nem as violações de soberania na Ucrânia”<sup>173</sup>, declarou enquanto ainda se encontrava na capital polaca, Varsóvia. Neste mesmo discurso, prometeu ainda ajudar a equipar as autoridades ucranianas com coletes à prova de bala e óculos de visão nocturna, no valor simbólico de 5 milhões de dólares (3.6 milhões de euros), para que estas pudessem lidar melhor com as investidas das milícias separatistas. Não obstante, a Rússia continuou a ignorar os avisos do Presidente dos EUA, o que levou a que estes dirigissem um ultimato a Putin, indicando que este teria no máximo um mês para retomar o “caminho da lei internacional”<sup>174</sup>. Estaria assim traçada a linha vermelha que delimitaria, ou não, a imposição de novas sanções económicas. Obama avisou que se “as provocações russas [continuassem], [seria] claro que os países do G7 [estariam] prontos a impor custos adicionais à Rússia”. Já numa declaração conjunta, EUA e UE consideram “inaceitável [a] interferência da Federação Russa nos assuntos soberanos da Ucrânia”, condenando “a anexação ilegal da Crimeia pela Rússia e as acções para destabilizar o Leste da Ucrânia” deviam parar. Por fim o texto concluiu que tal uso abusivo de influência e pressão política é imoral e ilegítimo e tem violado os “princípios fundamentais da lei internacional e devem ser um motivo de preocupação para todas as nações”<sup>175</sup>, e nesse sentido a Rússia deve ser travada e penalizada antes que comprometa toda a ordem internacional.

---

<sup>173</sup> Idem, “*Obama acusa a Rússia de ameaçar a Europa com “tácticas sombrias”*”, *Público*, 5/6/14, p.22

<sup>174</sup> Idem, “*Obama dá um mês a Putin para “voltar ao caminho da lei internacional”*”, *Público*, 6/6/14, p.22

<sup>175</sup> Idem, *ibidem*, p.22



### **III – Questionário: Comunicação Política: a influência no conflito na Ucrânia**

#### **1. Apresentação do formulário**

No sentido de recolher informação relativa à Opinião Pública, extra-manifestações cobertas pelos meios de comunicação em território ucraniano, foi elaborado este questionário. Apresentado a uma amostra de 53 pessoas, contou com a participação de elementos de idades compreendidas entre os 19 e os 62 anos. Os inquiridos não eram apenas de nacionalidade portuguesa, sendo que foram também recolhidas opiniões de pessoas de nacionalidade brasileira, espanhola, russa e ucraniana.

O formulário contabiliza 9 questões na totalidade, sendo que 3 delas permitiram resposta aberta, onde era dada total liberdade de expressão face ao tema em questão. As restantes 6 serviram para recolha de dados estatísticos, onde já estão incluídos as idades e as nacionalidades. As perguntas de escolha múltipla eram: «Quão familiarizado se encontra com o actual conflito na Ucrânia?»; «Tem seguido atentamente a cobertura dos meios de comunicação a propósito do tema?»; «Acredita em toda a informação que absorve sobre este assunto?»; e «Tendo em conta a exposição mediática, a sua opinião inicial sobre o tema sofreu alguma alteração?». As questões que permitiam resposta aberta eram: «Que tem a dizer sobre as intervenções dos líderes / grupos / instituições políticos(as)?»; «Expresse a sua opinião e em que modo ela fora influenciada pelos meios de comunicação.»; e «Como prevê que termine o conflito?». Apesar do elevado grau de abertura deste último elemento de questões fora pedido aos inquiridos para que as respostas destes fossem o mais breves e sucintas possíveis, o que a grande maioria acabou por cumprir. É possível ver nos anexos os gráficos correspondentes às questões de escolha múltipla, os quais se recomenda a consulta no sentido de conseguir acompanhar a informação do ponto que se segue.



## 2. Análise dos dados estatísticos

A primeira questão de escolha múltipla introduzia o tema do conflito na Ucrânia por intermédio do quão a par deste os inquiridos estariam. Os valores indicam que um terço (34%) dos inquiridos se encontrava relativamente familiarizado com a situação, sendo que a restante maioria ou estava muito familiarizada (25%) ou pouco familiarizada (26%). Ainda assim, 13% dos inquiridos revelou estar plenamente a par da ocorrência – apesar de grande parte dos inquiridos, nas questões de resposta aberta, afirmarem não prestarem atenção às notícias televisivas, sendo que preferiam as plataformas online e impressas.

A questão seguinte permitia duas respostas – sim ou não – e incidia sobre a procura pro-activa da informação fornecida pelos meios de comunicação. Mais de metade dos inquiridos (64%) respondeu positivamente, o que demonstra que, apesar de não haver uma grande percentagem de familiarização com o assunto as pessoas procuram na mesma informar-se sobre o mesmo. Todavia a informação que retinham não a consideravam inteiramente credível, o que remonta para a terceira questão. Quando confrontados com a credibilidade da informação a que estão expostos pelos media, 94% dos inquiridos respondeu que não acredita na mesma, o que revela alguma desconfiança ou face aos dirigentes políticos que proferiam os comunicados ou face aos meios de comunicação que transmitem essas mensagens.

A última questão incidia sobre o tema de como os meios de comunicação podem ou não influenciar a opinião pública. Esta última indagava as pessoas se, após vários meses de exposição mediática, a sua opinião sobre o tema teria mudado: 85% respondeu que não, que a sua opinião continuava a mesma. Contudo para percebermos então realmente qual é a opinião geral dos inquiridos é preciso passar para a próxima vaga de questões.



### 3. A opinião pública e o conflito na Ucrânia

A primeira grande ideia que se obtém ao ler as respostas de opinião, é que as acções dos dirigentes da Rússia e dos Estados Unidos da América apontam para uma nova Guerra Fria, algo que não está longe da verdade, pois são vários os artigos de opinião que aparecem nos diários portugueses que chegam às mesmas conclusões.

Muitos entendem que existe uma vontade russa de restabelecer a velha glória da URSS, daí a procura de manter os aliados de Leste, e se possível aliena-los à sua vontade. Em contrapartida denunciam que Vladimir Putin poderia ter enveredado por outros caminhos senão o da pressão política e o apoio às milícias separatistas, o que acabou por lhe custar um aliado tão poderoso que seria a Ucrânia. Aqueles que revelam uma corrente de pensamento mais ocidental, acusam Putin de invadir deliberadamente o território ucraniano, denunciando a arrogância do poder político de Moscovo. No entanto, estejam a favor ou contra as acções de Vladimir Putin e da Rússia, é consensual a vontade de ver a Ucrânia livre do conflito para que esta consiga recuperar da crise que atravessa.

Quando às intervenções externas, as opiniões parecem ser mais convergentes, sendo que no que toca a intervenção norte-americana no conflito, a grande maioria considera uma intromissão maior do que a de Putin, pois enquanto este último procura a integração da Ucrânia na sua união euro-asiática, Barack Obama atravessa todo o Atlântico para vir ameaçar a Rússia com sanções que seriam igualmente penosas para a União Europeia – devido à enorme dependência energética da UE face à Federação Russa. Já do lado da Europa, denuncia-se a intervenção impulsionada por um pequeno punhado de dirigentes europeus que parecem tomar todas as decisões pelos restantes, o que coloca em causa o bom funcionamento das entidades políticas europeias e a eficácia destas na resolução do conflito. Existe ainda uma grande contestação relativamente ao facto de a UE se deixar influenciar pelas ameaças norte-americanas dirigidas à Rússia, pois acabam por concordar com algumas medidas que só revelam os interesses económicos dos EUA e que podem penalizar a UE – pelas razões já referidas acima. Opiniões mais extremistas apontam para a eclosão de um terceiro conflito a nível mundial, contudo a grande maioria mantém-se com a ideia de que se vive apenas um clima de Guerra Fria e que do conflito no território ucraniano poderá apenas despoletar uma guerra civil.

Quanto à exposição mediática e a acção dos meios de comunicação na difusão da informação, pode-se arriscar a unanimidade no que toca a parcialidade dos media do Ocidente, que objectivam a Rússia como o “mau da fita” neste período da história europeia. Alguns revelam ainda existirem discrepâncias a nível de informação que é conduzida no mundo ocidental e no mundo oriental – sendo que esta opinião é mais notável nos elementos das nacionalidades russa e ucraniana.

Por fim, no que toca a previsões de como poderá prosseguir, ou acabar, o conflito denota-se ainda uma incerteza sobre as possibilidades. Nesta questão as opiniões são bastante distintas, sendo que não existe um denominador comum a todos, ou pelo menos à maioria, dos inquiridos. Uns apontam para a prevalência da Rússia, outros apontam para a divisão total da Ucrânia entre o Leste e o Ocidente, como já referi, os mais extremistas prevêm conflitos na ordem mundial, entre imensas outras. Porém existe uma opção que raramente é sugerida – ou melhor, é quase sempre desacreditada – ao longo de todas as respostas, que se trata da possibilidade de serem os europeus a resolver o conflito e a “resgatar” a Ucrânia das garras de Moscovo, enquanto se dissociam das linhas de acção norte-americanas, tomando assim as rédeas, não só do destino da Ucrânia como também da própria União Europeia.

## **Conclusão**

A comunicação é impulsionada pelos meios de comunicação, que por sua vez servem de ponte para que os dirigentes políticos possam contactar os cidadãos com a finalidade de os informar acerca das políticas que planeiam aplicar. Esta seria a conclusão mais básica que se poderia auferir depois de terem sido discutidas as ramificações da Comunicação Política. Porém, e tendo já isso sido comprovado nesta dissertação, este conceito é tão complexo e abundante que não nos permite descrevê-lo dessa forma. Comprova-o de igual forma o caso prático estudado: o conflito no seio da Ucrânia, que opõe ucranianos pró-ocidente aos ucranianos separatistas de Leste, onde tanta diferença fez a forma como os dirigentes políticos – fossem eles ucranianos, russos, europeus ou americanos – se pronunciaram e agiram relativamente ao assunto.

Ficou comprovado desde o início que a Comunicação Política estaria condicionada ao espaço onde fosse aplicada. Com o Estado ucraniano a albergar características do Modelo de organização política Corporativista Democrático, sendo que o uso frequente dos media para benefício do poder político será a característica que mais se demarca – o que é passível de se perceber devido é enorme quantidade de comunicados e reportagens feitas no âmbito da crise política, tanto a nível interno com o a nível externo. O conflito, inicialmente de cariz político apenas, ganhou força e protagonismo fora da Ucrânia, sendo que o congelamento das negociações da assinatura de um acordo de ligação entre a União Europeia e a Ucrânia, por parte de Viktor Ianukovich, seria o ponto de partida para essa escalada da exposição mediática da situação ucraniana, a um nível internacional. Exposta a instabilidade política de Kiev, foi uma questão de tempo até que as grandes potencias mundiais, em termos de influência política, fizessem da Ucrânia um campo de batalha onde cada qual procurava um desfecho mais proveitoso para os seus interesses: a Ucrânia na procura de uma independência face à Rússia e associação à Europa; a Rússia na tentativa de anexar a Ucrânia à sua união aduaneira euro-asiática; a UE no desespero de, através de sanções, controlar os mercados energéticos russos a fim de reduzir a sua dependência destes; e os EUA que somente procuravam demonstrar à ordem internacional que, na condição de “polícia do Mundo”, poderiam intervir em conflitos em qualquer parte do globo.

A verdade é que no final, aqueles três intervenientes externos, que inicialmente argumentavam que a Ucrânia devia seguir o seu caminho na ordem internacional como um

Estado livre e pleno de soberania, só se apoiaram na crise ucraniana para procurarem atingir os seus próprios objectivos – ou no caso da UE, procurar resolver o problema da dependência energética. Ainda hoje a Ucrânia encontra-se entregue a si própria na resolução dos conflitos internos entre ucranianos e separatistas, enquanto a União Europeia, a par com os Estados Unidos da América, e a Federação Russa usam a frágil situação ucraniana, a nível social e económico, como pretexto para tecerem acusações e sanções direccionadas uns aos outros. Assim confirma-se que o enredo político é claramente determinante nas relações externas, contudo para que seja funcional, os Estados devem procurar dissociar-se dos seus interesses e objectivos próprios com a finalidade de poderem discutir e negociar soluções e planos de acção que beneficiem todas as partes intervenientes, com especial atenção naquele que tem sido o palco deste penoso conflito.



## Fontes e Bibliografia

### Fontes

CAETANO, Joaquim, *Marketing Político: Poder e imagem*, Escolar Editora, Lisboa 2012

ESPÍRITO SANTO, Paula do, *Estudos de Comunicação Política: análise de conteúdo da mensagem na campanha e pós-campanha eleitoral nas eleições presidenciais*, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Lisboa 2008

MARTINS, Manuel Meirinho, *Comunicação e marketing político: contributos pedagógicos*, 2ª edição, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Lisboa 2010

MAZZOLENI, Gianpietro, *La Comunicación Política*, Alianza Editorial, Madrid, 2010

SIMÕES, Maria Manuel, *Marketing e Comunicação Política*, Sílabo, Lisboa 2009

General Loureiro dos Santos, Conferência Crimeia e a UE, epicentro de colisões geopolíticas e geo-estratégicas, na Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, 7 de Abril de 2014

### Bibliografia

ALVES, José Augusto dos Santos, *O Poder da Comunicação*, Casa das Letras, Oeiras 2005

ARRUDA, Marta Cristina Rio Tordo dos Santos, *A Comunicação Política: os media e os processos políticos*, Dissertação de Mestrado em Comunicação e Jornalismo apresentada à Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, Coimbra 2005

CARDOSO, Paulo Ribeiro, CAIRRÃO, Álvaro Lima, *Comunicação Política*, Universidade Fernando Pessoa, Porto 2006

CAVAZZA, Nicoletta, *Como Comunicar e Persuadir: na publicidade, na política, na informação e nas relações pessoais*, Presença, Lisboa 2001

ESTEVES, João Pissarra, *Espaço público e democracia: comunicação, processos de sentido e identidades sociais*, Colibri, Lisboa 2003

GONÇALVES, Vitor, *Nos Bastidores do Jogo Político: o poder dos assessores*, Minerva Coimbra, Coimbra 2005

GOUVEIA, Maria Regina Gomes, *A interação entre o universo político e o campo da comunicação: a imprensa e as elites beirãs*, Tese de Doutoramento em Ciências da Comunicação apresentada à Universidade da Beira Interior, Covilhã 2004

HALLIN, Daniel C., MANCINI, Paolo, *Sistemas de media: estudo comparativo*, Livros Horizonte, Lisboa 2010

MAGALHÃES, Pedro, *Sondagens, Eleições e Opinião Pública*, Fundação Francisco Manuel dos Santos, Lisboa 2011

MARTINS, Manuel Meirinho, *Comunicação e marketing político: contributos pedagógicos 2*, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Lisboa 2007

MORGADO, Isabel Salema, *Uma ética para a política: a teoria da acção comunicativa e a questão da legitimação ético-política nas sociedades contemporâneas*, Instituto Piaget, Lisboa 2004

OLIVEIRA, Custódio, *Governar é comunicar: gerir a comunicação institucional e política*, Omnisinal, Porto 2012

SANTOS, Margarida Ruas dos, *Marketing Político*, Cetop, 1996

TEODORO, Luque, *Marketing Político*, Ariel 1996

TRAQUINA, Nélon, MESQUITA, Mário, *Jornalismo Cívico*, Livros Horizonte, Lisboa 2003

*Media, Jornalismo e Democracia*, Comunicações apresentadas ao Seminário Internacional, Livros Horizonte, Lisboa 2002

*Courier Internacional*, número 218, edição de Abril de 2014

### **Webgrafia**

<http://www.cnpd.pt/bin/orientacoes/PRINCIPIOS-MARKETING-POLITICO-eprivacy.pdf>  
Princípios gerais aplicáveis ao Marketing Político no âmbito das comunicações electrónicas, comunicado emitido pela Comissão Geral de protecção de Dados – última revisão: 9/9/14

<http://hotmeme.net/post/kpv/if-crimea-had-oil/>  
Sítio da *Internet* de opinião e humor. Fonte da imagem satírica dos Estados Unidos da América (ver Anexo II) – última revisão: 9/9/14

<http://compolitica.org/revista/index.php/revista/article/view/43/34>  
ALBUQUERQUE, Afonso de, *Revista Compolítica*, volume 2, número 1, edição Janeiro-Junho, 2012 – última revisão: 9/9/14

<http://redecastorphoto.blogspot.pt/2014/04/ucrania-declaracao-de-genebra-de.html>  
A Declaração de Genebra e comentário – última revisão: 9/9/14

