

Paula do Espírito Santo

**O PROCESSO DE
PERSUASÃO POLÍTICA**

Abordagem sistémica da persuasão
com referências ao actual sistema político português

Publicado em 1997
pelo

Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas
Universidade Técnica de Lisboa

O Processo de Persuasão Política. Dissertação de Mestrado em Ciência Política apresentada no Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas e defendida em 18 de Junho de 1996.

A autora foi aprovada com Muito Bom por unanimidade. O júri foi presidido pelo Doutor João Baptista Nunes Pereira Neto, Professor Catedrático e Presidente do Conselho Pedagógico do ISCSP. O Orientador da Dissertação foi o Doutor José Adelino Maltez, Professor Associado do ISCSP. O júri integrou como vogal o Doutor Adriano Duarte Rodrigues, Professor Catedrático da Universidade Nova de Lisboa, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas.

ÍNDICE

INTRODUÇÃO.....	4
I- ENQUADRAMENTO TEMÁTICO PRELIMINAR	6
A. BREVES PARTICULARIDADES DO OBJECTO DE ESTUDO.....	6
B. REFLEXÕES SOBRE A CIÊNCIA POLÍTICA E O MÉTODO CIENTÍFICO	9
C. APROXIMAÇÃO A CONCEITOS	14
1. <i>Estado, Poder e Persuasão Política</i>	14
2. <i>Nação, Ideologia</i>	18
D. POSICIONAMENTO METODOLÓGICO.....	22
1. <i>Estruturalismo, Funcionalismo, Abordagem Sistémica</i>	22
2. <i>Da Ciência e da Política</i>	26
II- O SISTEMA POLÍTICO E A PERSUASÃO	28
A. SOBRE O SISTEMA POLÍTICO.....	28
1. <i>O Modelo do Sistema Político</i>	28
2. <i>Componentes do Sistema Político</i>	30
3. <i>O Funcionamento do Sistema Político</i>	33
B. AS ENTRADAS DO SISTEMA E A PERSUASÃO.....	37
1. <i>A Importância das Exigências na Persuasão Política</i>	38
2. <i>Os Apoios e a Persuasão</i>	48
3. <i>Os Recursos e a sua Importância na Persuasão</i>	52
4. <i>A Selecção das Entradas no Sistema Político</i>	54
C. AS SAÍDAS DO SISTEMA E A PERSUASÃO.....	57
1. <i>As Decisões</i>	59
2. <i>Os Resultados das Decisões</i>	63
3. <i>O Retorno das Respostas às Autoridades e a Importância da Informação</i>	64
III- A PROPAGANDA.....	68
A. SOBRE A PROPAGANDA POLÍTICA	68
B. SCHWARTZENBERG E O PERSONAGEM PRINCIPAL: TIPOS DE PERSONAGEM.....	72
1. <i>O Herói</i>	76
a. <i>O Herói e a Elite</i>	79
2. <i>O Líder Vulgar</i>	84
3. <i>O Líder Charmoso</i>	85
4. <i>O Patriarca</i>	87
5. <i>Outros Aspectos</i>	89
C. A MENSAGEM	91
1. <i>Aspectos Funcionais do Slogan e do Cartaz</i>	91
2. <i>O Símbolo</i>	94
a. <i>Regras da Propaganda</i>	100
b. <i>Regras da Contrapropaganda</i>	104
D. OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO	106

1. <i>Os Jornais em Portugal</i>	107
2. <i>A Rádio em Portugal</i>	114
3. <i>A Televisão em Portugal</i>	118
4. <i>Massas e Opinião Pública</i>	125
IV- UM INQUÉRITO À OPINIÃO PÚBLICA SOBRE ELEIÇÕES	132
A. A QUESTÃO DA REPRESENTAÇÃO POLÍTICA.....	132
B. OBJECTO DE ESTUDO DO INQUÉRITO.....	136
C. PRESSUPOSTOS METODOLÓGICOS.....	138
D. ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	141
1. <i>Importância da Votação</i>	141
2. <i>Participação Eleitoral</i>	143
3. <i>Fidelidade do voto</i>	146
4. <i>A Selecção do Candidato a Presidente</i>	148
a. <i>Motivos de Escolha do Candidato</i>	148
b. <i>Motivos de Rejeição do Candidato</i>	150
c. <i>Motivo Principal de Escolha do Candidato</i>	152
5. <i>Hábitos de Audiência de Meios de Comunicação Social</i>	156
a. <i>Os Debates na Televisão</i>	156
b. <i>Audiência de Televisão</i>	159
c. <i>Audiência de Rádio</i>	161
d. <i>Leitura de Jornais</i>	164
E. CONCLUSÕES DO INQUÉRITO.....	167
CONCLUSÃO	172
BIBLIOGRAFIA	175
ANEXOS	190

“*Ad augusta per angusta*”

(A caminhos altos por caminhos estreitos)

INTRODUÇÃO

Entender a convivência entre a persuasão e o sistema político foi a forma por nós encontrada de entrarmos na análise de uma temática que pelo seu encanto exige muitos cuidados na investigação. Concebemos a persuasão como um processo e escolhemos o caminho metodológico da abordagem sistémica por entendermos que autores como David Easton, Karl Deutsch, Jean-William Lapierre, Almond e Powell, de entre outros demonstraram amiúde as virtualidades daquela abordagem na análise política.

Do processo de persuasão, cuja dimensão espaço-temporal é o sistema político, analisamos também a propaganda. Consideramos que a técnica de propaganda se destaca no processo de persuasão. Fizemos questão em não confundir persuasão e propaganda política, ou de outra forma estaríamos a pegar num fenómeno pelos seus resultados, não analisando as suas causas e condicionalismos. Consideramos que a propaganda é moldada por um percurso anterior que a persuasão constantemente abre e permanentemente ajusta ao seu cenário de acção, isto é, o sistema político. Recorremos a contributos como o de Wright Mills no intuito de melhor entender a importância da definição estratégica da elite no Poder relativamente às massas ou públicos perante os quais é responsável. Atentamos na implosão comunicacional das sociedades, fenómeno para o qual há mais de trinta anos Marshall McLuhan chamou a atenção. Concebemos, na linha de Karl Deutsh, a importância da informação e da comunicação na libertação da capacidade de intervenção dos diversos grupos do sistema, sendo o veículo dessa libertação o próprio Poder. Com Hannah Arendt, fundamentamos a capacidade de o sistema político, cada vez mais, se permitir a escolha dos caminhos de dinamização interna que procura, muitas vezes alheio ao livre arbítrio de líderes. Com Adriano Moreira corroboramos a importância de destacar as *múltiplas dependências e fidelidades* dos indivíduos, das instituições, sendo que «o primeiro facto reconhecido pela Ciência Política, em comum com todas as Ciências Humanas, é que o homem apenas vive em sociedade. Isto significa que todo e cada homem é inevitavelmente sócio de outro homem, isto é, partilha com ele um interesse» ¹.

¹ Adriano Moreira, *Ciência Política*, Coimbra, Almedina, 1984, p. 15.

Como refere João Pereira Neto, «só a partir do século XX houve um esforço concentrado de cientistas no sentido de se descrever empiricamente as condições em que a persuasão é bem sucedida ou fracassa»². Com aquele, salientem-se pioneiros como Lasswell, Berelson, Lazarsfeld, que delimitaram condicionantes não apenas de técnicas de propaganda como do processo de persuasão em geral (lembre-se o contributo dado para a técnica de análise de conteúdo destes três autores). Afirmando a relevância da comunicação, em especial da persuasão, nos processos de decisão, corroboramos com Lasswell que «o estudo dos processos de difusão e restrição mostram a necessidade de uma teoria da linguagem como factor de Poder»³. A importância do tema persuasão política está em relação directa com a sua funcionalidade no sistema político. Analisar esta temática da Política à luz das potencialidades da Ciência foi para nós preocupação constante, tarefa especialmente árdua, tanto quanto a área da Persuasão permite o envolvimento quer do arbítrio leigo quer das análises carregadas ideologicamente.

Oscar Soares Barata refere a propósito da *Teoria Geral da Acção* de Talcott Parsons que «a escolha supõe ao mesmo tempo expectativas sobre a evolução provável da situação, pois que a acção se orienta em função do que se prevê venha a ser o futuro ordenamento da situação»⁴. A persuasão constitui-se como um processo que decorre permanentemente sob a forma de relação entre os intervenientes no ou com o objectivo de estar no Poder e o sistema político. É neste sentido que pretendemos reforçar o papel da persuasão no funcionamento do sistema político, ponto de referência para a operacionalidade da técnica de propaganda.

A pensar na mobilidade conjuntural dos sistemas políticos, entendemos que seria importante estudar parte da realidade, em determinado momento sobre um tema específico - as eleições. Realizámos um inquérito à opinião pública, técnica que permite resultados de percibibilidade variável conforme o tema e as circunstâncias do sistema, mas que pode, no entanto, servir como ponto de reflexão conjuntural. Retirar desta análise a importância de alargar os contornos de um fenómeno como a persuasão, não a limitando à propaganda, e entender o papel do sistema político como cenário de acção condicionante permanente de estratégias de persuasão, são para nós os objectivos gratificantes de análise a que nos propomos.

²João B. Pereira Neto, *Polis Enciclopédia Verbo da Sociedade e do Estado*, vol. 4, Lisboa, Verbo, 1986, p. 1171.

³Harold Lasswell, *A Linguagem da Política* (1949), Brasília, Editora Universidade de Brasília, 1979, p. 27.

⁴Oscar Soares Barata, *Introdução às Ciências Sociais*, 2º volume, (1975) Venda Nova, Bertrand Editora, 1991, p. 280.

I- ENQUADRAMENTO TEMÁTICO PRELIMINAR

A. Breves Particularidades do Objecto de Estudo

1. Sobre o Processo de Persuasão

Influenciar o Poder no sistema político é o objectivo que resta aos grupos políticos (partidos e coligações) que não conseguiram ocupar a sede do Poder (através das eleições). Esse é um dos aspectos que abordaremos no decorrer da nossa análise, o qual tem papel importante na dinamização do sistema político e no processo de persuasão em geral.

Para melhor entender a importância da persuasão no funcionamento do sistema político, consideramo-la como um processo. Para facilitar a análise, salientamos do processo de persuasão, o próprio sistema político bem como a propaganda. Esta análise pretende evidenciar o papel da persuasão no sistema político, papel esse que é desempenhado quer pelo grupo na sede do Poder quer pelos outros que, não a ocupando, pretendem influenciar os desígnios do sistema político. Neste sentido, entendemos por persuasão todas as acções que são desenvolvidas permanentemente pelos grupos que aspiram à liderança do Estado. Salientamos a importância que o levantamento das componentes que influenciam a dinamização do sistema político tem no acerto de respostas eficazes às exigências que constantemente se formulam. Daqui decorre a importância de saber quem e que necessidades podem ser alvo de exigência, que apoios aufere o sistema político, quais os recursos que o sistema pode ajustar à satisfação das exigências.

Só após se saber o posicionamento dos diversos públicos que o sistema permite sobressair face à sua própria dinâmica, se pode fazer um uso especificamente dirigido das potencialidades de técnicas de persuasão política como a propaganda. O personagem principal, as mensagens, os meios de comunicação, os públicos, são particularidades que a técnica de propaganda define no culminar de um processo permanente de persuasão.

Perspectivamos teoricamente a nossa análise da persuasão política recorrendo ao contributo da corrente sistémica. Sendo o sistema político aberto, permeável à dinamização constante de informação, a persuasão acaba por se protagonizar como um seu elemento fundamental. De facto, é esta que vai evidenciar a importância da correspondência entre expectativas e respostas, é esta que vai situar o papel das necessidades, das exigências, dos apoios e dos recursos do sistema. O sistema político constitui-se como uma engrenagem que permite uma articulação selectiva de respostas, conforme a importância que as necessidades evidenciam no

funcionamento daquele. Neste mecanismo o Poder *abre concurso* da sua sede e nomeia o grupo político que o próprio sistema considera conjunturalmente mais consentâneo nas respostas que são exigidas ou que se pretende continuar a incrementar.

Pretendemos também delimitar conceitos, instrumentos caros às Ciências Sociais e à Ciência Política. Pretendemos construir teoria como ponto de partida e, sobretudo, não correr o risco de pretender oferecer mais do que a Ciência permite. Pretendemos pensar a acção política, delimitando-a no espaço e no tempo, com a certeza de constituir uma tarefa eternamente mobilizadora (e não mobilizante) e astutamente construída à medida dos diversos intervenientes no Estado, no estado em que a nação se encontrar.

A nossa análise procurará situar-se na conjuntura política portuguesa actual. Nesta conjuntura, podemos perspectivar que no complexo funcionamento do sistema político, o Poder assume-se, cada vez menos, na sua faceta coerciva, unilateral (onde as decisões fluem apenas no sentido Poder-Comunidade Política). Dinamiza-se uma já apelidada *sociedade de informação* onde, tendencialmente, o consenso tende a protagonizar-se entre o Poder e o sistema. A coerção que o Poder impõe, privilegia o fluxo multilateral de informação e, procura-se tomar, grosso modo, decisões ajustadas às expectativas do sistema. O Poder assume-se, assim, menos à semelhança do *Leviathan* analisado por Hobbes, procurando ser mais como o Dinamizador do sistema político. Por outras palavras, ao invés de oprimir o Poder pode libertar.

2.Sobre o Inquérito Realizado

Pensando, hoje em dia, em eleições é fácil associá-las a sondagens. Por um lado, temos estas como instrumento de previsão, de suporte estratégico para a tentativa de conquista do Poder. Por outro, temos a vulgarizada prática de utilizar amostras como grupos de elementos representativos de um universo, tomando as suas características e deliberações como extrapolações válidas e legítimas do todo. Quero significar que, amiúde, aceitam-se conjuntos representativos em detrimento dos conjuntos na íntegra. E esta ilação serve quer para a investigação social empírica, quer para a ocupação e legitimação das elites no Poder. De facto, a sua designação, a sua nomeação, ou por outras palavras, a sua eleição é, cada vez mais, conseguida não por um sufrágio universal, mas por um sufrágio por amostra.

Em democracia, do grupo de eleitores, apenas um seu número representativo, utiliza o instrumento de voto para interferir no acesso ao Poder dos grupos políticos que aspiram a

elite. Desta forma, a sondagem constitui-se como instrumento fundamental em democracia, quer como suporte da tomada de decisões e do planeamento de estratégias, quer na sua orientação básica, como legitimador de amostras de eleitores que exercem o seu direito de voto. É, cada vez mais, como diria o Professor José Adelino Maltez, a legitimação da democracia em sondagocracia.

Refira-se que, no entanto, em Portugal, a decisão eleitoral tem sido tomada por amostra, em particular quando as eleições se destinam à assumpção do Poder em determinados tipos de eleições, em que se destacam as eleições para o Parlamento Europeu. Aliado a este comportamento convém evidenciar a existência de quatro tipos de recenseados (que correspondem a três tipos de eleitores). Há os que tomam o acto de votar como um dever cívico a exercer sempre que se é solicitado. São os eleitores assíduos. Há os que orientam o exercício do dever de voto conforme a importância directa que as eleições trazem ao devir do Estado como um todo. São estes os eleitores de voto seleccionado. Há ainda os eleitores ocasionais, isto é, os que exercem o poder de sufrágio quando estão em disposição comportamental para o fazer, independentemente do tipo de eleições. Há os recenseados que não exercem o seu dever (e direito) cívico de votar, intencionalmente ou por alheamento político, desde há muitos anos, sendo, pois, abstencionistas.

As eleições que menos abstenção carregam são as legislativas e as presidenciais. As eleições autárquicas e as destinadas à distribuição do Poder entre os vários partidos e coligações políticas no Parlamento Europeu, são as que evidenciam maior representatividade eleitoral, por amostragem. Por outras palavras, são estes dois últimos tipos de eleições que são alvo de maior abstenção. Refira-se que, relativamente às eleições para o Parlamento Europeu, a abstenção tem vindo a aumentar significativamente ⁵.

A conquista do Poder pressupõe, obviamente a conquista de conhecimento e adequação dos instrumentos de persuasão à configuração comportamental dos decisores políticos directos, isto é, os eleitores. As técnicas de aproximação ao Poder Político só se constituem como operacionais quando enquadradas conjunturalmente. Isto é, a elaboração de manuais políticos com objectivos pragmáticos de apoio a candidatos a *Príncipes* só se torna operacional

⁵Nas eleições para o Parlamento Europeu registaram-se os seguintes valores:

1987	1989	1994
Inscritos: 7 813 103	8 107 694	8 561 677
Votantes: 5 637 556 (72,2%)	4 149 067 (51,2%)	3 045 356 (35,6%)
Branços: 68 661 (1,2%)	66 241 (1,6%)	49 151 (1,6%)
Nulos: 78 587 (1,4%)	66 070 (1,6%)	47 820 (1,6%)

Fonte: *Eleições para o Parlamento Europeu, 1987 .89 .94*, Lisboa, Stape, 1994.

quando as técnicas de persuasão do eleitorado são enquadradas muito especificamente. Pretender estabelecer quadros comparativos entre contextos políticos e sociais desfasados entre si apenas pode permitir exemplificar através dos resultados. Desta forma torna-se difícil pesquisar a fundo os condicionalismos que permitiram a configuração política, e mais ainda, as técnicas que a encaminharam. A realidade política e social só pode ser conhecida quando segmentada em determinada dimensão no espaço e no tempo (por outras palavras é necessário saber onde e quando se quer persuadir politicamente). Apenas desta maneira, a técnica pode oferecer um produto humano politicamente ajustado à procura (de grande parte dos eleitores).

B. Reflexões sobre a Ciência Política e o Método Científico

Construir Ciência em Política constitui-se como tarefa profundamente ambiciosa, prudente e, conseqüentemente, selectiva. Entre a inquietante *formulação de problemas* e a cuidada *procura de respostas*, encontra-se, num trinómio clarificado por Aaron Lipman, o *caminho metodológico* que exige um uso criterioso, claro e evidente de instrumentos reconhecidamente válidos. O método em Ciência Política deve constituir preocupação que infraestrutura toda a construção científica de soluções. Por outro lado, o cuidado claro numa determinação evidente de categorias, epistemológica e teórica, permite validar o conhecimento científico. Apenas com esta delimitação se pode permitir a reflexão e instrumentalização da pesquisa.

A linguagem torna-se instrumento caro à Ciência Política. Quando claramente utilizada, aquela permite o progresso científico. Pelo contrário, a imprecisão, o malabarismo linguístico, conceptual, ergue uma fronteira ténue entre a Ciência Política e o senso comum, onde a ambiguidade trava a evolução científica. Segundo Giovanni Sartori «A Ciência Política (...) é a mais recente e a menos desenvolvida de todas as Ciências. Embora se inspire em fontes autónomas (como Maquiavel e a *Doutrina da Razão do Estado*), o conhecimento científico dos factos políticos tem dificuldade em se consolidar, inclusive porque sobre ele incide, de um lado, a hipoteca da filosofia política (...), de outro, as exigências prementes da prática política diuturna, e por seu intermédio, da linguagem e das ideologias políticas conflituantes»⁶. O problema da adequação entre a linguagem e a tentativa de análise e sistematização nas Ciências Sociais e Políticas foi também analisado por Anthony Giddens na sua obra *New Rules of Sociological Method*. A dificuldade de determinação conceptual naquelas Ciências

⁶Giovanni Sartori, *A Política* (1979), Brasília, Editora Universidade de Brasília, 1981, p.12.

cujo objecto passa pelo *melhor entendimento da conduta humana* é similar, segundo aquele, à complexidade da concepção artística. É que «tanto as artes como as Ciências Sociais têm necessidade de estar profundamente envolvidas numa mediação criativa de formas de vida»⁷. Esta dificuldade foi também apontada por Giovanni Sartori o qual refere como conveniente distinguir entre o *uso emotivo* e o *uso lógico das palavras*. O primeiro é lírico, retórico, comunicação onde as metáforas não permitem o entendimento unívoco⁸. Só podemos considerá-lo em Ciência Política quando utilizado na acção política, como suporte fundamental e aglutinador das massas. Pelo contrário, a linguagem lógica tem de conter significados claros que permitam uma compreensão expressa dos conteúdos linguísticos.

O conhecimento da realidade, e muito concretamente da realidade política, implica necessariamente a selecção, observação e catalogação da parte de um sujeito. O afastamento do positivismo, defendido por Piaget na *Epistemologia Genética*, leva-nos a corroborar com Ribeiro dos Santos a afirmação «o conhecimento científico, qualquer que seja o objecto, só é atingido, nesta perspectiva, através da mediação do sujeito, o que introduz em todas as Ciências alguma subjectividade que varia apenas em grau»⁹. Desta forma, podemos pretender construir conhecimento da realidade política apurando e delimitando claramente os instrumentos de observação e compreensão. A leitura que a realidade permite só é concebível através dos quadros conceptuais que o sujeito lhe coloca para a perceber. Do sujeito depende a disponibilização dos instrumentos utilizados nessa apreensão como forma de universalizar a construção científica. O problema da verdade científica pressupõe ainda o da validação científica, segundo Ernest Gellner. Mais do que construir Ciência é necessário fazer com que a sua construção seja aceite pelos outros. Como refere aquele «o *status* de ser científico não é necessariamente o caminho único ou dominante de conferir (...) autoridade em áreas específicas; mas é certamente pelo menos um entre tão largamente considerados e respeitados caminhos de validação»¹⁰.

Por seu lado, Popper considera que «(...) a teoria da verdade objectiva - a verdade em acordo com a demonstração dos factos - e da verdade absoluta: (significa que) se uma determinada afirmação é verdadeira numa língua, então qualquer correcta tradução dessa afirmação para outra língua é igualmente verdadeira»¹¹. Publicada primeiro por Tarski

⁷Anthony Giddens, *New Rules of Sociological Method* (1976), California, Stanford University Press, 1993, p. 156.

⁸Cf. Sartori, op. cit., p. 14.

⁹Ribeiro dos Santos, *História Económica e Social - A Era Pré-Industrial*, Lisboa, ISCSP, 1993, p. 18.

¹⁰Ernest Gellner, *Relativism and the Social Sciences* (1985), Cambridge, Cambridge University Press, 1990, p. 106.

¹¹Popper, *Um Mundo de Propensões*, Lisboa, Editorial Fragmentos Lda, s.d., p. 14.

(defendida por Goddel), esta teoria aristotélica que defende a sustentação lógica na formulação da verdade absoluta e da verdade objectiva é defendida por Popper como garante da viabilidade científica. A Ciência através da testagem e refutação constantes consolida a aproximação do Homem ao poder do conhecimento num mecanismo que permite o enriquecimento teórico, fonte directa de hipóteses dedutivas.

Segundo Popper, «o método da Ciência consiste na selecção dos problemas e na crítica das tentativas de solução, sempre de natureza experimental e provisória»¹². Devemos posicionarmos face à investigação científica numa atitude de revisão constante. Só assim podemos procurar solucionar os muitos problemas que conquistamos por cada solução que encontramos. O confronto entre o saber e o não saber levam à procura de aumentar a Ciência, tomando, constantemente, como ponto de partida do método a colocação de problemas. Aquele autor pretendeu aprofundar a importância da lógica e da experimentação para o conhecimento humano, de forma que estes se constituíssem como factores explicativos e, cada vez mais, completos, da construção científica. Para fazê-lo há que universalizar os meios, homologar problemas na Ciência, num sentido não de redução e de transferência estéril das questões mas de enriquecimento, de observação alargada ao meio à nossa volta, da Física, da Biologia, do Universo. Refira-se ainda que, neste sentido, Popper manifestou (por exemplo, na obra *Open Society*) o seu repúdio pelas previsões proféticas no futuro da humanidade, enquadradas na corrente historicista.

De entre outras obras publicadas recentemente por Popper, refira-se *Um Mundo de Propensões* (1988), obra que é o resultado de uma Conferência do autor e *Em Busca de um Mundo Melhor* (1988). É o conhecimento *a priori* que constitui quadro de referência para situar o conhecimento da experiência, *a posteriori*. Aquele é um conhecimento hipotético, base fundamental ao princípio da verificação, à eliminação do erro. Como Popper refere: «Este método de teorização arrojada e audaciosa, seguida de exposição a testes severos, é o método da própria vida à medida que vai evoluindo para formas superiores; é o método de tentativas e de exposição e eliminação dos erros através dos testes. (...) Toda a Ciência é cosmologia»¹³.

Popper refere que «Tanto em Viena, de 1930 a 1937, como em Inglaterra, de 1935 a 1936, lutei contra todas as formas de positivismo»¹⁴, explicitando-o desde logo em 1934 na obra *A Lógica da Investigação*. Refira-se que o chamado *Círculo de Viena* defendeu o

¹²Popper, *Em Busca de um Mundo Melhor*, Lisboa, Editorial Fragmentos, 1988, p. 79.

¹³Popper, *Um Mundo de Propensões*, op. cit., p. 18.

¹⁴Popper, *Em Busca de um Mundo Melhor*, op. cit., p. 93.

positivismo lógico (mais tarde designado neopositivismo), corrente radical do positivismo que auferiu contributo importante da lógica matemática (destaque-se a este respeito o contributo de Russell). Rudolf Carnap considera que esta corrente corresponde à «análise lógica de proposições e conceitos da Ciência empírica»¹⁵. O facto de Schlick e Frank, mentores do *Círculo de Viena* terem republicado a *Lógica da Investigação* levou à criação da falácia do positivismo defendido por Popper, propalado pelos que leram de passagem esta obra. Podemos consubstanciar a crítica de Popper ao positivismo na afirmação de que «as Ciências da natureza não avançam positivisticamente, antes utilizam essencialmente um método que trabalha com *preconceitos*; porventura, recorrem apenas a *novos preconceitos* e a *preconceitos susceptíveis de crítica*, submetendo-se a uma crítica rigorosa»¹⁶.

Popper utiliza uma epistemologia evolutiva, no sentido de que esta ajuda a «compreender melhor tanto a evolução como a epistemologia no que respeita à sua coincidência com o método científico»¹⁷. Existe, assim, a tendência do conhecimento para a evolução natural no sentido de operacionalizar informações que são importantes para a aprendizagem num sentido selectivo, adaptado, constantemente transformado, de maneira a que possa haver a passagem a graus superiores de conhecimento. Isto é, as informações importantes mantêm-se e rejeitam as inúteis, para dar lugar à evolução do conhecimento. Todo este mecanismo só é possível devido à verificação, à experimentação, à análise lógica. Refira-se ainda que Popper explicita esta posição em obras que remontam a 1950, como em *Indeterminism in Quantum Physics and in Classical Physics* ou na obra *Open Universe*. Nesta última, Popper analisa a problemática da liberdade e da criatividade humanas com base em fundamentações comparativas com os mecanismos cósmicos e com a própria Física.

Considerando o legado histórico, os estudiosos devem, segundo Popper, tomar a realidade social numa perspectiva que permita a sua análise com base no levantamento dos seus fundamentos e não na sua síntese evolutiva, melhorada dos estádios anteriores. Popper considera que a visão historicista diminui a importância dos indivíduos no devir histórico. A *tribo*, o *povo escolhido* sobressaem. Esta perspectiva pode, em última análise evidenciar o racismo. A luta entre raças leva à supremacia de determinada raça que abre o caminho desenvolvimentista da história. Na Conferência realizada em Zurique, em 1958, com o título *Em que Acredita o Ocidente?*, Popper, (tal como na sua obra *The Open Society and its Enemies*) faz questão em demarcar-se de Hegel e afirma «atendendo à minha escolha deste

¹⁵Carnap, cit. in Daniel de Sousa, *Epistemologia das Ciências Sociais*, Lisboa, Livros Horizonte, 1978, p. 63.

¹⁶Popper, *Em Busca de Um Mundo Melhor*, op. cit., p. 94.

¹⁷Popper, *Objective Knowledge*, in Daniel de Sousa, op. cit., p. 65.

título e às reminiscências hegelianas que possa suscitar, vejo-me forçado a iniciar a minha posição distanciando-me claramente da filosofia hegeliana, da profecia do declínio e também da profecia do progresso»¹⁸.

Gostaríamos de referir que não pretendemos com esta breve análise discorrer sobre a importância epistemológica da delimitação operacional de noções nem aprofundar, nesse âmbito, os contributos de raiz filosófica fundamentais para a discussão. Fazendo-o, correríamos o risco de nos afastarmos do tema fundamental a que nos propusemos que é a Persuasão Política, enveredando pelo caminho da Filosofia Política. Considerámos, no entanto, importante abordar alguns problemas que se levantam à construção científica em política. O pressuposto da existência destes problemas ajuda-nos, por vezes, a identificá-los melhor.

¹⁸Popper, *Em Busca de um Mundo Melhor*, op. cit., p. 185.

C. Aproximação a Conceitos

1. Estado, Poder e Persuasão Política

«Os cem milhões de alemães autoconfiantes seriam brutalmente instalados na Europa e mantidos no Poder por um monopólio da civilização técnica, e pelo trabalho de escravatura de uma população nativa de cretinos negligentes, doentes e analfabetos (...)Isto era para ser o milénio alemão, do qual nem mesmo a imaginação conseguiria escapar»¹⁹. Escolhida por Thomas Harris para a obra *Fatherland*, esta citação lembra-nos a possibilidade de em poucas décadas gerar-se a metamorfose da grandiosidade de um Estado em uma enormidade de Estado.

A delimitação conceptual de Estado é demasiado complexa, dinâmica, para se fixar o conteúdo que a raiz latina *status* indica. É neste sentido que Carl Schmitt (morreu em 1985) entende que o conceito de Estado pressupõe o de político. Schmitt, foi autor polémico cuja complexidade do pensamento permitiu que os seus críticos quisessem enquadrar ideologicamente o seu pensamento, mediante uma análise fragmentada da sua conduta política. Em 1932 criticava a República de Weimar. Em 1933 assumia importância no regime nazi e em 1937 seria rejeitado pelo mesmo. Em 1968 era tomado como referência pelos estudantes. Certa é a sua crítica ao parlamentarismo (expressa em *A Situação Espiritual do Parlamentarismo Actual*). Considera que aquele distancia-se do sistema democrático, no sentido da falta de meios de participação dos cidadãos na discussão do Estado. Segundo Schmitt, a solução para a estabilização institucional que o pluralismo partidário impedia e que a República de Weimar exibia, estava na constituição de um *Estado Global*. A sua economia estável seria consolidada por um forte aparelho estatal e no controlo desse Poder através do Exército. Este modelo seria protagonizado por aquele a que chamou *Guarda da Constituição*, von Hindenburg, através de uma ditadura Presidencial²⁰. Schmitt opõe-se veementemente à tomada do Poder por Hitler, considerando que a quantidade de votos, por si só, não significa capacidade política do eleito, questão que analisou na sua obra *Legalidade e Legitimidade*. Apesar disso, assume funções no regime (por motivos não clarificados, mas que provavelmente tinham a ver com a sua experiência como jurista eminente aliada à sua vontade de Poder).

Independentemente do seu complexo posicionamento ideológico, Schmitt constitui-se como ponto de referência nos estudos políticos. Contribuiu também para a reflexão sobre o lugar e

¹⁹Trevor-Roper Hughes, in Robert Harris, *Fatherland* (1992), Venda Nova, Bertrand Editora, 1994, p. 9.

²⁰Cf. Flickinger, in Carl Schmitt, *O Conceito do Político* (1932), Petrópolis, Vozes, 1992, p.14.

a dinâmica do Estado numa época em que as componentes deste foram profundamente dimensionadas.

Schmitt refere que a definição de Estado deve ter em consideração o momento histórico em que um povo vive bem como o aparelho de Estado, os quais adquirem sentido mediante o político. «Ao Estado como unidade essencialmente política pertence o *jus belli*, isto é a possibilidade real de, num dado caso, determinar, em virtude da sua própria decisão, o inimigo, e combatê-lo»²¹. O conceito de Político, problemática que com esta designação ocupou uma das obras de Schmitt, contem a manutenção, a conquista, a mudança, do funcionamento do Estado, submetidas à configuração que as forças de coerção do Estado impõem. Também, segundo aquele autor, as guerras entre Estados ou dentro dos Estados, contribuem e são, por vezes originadas, pela necessidade destes alterarem os seus limites territoriais, e com estes, a configuração da sua soberania. Dentro dos Estados as guerras e conflitos civis têm, também, origem na demarcação e gestão do Poder.

Do nosso ponto de vista o direito à determinação que um Estado exerce sobre os demais, e sobretudo, dentro dos seus limites territoriais inclui outro elemento fundamental que se constitui, cada vez mais, como condição *sine qua non* da determinação política. Este elemento é a capacidade de influenciar o devir do Estado através da persuasão, praticada pela elite no Poder Político e pelos que procuram substituí-la.

Não pretendemos encontrar consenso sobre a determinação do conceito de Estado, mas apenas operacionalizá-lo nesta análise. De facto, a multiplicidade de definições de Estado, apenas pode encontrar explicação na complexidade que a análise política oferece. Como refere Easton, relativamente ao conceito de Estado, há «um autor reclama ter encontrado cento e quarenta e cinco definições separadas. Poucas vezes os homens discordaram tanto de um termo. A confusão e variedade de significados é tão vasta que é quase inacreditável que durante os últimos duzentos e cinquenta anos em que a questão foi recorrentemente discutida de uma maneira ou de outra, algum tipo de uniformidade ainda não fosse atingido»²². No entanto, a relação entre os limites territoriais e o exercício de Poder são evidentes e intrinsecamente relacionáveis. É neste sentido que Easton afirma que «O conceito de Estado tornou-se um mito crucial na luta pela unidade e soberania nacionais»²³.

²¹Carl Schmitt, *O Conceito do Político* (1932), Petrópolis, Vozes, 1992, p.71.

²²Easton, *The Political System* (1953), Chicago, The University of Chicago Press, 1971, pp 107, 108.

²³Idem, p. 112.

Comummente aceite a seguinte delimitação, gostaríamos de a referenciar. Um Estado é constituído por um povo que num determinado território exerce Poder Político. Refira-se que este último é condicionado pela capacidade de persuasão que é exercida no sentido Poder (ou Partidos ou Coligações Políticas) - sociedade civil. O «equilíbrio de integração do território nacional»²⁴ é procurado pelo Poder Político como aglutinador fundamental de recursos, sustentáculo físico das instituições, unificador sócio-económico das relações da sociedade civil, garante da consciência histórica, condição importante da institucionalização do Poder.

Gostaríamos de clarificar que relativamente ao elemento Poder Político, o *jus belli* pode ter um lugar de destaque, um lugar simbólico, ou existir apenas na sua vertente interna de manutenção da ordem pública, como no caso do Estado suíço. Entendemos o *jus belli* como o conjunto de forças coercivas, (militares, policiais, entre outras com Poder armado), que visam a manutenção ou conquista de determinada ordem externa ou interna. Reiterando, o Poder Político é constituído pelo conjunto de acções que a elite no Poder empreende no sentido de dotar o Estado de capacidade que permita o seu funcionamento. O controlo do Poder é assegurado pelas forças bélicas, de coerção, quer a nível interno quer a nível externo.

Relativamente ao elemento persuasão política é conveniente referir que entendemos que este clarifica o conjunto de acções políticas, onde integramos as acções de propaganda mas também, e sobretudo, todas as que de forma menos agressiva, mais técnica (recorrendo ao consenso dirigido) são empreendidas pelo Poder Político (ou pelos que pretendem ocupar a sua sede) relativamente à sociedade civil. Pretendemos, assim, também distinguir a persuasão da acção exercida pelos grupos de pressão sobre o Poder Político.

Na nossa perspectiva, hoje em dia, mais do que o *jus belli* é a persuasão, o consentimento direccionado, que sobretudo movimenta a configuração democrática que o Estado desenvolve. Queremos significar que nos Estados que fomentaram e mantêm o equilíbrio territorial, fronteiriço, é a persuasão que dirige o sufrágio e influencia o preenchimento dos órgãos de soberania que são o Presidente da República, a Assembleia da República e o Governo. «A persuasão não é outra coisa que o processo comunicativo cuja chave está na resposta do receptor, quer dizer, aquele que pretende promover uma dependência interactiva entre emissor e receptor e mediante a formação, reforço ou modificação da resposta do

²⁴Thomas Ransom Giles, *Estado Poder Ideologia* (obra original em português), São Paulo, Editora Pedagógica e Universitária Lda, 1985, p.7.

receptor»²⁵. A persuasão constitui um processo contínuo de comunicação que pressupõe um reajustamento constante de informação e acção de forma que os resultados sejam de facto consentâneos com as vontades do emissor e do receptor. É um processo bidirecionado entre aqueles elementos, ou se quisermos dentro do sistema político, entre Poder e comunidade civil. Sendo objecto da nossa análise, discorrimos especificamente delimitados encarregar-se-ão, nos capítulos seguintes, de situar os limites da persuasão política.

A propaganda constitui uma etapa da persuasão. Podemos designá-la como a etapa promocional da persuasão empreendida pelos agentes que pretendem conquistar o Poder. A propaganda pressupõe um trabalho (de persuasão) que meça as necessidades, os apoios, as exigências dos cidadãos e faça destas uma meta a alcançar, a promover. Para a maioria dos Estados a viverem em regime democrático a conquista do Poder está subordinada à persuasão, mais do que à propaganda, à informação mais do que à manipulação. Assim, a conquista do Poder Político, depende, cada vez mais, não só do uso temporalmente limitado de técnicas de propaganda, mas também da informação permanente, não ostensiva ou agressiva mas sobretudo técnica, operacional, competitiva mas não desdignificante. O sucesso da persuasão está, cada vez mais, no uso construtivo da informação, ao invés do uso destrutivo que a designada «chicana política» (discussão estéril cujos participantes tomam atitudes de desenfreada e indigna disputa verbal) tem na escalada para o Poder²⁶.

O Estado é, nesta perspectiva «regulador da luta política, desempenhando, portanto, papel essencial na dinâmica política»²⁷. É o Estado que determina, soluciona ou desenvolve a gestão de interesses que se incrementam e se diversificam. Nesta dinamização o Estado é direccionado pela elite no Poder que procura obter o consenso informado necessário de forma a incrementar a confiança política nas suas acções. Desta forma, o Poder reforça-se com legitimidade.

Karl Deutsch considera que o Poder «não é nem o centro nem a essência da política»²⁷. É um dos mecanismos mais importantes de aceleração do sistema político, juntamente com a força que, no entanto, tem menos relevância na dinamização do sistema. O que é, de facto, decisivo no fluxo do sistema, a essência da política é, segundo o mesmo autor, a *coordenação humana de esforços e expectativas*. Por outras palavras, todos os elementos

²⁵Alejandro Pizarroso Quintero, *História da Propaganda*, Lisboa, Planeta Editora, 1990, p. 17.

²⁶Neste ponto, é conveniente referir que não nos debruçaremos sobre a delimitação do processo de persuasão, já que este será o objecto de estudo ao longo da nossa análise, sendo que a técnica de propaganda será tratada especificamente num capítulo.

²⁷ Thomas Ransom Giles, *Estado Poder Ideologia*, op. cit., p. VIII.

²⁷Karl Deutsch, *The Nerves of Government* (1963), London, Collier Macmillan Publishers, 1966, p. 124.

que fazem parte do sistema político são manuseados pela vontade humana de dinamização e de Poder. É a interdependência de interesses que orienta o Poder, a qual só pode ser atingida pela informação, pelo esclarecimento, pela comunicação.

«Nas democracias liberais, o Estado é um Estado de partidos. O bipartidarismo ou multipartidarismo constitui a sua característica essencial»²⁸. Sendo o Estado português o limite espacial da nossa análise, gostaríamos de enquadrá-lo actualmente no regime político da democracia liberal. O sistema pluripartidário tem possibilitado, assim, a concorrência de ideias políticas, projectos de liderança partidária. A tentativa de ascensão ao Poder por parte dos Partidos ou Coligações Políticas decorre através do esforço mediático que estes empreendem como meio de obter legitimidade para liderar o Estado. A informação resume os esforços de apoio da sociedade civil aos Partidos Políticos, tornando-se a persuasão, cada vez mais, num fluxo bidireccionado de informações. A informação torna-se o resultado da comunicação que os Partidos empreendem junto da sociedade para lhe corresponder nas suas expectativas. Isto é, a comunicação implica que as máquinas partidárias procurem saber junto das massas o que estas entendem relativamente ao rumo do Estado. A informação que lhes é prestada como tentativa de persuasão integra as soluções que o processo de comunicação revela. Assim, a persuasão vai de encontro às expectativas geradas pela sociedade no sentido do reforço do Estado, embora sujeita aos limites estratégicos e de direcção da elite no Poder.

Segundo São Tomás de Aquino (1225-1274), *é próprio da natureza do Homem que ele viva em sociedade*. Aristóteles considerava a existência do *animal político* em cada pessoa. De facto, a natureza política e social inerente à vivência humana apresenta-se organizada, estruturada, desenvolvida, defendida sob a forma de Estado. Sendo o Poder o objecto da Ciência Política, o Estado constitui o espaço que delimita o estudo do Poder no sistema político. O fenómeno persuasão, inserido na necessidade de dinamizar o Poder, obedece às características socio-políticas não só do Estado como também da nação.

2. Nação, Ideologia

A unidade histórica pode constituir numa nação vários Estados. Lembre-se o caso da nação alemã ante-reunificação. A nação corresponde ao conjunto de traços comuns históricos, culturais, religiosos, sociais, que aglutinam um povo, normalmente localizado territorialmente e submetido ou com a vontade de estar submetido a um Poder político comum. Refira-se, no

²⁸Thomas Ransom Giles, *Estado Poder Ideologia*, op. cit., p. 36

entanto, o caso do povo de Israel que espalhado pelo mundo, sem território (até há pouco tempo) se considerava unido como nação.

Em Almond e Powell e numa perspectiva sistémica a nação traduz-se, esquematicamente, num «sistema político no qual os cidadãos partilham um sentido de identidade histórica e de destino»²⁹. A complexidade do conceito de nação permite-lhe um funcionamento tal que é susceptível de a autonomizar como sistema cujos contornos, por vezes, não coincidem com os do Estado propriamente dito. Segundo Andrew Heywood, apesar das noções de Marx e dos liberais serem diferentes ambos usam a designação ideologia com um sentido negativo ou falso, respectivamente. Pressupondo «um sistema de pensamento aberto, o liberalismo não reclama a posse do monopólio da verdade, sendo comprometido com a liberdade de expressão e uma competição aberta de pontos de vista políticos»³⁰. Essa liberdade de manifestação e participação tem, de facto, ínfimos reflexos na capacidade de intervenção das massas no sistema político. Por outro lado, segundo aquele autor, pensadores liberais consideram que os regimes totalitários geraram sistemas políticos repressivos, e mesmo totalitários. Mais do que *más* ou *boas*, as ideologias permitem legitimar determinado tipo de acção e participação social. A ideologia está estritamente ligada à dinâmica social sendo mediadora entre um projecto político e a mobilização social, tal como Ransom Giles refere³¹. Para se tornar mobilizadora, a ideologia tem de ser esquemática, pragmática, direccionada à resolução social. A sua configuração tem de ser ajustável, conseqüente à dinâmica social. Neste sentido, Ricoeur critica o conceito marxista de ideologia já que este considera que a Ciência e a Tecnologia também podem funcionar como ideologia. Através da cientificidade podem coordenar a acção dentro do capitalismo como forma de o ultrapassarem³². Torna-se fundamental estabelecer um corte epistemológico entre Ciência e Ideologia já que «uma teoria pode ser poderosamente explicativa e apoiada em tentativas de falsificação»³³.

Curiosamente a distinção ideológica entre *direita* e *esquerda* nasceu da Revolução Francesa. A propósito da questão do direito de veto do Rei e de saber se este ficaria ou não com o Poder Moderador, o Presidente da Convenção submeteu o problema a voto (1795). Determinou que quem fosse a favor do direito de veto do rei se posicionasse do lado direito da sala e que quem fosse contra se colocasse na esquerda. Convém sublinhar que os do lado esquerdo eram a favor da menor intervenção política do rei. O resultado da votação foi

²⁹ Almond, Powell, *Comparative Politics* (1963), Boston, Little Brown and Company, 1978, p. 4.

³⁰ Andrew Heywood, *Political Ideologies An Introduction*, London, MacMillan, 1992, p. 8.

³¹ Cf. Thomas Ransom Giles, *Estado Poder Ideologia*, op. cit., p. 77.

³² Ricoeur, in Giles, *Estado Poder Ideologia*, op. cit., p. 77.

³³ Thomas Ransom Giles, *Estado Poder Ideologia*, op. cit., p. 78.

favorável à diminuição de poderes do Rei relativamente à questão submetida a voto ³⁴. A qualificação direita-esquerda veio a ser introduzida na nomenclatura ideológico-partidária. O voto contra as posições do Poder instituído, concebido pelos líderes de esquerda como favorável aos desígnios das massas, caracterizar-se-á a partir daí como enquadrado ideologicamente à esquerda. Neste sentido, pode dizer-se *grosso modo*, que a direita defende a evolução gradual da Ordem, sem a mudança radical das estruturas do Estado.

Relativamente ao posicionamento político direita/esquerda criaram-se designações que exacerbam o carácter ideológico de determinada formação partidária, denegrindo a sua orientação. Designam-se por extrema direita e extrema esquerda, os grupos mais radicais dos respectivos quadrantes ideológicos. Criou-se também o centrismo, posicionamento ideológico que se orienta pelo conservadorismo e consolidação em relação aos fundamentos infraestruturais do Estado. Por outro lado, pauta-se pela mudança política dos motores impulsionadores das instituições, salvaguardando a harmonia das diversas estruturas do Estado (nomeadamente da família, da estrutura militar, da estrutura religiosa tradicional, da estrutura académica). Refira-se que em Portugal, o centrismo é personalizado pelo Partido Popular o qual encerra, basicamente três tendências: a democracia cristã (em que, podemos afirmar, se situa um dos seus mentores, Adriano Moreira), a vertente conservadora e a vertente do centrismo democrático francês.

Refira-se que a procura de uniformização a nível da economia política tem influenciado alguma descaracterização ideológica. Neste sentido, lembre-se a ideologia socialista e o seu, cada vez maior, ajustamento no sentido da assumpção de atitudes capitalistas de gestão dos meios de produção. Exemplificando, não consta do programa do actual Partido Socialista Espanhol, no Poder desde 1993, a defesa do controlo estatal dos meios de produção. Há a tendência, pelo menos na Península Ibérica, para que as distinções ideológicas não sejam politicamente rigorosas entre os fundamentos do socialismo, da social-democracia, do comunismo. Há a adopção de estruturas de mercado por países que tradicionalmente as rejeitavam como elemento importante da sua ascensão económica, como é o caso da China. As respostas que os partidos procuram, prendem-se com questões como a distribuição da riqueza ou o âmbito de intervenção da comunidade na direcção de empreendimentos de interesse público. No interior do mundo partidário, há tendência para salientar mais a procura de respostas técnicas do que de respostas políticas.

³⁴ O Directório (1795-99) orientou a evolução do Estado no sentido de uma República burguesa. A partir daí Napoleão assumiu a liderança do Estado, como Primeiro Consul e depois como Imperador (1804).

Neste sentido, a designada *Tese do Apaziguamento Ideológico*, surgiu por inspiração de correntes tecnocráticas sobretudo após a 2ª Guerra Mundial³⁵. Vários investigadores debruçaram-se sobre o assunto. A obra de Raymond Aron, *O Ópio dos Intelectuais*, evidencia já em 1955, juntamente com *O Fim das Ideologias, Renascimento das Ideias*, de 1965, preocupações relativamente a este problema. Como refere Adriano Moreira verifica-se uma «perda de sentido da velha distinção entre direitas e esquerdas»³⁶. A cisão político-ideológica de categorias importantes, como a propriedade dos meios de produção ou a regulamentação do mercado de bens, parece ter tendência a esbater-se cada vez mais. Outro autor como John Galbraith avançou uma explicação para o apaziguamento ideológico, com base na prosperidade que a técnica provou e que permitiu uma racionalização e humanização das posições entre países, tese que analisou na sua obra *A Era da Opulência* de 1961. No entanto, como assinala Adriano Moreira, apesar de os mecanismos de colonização e de sujeição de territórios pela conquista, que se verificaram até ao século XIX (e que pareceram ser vencidos após a 2ª Guerra Mundial) estarem aparentemente ultrapassados, surgiram outros que nem sempre primam pela subtilidade. As duas superpotências que até 1985 foram os EUA e a URSS pretenderam e concretizaram formas de sujeição em territórios africanos (ex: Angola), da América Central (ex: Cuba) entre outros, cuja vulnerabilidade política, económica e social o permitiam. Sucedeu, pois, um diminuição das distâncias de relacionamento e consciencialização da dependência entre Estados evidenciada sobretudo após a 2ª Grande Guerra. As fronteiras entre Estados tornam-se permeáveis às tendências que os *mass media* veiculam simultaneamente. As distâncias encurtam-se não apenas pelos meios de comunicação mas também pela popularização e facilitação do transporte aéreo, que permite que por exemplo, um avião *Concord* francês faça a ligação Paris (aeroporto de Charles de Gaulle) - Nova Iorque (aeroporto de JFK) em cerca de três horas. Assim, de uma forma ou de outra, os interesses passam a ser cada vez mais partilháveis entre povos, pragmatizando e ajustando ideários político-ideológicos.

Como *provisoriamente* as delimitou Adriano Moreira as Ideologias correspondem a um «conjunto de conceitos existenciais que orientam a luta pela captura, manutenção e exercício do poder político»³⁷. Por outras palavras, parece-nos que a necessidade persuasiva do Poder, consubstanciada num fluxo de informações dentro do sistema político é também limitada pela Ideologia como factor de influência nos *outputs* do sistema. Segundo Easton «numa perspectiva extrema, uma ideologia pode ser formulada como um modelo de objectivos para acção imediata ou futura na qual princípios positivos são feitos com respeito

³⁵Cf. Adriano Moreira, *Ciência Política*, Coimbra, Almedina, 1984, p. 264.

³⁶Idem, p. 265.

³⁷Adriano Moreira, op. cit., p. 262.

ao tipo de programa geral que as autoridades políticas têm de perseguir»³⁸. O papel da Ideologia é complexo já que corresponde a um enquadramento superestrutural, valorativo que, no entanto, pretende-se aglutinador, dinâmico, desencadeador de consensos massivos que permitam alcançar ou manter o Poder. Como refere Andrew Heywood, «as ideias políticas e as ideologias podem actuar como uma forma de cimento social, fornecendo aos grupos sociais, ou às sociedades como um todo, um conjunto de crenças e valores uniformizados»³⁹. No modelo sistémico, a Ideologia existe, está individualizada e a sua importância é realçada como um fundo orientador, normativo do sistema político.

Com Deutsch sistematizamos que «é a coincidência destes quatro tipos de sistema - o país, o povo, o organismo político e o Estado - que faz o Estado-Nação moderno, um instrumento tão poderoso para tão diversos tipos de acção. Em regiões e países em que esta coincidência é ténue, o Estado-Nação provavelmente é fraco. No caso contrário, o Estado-Nação é, seguramente, forte». Ainda segundo Deutsch, a propriedade mais notável dos sistemas políticos é a «de se governarem a si mesmos. É esta capacidade de autodirecção, de autonomia, que torna os governos e as comunidades políticas importantes e eficazes»⁴⁰. Neste sentido, o sistema político português constitui-se também como sistema aberto às influências extra-sociais, mantendo a sua componente de regulação cultural, social, conjuntural permanentemente dinâmica.

Julgámos, pois, conveniente uma delimitação operacional de conceitos no início desta análise. A Ciência Política, deve revelar-se em Ciência apenas na sua dimensão científica, sendo que a Ideologia pode e deve, pelos seus objectivos de intervenção social, revelar-se como Política. Cabe à Ciência Política o lugar de estudar a ideologia, num sentido revelador dos problemas, respostas, soluções, através de critérios teóricos e delimitações perenemente verificáveis.

D. Posicionamento Metodológico

1. Estruturalismo, Funcionalismo, Abordagem Sistémica

Sendo o enfoque no problema em análise - o processo de persuasão política - feito à luz da abordagem sistémica consideramos pertinente rever e situar brevemente algumas correntes e contributos que se salientaram a nível metodológico e que ainda enformam as análises que,

³⁸David Easton, *A Systems Analysis of Political Life* (1965), USA, The University of Chicago Press, 1979, p.43.

³⁹Andrew Heywood, *op. cit.*, p. 5.

⁴⁰ Karl Deutsch, *Política e Governo* (1970), Brasília, Universidade de Brasília, 1974, pp 160, 161.

hoje em dia, empreendemos. Por outro lado, note-se a importância da partilha e enraizamento de pressupostos teóricos entre as mesmas correntes, algumas concomitantes.

O estruturalismo nasceu no início do século XX pautando-se por oposição à corrente positivista e evolucionista ⁴¹. Esta abordagem considera a estrutura dos problemas como um todo tendo, no entanto, em consideração que este que está estabilizado e dinamizado num sistema. Desta forma, a estrutura política está, juntamente com a estrutura económica, ou a estrutura social, integrada num sistema. Estas são objecto de conhecimento de *per si* tomando em consideração a sua integração e posicionamento num contexto situacional alargado que potencializa cada estrutura. É nesta perspectiva científica que se notabilizaram diversos investigadores dos mais diversos ramos, como Jean Piaget na Psicologia, Ferdinand Saussure na Linguística, Lévy-Strauss na Etnologia ⁴². Refira-se ainda que a abordagem estruturalista posiciona-se num enquadramento que localiza o estudo do problema sem procurar o seu desenlace dialéctico, no sentido de encontrar opostos que o permitam. A sua aproximação inicial à abordagem positivista permitiu que o estruturalismo referenciasse algumas das suas características. O estruturalismo pretende diminuir a influência do sujeito no processo de conhecimento. O uso de uma metodologia adequada permitirá consolidar e validar este processo. Além do uso de conceitos bem delimitados, de construções verbais esclarecedoras, nas Ciências Social e Política utilizam-se instrumentos como os questionários integrados em sondagens, as amostras, entre outros.

Relativamente ao método estrutural-funcional refira-se a sua origem analógica com a Biologia. As suas primeiras aplicações ocorreram na Antropologia e na Psicologia. «Por função este tipo de análise entende quer o perseguir algum valor ou objectivo, ou, mais frequentemente, o contributo feito pela unidade ou processo estudado para a manutenção do organismo ou a manutenção da continuidade estrutural da sociedade» ⁴³. Por outras palavras, o conceito de *função* corresponde ao conjunto de actividades que determinada estrutura manifesta e que permitem o seu dinamismo. É, neste sentido, que Radcliffe-Brown toma a importância da analogia do conceito de função da biologia (o órgão, o tecido) com a vida social. Enquanto no organismo é possível individualizar estruturas, na vida social é o funcionamento da realidade que esclarece a sua análise. Segundo Radcliffe-Brown a análise é um método que permite separar «na realidade ou por abstracção, os elementos de um conjunto complexo, para

⁴¹Cf. Augusto Triviños, *Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais*, op. cit., p. 81.

⁴²Cf. Triviños, op. cit., p. 81.

⁴³Karl Deutsch, *The Nerves of Government*, London, Collier Macmillan Publishers, 1966, p. 47.

desvendar as suas relações recíprocas e com o todo»⁴⁴. No caso do sistema político, os mecanismos que condicionam o funcionamento das estruturas enquadram-nas de maneira que «as funções políticas são sempre definidas, explicitamente ou não, em relação às necessidades do conjunto do sistema social»⁴⁵.

Na sua obra *The Structure of Social Action*, Parsons delimita o conceito de acto, o qual tem suma importância em todo o devir social. Aquele «1) Implica um agente, um 'actor'. 2) (...)Deve ter um 'fim', um estado futuro de objectivos em relação ao qual o processo de acção está orientado. 3) Deve ser iniciado numa 'situação' na qual as tendências de desenvolvimento diferem num ou mais aspectos importantes dos objectivos para os quais a acção está orientada, o seu fim. Esta situação é susceptível de ser analisada em dois elementos: aqueles em que o actor não tem controlo (...) e aqueles em que tem. 4) (...) Forma de relacionamento entre estes elementos»⁴⁶. Segundo o mesmo autor o tempo é uma categoria fundamental a ter em consideração já que este pode condicionar todo o processo de acção social. Por outro lado, o *actor* determina grandemente a escolha de meios e a consecução de resultados. Assim, todo o processo está condicionado ao *subjectivismo* inerente ao actor cuja acção é tomada em consideração. No entanto, condicionantes externos a estes elementos, aquilo a que Parsons chama *external world* devem ser levados em conta, nomeadamente, porque sendo *externos* à acção, são também objectivos. Isto é, segundo Parsons *não estão influenciados pelo sujeito*. Daqui é conveniente destacar o enfoque de tipo concreto da análise. Isto é, «um actor concreto é concebido a agir, perseguindo fins determinados, numa situação concreta»⁴⁷. Se considerarmos a *unidade do sistema de acção* o enfoque é colocado particularmente sobre as interrelações funcionais que sujeitam um determinado agente a manifestar a sua acção de determinada forma. Considerando um determinado fenómeno, podemos, neste *processo de conceptualização científica* dividi-lo em determinados elementos que condicionam o devir social.. Segundo Parsons é necessário ter em consideração os requisitos funcionais subjacentes a cada objecto de estudo de forma a analisar de maneira mais extensa a sua estrutura⁴⁸.

Saliente-se a importância que Robert Merton dispensou à consolidação da teoria e da pesquisa bem como à codificação da teoria e dos métodos na obra *Sociologia Teoria e Estrutura*. No seu capítulo III, Merton sugere «uma estrutura para a teoria social conhecida

⁴⁴Radcliffe-Brown, Daryll Forde, *Sistemas Políticos Africanos de Parentesco e Casamento* (1950), Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, 1974, p. 12.

⁴⁵Maurice Duverger, *Sociologia da Política*, Coimbra, Almedina, s.d., p. 245.

⁴⁶Talcott Parsons, *The Structure of Social Action* (1937), New York, The Free Press, 1968, p. 45.

⁴⁷Idem, p. 50.

⁴⁸Talcott Parsons, *The Social System* (1951), New York, The Free Press, 1964, p. 27.

como análise funcional»⁴⁹. Destaque-se que nesta obra, aquele localizou e notabilizou as noções que Freud aplicou na Psicologia, de *funções manifestas* e *funções latentes*. Merton considera que *funções manifestas* são consequências que podem ser conhecidas e reconhecidas pelos intervenientes do sistema social, isto é, são *objectivas*. *Funções latentes* correspondem às consequências *não reconhecidas* para participantes do sistema pois são contrárias àquelas que o sistema considera legítimas e consequentes ao seu funcionamento⁵⁰. Esta metodologia de investigação, em particular desencadeada pelas aplicações de Merton e Parsons, tem os seus críticos. Aponte-se Myrdal que considera que esta análise conduz a uma teleologia conservadora. Pelo contrário, Lapierre, toma-a como demasiado pragmática⁵¹. Refira-se que o facto de os seus críticos corroborarem pontos de vista quase antagónicos pode desmontar a sua posição no sentido de a sua fundamentação estar direccionada e não verdadeiramente sistemática. Esta corrente pauta-se por oposição à corrente empiricista⁵², cujo estudo dos problemas, pela sua definição, consubstanciava-se na análise dos seus elementos a partir da prática. O estrutural-funcionalismo permite o estudo do sistema político na sua amplitude, dinamismo, de forma que as funções que encadeiam as diversas estruturas se interpenetrem e se possa empreender a análise operacional e abrangente da realidade política.

Pode afirmar-se que a Psicologia e a Antropologia contribuíram grandemente para vulgarizar a aplicação do modelo funcionalista. Na Psicologia, saliente-se o mentor do funcionalismo William James. Americano, formado em Arte e Medicina por Harvard, finalizou o seu grau académico depois de viajar e investigar no Brasil e na Europa. O funcionalismo aplicado à Psicologia considera que «A nossa condição humana é tal que estamos para sempre na situação de decidir quanta atenção dar ao pensamento auto-gerado e quanta dar à informação do ambiente externo social e físico»⁵³. Na Antropologia, Malinowski incrementou a análise funcionalista. Considerava, nomeadamente, que o estudo da dinâmica social implica a análise das estruturas social e cultural, no sentido da captação da importância que estas têm na evolução da sociedade. Cada elemento cultural só é perceptível na sua ligação ao todo, cujo funcionamento conclui-se pela interdependência das partes. Para a análise funcionalista, refira-se também o contributo de outros antropólogos como Kluckhohn e de Franz Boas na Antropologia Social. Esta análise vulgarizou-se em países da América Latina, onde as obras de sociólogos como Talcott Parsons e Robert Merton tiveram grande aceitação.

⁴⁹Robert Merton, *Sociologia Teoria e Estrutura* (1949), São Paulo, Editora Mestre Jou, 1970, p. 8.

⁵⁰Idem, p.129.

⁵¹Cf. Triviños, op. cit., p. 88.

⁵²Cf. Triviños, op. cit., p. 89.

⁵³Ray Fuller (editado por), *Seven Pioneers of Psychology - Behaviour and Mind*, London, Routledge, 1995, p. 43.

A abordagem sistémica desenvolve-se também a partir do início do século, nomeadamente, através de Bertalanffy (que morreu em 1972), o qual enquadrava a necessidade da análise científica numa perspectiva que tomava a totalidade do objecto de estudo como uma globalidade cujas partes tinham de ser analisadas em interacção integradas num sistema. Na tentativa de adequar aos mais diversos campos do conhecimento, esta abordagem procura a análise de realidades tão complexas como as de natureza social, psicológica, política, de uma forma que tenta abarcar a dinâmica e interacção das suas componentes.

Relativamente à aplicação da metodologia sistémica na análise política, destaque-se o nome de investigadores notáveis como Karl Deutsch, Hannah Arendt, Almond e Powell, Pierre Bourdieu, Pritchard (que também publicou trabalhos no campo da Antropologia Política, como *African Polity Systems*). Em Almond e Powell, o conceito de sistema é definido pela interdependência de partes e pela existência de um limite entre a unidade que constitui aquele e o seu exterior. A existência de fenómenos de massa como os partidos e os meios de comunicação afecta inclusivamente os mecanismos externos ao sistema, levando a uma redefinição de influências dentro do sistema e relativamente às suas capacidades externas. Por outras palavras, a mudança de uma variável pode afectar a composição e funcionamento das diversas estruturas ⁵⁴.

Deutsch entende também o objecto político a analisar como inserido num sistema cujas estruturas se operacionalizam, se organizam, sujeitas a determinada comunicação e controlo. Segundo aquele, um sistema (qualquer que ele seja) caracteriza-se «por um relevante grau de organização, comunicação e controlo, apesar dos seus processos particulares de transmissão das mensagens e de desenvolver as suas funções» ⁵⁵. No sistema político, o Poder emerge não só como um fenómeno de relação entre elite dominante e dominados, mas sobretudo como um fenómeno de persuasão, de consenso direccionado. Nesta perspectiva, sistémicos como Karl Deutsch, têm utilizado aquele modelo para analisar a relação entre autoridade e legitimidade, entre o consentimento e a persuasão. Em particular este autor tem dado um contributo no sentido de reconhecer o impacto da comunicação de massas no Poder e a configuração que este pode pretender assumir de garante da liberdade.

2. Da Ciência e da Política

⁵⁴Cf. Almond e Powell, *Comparative Politics* (1966), Boston, Little Brown and Company, 1978, p. 5.

⁵⁵Karl Deutsh, *The Nerves of Government*, op. cit., p. 80.

Pela popularidade da área, analisar Ciência em Política torna-se um exercício arduo conceptualmente e teoricamente. Com popularidade da Política (e não da Ciência) pretendemos significar a importância que aquela reveste no dia-a-dia do Homem comum e, mais amplamente, no devir histórico. A sua importância oferece ao senso comum a facilidade e o direito de análise, de previsão, o que sendo saudável aos desígnios democráticos, é letal à construção científica em Política, para os «aprendizes de feiticeiro». Estes são os que pretendendo construir Ciência em Política, apenas conseguem construir Política em Ciência, sem terem a mais ténue desconfiança de o estarem a fazer. O subjectivismo da análise em política é um dado que podemos apenas pretender melhorar no sentido da aproximação do sujeito, do cientista à realidade. Esta é uma aproximação tanto mais correcta quanto se distancia das suas opções ideológicas, lógicas a um participante no tecido político. Convém salientar que o distanciamento ideológico na análise política deve ser reforçado com o enquadramento teórico, útil, fundamental ao aproveitamento científico. Além de assumir a sua importância na compreensão da realidade política, o investigador deve usá-la na plenitude que esta lhe permite, condição importante ao enriquecimento científico. Aliada à análise política está o pressuposto da conjuntura em que o investigador se encontra. São estes alguns dos motivos que podem condicionar aquela análise. Tendo consciência daqueles podemos pretender investigar serenamente, aprofundadamente, os problemas. São, também, estes alguns dos motivos que dificultam a construção da Ciência Política.

Para construir Ciência em Política é necessário, mais do que em qualquer outra Ciência, fazer uma análise conceptualmente clara dos contributos que o tema a ser analisado (qualquer que ele seja) implica metodologicamente. É necessário um esclarecimento do método que envolve o discorrimento do tema, sob pena que os investigadores posteriores não possam correr o mesmo caminho para verificar da validade científica do trabalho de pesquisa. A nossa posição metodológica tem vindo a ser expressa ao longo desta exposição e ficará completa no final do trabalho de investigação. O nosso objectivo metodológico fundamental é o do esclarecimento do caminho que nos permitiu a construção científica da pesquisa. Como tal, convém referir que nos situamos numa concepção teórica que pretenda delimitar claramente a aquisição de conhecimentos, com a responsabilidade de o estar a fazer numa Ciência onde o envolvimento do sujeito é acentuado pela sua participação vivencial na realidade.

II- O SISTEMA POLÍTICO E A PERSUASÃO

A. Sobre o Sistema Político

1. O Modelo do Sistema Político

A persuasão traduz-se no conjunto de acções⁵⁶ que permitam fazer o levantamento do estado do sistema político em determinado momento, no sentido de influenciar aquele, recorrendo para tal a técnicas como a propaganda, que aliam soluções políticas a determinados grupos concorrentes à sede do Poder. Essas acções podem corresponder a mecanismos diversos de contacto directo com as populações, nomeadamente, através de visitas de membros dos grupos políticos partidários às populações ou aos postos de trabalho. Outro mecanismo que permite fazer o levantamento de posições do eleitorado recenseado em território nacional é o que está previsto na Constituição Portuguesa designado por Referendo (artigo 118º). As opiniões manifestas pelas populações de determinada unidade política geográfica (País, Distrito, Concelho, Freguesia, Cidade, Vila, Aldeia, Lugar...) traduzem entradas no sistema, consubstanciadas em exigências ou apoios ao sistema político. Deve recorrer-se, também, à Metodologia das Ciências Sociais, por exemplo, ao uso de técnicas como o Inquérito de Opinião Pública.

Após a análise do estado do sistema político, quando o momento eleitoral a formaliza, utiliza-se a propaganda, nomeadamente através dos meios de comunicação social. A propaganda só é eficaz quando suportada por estudos sobre o funcionamento do sistema político. A propaganda pode ser direccionada de forma a corresponder ao dinamismo, às acções que o sistema quer ver reforçadas (que se traduz nos apoios) ou alteradas (que se traduz nas exigências). Por outras palavras, a propaganda constitui-se como um meio que procura influenciar a comunidade civil no sentido de possibilitar o acesso ao Poder de determinado grupo político. No entanto, para que o seu objectivo seja consequente, tem de pressupor a persuasão no sentido de englobar um conjunto de procedimentos inerentes ao dinamismo do próprio sistema. Aqueles procuram auscultar as posições que a sociedade civil, particularmente o eleitorado, detém relativamente ao funcionamento do sistema político.

A concorrência à sede do Poder por cada grupo político, implica um ajustamento à conjuntura do sistema e também uma dinamização ideológica e política que a tradição desse grupo defende. A nossa análise limitar-se-á a realçar a importância da persuasão no funcionamento do sistema político. Não vamos deter-nos nas respostas políticas que cada

⁵⁶Os mecanismos de persuasão serão explicados adiante.

partido ou coligação tem de encontrar para mobilizar aquele. Esse seria um estudo sobre motivos ideológico-políticos que não cabe no âmbito desta análise sobre a importância da aferição das características da persuasão no âmbito do sistema político.

Para entender a mudança que a persuasão opera num sistema determinado, é necessário compreender como funcionam as componentes do mesmo. Por outras palavras, a persuasão encontra-se dinamizada nesse conjunto e como tal a sua compreensão passa pela análise da mecânica dos seus elementos interdependentes. Segundo Deutsch a relevância (ser realístico) e a economia de representação ⁵⁷ são duas características que permitem a implantação de um modelo de estudo da realidade. Consideramos que estas são as características que simplificam e, simultaneamente, tornam completo o modelo sistémico, nomeadamente, na análise política.

Os trabalhos de Bertalanffy na Biologia sobre a célula e revelados na sua obra *Teoria Geral dos Sistemas* levaram à aplicação do modelo sistémico a várias Ciências através, nomeadamente, da noção de *isomorfismo*. Segundo esta abordagem, todas as Ciências, independentemente do seu conteúdo, podem perspectivar os fenómenos como sendo organizados de acordo com estruturas que se desenvolvem num sistema. A abordagem sistémica que propomos para estudo do fenómeno persuasão apropria-se de noções analógicas da *ciência da comunicação e do controlo*, ramo do saber iniciado e apelidado de cibernética por Norbert Wiener. Essencialmente, a cibernética considera que todas as organizações se dinamizam através da comunicação, desdobrando-se em vários sectores que se interpenetram e movem em uníssono. Aquelas possuem pólos decisores, de controlo, de manutenção, sendo que todos se manifestam através de um coordenado processo de comunicação.

A delimitação que Jean-William Lapierre faz de sistema político refere que este «é o conjunto de processos de decisão que dizem respeito à totalidade de uma sociedade global»⁵⁸. Adriano Moreira considera que o sistema político «analisa-se num conjunto de acções que procuram o ajuste constante entre as exigências do ambiente e a capacidade de resposta do sistema» ⁵⁹. Sendo aberto, o sistema político possui entradas, *inputs*, e saídas, *outputs*. Refira-se que este modelo foi desenvolvido para o sistema político por David Easton em 1953, no livro *The Political System*. Lapierre considera que aperfeiçoa o modelo relativamente à análise de Easton, que não deu relevância suficiente aos *withinputs*, isto é, aos *inputs* que o sistema dá a si próprio. Segundo Klaus Krippendorf «um sistema é um

⁵⁷Deutsch, *The Nerves of Government*, op. cit., p. 16.

⁵⁸J.W. Lapierre, *A Análise dos Sistemas Políticos*, Lisboa, Edições Rolim, s.d., p. 42.

⁵⁹Adriano Moreira, op. cit., p. 103.

instrumento (*device*) conceptual para descrever uma porção de realidade. No mínimo compreende: *componentes* cujos estados variam; *relações* que são manifestas na acção de compelir a concorrência dos estados através das componentes; *transformações* de acordo com as quais algumas relações implicam outras relações no tempo e espaço»⁶⁰. Krippendorff utiliza a aplicação da noção de sistema para a análise de conteúdo, área da Metodologia das Ciências Sociais que nos seus primórdios, durante a Primeira e Segunda Guerra Mundiais, teve larga aplicação, pelos americanos, ao estudo da propaganda. Refira-se que a operacionalização da noção de sistema permite concluir com aquele autor que apesar de complexos, os sistemas mantêm a simplificação que a comunhão espaço-temporal permite. Através da análise sistémica podemos estudar as componentes de qualquer categoria em particular, não perdendo a sua dimensão de interacção conjuntural dentro de determinada unidade de análise.

A Ciência Política tem usufruído dos contributos dos teóricos dos sistemas, sobretudo, a partir da década de 50. Dos seus mentores saliente-se Almond e Powell, Karl Deutsch, David Easton. A explicação sistémica revelou-se muito útil à explicação da interpenetração de relações entre a elite no Poder e a dinâmica do Estado propriamente dito. Segundo Roderick Martin, que segue a metodologia da teoria da acção social, aquele modelo tem-se mostrado proveitoso na análise política já que se constitui como «uma forma de explicação em termos de consequências»⁶¹. Isto é, os resultados de acções passadas ou a sua expectativa futura, constituem-se como ponto de referência para as acções dos seus elementos. É o desajustamento entre resultados e exigências que permite a reformulação de estratégias e dá lugar à utilização da persuasão como elemento importante de dinamização do sistema político.

2. Componentes do Sistema Político

Almond e Powell consideram que um sistema implica «alguma interdependência de partes e algum tipo de fronteira entre si e o ambiente»⁶². O sistema implementa-se através do conhecimento que a informação possibilita às suas componentes e que é gerida por um conjunto de relações de Poder que se permitem e reavaliam constantemente. O sistema político consiste no processamento e dinamização constante de um conjunto de condicionalismos internos e externos pelos mecanismos de regulação, de forma a resultar um

⁶⁰Klaus Krippendorff, *Content Analysis An Introduction to Its Methodology* (1980), London, Sage Publications, 1986, p. 35.

⁶¹Roderick Martin, *Sociologia do Poder* (1977), Rio de Janeiro, Zahar Editores, 1978, p. 24.

⁶²Almond, Powell, *Comparative Politics*, op. cit., p. 5.

ajustamento permanente de respostas. Neste sentido, Deutsch considera que no seu funcionamento, um sistema político caracteriza-se pela *coesão* e pela *covariação* ⁶³. As suas unidades mantêm-se, assim, juntas de tal forma que as características dos seus elementos integram-se e completam-se entre si. A covariação implica a transformação e mudança simultânea das partes do sistema, derivada da sua integração. A variação é sempre conjunta, de forma que a mudança num elemento implica mudança em outro.

É conveniente referir que Talcott Parsons considera que uma vez que um sistema social compõe-se «de processos de interacção entre actores, é a estrutura de relações entre actores envolvidos no processo interactivo que é essencialmente a estrutura do sistema social» ⁶⁴. A dinamização do sistema político obedece também ao desenlace decorrente da estrutura de relações entre os seus intervenientes. Por outro lado, refira-se que o sistema possui três níveis básicos que são: *manter* os seus princípios estruturantes (*the system level*), *adaptar-se* ao contexto e *integrar* os seus elementos constitutivos (*the process level*), *regular e policiar* os *outputs* do sistema (*the policy level*) ⁶⁵. Mantendo a sua estrutura de receptividade às exigências intra e extra-sociais, o sistema político procura ajustar-se ao contexto de entradas no sistema. Para desenvolver estas funções desencadeia um processo de dinamização constante onde os seus elementos constitutivos se completam e se interpenetram, desencadeando um conjunto de respostas, saídas que o sistema permite naquele momento e que podem ser ou não aqueles que as exigências do sistema necessitam.

Cada sistema político possui, assim, vários subsistemas que, no entanto, apesar de serem individualizáveis, só podem ser entendidos integralmente quando dispostos naquela unidade mais ampla que os dispõe. É desta forma que o elemento persuasão só se torna operacional quando é analisado nas suas funções integradas, interrelacionadas, derivadas e consequentes.

Sendo o sistema político, em regra geral, aberto, processa, tal como o sistema informático, *inputs*, entradas, e resolve-as em *outputs*, saídas do sistema, condicionadas à transformação que os seus mecanismos de regulação, adaptação, constróem. Lapierre considera que apesar de escassos, existem sistemas políticos fechados cujos *outputs* são resultado dos *inputs* que o próprio sistema produziu. Estes *inputs* seriam melhor designados por *withinputs* ⁶⁶. O sistema político tem, assim, um *contexto* de entradas que pode ter um carácter interno, *intra-societal*, ou externo ao sistema, *extra-societal*, segundo a terminologia de Easton. São os

⁶³Deutsch, op. cit., p. 137.

⁶⁴Talcott Parsons, *The Social System* (1951), New York, The Free Press, 1964, p. 25.

⁶⁵Almond, Powell, op. cit., p. 14.

⁶⁶Lapierre, op. cit., p. 47.

vários sistemas da sociedade que fazem parte do primeiro grupo de componentes do contexto. É o caso do sistema económico ou cultural. Segundo Lapierre, basicamente, os sistemas sociais das outras sociedades são o contexto externo do sistema⁶⁷.

No caso do sistema político português refira-se a importância do seu subsistema económico em desenvolvimento e integrado no conjunto das economias europeias. Portugal encontra-se, neste momento, numa fase de abertura e recepção, mais do que de contribuição para os sistemas externos. Relativamente ao ambiente externo, saliente-se a influência que os sistemas sociais dos países da União Europeia têm tido na estruturação do sistema político português. Essa tem sido uma influência económica, social e até política, nomeadamente ao nível da definição de normas de Administração Interna do território em consonância com directivas de alargamento das fronteiras entre países e reforço das fronteiras externas destes. Refira-se, também, que Portugal é o mais antigo Estado Europeu. Portugal é um Estado reconhecido na Ordem Externa há cerca de oito séculos e meio⁶⁸ mantendo influências com os mais diversos sistemas sociais, característica que o tem projectado e influenciado.

Como sublinha Lapierre, o significado do termo contexto é analítico e não descritivo⁶⁹. Por outras palavras, aquele não corresponde apenas aos mecanismos que compõem a sociedade global, mas ao conjunto de dependências, interrelacionamentos, comunicações que dinamizam os diversos sistemas, grupos de pessoas, papéis, de forma a inserir no sistema em causa, influências, informações, condicionalismos.

Considerando o sistema político português como um sistema aberto, este tem *entradas*, *inputs* e *saídas*, *outputs*. As entradas⁷⁰ consistem no conjunto de características, informações, mecanismos, incorporados em subsistemas que são absorvidos pelo contexto do sistema e que o podem condicionar a três níveis, isto é, a nível imediato ou conjunturalmente, por outro lado, a nível das infraestruturas e até ao nível das superestruturas (ideológicas, por exemplo). Quanto às saídas do sistema, estas consubstanciam-se em respostas que o sistema produz depois de ter processado as influências decorrentes das entradas no sistema. Por outras palavras, as respostas correspondem ao conjunto de soluções que o sistema político encontra para dinamizar o seu funcionamento.

⁶⁷Cf. Lapierre, op. cit., p. 46.

⁶⁸ Portugal constituiu-se como Estado desde 1143 com o reconhecimento de D. Afonso VII Rei de Leão, a D. Afonso Henriques (como Rei).

⁶⁹Cf. Lapierre, op. cit., p. 46.

⁷⁰Utilizaremos indiferentemente *inputs* ou o termo português *entradas*, já que este se encontra vulgarizado na língua portuguesa como bom substituto daquele.

3. O Funcionamento do Sistema Político

O funcionamento do sistema é condicionado pelo Poder Político que se pode permitir enquadrar soluções ajustadas às necessidades que as entradas no sistema evidenciam. Isto é, responder às exigências é um imperativo do Poder, sob pena de o sistema não o renovar na sede do Poder, isto é, na liderança.

Para aceder ao Poder os grupos políticos (Partidos ou Coligações) usam a persuasão, elemento presente em toda a dinamização do sistema. Só após o levantamento das entradas do sistema (onde se incluem as exigências, os apoios e os recursos) se pode exercer uma acção de propaganda ajustada às diversas necessidades dos diferentes públicos. Neste sentido, incluímos a propaganda no conjunto de saídas do sistema, já que esta deve ser um resultado, ou melhor, uma combinação de tentativas de resposta ao contexto do sistema político, com o objectivo de o dirigir, o influenciar. Neste sentido, a persuasão é tanto mais eficaz quanto vai de encontro às expectativas que os grupos da sociedade civil (que auferem exigências) desencadeiam. É conveniente referir que dentro dos seus *outputs* o sistema integra um elemento que cada vez mais se torna um factor importante a condicionar as entradas do sistema, tomadas em consideração quer pela elite no Poder quer pelos grupos que a este aspiram. A indiferença⁷¹, mais do que desinteresse pode significar em momentos de sufrágio, uma decisão ponderada de não querer optar de entre os grupos partidários possíveis a concorrer à sede do Poder. Pode significar também descontentamento relativamente aos mecanismos de funcionamento do sistema. A indiferença pode interpretar-se na sua vertente relacional mais directa como seja o alheamento político, como pode corresponder também à vontade de não se manifestar em virtude da não identificação com a forma de dinamização que as elites que se instalam na sede do Poder encontram. Neste sentido, dentro do modelo sistémico a indiferença condiciona, num fluxo contínuo, os *inputs* e a revisão política dos mecanismos de dinamização do sistema.

Por outro lado, é conveniente referir que a persuasão não é consequente para todos os grupos políticos com pretensões ao Poder. A resposta que aqueles encontram e que é enquadrada sob a forma de propaganda ou sob a forma mais lata de comunicação permanente na persuasão, conforme os *inputs* recentes, reveste-se ela própria de características ideológicas. O sistema político pode considera-las mais ou menos eficazes, daí dependendo o acesso ao Poder do grupo político que pretende ocupar a sede do Poder.

⁷¹A não inclusão deste elemento como condicionante do funcionamento sistema político tem sido motivo de crítica, nomeadamente, ao teórico do sistema, David Easton.

Em Portugal, o Partido Social Democrata (PSD) liderou o Governo no período de dez anos desde 1985 ⁷² até (Outubro de) 1995. Numa conjuntura de pujança europeia, soube reforçar o dever económico português incrementando a adesão do Estado português às então Comunidades Europeias ⁷³, em 1986, de onde resulta o Acto Único Europeu. Em 1993, Portugal foi integrado definitivamente na União Europeia. A conjuntura de crise que se arrastou para Portugal a partir de meados de 1992, com fortes sintomas nos outros países europeus, que numa análise sistémica se inclui no conjunto de entradas extra-societais (considerando nesta perspectiva o Estado português na sua unidade política nacional e não europeia) promoveram o desajustamento entre as soluções do Executivo português e as necessidades que a dinâmica do sistema promovia. Desta forma, ao fim de dois mandatos seguidos para o Executivo português o PSD encontraria dificuldade em fundamentar a persuasão que lhe permitiria a manutenção no Poder (já que o seu mandato acabou em 1995). Na Presidência da República esteve (até início de 1996) Mário Soares, eleito com o apoio do eleitorado considerado de esquerda e com dois mandatos renovados (no Poder como Presidente desde 1986). A incompatibilização verificada entre os titulares de ambos os órgãos de soberania (A Presidência e o Governo da República) sobretudo a partir do segundo mandato de ambos, acentuaria o desgaste desta coabitação política. Além de vetos em questões que obrigaram à revisão de projectos e propostas de lei do Governo e da Assembleia da República (onde o PSD tem maioria de deputados) existia um desajustamento político de decisões. Este, normal ao curso da democracia, em extremo torna-se sintoma de instabilidade política. Nesta situação, a persuasão política para os grupos que pretendem alcançar o Poder, o Governo ou a Presidência da República ⁷⁴, tem de ser ponderada e adequada aos *inputs* que o sistema político absorveu, sobretudo recentemente e às respostas políticas que são desejadas nesse contexto.

«O estado do sistema, num dado momento, é o conjunto ou combinação destas intervenções, que determinam o 'valor', neste preciso momento, de cada variável essencial»⁷⁵. O sistema empreende um processamento constante dos *inputs* produzindo então os *outputs*. Opera-se, assim, uma compatibilização de respostas através de mecanismos de interacção e adequação

⁷²O PSD teve, em 1985, um Governo Minoritário por dois anos dissolvido pelo Presidente da República após uma moção de censura. Em 1987 teve maioria absoluta (com 52,2% dos votos), bem como em 1991.

⁷³A mais conhecida é a Comunidade Económica Europeia (CEE), sendo que Portugal aderiu simultaneamente à CEA (Comunidade Europeia do Aço) e à CEEA (Comunidade Europeia da Energia Atómica).

⁷⁴Sendo que o Presidente da República não pode evidenciar preferência por qualquer partido político ou coligação tem, durante o sufrágio, o apoio e a canalização de grupos políticos como forma de obviar a sua candidatura.

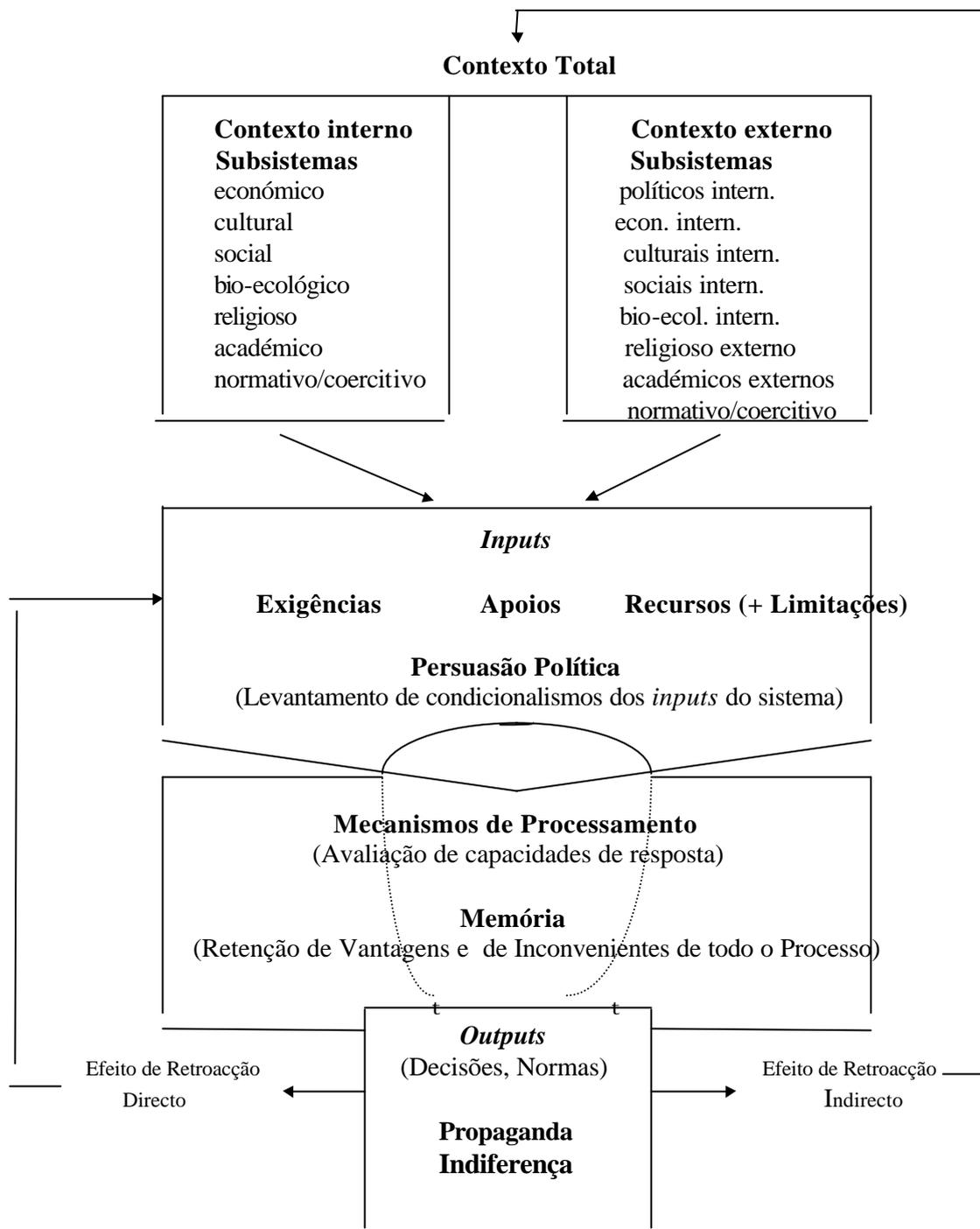
⁷⁵Lapierre, op. cit., p. 48.

das entradas. É desta forma, que o processo contínuo, opera um *feed-back* ou realimentação no sistema através dos próprios *inputs*. Isto é, os *outputs* do sistema vão condicionar as características dos *inputs* que são recebidos. A persuasão toma diversas características conforme as necessidades do sistema. Ao desenvolver a sua acção vai manifestar-se dentro do sistema, no seu contexto intra-societal, de forma a ser absorvida e propondo soluções que permitem ao grupo político que orienta a persuasão, aspirar e até aceder ao Poder.

O modelo sistémico permite, assim, individualizar os *inputs*, os *outputs* do sistema e o processamento dos primeiros nos segundos. Da sua análise pode inferir-se integralmente acerca da persuasão política, concretizando a sua dinâmica através do sistema político português actual.

O esquema seguinte através da redução do sistema simplifica o seu entendimento, clarificando graficamente a sua dinâmica.

Esquema 1- Ciclo do funcionamento do sistema político



B. As Entradas do Sistema e a Persuasão

Um sistema político aberto permite a entrada constante de elementos que vai procurar transformar de forma a ajustar respostas conformes ao seu conteúdo e influência. Neste sentido, o modelo sistémico que Easton desenvolve põe em destaque os elementos *exigências* e *apoios* como entradas que o sistema absorve. «Uma exigência pode ser definida como uma expressão de opinião»⁷⁶ que direcciona o Poder nas suas decisões. Ainda segundo o mesmo autor votar por um candidato político, resistir à autoridade, emigrar para outro país, constituem exemplos de apoios, de entradas que condicionam o jogo político. Defender ideais, influenciar os outros para ser apoiado, corresponde ao que Easton, em consonância com a abordagem sistémica, considera apoios⁷⁷.

Segundo Lapierre, há três tipos de elementos que se podem individualizar, constituindo entradas num sistema político. São as exigências, os recursos e as limitações⁷⁸. As *exigências* constituem elementos que fazem parte do contexto do sistema e que iniciam constantemente a sua dinamização, a sua renovação. Estes elementos são processados, transformados através dos condicionalismos que o sistema produz na sua manutenção. Deste modo as respostas adequam-se aos problemas. Neste movimento de transformação o sistema liberta energia que se constitui como uma reacção interna aos próprios mecanismos de transformação. Lapierre entende e designa essa energia como um recurso do sistema. As limitações são constituídas pelo conjunto de circunstâncias que condicionam as características que as respostas do sistema vão ter. Os condicionalismos que o sistema produz são ajustados às necessidades e, concretamente, às circunstâncias conjunturais do sistema político.

Explicitado por Easton, o apoio compõe o conjunto de entradas que um sistema político permite. Tal como as exigências, a importância dos apoios manifesta-se como uma categoria que reforça o funcionamento do sistema. O apoio é constituído pelo conjunto de acções, manifestações do sistema relativamente à dinamização que este apresenta e que, em última instância, pode ser deduzida ao grupo que está posicionado na sede do Poder.

⁷⁶Easton, *A Systems Analysis of Political Life*, op. cit., p. 38.

⁷⁷Cf. Easton, *A Systems Analysis ...*, op. cit., p. 159.

⁷⁸Cf. Lapierre, op. cit., p. 55.

Note-se que estes elementos vulgarizados na análise sistémica são abordados por diversos autores. Veja-se *A Systems Analysis of Political Life* de David Easton.

A nossa análise considera como entradas do sistema político as exigências, os apoios e os recursos. Nesta última categoria incluímos também as limitações já que estas se constituem como os condicionalismos que os meios opõem à dinamização do sistema político. Mais uma vez acentuamos a importância do levantamento destas categorias de análise que permitem ajuizar do fluxo de elementos que são seleccionados pelo sistema. Apenas do seu conhecimento se pode direccionar a persuasão às expectativas e às características da realidade política, oferecendo, assim, perspectivas de dinamização do sistema integradas na tradição política de cada grupo político.

1. A Importância das Exigências na Persuasão Política

No contexto de entradas que um sistema permite, as exigências assumem uma importância fundamental relativamente à persuasão política. As exigências, expressões de vontade que induzem a tomada de decisões do Poder Político, apresentam-se como condicionantes que directamente norteiam a persuasão política no sentido Poder-cidadãos e, especificamente, Poder-eleitorado. Manter-se no Poder ou tentar aceder à sua direcção implica analisar, partilhar e defender exigências localizáveis em contextos conjunturais específicos de um Estado.

Neste sentido, é conveniente referir, com Adriano Moreira, o problema da *obediência* como garante da eficácia do Poder político ⁷⁹. Segundo o mesmo, sendo o Poder um fenómeno de *relação* (entre duas forças em equilíbrio, os que estão no Poder e a sociedade civil, as massas), existe um centro decisor coadjuvado pela sua *sede de apoio* que se distingue da *sede de exercício*. A sede de apoio é constituída pelo conjunto de meios humanos e técnicos que suportam o exercício do Poder ao grupo que o lidera. A sede de apoio activa traduz-se na militância. A sede de apoio passiva refere-se ao consentimento, mesmo não manifesto, que permite que o Poder se exerça. É neste sentido que David Easton concorda com Firth (*Elements of Social Organization*) ao afirmar que confina a ideia de comunidade política no sentido de «focar não apenas a forma e estrutura dos processos políticos mas sobretudo o grupo de membros que estão juntos pelo facto de participarem numa estrutura e leque de processos comuns, sejam estreitos ou largos os laços de união» ⁸⁰.

De entre os grupos da comunidade política os contornos de grupo de interesse, segundo Almond e Powell, são os seguintes: «Por grupo de interesse queremos apenas significar um

⁷⁹Adriano Moreira, *Ciência Política*, op. cit., p. 152.

⁸⁰Cf. David Easton, *A Systems Analysis of Political Life*, op. cit., p.177.

conjunto de indivíduos que estão ligados por laços de preocupação ou vantagem e que estão a par destes interesses partilhados. O grupo de interesse pode ser organizado para actividade contínua por membros do grupo, ou pode reflectir o seu envolvimento ocasional⁸¹». Assim, grupos de interesses corresponde a uma designação que, num sentido lato, engloba situações de partilha de objectivos, empreendimento de acções que oferecem soluções suportadas por grupos com interesses sociais, económicos ou políticos.

De entre os grupos de interesses, salientem-se os grupos de pressão e os partidos. Apesar de não aspirar ao Poder, o grupo de pressão direcciona as suas actividades de forma a conseguir que as decisões daquele lhe sejam favoráveis⁸². Um grupo de pressão pode ser constituído por uma ou mais organizações, tendo uma natureza consistente e durável, obedecendo a normas que suportam a sua constituição e acções. O substantivo *pressão* indica a natureza da acção daquele agrupamento. Significa acção sob a forma de exigência, ameaça, paralisação da actividade, apoio, de entre outras formas, com o objectivo de desviar, direccionar as decisões políticas, económicas.

Dentro dos grupos de interesse a acção pode, pois, tomar diversas cambiantes, desde o tipo acima referido (exercida pelos grupos de pressão) até ao consenso persuasivo (caso dos partidos políticos). Refira-se que, no entanto, um autor eminente como Schwartzberg considera que os dois conceitos se confundem, sendo que a defesa de interesses implica necessariamente acção⁸³. Gostaríamos de salientar que à medida que a dimensão do grupo de pressão aumenta, cresce a sua influência a nível de inter-relacionamento e de importância no tecido económico e social. Isto é, existe maior consideração pelos seus interesses a nível da tomada de decisões pelo Poder Político. Assim, o grupo de pressão pode ver os seus interesses defendidos antes de pressionar efectivamente nesse sentido, já que as suas posições são avaliadas na tomada de decisões.

A envolver as acções do grupo de pressão existe uma característica fundamental já referida: aquele não procura atingir o exercício do Poder. Esta característica, referida por Grazia⁸⁴, corresponde, em termos genéricos, à actividade desenvolvida pelos grupos de pressão. Refiram-se os grupos feministas, os grupos das Caixas Agrícolas, as associações de antigos

⁸¹Almond, Powell, *Comparative Politics*, op. cit., p. 170.

⁸²Marques Bessa, Nogueira Pinto, *Introdução à Política*, Lisboa, Edições do Templo, 1977, p. 339.

⁸³Cf. Schwartzberg, *Polis Enciclopédia Verbo da Sociedade e do Estado*, Vol. 4, Lisboa-São Paulo, 1987, p. 139.

⁸⁴Cf. A. de Grazia, *A Dictionary of the Social Sciences*, New York, The Free Press, 1964, p. 530.

combatentes, que apenas pretendem que as decisões do Poder sejam conformes com os seus interesses.

O sistema político que o Estado de Direito constitui concebeu a realidade mais propícia à actuação (legítima) dos grupos de pressão. Cria-se um campo de forças entre o Poder e o grupo de pressão que se equilibra e mede constantemente. «Os grupos de pressão defendem (...) interesses particulares que se exprimem em reivindicações explicitamente particularistas - as de um sexo, de uma camada etária, de uma profissão, de um ramo de actividade económica, de uma Igreja (...)»⁸⁵. O grupo de pressão constitui, pois, um tipo específico de grupo de interesses, que tenta ter influência nas decisões do Poder, assumindo-se permanentemente e de forma organizada como grupo com potencialidades de corrigir e direccionar as decisões do Poder. Os mecanismos de pressão são viabilizados pela influência que o grupo normalmente possui no seu âmbito de actividade, levando o Poder a ter em consideração os interesses que defende nas suas decisões.

Para atentarmos na importância e dimensão que um grupo de pressão pode tomar gostaríamos de referir o caso da Associação Industrial Portuguesa (AIP), com extrema decisão na realidade industrial portuguesa, pela promoção que desenvolve junto do Poder. Refira-se a antiguidade desta organização já que surgiu em 1837, tempo do Movimento Setembrista. Nesta altura os promotores da AIP pediam ao Governo que lhes facilitasse as instalações, conseguindo apenas o aljube. Pretendia-se a criação de uma entidade que fomentasse o progresso tecnológico e económico. Três anos antes da criação da AIP, era extinta a Casa dos 24 (pelo Decreto de 07/05/1834, de D. Pedro, dissolvendo as Corporações) organização que remontava ao século XIV. É depois restabelecido o Regime Constitucional e é proclamada Rainha, D. Maria II. Apenas em 1979 a AIP seria declarada em Decreto Lei do Governo, como «pessoa colectiva de utilidade pública». Hoje em dia a AIP, na sequência do projecto que a formou, continua a desenvolver projectos no âmbito da indústria.

A AIP procura o progresso tecnológico traduzível, nomeadamente pelo aumento da produtividade e pelo ajustamento de soluções à melhoria do meio ambiente. Como grupo de pressão a sua influência é notória através dos mais de três mil sócios directos e 13 mil indirectos ⁸⁶. Os primeiros correspondem a núcleos empresariais e associações dispersas por Portugal. Os associados indirectos correspondem às unidades industriais propriamente ditas.

⁸⁵Lapierre, op. cit., p. 58.

⁸⁶Números de 1991 da Revista da AIP.

O orçamento anual da AIP ⁸⁷ corresponde a cerca de três milhões de contos. Em 1991, os seus investimentos corresponderam a 11,3 milhões de contos, aplicados maioritariamente na construção do Pavilhão anexo à Feira das Indústrias de Lisboa (FIL) e no Parque das Feiras no Alto do Lumiar, na Casa do Empresário. As quotizações anuais são fonte de receita da AIP, correspondendo a cerca de 300 mil contos por ano. A maior fonte de receitas é a realização de Feiras e Exposições e, com menor numerário, a formação profissional (especialmente através da COPRAI). Ainda como fonte de receita, a AIP tem o apoio oficial pontual. Refiram-se outros grupos de pressão da área da indústria, como a *AIP portuense* e a Confederação da Indústria Portuguesa (CIP), que juntamente com a AIP desenvolvem, por vezes, iniciativas conjuntas, tendo havido esforços no sentido da fusão (como em 1991 entre a AIP e a CIP). Os objectivos de internacionalização das actividades, são cada vez mais acentuados com o aumento considerável do investimento estrangeiro em Portugal (de 24 milhões em 1986, este passou a 231 milhões em 1990). O relatório de contas para o ano de 1994 apresenta um prejuízo aproximado de 40 000 contos, havendo uma situação líquida de 2,9 milhões de contos e um 'cash-flow' de 250 000 contos. Refira-se que aquele resultado negativo ficou a dever-se sobretudo à amortização antecipada de 200 000 contos na reestruturação do quadro de pessoal. Caso houvesse o prolongamento do processo por vários anos, haveria um resultado positivo de 160 000 contos ⁸⁸. Os funcionários da AIP e empresas associadas estão cobertos pelo fundo de pensões da Segurança Social. Rocha de Matos, Presidente da AIP planeia criar um fundo de pensões da organização, tendo encomendado estudos de viabilidade em 1995. Como grupo de pressão a AIP tem procurado intervir na estruturação e ajustamento constante do tecido industrial português. Essa intervenção é ponderada pelo Poder que tem em consideração as exigências que este e tantos outros grupos têm em diversas áreas do sistema político.

Ainda dentro dos grupos de interesses, refiram-se os partidos políticos. Na sua estrutura interna verifica-se a presença de notabilidades nacionais ou locais o que leva Rebelo de Sousa a afirmar que existe «um artificialismo da maioria dos agrupamentos partidários, enquanto instrumentos de representação política» ⁸⁹. Entre a denominada representação política das massas e a sua correspondência aos desígnios partidários existe um hiato que apenas a persuasão política pode ultrapassar.

⁸⁷Idem.

⁸⁸*Expresso, Caderno de Economia*, 1 de Abril de 1995.

Considerámos que dada a credibilidade deste jornal, poderíamos tomar aquela informação como fidedigna.

⁸⁹Marcelo Rebelo de Sousa, *Os Partidos no Direito Constitucional Português*, Braga, Livraria Cruz, 1983, p. 149.

Para promover o consentimento dos diversos grupos de interesses e da sociedade civil, de forma mais genérica, cabe ao Poder analisar as exigências que os diversos grupos de interesses e a sociedade civil manifestam. Quando mencionamos a importância da persuasão no consentimento, referimo-nos não só ao seu uso pelo Poder, como pelos grupos que o pretendem. Dentro dos seus condicionalismos ideológicos, políticos, históricos, cabe a cada grupo no ou com aspirações ao Poder, gerir as suas soluções de forma maximizar os resultados que a persuasão política permite.

A perspectiva sistémica de análise política, à semelhança de outros modelos teóricos de investigação científica, constitui um instrumento eficaz de abordagem prática tanto mais eficaz quanto mais particularizada é a sua aplicação. Enquadrando esta análise no contexto conjuntural português actual, existem exigências específicas que, como em qualquer outro sistema político, viabilizam o acesso ao Poder às elites que as sabem captar. Numa conjuntura de crise como a que se verifica naquele contexto, é fácil aos grupos políticos que pretendem ascender ao Poder recolher exigências e pretender defendê-las. As estruturas académica, militar, familiar, religiosa, são profusamente aptas a captar e direccionar as suas exigências ⁹⁰. As exigências são fundamentais à sua adaptação e dinamização permanentes. A condicionar aquelas estruturas estão as infraestruturas económica e social. Outros subsistemas são importantes na dinamização do sistema, como o sistema bio-ecológico, o sistema normativo ou o sistema cultural. Pelo seu papel operativo no sistema político, e em particular na persuasão, faremos alguns comentários focando, em especial, apenas as supracitadas estruturas.

Do tecido estrutural português ressalta um conjunto de exigências que os grupos com aspirações a ascender ao Poder Político apontam como forma de captar o apoio, por outras palavras, de persuadir o eleitorado. A persuasão é tanto mais eficaz quanto evidencia as exigências específicas dos grupos que compõem cada estrutura. Das diversas estruturas, há duas que sobressaem, uma pela fragilidade da sua conquista e outra pela necessidade da preservação da secularidade das suas características. São, respectivamente, a estrutura familiar e a estrutura religiosa.

Segundo David Easton, as necessidades são convertidas em exigências através de um duplo mecanismo que entronca, por um lado, na estrutura política propriamente dita, e por outro, nos mecanismos culturais de selecção das necessidades e da sua transformação em exigências. Se a estrutura política determina quem pode personalizar as exigências, os

⁹⁰Sobre esta matéria veja-se José Júlio Gonçalves.

mecanismos culturais determinam que exigências são permitidas. Por outras palavras, esta última selecção é feita de acordo com as regras sócio-culturais de comportamento que determinam o que é susceptível de ser exigido ⁹¹.

A conquista do Poder implica que mesmo desvirtuando as suas raízes ideológicas os grupos políticos com aspirações ao Poder optem pela persuasão massiva. Por outras palavras, as exigências que defendem como forma de cativar um leitorado abrangente adequam-se a diversos grupos com perfis sócio-económico distintos. Foi o caso do Partido de Solidariedade Nacional (PSN) que além de pretender defender as exigências dos reformados (seu grupo alvo privilegiado, que sustentou a eleição de um deputado na Assembleia da República nas eleições de 1991, para esse órgão), pretendia também o apoio do grupo dos jovens eleitores, grupo, que segundo aquele partido político, partilhava com os reformados, de forma geral, a dificuldade em gerir alternativas de futuro, já que os meios que as diversas estruturas podiam disponibilizar para o seu apoio, eram insuficientes.

Ainda no contexto português, a estrutura religiosa (tradicional cristã) debate-se pela conservação de apoios da sociedade civil, onde a celeridade do ritmo de vida e as alternativas religiosas indisponibilizam o grupo de crentes com maior flexibilidade doutrinária, para o apoio à Igreja Católica. De entre os vários grupos de fiéis, é possível que grupos políticos evidenciem a necessidade da preservação dos valores que visam a união da família, como sejam a paz espiritual, o apoio e a entreatura dos seus membros, a estabilidade. Captar a parte do eleitorado defensora destes valores, pautar-se pela defesa dos seus interesses, constitui-se como factor de persuasão política a evidenciar pelos grupos políticos cujos contornos conservadoristas o permitem.

No contexto extra-societal português mencione-se a importância que certos ramos de vertente cristã têm tido como necessidades e exigências no sistema político, desde os últimos anos da década de oitenta. Refira-se a Igreja Universal do Reino de Deus que aposta num público de crentes de condição económica, social, intelectual,

maioritariamente baixa e média baixa. Aquele público procura bem-estar físico, psíquico, económico imediato, prestando-se a revelações e sessões do foro religioso com acentuada carga dramática. Os seus mentores são predominantemente de nacionalidade brasileira. Por seu lado, a Dianética, ou Igreja da Cientologia, tem origem nos Estados Unidos, país do seu mais conhecido mentor - Ron Hubbard - que entre outras actividades anteriores à sua

⁹¹David Easton, *A Systems Analysis of Political Life*, op. cit., p.84.

vocação dianética, se salientou a escrever livros de ficção científica. A Dianética tem registado algum sucesso nos países nórdicos e firmou-se primeiro em Espanha, antes de tentar o público português. Destina-se fundamentalmente a um grupo de crentes com um elevado grau intelectual, com alguma disponibilidade financeira e que pretenda a melhoria física, psíquica, profissional, por outras palavras, o bem-estar integral, apostando na maximização daquelas capacidades. Por se destinar a público das classes média, média alta e alta, a Dianética utiliza «formas de melhoramento» dos potenciais dos indivíduos que recorrem a técnicas sofisticadas e que se pretendem susceptíveis de verificação. É o caso de um aparelho cujo funcionamento é semelhante ao polígrafo, o electrómetro, que detecta a designada «carga emocional negativa» do indivíduo que a ele se submete. Através de um conjunto de questionários este é levado a exteriorizar o problema e a libertar-se dele. Outras técnicas semelhantes levam à exploração da mente com objectivos da sua maximização de potencialidades. Nos últimos estádios de desempenho pessoal pode recorrer-se, nomeadamente, à hipnose para a «libertação da carga negativa» que algumas das vidas anteriores do indivíduo podem provocar na vida actual ⁹².

Como sistema aberto, o contexto extra-societal de ordem religiosa, tem condicionado a dinâmica, em particular, as exigências do sistema político português. A acção destas correntes do foro religioso além de influenciarem a vivência das comunidades em termos de comportamento religioso, marcam a sua presença junto do Poder. As suas necessidades transformam-se em exigências quando solicitam instalações com determinadas condições, quando pretendem a constituição de um partido político (como o que foi autorizado em Portugal por preencher os trâmites legais), ou quando solicitam e conseguem a sua expressão através de determinado programa de rádio.

Com estrutura académica queremos significar os membros, os mecanismos e as infraestruturas do ensino como um todo, nos seus diversos graus. Esta estrutura, em termos políticos constitui-se como a mais diversificada, tendo em atenção o elemento persuasão política e as exigências que a podem canalizar. Isto é, a parte do eleitorado que os seus elementos constituem é susceptível de ser captada pelos mais diversos grupos partidários. As exigências que este grupo evidencia, particulares a cada instituição, são comuns nos objectivos de melhorias infraestruturais e de progresso profissional dos seus membros. Contudo, estas exigências não são susceptíveis, pela sua natureza institucional e profissional, de serem defendidas por apenas um grupo partidário.

⁹²Sobre esta matéria veja-se Ron Hubbard, *Dianética A Ciência Moderna da Saúde Mental* (1950), Dinamarca, New Era, 1986.

Relativamente à instituição militar, a persuasão que os grupos políticos podem exercer, tendo em consideração as exigências da instituição como um todo e dos seus membros como dividido em diversos escalões de carreira, não é também susceptível de ser polarizada apenas por um grupo partidário. Desta forma, tal como a estrutura académica também a estrutura militar oferece aos diversos grupos partidários a possibilidade de sustentarem e defenderem as exigências desta estrutura.

Com uma importante componente de socialização, estão os meios de comunicação de massas que intervêm decisivamente na formação das características das diversas estruturas. Refira-se que «um dos mais óbvios e importantes efeitos dos media é salientar os acontecimentos e temas de carácter político»⁹³. Os meios de comunicação acabam por ter uma influência profunda em importantes áreas do sistema político já que a concorrência dita que os acontecimentos relativos a sangue, sexo e impostos, são os que tomam mais a atenção do espectador. Os meios de comunicação impelem à participação política através do impacto das imagens, do som, das histórias. Constituem-se como poderosos aglutinadores e formadores de opinião proporcionando a discussão, o debate, a tomada de posições. A informação circula com a velocidade que as entrevistas, as transmissões directas permitem, levando a cada lar, posto de trabalho, café, a discussão ou a participação política no sistema que aquela proporciona.

A tentativa de persuasão política alargada a diversos grupos da sociedade civil constitui a preocupação da maioria dos grupos partidários, cujos contornos ideológicos a permitem desta forma. «As exigências formuladas pelos partidos têm frequentemente uma orientação universalista, reclamam-se do 'interesse geral'»⁹⁴. Em Portugal, há dois partidos cuja orientação persuasiva tem permitido cativar parte importante do eleitorado, depois do período de institucionalização do Poder pós-revolução de 1974, que se iniciou com a subida de Ramalho Eanes à Presidência da República (em 1976, sendo reeleito em 1980). Essa disputa entre dois grandes grupos políticos tem-se evidenciado nos últimos dez anos. Em finais de 1995, quer o PSD (Partido Social Democrata), quer o PS (Partido Socialista) podiam permitir-se aspirar à ascensão governativa. O PS foi, no entanto, o partido que tomou posse do novo Governo em Novembro de 1995. Os contornos políticos de ambos são massivos. Isto é, *grosso modo*, ideológica e estrategicamente, pode dizer-se que, em grande medida, aqueles partidos são de alcance flexível dos diversos grupos de vontades que podem constituir o eleitorado. A persuasão que estes partidos empreendem pretende evidenciar

⁹³Almond, Powell, *Comparative Politics*, op. cit., p. 95.

⁹⁴Lapierre, *A Análise dos Sistemas Políticos*, op. cit., p. 58.

exigências dos vários grupos que se encontram em cada estrutura, podendo aspirar, desta forma, ao objectivo de ascensão e controlo do Poder Político.

Segundo Lapierre, as exigências políticas podem tomar as mais diversas formas, sendo que o conteúdo reivindicativo é comum a todas ⁹⁵. Ao nível da sociedade civil, temos as revoltas, as insurreições, os protestos junto da Assembleia da República de estudantes, dos vidreiros, dos agricultores, o bloqueamento das estradas, entre outros. Estes não conformismos com a Ordem que o Poder implementa podem, também sob a forma de exigências, ser evidenciados por um representante com Poder (como um deputado, um vereador da Câmara Municipal) junto do Poder central. As exigências, em grande parte constituídas por reivindicações, são uma poderosa forma de articular interesses entre a sociedade civil, os grupos de pressão e as directivas do Poder Político.

As exigências constituem-se como um processo fundamental à estabilização do equilíbrio na *balança de poderes* entre o Poder Político e o Estado, norteando o comportamento persuasivo dos grupos partidários. Refira-se a importância que Easton dá às necessidades como expressão das exigências do Estado. O papel de determinada categoria tem de ser visto à luz do próprio sistema, já que é sua localização específica que lhe confere significado. «O que pode ser considerado um tópico apropriado para a acção num sistema será inteiramente excluído de considerações políticas em outro» ⁹⁶. Ter em consideração um contexto conjuntural específico é fundamental para entender, por exemplo, casos de diferenciação no tratamento profissional entre sexos. Refira-se o caso da discriminação a que as funcionárias da Tap Air Portugal em funções de assistência em terra a passageiros eram submetidas até 1976. De facto, tanto estas como os seus colegas homens desempenhavam as mesmas funções. No entanto quer a designação da função das mulheres - que eram assistentes de terra sendo os homens despachantes de tráfego - quer o salário, eram diferentes, ganhando as mulheres ordenado mais baixo. Foram as constantes reivindicações destas que permitiram a revisão da situação. O art. 19º do Decreto-Lei nº 164-A/76 de 20 de Julho, entre outras disposições, passa a regula-la. Aquela discrepância pode ser melhor entendida se se tiver em consideração o Código Civil Português, alterado em 1966, que até aí previa diferenças sociais com base no sexo. Para exemplificar refira-se que o homem era o chefe de família e como tal apenas este podia autorizar a deslocação da esposa em viagens que implicassem a permanência fora do lar. Neste sentido, apenas aquele era responsável pela punição física daquela, sendo também o único autorizado a abrir a correspondência destinada ao casal. Esta discriminação foi ultrapassada, nomeadamente, pela revisão constitucional de 1976, que prevê

⁹⁵Cf. Lapierre, op. cit., p. 58.

⁹⁶David Easton, *A Systems Analysis of Political Life*, op. cit., p. 101.

expressamente no seu artigo 13º, o princípio da igualdade. De facto, «1.Todos os cidadãos têm a mesma dignidade social e são iguais perante a lei.» Assim, «2. Ninguém pode ser privilegiado, beneficiado, privado de qualquer direito ou isento de qualquer dever em razão de ascendência, sexo, raça (...) (entre outras características)». A pragmatização deste princípio constitucional foi a que se conseguiu, não sendo pois imediata à revisão e publicação do Texto Fundamental.

Em Almond e Powell, encontramos a afirmação «o progresso político é posto em acção quando algum grupo ou indivíduo faz uma exigência política. Este processo de formular exigências chama-se articulação de interesses»⁹⁷. A consecução da articulação de interesses entre os diversos grupos da sociedade que os evidenciam e as normas internas e internacionais que o Poder Político tem que respeitar, é um processo cujo resultado consensual permite a estabilização permanente do Poder Político. As exigências traduzem-se em insatisfações, desajustamentos de expectativas, tentativas de mobilização de recursos, procurando-se uma correlação entre os processos internos e extra-sociais⁹⁸. A resolução das exigências constitui-se como um processo permeável ao inter-relacionamento do sistema político com outros. Um exemplo que podemos referir é o dos pescadores portugueses impedidos de exercer a sua actividade nos limites marítimos canadianos, pelas respectivas autoridades (em Março de 1995), problema face ao qual a União Europeia interveio (também através do Governo português) no sentido de restabelecer o direito que assistia aos pescadores. Sendo o sistema português um sistema aberto (como a generalidade dos demais), dinamiza-se permanentemente com as exigências dos outros sistemas com os quais está em contacto. Em termos genéricos, as exigências mais comuns traduzem um âmbito geográfico que abrange limites como os do território nacional. Refiram-se, por exemplo, as questões da melhoria do nível de vida, da diminuição do desemprego, da facilidade de acesso dos jovens ao mercado de trabalho em empregos compatíveis com os seus estudos, da aceleração do processamento da justiça de forma a resolver com eficácia e eficiência questões em que apenas os tribunais podem deliberar, entre outras. Em termos mais localizados espacialmente, as exigências traduzem-se em questões mais concretas confinadas aos limites de uma aldeia, vila, cidade, concelho ou distrito.

Os mecanismos de tentativa de regulação são desencadeados junto dos representantes do Poder, de forma a permitir o equilíbrio momentâneo que determinado grupo se permite aspirar. Cabe aos intervenientes no Poder, habilitar-se à satisfação das exigências que o sistema político evidencia. As exigências são um elemento permanentemente realçado pelo

⁹⁷Almond, Powell, *Comparative Politics*, op. cit., p. 169.

⁹⁸Cf. Lapierre, *A Análise dos Sistemas Políticos*, op. cit., pp 62, 63.

dinamismo do próprio sistema e como tal imperiosamente susceptíveis de satisfação. O seu levantamento constitui-se pois como um mecanismo a accionar permanentemente quer pelo grupo maioritário no Poder quer pelos grupos que intervêm no processo de decisão política na Assembleia da República. Neste sentido, os grupos que aspiram a liderar o processo político directamente através do seu órgão de soberania que é o Governo, devem empreender um processo de persuasão de facto, que não se restrinja apenas à propaganda eleitoral que se limita a enumerar as exigências dos mais diversos grupos que compõem o sistema político.

A acção de persuasão deve ser permanentemente dinamizada, no entanto refira-se que a memória colectiva retém sobretudo os últimos momentos políticos, os quais são fortemente percíveis, isto é, de curta duração (naquela). Neste sentido, o grupo que lidera o Poder Político permite-se guardar a satisfação das exigências para próximo do momento de decisão eleitoral. Inauguram-se, assim, auto-estradas, pontes, lares de terceira idade, entre outras acções similares. Refira-se que apesar de importantes para a manutenção do grupo na sede do Poder, por si só estas acções não são evidentemente decisivas. É que os diversos grupos políticos com aspirações ao Poder permitem-se recordar constantemente junto da sociedade civil e com particular empenho próximo do momento eleitoral, o conjunto de exigências que o grupo líder no Poder não satisfaz durante a sua liderança. É neste sentido que têm importância para a persuasão política os recursos que o sistema político aufere.

2. Os Apoios e a Persuasão

Além de exigências o sistema político aufere também apoios (*support*) conceito explicitado por David Easton. O apoio pode ser manifestado abertamente, de formas mais radicais e específicas, através de comportamentos declarados dos indivíduos. É o caso da participação em conferências, manifestações. O apoio pode ser declarado através de acções de enquadramento formal legal de apoio ao sistema e à sua liderança, em particular. É o caso dos que votam em determinado candidato ou dos que se oferecem como voluntários para as Forças Armadas em tempo de guerra. Refira-se o caso dos que votam em determinado candidato não por gostarem dele, mas porque é a alternativa contra outro de quem não gostam seguramente. Esta é a mesma opção dos que pagam impostos não por concordarem mas porque se não o fizerem o sistema penalizá-los-á⁹⁹.

Neste sentido, a procura da persuasão política deve saber distinguir os apoios incondicionais (onde se incluem os apoios radicais manifestos e os apoios de participação) dos apoios por

⁹⁹David Easton, *A Systems Analysis of Political Life*, op. cit., p. 159.

alternativa. Estes são susceptíveis de serem desviados por grupos políticos que saibam corresponder ao desajustamento entre procura de respostas e as soluções ou saídas encontradas. Os grupos que se querem constituir como alternativa política devem considerar não apenas os indivíduos que evidenciam exigências ao sistema, mas também os que o apoiam por conformismo social, isto é, por terem consciência de que não serão bem sucedidos se se incompatibilizarem com as normas que o Poder definiu.

Quando o sistema chega a um extremo em que as exigências monopolizam o conjunto de entradas do sistema, então a liderança política é substituída pelo mesmo. São os apoios que contrabalançam o conjunto de entradas do sistema legitimando a sua liderança política, quando aquelas são largamente superiores às exigências. Tanto as exigências como os apoios devem ser tomados em consideração pelos líderes ou candidatos ao Poder Político já que estes constituem uma medida da eficácia da liderança política no sistema. Por outras palavras, a persuasão deve tomar em consideração as exigências e sobretudo evidenciar a importância dos apoios. Se a dinâmica do sistema pode sobrevalorizar as exigências levando à sobrecarga da capacidade de resposta do mesmo, os apoios podem viabilizar a manutenção do modelo de resolução de problemas do mesmo.

Dentro do conjunto de entradas no sistema político (consideramos as exigências, os apoios e os recursos, condicionados aos contextos interno e externo do sistema), os apoios são susceptíveis de conter vários grupos de indivíduos em relação aos quais o sistema reforça o desempenho através de acções ou manifestações. Easton evidenciou a importância de três categorias de grupos políticos objecto de apoio: a comunidade política, o regime e as autoridades. Estes grupos são também susceptíveis de graduação na adesão da sociedade civil aos seus processos de dinamização do sistema. A identificação do grau dessa adesão permitirá direccionar uma persuasão tanto mais eficaz quanto vai de encontro a diferentes comportamentos, expectativas, motivações.

Relativamente à **comunidade política** refira-se que esta contém uma variedade de indivíduos cujo traço comum é o de terem alguma forma de vínculo ao sistema, nem que seja apenas existencial. Encontram-se, de forma genérica, submetidos aos desígnios de dinamização daquele, o qual se encontra politicamente direccionado pelo Poder. Da correspondência entre as expectativas da sociedade civil e as respostas da comunidade política resulta o apoio que aquela revela pela forma como o sistema político é dinamizado. Num nível de análise alargado, Easton refere vários exemplos de comunidades políticas, sendo que estas podem enquadrar-se a si próprias como sistemas desintegráveis em subsistemas. Num âmbito internacional, aquele considera a NATO ou as Nações Unidas. Em termos intraestaduais, o

mesmo aponta o exemplo dos municípios ou das cidades nos EUA. No caso do sistema político português, podemos considerar várias unidades de análise no sistema político português. Temos, assim, o país, o distrito, o município, a freguesia, entre outros.

A forma de estar da comunidade política é facilmente instrumentalizável através do levantamento de posições das populações. Sabendo o que estas pensam sobre a condução política da sua freguesia, da sua assistência médica, etc, através da sua consulta directa por agentes dos grupos políticos ou através de Inquéritos de Opinião, pode-se fazer com que a persuasão actue como um reforço das acções passadas, no caso de estas serem alvo de apoio pelos indivíduos a quem se destinam. O apoio que a comunidade política auferir pode ser utilizado pelo grupo político no Poder como um poderoso mecanismo de persuasão.

O **regime** constitui-se como outra categoria, segundo Easton, susceptível de obter apoios para o sistema. «Mesmo que os membros de um grupo demonstrem sentimentos fortes de identificação mútua numa comunidade política, eles ainda serão deixados com a tarefa de estabelecer algum método regularizado para ordenar as suas relações políticas»¹⁰⁰. É neste sentido que Easton distingue a comunidade política da ordem constitucional que além de direccionar o funcionamento da comunidade política, zela pela manutenção da ordem bem como pelo regulador funcionamento das instituições do Estado. O regime é orientado pelo Poder Político e doseado pela dinamização que como em qualquer sistema político aberto, as entradas no sistema regularizam. No caso da democracia portuguesa os órgãos de soberania são o Presidente da República, os Tribunais e a Assembleia da República e o Governo da República. A dinâmica do sistema é por estes regularizada, coordenada cabendo, também, como em qualquer regime, o estabelecimento de limites à acção dos intervenientes no sistema, através nomeadamente dos Tribunais e, concretamente das forças policiais.

«O regime como forma de constrangimento na interacção política em todos os sistemas pode ser decomposto em três componentes: valores (objectivos e princípios), normas, e estrutura da autoridade»¹⁰¹. Especificando, os valores traduzem-se nos limites para a acção dos diversos intervenientes no sistema. São princípios de ordem social, cultural que condicionam os ditames formais que o sistema tem necessidade de produzir para direccionar e constranger a sua dinâmica. Refira-se a importância de valores genéricos como o de justiça, o do amor pátrio, o da igualdade de oportunidades. O ideal seria que os valores tivessem tradução formal nas normas, o que nem sempre sucede na prática.

¹⁰⁰David Easton, *A Systems Analysis of Political Life*, op. cit, p. 191.

¹⁰¹Idem, p. 193.

As normas traduzem-se especificamente no conjunto de trâmites legais que regulam a conduta dos intervenientes no sistema. Em termos eleitorais, o respeito pelas normas pode traduzir-se concretamente em factos tão simples de concretizar no Estado de Direito como o de aceitar a vitória do partido vencedor. Refira-se que as sanções que as normas prevêm para o seu não cumprimento são, por via de regra, formalmente previstas e aplicadas. Relativamente às sanções que o não respeito pelos valores pode trazer são sobretudo do foro social, da discriminação dos indivíduos relativamente ao julgamento dos demais. É o caso do indivíduo que consegue determinado emprego não pela competência mas pelo compadrio. A saber-se tal situação, o indivíduo é visto como protegido pelo patronato, colocando-se em causa, amiúde, a sua aptidão profissional. É o caso, também, do indivíduo que em tempo de guerra ao ser mobilizado para combater, não se envolve corajosamente nos confrontos. As sanções que os valores inspiram têm normalmente um cunho de exclusão do indivíduo, com custos psicossociais evidentes.

A estrutura da autoridade é o terceiro elemento referido relativamente ao regime. Compõe-se de elementos de ordem logística, como a tomada de decisões, o seu consenso e cumprimento. Estes factores são fundamentais como suporte da dinâmica que o Poder direcciona para o sistema. São estas decisões que podem constituir-se como fonte de apoios ao sistema. São entradas que o sistema permite e que são susceptíveis de legitimar a adesão dos intervenientes do sistema ou a sua oposição. Pela sua importância devem ser ponderadas de forma a suscitar apoio, já que se isso não acontecer pode não haver segunda oportunidade para que o grupo no Poder reponha o consenso da parte do sistema às suas decisões.

Além da comunidade política e do regime, também as **autoridades** podem ser fonte de apoio no sistema político. O conceito de autoridade que Easton delimita diz respeito especificamente ao Presidente da República, ao primeiro-ministro, aos Juizes, aos Administradores, entre outros. Por outras palavras, aquele autor refere-se aos cargos que são susceptíveis de eleição ou de nomeação política.

O Poder das autoridades que ocupam os cargos mais elevados do sistema, é por inerência, o mais abrangente e conseqüente em termos genéricos do funcionamento do sistema. Daqui podemos inferir uma distinção entre as autoridades, relativa àquelas com maior ou menor leque de matérias com intervenção no sistema. Elementos como juizes ou administradores têm grande protagonismo que se revela secundário em comparação com os primeiros. Os seus desígnios no funcionamento do sistema político são específicos e de âmbito de direcção mais restrito. No entanto, apesar de posicionada como menos conseqüente à liderança do dinamismo do sistema, a sua intervenção também é susceptível de auferir apoios.

Tão importantes como as exigências, os apoios devem de ser tomados em consideração não só pelo grupo que se encontra na sede do Poder, como também pelos que pretendem disputá-la. Os apoios permitem ter noção dos mecanismos, desempenhos, acções que são esperadas pelo Poder. É também da noção dos apoios que se constróem respostas adequadas às expectativas do sistema.

3. Os Recursos e a sua Importância na Persuasão

Cabe aos grupos que procuram conquistar ou manter o Poder, isto é, aos agentes de persuasão, fazer corresponder os recursos à satisfação das exigências. São aqueles que permitem responder às exigências. São os recursos, refreados pelas limitações, que fazem decidir face às exigências que são feitas, nomeadamente, a quem tem poder para tomar decisões, como seja a elite no Poder. É conveniente referir que a nossa definição de recursos inclui as limitações como mecanismos que os condicionam.

Na análise política, a metodologia sistémica designa por recursos as entradas do sistema correspondentes aos meios, que desencadeiam as acções que aquele implementa no seu processo de funcionamento. As limitações constituem-se como mecanismos de selecção das decisões do sistema. Neste sentido, Lapierre entende por recursos «tudo o que contribui para manter ou aumentar as possibilidades de acção do sistema, isto é, a variedade de decisões possíveis. Entendemos por limitações tudo o que tende a restringir essa variedade»¹⁰². Correlacionando exigências com recursos «o conjunto das exigências define o campo do desejável. O conjunto dos recursos e das limitações define o campo do possível»¹⁰³.

Os recursos são compostos quer por energia decorrente da acção dos agentes sobre si próprios ou sobre os meios, quer por informação propriamente dita, que é manuseada pelos primeiros. Lapierre distingue dois tipos de recursos no sistema político - são os recursos energéticos e os recursos informacionais¹⁰⁴. Sistematizando, ambas as vertentes, isto é, logística e de informação, são interdependentes, não sendo eficazes isoladamente. São estas

¹⁰²Lapierre, op. cit., p. 68.

¹⁰³Idem, p. 68.

¹⁰⁴Idem, p. 69.

que o Poder tem de saber ponderar e tornar eficaz como garante da satisfação de exigências, sob pena de ser substituído por outro grupo político.

Karl Deutsch, que salientou a importância do modelo cibernético, baseado na *Ciência da Comunicação e do Controlo* ¹⁰⁵, considera que a informação pode ser definida como uma «distribuição padronizada, ou relação padronizada entre acontecimentos» ¹⁰⁶. Este autor corrobora com a distinção de teóricos da Cibernética, como Norbert Wiener, que refere que «a engenharia do Poder transfere quantidades de energia eléctrica; a engenharia da comunicação transfere informação» ¹⁰⁷. A informação constitui-se um importante recurso para o sistema, já que esta permite como entrada concorrer para a intensificação de exigências ou dos apoios. Os recursos incluem a informação como uma condição que permite que as exigências sejam ou não satisfeitas. A satisfação de exigências como, por exemplo, a da desburocratização portuguesa pode passar pela correcta gestão informacional. Isto é, pode compreender um bom suporte informático que não exija informações cruzadas (isto é, obtidas por outros meios) ou excessivamente diligentes, sem qualquer pragmatismo.

É conveniente referir que os próprios recursos podem constituir-se como exigências, quando não são suficientes, ou, pelo contrário, ser alvo de apoio pela sua operacionalidade. Aqui detemo-nos na sua importância como uma terceira componente, que juntamente com as já referidas (as exigências e os apoios) se constitui como uma entrada do sistema. Além da informação, os recursos são constituídos pelas condições materiais, financeiras, humanas, tecnológicas, que condicionam o funcionamento do sistema. Os recursos humanos podem traduzir-se, por exemplo, nas características demográficas da população. No caso português, saliente-se que a actual taxa de substituição da população já não é suficiente para a sua renovação, situando-se em 1994 em cerca de 1,5 filhos por mulher¹⁰⁸. Desta forma, nota-se, à semelhança de outros países europeus (como o caso dos países nórdicos) uma tendência acentuada para o envelhecimento da população portuguesa. Esta situação leva a um funcionamento limite do sistema de segurança social, em particular o de atribuição de reformas condignas. Nota-se também abertura à emigração, sobretudo de provenientes de ex-colónias portuguesas, como Angola, Moçambique, Guiné e Cabo Verde que se ocupam de trabalhos que exigem, regra geral, pouca especialização. Relativamente a este problema o recurso que é a população torna-se uma limitação se considerarmos as suas características demográficas.

¹⁰⁵Cf. Karl Deutsch, *The Nerves of Government*, London, Collier Macmillan Publishers, 1966, p. 82.

¹⁰⁶Idem, p. 146.

¹⁰⁷Idem, p. 82.

¹⁰⁸Segundo INE/Departamento de Estatísticas Demográficas e Sociais. Sobre esta matéria ver Óscar Soares Barata, *Introdução à Demografia*.

Neste sentido, tomamos os factores demográficos como um recurso ou uma limitação intra-societal, quando pensamos nas características demográficas portuguesas, e como um recurso extra-societal, quando referimos os indivíduos provenientes das ex-colónias.

Os recursos constituem-se como mais um elemento que também deve ser tomado em consideração pela persuasão. Problemas como: que meios existem para fazer face a exigências específicas; que meios se constituem como eficazes para desencadear apoios ao sistema, são exemplos que condicionam a apresentação política de alternativas.

4. A Selecção das Entradas no Sistema Político

Easton designa como porteiros (*gatekeepers*) os indivíduos que permitem a tradução das necessidades em exigências, encaminhando depois estas até aos indivíduos e organismos com Poder para as satisfazer ¹⁰⁹. É o mesmo autor que refere que em democracia, pelo menos formalmente, cada pessoa torna-se o seu próprio conversor de necessidades em exigências ¹¹⁰. Cada necessidade só se transforma em exigência quando não é satisfeita no período aceitável para a sua consecução e quando após várias tentativas de satisfação da mesma, se verifica que o acesso é condicionado pelos mecanismos de selecção do sistema. Neste aspecto, recursos como as características da população podem funcionar como uma limitação. Por exemplo, a necessidade de entrar para o mercado de trabalho só se torna exigência quando a acessibilidade ao mesmo é constantemente dificultada.

Existem vários receptores de exigências com capacidade de resolução, que são todos os que estão inseridos no Poder, ou que de alguma forma têm capacidade de intervenção directa neste. Apontem-se os deputados das Assembleias Municipais, da Assembleia da República, todos os elementos que fazem parte das autoridades (desde os dignatários de cargos com destaque nacional até aos Administradores de organismos públicos ou de empresas), entre outros. A selecção das necessidades que leva a evidenciá-las como exigências é feita de *per si* de acordo com a sua própria natureza. No entanto, existem critérios de selecção genéricos. Têm estes a ver com o número de indivíduos abrangidos pela necessidade, pela actividade de pressão que estes exercem junto do Poder, com a selecção dos seus contactos, de forma a suscitarem interesse na conversão da sua necessidade em exigência junto dos indivíduos com mais potencialidades para o fazerem.

¹⁰⁹Cf. David Easton, *A Systems Analysis of Political Life*, op. cit., p. 88.

¹¹⁰Idem, p. 95.

O contexto intra ou extra-societal revela-se como elemento com alguma importância para condicionar a transformação das necessidades em exigências. Assim, a religião católica, através da estrutura que é a Igreja, tem tido influência em Portugal para que não se legalize a generalização do aborto. Esta é uma necessidade que determinados grupos (nomeadamente grupos de interesses, de onde se destacam alguns partidos) evidenciam como uma exigência fundamental. Neste sentido, o contexto extra-societal tem tido influência na entrada de informação que contrapõe a legalização do aborto como uma necessidade satisfeita em outros sistemas políticos (é o caso da Holanda ou dos países nórdicos, Finlândia e Suécia).

O contexto pode ter um efeito mobilizador de necessidades sendo que a sua transformação em exigências está submetida não apenas às decisões do Poder Político como também aos laços históricos, culturais, sociais profundos que o sistema possui. A solução em termos de persuasão não passa pelo comodismo de soluções, mas sobretudo pelo levantamento de problemas, de condicionalismos, de forma que as respostas sejam conformes e conciliadoras de vontades e, sobretudo, um pólo de coesão do sistema. Ajustar soluções aos problemas, quando há em consideração a unidade que é o sistema político, constitui-se como uma tarefa extremamente complexa quando se pretende um efeito persuasivo eficaz. Isto é, a persuasão política consequente implica coordenar mecanismos normativos de configuração do sistema com os seus condicionalismos intra e extra-contextuais.

«Uma decisão política responde, num dado momento às exigências entradas no sistema. Esta resposta mobiliza e utiliza certos recursos e é submetida a limitações que restringem as possibilidades de escolha» ¹¹¹. A selecção é feita de entre um rol de exigências face a condicionalismos onde os meios são pertinentes para a sua resolução. Como refere Lapierre «decidir é escolher». De entre exigências contrárias, complexas, urgentes o Poder tem de ponderar as resoluções mais pertinentes e aquelas cuja resposta possa ser compatível com os recursos a disponibilizar. O sistema político permite, assim, uma multiplicidade de entradas que se condicionam estabelecendo prioridades de resposta entre necessidades e hierarquias de urgência entre exigências. Cabe ao Poder identificar, ponderar as decisões que são mais consentâneas à dinâmica política. Ao fazê-lo pode corresponder às expectativas de resposta do sistema, implementando um conjunto de apoios que vão fortalecer a persuasão.

Quando as exigências não são correspondidas com decisões que o sistema considera ajustadas, os diversos grupos políticos com aspirações ao Poder podem evidenciá-las como desajustamentos à dinâmica do sistema e como incompatibilidades entre os problemas e as

¹¹¹Lapierre, *A Análise dos Sistemas Políticos*, op. cit., p. 117.

respostas do grupo na sede do Poder. Aqueles podem converter essas exigências em poderosos mecanismos de persuasão política, evidenciando respostas consentâneas à dinamização das entradas.

Segundo Lapierre o percurso das exigências que não foram filtradas inicialmente por qualquer estabelecimento de prioridades é complexo e nem sempre assegura que as exigências cheguem até ao Poder. Nesse percurso aquelas podem ser alvo de três processos: selecção, classificação por ordem de prioridade e combinação entre si ¹¹².

Relativamente à selecção refira-se que esta é feita através de um conjunto de mecanismos que vão desde a importância do próprio assunto, até à pressão que os interessados na exigência fazem junto dos elementos que podem levar as exigências a ter resposta. Neste último aspecto entenda-se também o compadrio que se revela muitas vezes acelerador dos mecanismos de decisão. Lembre-se algum hospital onde entre casos de espera para determinada intervenção cirúrgica é possível ultrapassar a fila de espera se se conseguir que a pessoa certa interceda junto do decisor apropriado. Nem todas as exigências bem como nem todos os apoios são susceptíveis de alcançar realce suficiente de forma a serem protagonizados pelos indivíduos com poder para os darem a conhecer. Em termos de exigências, refira-se que está previsto o direito de qualquer cidadão ou grupo de cidadãos de apresentar petições para apreciação no Plenário da Assembleia da República (art. 52º da C.R.P.), mediante as condições estabelecidas na Lei. Nos seus princípios legais, a selecção das exigências é feita de acordo com a sua funcionalidade para o sistema e, sobretudo, com a capacidade de acesso ao Poder ou aos mecanismos decisores. Refira-se também que em 1994 foi criada em Portugal a Comissão de Dados Pessoais Informatizados, sendo que se alguém suspeitar do uso dos seus dados sem o seu conhecimento pode fazer uma petição ou queixa (com ou sem provas) à Procuradoria Geral da República.

Relativamente à ordem de prioridades, esta é estabelecida pela importância das exigências, o que nem sempre é susceptível de ser claramente discernido. Como refere Karl Deutsch «se forem abertos muitos canais alternativos para poucas mensagens, o funcionamento da rede pode ser dificultado pela indecisão» ¹¹³. Em cada organização existem sectores que ponderam da importância, da urgência das exigências face à disponibilidade de recursos. É o caso da preparação da ordem de trabalhos que antecede reuniões em órgãos ou organismos importantes como sejam a Assembleia da República ou o Conselho Pedagógico de uma Universidade.

¹¹²Cf. Lapierre, op. cit., p. 121.

¹¹³Deutsch, *The Nerves of Government*, op. cit., p. 94.

Por último convém referir a combinação de exigências de forma a que se façam constar exigências que apresentadas isoladamente certamente não seriam alvo de decisão, pela sua diminuta importância. A combinação de exigências foi também identificada por Easton que refere que «a redução (de exigências) através da recolha e combinação ocorre continuamente como resultado da operação normal de haver vários canais na procura da rede de transmissão»¹¹⁴. Desta forma, aumenta-se a pertinência das exigências pelo maior número de interessados na sua resolução e pela maior quantidade de problemas para resolver. É também a defesa comum de exigências que permite a coesão reivindicativa que de outra forma limitaria-se a apontar exigências isoladas que nunca passariam da caixa de reclamações de alguma repartição pública.

Evidenciar exigências, ponderar meios e contar com os apoios, constituem momentos a analisar pelo processo persuasivo que os grupos políticos que pretendem concorrer à sede do Poder têm de ter em consideração. Como referimos, a persuasão, e nomeadamente, a propaganda é tanto mais eficaz quanto se pode imiscuir na dinâmica do sistema, não desprezando qualquer das componentes que o sistema realça constantemente. Desprezar os apoios que o Poder auferir é uma tarefa que os demais grupos partidários não podem perpetrar. Tê-los em consideração, não significa apenas evidenciá-los mas respeitá-los também, aprendendo que a sua adesão conquista-se pela pertinência de respostas. Os apoios indicam as soluções que funcionam e são constituídas pelos grupos que permitem que o Poder, qualquer que seja a sua sede, se exerça. Por outro lado, para o Poder é imperiosa a análise das exigências já que da sua massificação depende a inviabilização da recondução à sede do Poder.

C. As Saídas do Sistema e a Persuasão

Para efeitos de simplificação de análise, consideramos que o modelo sistémico constitui-se como o mais susceptível de operacionalizar a complexidade de interdependências dentro do sistema político. Como tal parece-nos que aquele modelo perspectiva-se como bastante pragmático ao permitir evidenciar a presença constante da persuasão como um indicador dos mecanismos mais consentâneas ao fluxo da interacção.

¹¹⁴Easton, *A Systems Analysis of Political Life*, op. cit., p. 133.

A complexização do funcionamento do sistema político assegura que a dinâmica deste produza saídas (*outputs*) cujas características são redimensionadas constantemente pelo ajustamento que as entradas impõem. As saídas do sistema constituem-se como o resultado, ou por outras palavras, como a ponta do processo de dinamização do sistema político. Correspondem a «transacções dentro do sistema ou entre o sistema e o seu ambiente» ¹¹⁵. São o conjunto de respostas que o Poder ou os candidatos ao seu exercício determinam, executam, fazem executar ou permitem.

Dentro das saídas como um todo, podemos distinguir duas categorias de análise: as decisões propriamente ditas e os resultados ou efeitos das decisões. As decisões constituem-se como normas, procedimentos, modelos de actuação. Podem evidenciar-se como respostas directas a algumas das exigências do sistema, sendo que a maioria são respostas que visam maximizar o funcionamento do sistema. As decisões são, por via de regra, resultado do levantamento das características do contexto intra e extra-societal, sendo em particular resposta a necessidades que o sistema dá a conhecer e que a sede do Poder não pode descurar, como um poderoso mecanismo de apoio ao sistema.

Easton distingue dois tipos de *outputs*: os *outputs das autoridades* e os *outputs associados*. Os primeiros resultam das decisões emanadas pelas autoridades e os segundos condicionados aos primeiros, resultam de entidades com Poder de formulação de *outputs* que não pertencem às autoridades ¹¹⁶. Exemplo de normas do primeiro são as Leis e do segundo temos os discursos de tomada de posse do Presidente da Assembleia da República (Easton apresenta como exemplo o da mensagem da União de Estado do Presidente do Congresso, nos Estados Unidos). A este grupo de saídas gostaríamos de acrescentar a indiferença que condicionada à dinâmica do sistema, em particular às entradas, se ajusta como um seu mecanismo que distingue alheamento ou vontade de manifestar descontentamento. Este elemento é manifesto sobretudo em momentos de sufrágio, vindo por isso temporalmente próximo ao mecanismo de propaganda política.

O cumprimento ou aplicação das decisões produz transformações no sistema político. Analisar o estado do sistema em todos os momentos e também neste, verificar do resultado das decisões em públicos específicos directa ou indirectamente por elas atingidos, deter-se sobre o alcance prático da decisão no sistema, constituem, entre outras, tarefas de quem se preocupa com a persuasão política. Por outras palavras, a persuasão procura respostas ajustadas ao funcionamento do sistema, estando, no entanto, condicionada aos limites

¹¹⁵Idem, p. 344.

¹¹⁶Idem, p. 359.

normativos, coercitivos, que o próprio sistema produz (através da elite no Poder). A persuasão política constitui, assim, um instrumento que tem de ser trabalhado continuamente de forma a renovar-se e a tornar-se, a cada momento, conseqüente, eficaz, mobilizador de potencialidades do sistema político.

Além das normas e valores, da indiferença, consideramos que a propaganda política faz parte também do conjunto de saídas do sistema. É que esta constitui um instrumento de persuasão cuja aplicação apenas se torna eficaz como parte da persuasão. A propaganda constitui-se como a consecução de estratégias, respostas, que um processo persuasivo permanente pôde determinar. Reservámos o III Capítulo para abordar especificamente a propaganda política, como importante categoria da persuasão.

1. As Decisões

As decisões do sistema abrangem as normas que se vinculam a um carácter obrigatório, universal. Como tal, as decisões compreendem as respostas específicas que o sistema produz, concebidas, direccionadas, implementadas pelas autoridades e cujo cumprimento é fiscalizado pelos mecanismos de controlo do sistema. Neste sentido, Easton refere que «nem todas as actividades políticas que têm conseqüências para um sistema ou mesmo para o seu ambiente são saídas».

As saídas são constituídas pela organização de *recursos* e *energias*, sendo que são «as autoridades que podem pelo menos formalmente mobilizar estas energias e recursos pela sua própria posição de autoridade»¹¹⁷. Prosseguindo, o mesmo autor considera que a elite político-económica apesar de conceber decisões com impacto em importantes partes do sistema não produz *political outputs*, isto é, saídas, nesta acepção do termo. Assim, é conveniente distinguir as autoridades políticas (governamentais, juizes, conselheiros, chefes do parlamento) daquelas que tendo Poder político-económico no sistema, não podem, contudo, produzir normas de carácter obrigatório geral. Assim, «as saídas são de facto um tipo especial de comportamento ou actividade política porque através delas pessoas que se ocupam dos papéis específicos de autoridade num sistema estão aptas para exercer algum controlo ou direcção sobre os membros do sistema»¹¹⁸.

¹¹⁷Idem, p. 349.

¹¹⁸Idem, p. 350.

O cumprimento das decisões que as autoridades emanam para o sistema político tem de ser fiscalizado. Segundo Lapierre esta actividade de controlo pode ser dividida em três componentes. Existem em primeiro lugar organizações especializadas na fiscalização do cumprimento das decisões que são dependentes directamente da Administração Pública e dos organismos judiciais. Outra vertente do cumprimento das decisões resulta do consentimento da população na sua aplicação. Por último existem os meios de coerção destinados aos indivíduos que se rebelam à aplicação das decisões ¹¹⁹. Este é um meio que qualquer sistema possui como garante da obediência ao Poder, como instrumento de garante da coesão de respostas aos mecanismos de funcionamento do sistema.

O aparelho de execução é constituído pelo conjunto de organismos de carácter público que se traduz, no caso do sistema político português, nos serviços que se incluem na Administração Pública e nos serviços do foro judicial. No primeiro caso apontem-se os Ministérios de onde emana uma quantidade de organismos, repartições, departamentos, serviços públicos cujas decisões estão submetidas à direcção das autoridades. Daqui sobressai uma legião de funcionários treinados permanentemente para resolver decisões que o sistema, em especial, a comunidade política, deve cumprir. Os serviços menos populares, isto é, menos susceptíveis de merecer apoios são, por via de regra, os que têm de fazer cumprir decisões de carácter tributário. No caso português lembre-se a Direcção Geral de Contribuições e Impostos, de onde dependem directamente as Repartições Públicas das Finanças e onde, durante os meses de Fevereiro até Maio, se deslocam os contribuintes para apresentarem a sua declaração de imposto sobre o rendimento das pessoas singulares ou colectivas (o conhecido IRS ou IRC). Relativamente aos organismos de carácter judicial refiram-se os que zelam pelo cumprimento de decisões e estabelecem coimas ao seu não cumprimento como é o caso dos Tribunais. A sua função vai além da vigilância do cumprimento sendo que não atinge propriamente a coerção do comportamento, determina os procedimentos legais previstos para o não cumprimento das decisões das autoridades.

A **obediência** traduz-se no conjunto de comportamentos da comunidade política conformes ao cumprimento das decisões que as autoridades prevêem sob a forma de obrigatoriedade relativas ao funcionamento do sistema. Neste sentido, é conveniente referir com Lapierre, que existem formas de reforçar a importância da obediência, que passam pelos elogios públicos a personalidades que se destacaram pelo seu cumprimento excepcional das decisões e pelo seu empenho no funcionamento do sistema. Por outro lado, pode promover-se através da publicidade o cumprimento das decisões que não acarretam punição legal. É o caso das

¹¹⁹Lapierre, op. cit., p. 176.

campanhas de determinadas autarquias para a preservação da limpeza das ruas, que além da promoção no local (com distribuição no local de panfletos), utilizam os meios de comunicação social. Lembre-se, no caso de Lisboa, o associar do corvo, animal ligado à simbologia da cidade, à campanha *Lisboa Cidade Limpa*. Neste sentido, há apelo cultural claro à mobilização do consentimento do sistema, em particular, da população que directamente usufrui daquele espaço determinado. Assim, a obediência nem sempre é consequência do receio de punição pelo não cumprimento das decisões, já que por vezes nem existe punição prevista. Sucede uma consciencialização da importância das decisões para o funcionamento do sistema, a qual pode ser esclarecida através de campanhas de sensibilização e simultaneamente motivada pelo uso de campanhas de promoção. Aqui mais uma vez a persuasão tem importância na sua vertente de fazer o levantamento das decisões pertinentes para o sistema, de forma a que as aquelas, vão de facto, de encontro às necessidades que o sistema evidencia no seu funcionamento.

Relativamente à **coerção** destaque-se a sua importância no funcionamento do sistema conforme com o cumprimento das decisões emanadas pela autoridade. Quando as decisões são formalmente determinadas em normas legais, o sistema prevê a coerção pelo seu não cumprimento, executada pelos chamados Agentes do Poder ou da Autoridade. Nestes destaquem-se, concretamente, no sistema político português, as Forças Policiais (dos mais diversos tipos como a Polícia de Segurança Pública, os Grupos de Operações Especiais, os Polícias do Serviço de Estrangeiros e Fronteiras, entre outros) ou as Forças Armadas.

Os mecanismos de coerção têm de traduzir, por um lado, o suporte das decisões das autoridades e, por outro, constituir forma de defesa dos interesses de protecção dos intervenientes no sistema. Esta complexidade revela os limites das forças de coerção que se devem pautar por um consenso intervencional que contraponha, por exemplo, normas como as de ordem pública e valores como o de liberdade de expressão.

A coerção pode ser exercida sobre os indivíduos que não cumpram regras internas (coerção exercida por exemplo pela Polícia). Pode ser exercida também sobre os indivíduos que pertencentes a outro sistema político pretendam violar as decisões, concretamente as normas internas do sistema relativas à entrada ou permanência no sistema político nacional. Estas funções de coerção são exercidas no sistema português por Forças como o Serviço de Estrangeiros e Fronteiras. Neste sentido refira-se que aquele (como outros sistemas que são alvo de imigração) tem tido dificuldade na aplicação de normas relativas à imigração ilegal, sobretudo da parte de indivíduos provenientes das ex-colónias portuguesas.

Este último tipo de coerção tem-se acentuado como directiva do Poder nos últimos anos em Portugal. As condições que permitem uma integração digna dos imigrantes são cada vez mais escassas levando a evidenciar fenómenos ligados à xenofobia. O sistema tem acentuado, gradualmente, sentimentos de rejeição a outros povos cuja diferença cultural, rática, habitacional é evidente e marginalizante (naquele último aspecto, lembrem-se os núcleos ilegais - vulgo «clandestinos»- de habitação).

Apesar de tudo, as medidas do Governo português, cumpridas pelo Ministério da Administração Interna, em particular pelos operacionais do Serviço de Estrangeiros e Fronteiras, têm trazido alguma polémica. A permanência em Portugal daqueles indivíduos está sujeita à apresentação de visto de residência, ou em caso de estadia temporária para tratamento médico, à autorização da Embaixada portuguesa. A permanência na situação de turista, está condicionada à apresentação de quantia monetária suficiente para o período em que o indivíduo intentar permanecer. Os casos de falsificação de documentos e de estadias ilegais são numerosos e detectados diariamente. Em Portugal são cerca de 160 mil os imigrantes africanos legalizados e estima-se em mais de 200 mil o número dos que permanecem ilegalmente em Portugal^{1 20}. Há limites legais cada vez mais rigorosos a definir os condicionalismos relativos à imigração.

Estando sobrepovoada, a Europa debate-se com problemas crescentes de desemprego. Este tem-se acentuado nas últimas décadas havendo, nomeadamente, com a entrada massiva das mulheres no mercado de trabalho (há cerca de quatro décadas) um agravamento da situação dos desempregados crónicos. Curiosamente, refira-se a importância que o problema da nacionalidade tem vindo a assumir. Como forma de fazer face àquele obstáculo e à inerente assumpção de direitos, os *alvos* imigratórios têm aproveitado a legislação da forma mais proveitosa. Em França a legislação relativa à aquisição de nacionalidade teve de ser alterada nos últimos anos. A sua letra previa que era francês todo o indivíduo que nascesse em França. Era elevado o grande número de grávidas que os voos *charters* da Argélia continham. Hoje em dia, a legislação consagra que adquire a nacionalidade francesa aquele que tendo um dos pais francês, tenha nascido naquele território. Verifica-se, por outro lado, a formação partidária e ideológica de forças anti-imigrantes, (nomeadamente, em França) que tentam opor a presença daqueles indivíduos à dinâmica social e económica.

¹²⁰Refira-se que o Decreto Lei 59/93 de 3 de Março discrimina as situações de estadia ilegal sendo que, à luz da sua aplicação, foram expulsos de território nacional, em 1993, 45 indivíduos. Dados do Ministério da Administração Interna, do Departamento de Imprensa do Serviço de Estrangeiros e Fronteiras.

Em Portugal, os limites da legislação que permitem a aquisição da nacionalidade através do casamento, têm permitido a ocorrência de casamentos sem consumação, sobretudo de jogadores dos países de Leste com portuguesas. O objectivo é a estada em Portugal de forma a cumprir os respectivos contratos sem sobressaltos. Desta forma, cada vez mais, verifica-se uma solução política para problemas que revestidos de um carácter notoriamente económico-social são, também, profundamente resultado do desenho político-ideológico de Estados que lutam pela estabilidade do sistema político.

Assim, um sistema político «mantém coordenadas as expectativas entre as pessoas que vivem submetidas a ele, e coordena uma grande parte do seu comportamento efectivo, por meio da colaboração e hábitos de submissão, que são reforçados por recompensas e penalidades»¹²¹. Mais uma vez cabe destacar o papel da persuasão no sucesso da tomada de decisões ajustadas ao funcionamento do sistema. Do sucesso destas, resulta o sucesso das autoridades como sendo pragmáticas no encontro de respostas alvo de apoio e que possam constituir-se como um permanente reforço das soluções.

2. Os Resultados das Decisões

As decisões tomadas podem tornar-se poderosos mecanismos de *retroacção* ao sistema, isto é, pontos de partida ou de contra-resposta, baseada no condicionamento e importância das decisões tomadas. Refira-se que a retroacção pode produzir efeitos não apenas no próprio sistema político como também nos sistemas que com este se interrelacionam.

A complexidade do funcionamento do sistema político permite evidenciar a influência das saídas do sistema nas suas próprias entradas, e de forma mais ampla, no próprio contexto, havendo pois o referido efeito de retroacção sobre o próprio sistema. É neste sentido que as entradas no sistema, em particular as exigências e os apoios fornecem *feedback* ou contra-resposta sobre a importância, funcionalidade, ajustamento das decisões, que o sistema produziu. Assim, é conveniente distinguir entre *outputs* e *outcomes* (resultados), já que estes são o seu «efeito directo ou mais próximo e devem ser considerados como uma sua parte integrante»¹²².

Através do modelo sistémico podemos apreender a importância da adaptação de uma unidade que procura a homeostase, como é o caso do sistema político. Isto é, o sistema

¹²¹Deutsch, *Política e Governo*, op. cit., p. 159.

¹²²Easton, *A Systems Analysis of Political Life*, op. cit., p. 351.

político procura o equilíbrio das suas funções, componentes, funcionamento, processo que empreende como função vital de adaptação ao meio, por outras palavras, de ajustamento às características das suas componentes. A persuasão pode funcionar como um importante mecanismo de condução das respostas do sistema já que este vai revelando através do processo de aprendizagem as soluções que entende como mais ajustadas ao seu funcionamento.

É neste sentido que se criam organismos dependentes das autoridades para testar a aplicabilidade das saídas, das decisões que o sistema implementa e que vão ajustar-se ao contexto intra ou extra-societal podendo vir a constituir-se como importantes apoios ou como ponto de alteração, transformando-se em exigências. Tal não impede que os mecanismos normativos e de coerção actuem, já que a existência de soluções e regras, pressupõe o seu cumprimento e controlo. Neste contexto refira-se o caso de determinada actuação do Instituto de Inovação Educacional dependente do Ministério da Educação, que pela natureza da sua área é sempre dos mais polémicos e contestados (juntamente com o Ministério da Saúde e das Finanças). Para testar a eficácia e promover o acompanhamento da Reforma introduzida na educação, aquele organismo tem uma das suas funções primordiais, testar a adequação das decisões das autoridades em matéria da reforma educacional.

Além dos resultados das decisões no sistema, existem efeitos secundários que se podem produzir. Estes foram identificados como *repercussões* por Robert Page ¹²³. Assim, uma das consequências da norma constitucional portuguesa da igualdade de oportunidades foi a intensificação gradual da valorização das mulheres em termos profissionais. Consequentemente, ficou mais facilitado o seu desenvolvimento de carreira e o acesso a cargos de chefia. Esta situação pôde trazer como *repercussões* a diminuição de filhos por casal ou a independência financeira e, *latu sensu*, económica para a sustentação de famílias monoparentais (salientando-se aqui a família constituída por mãe e filho ou filhos).

3. O Retorno das Respostas às Autoridades e a Importância da Informação

O que designamos por contra-resposta, ou retroacção, significa «uma rede de comunicações que produz acção a uma entrada de informação, e inclui os resultados da sua própria acção na nova informação através da qual modifica o comportamento subsequente» ¹²⁴. Refira-se

¹²³Cf. Robert Page, *L'Inégalité des Systèmes d'Enterprise à Differents Niveux et leur Interaction*, 1967, cit. in Lapierre, op. cit., p. 204.

¹²⁴Deutsch, *The Nerves of Government*, op. cit., p. 88.

que as decisões do Poder constituem-se como um mecanismo susceptível de levar à acumulação de exigências, se não há uma ponderação exacta do alcance, dos recursos, do ajustamento entre as decisões e a receptividade do sistema político. Essa ponderação teria evitado acontecimentos como os que se passaram em Outubro de 1994 em Portugal na Ponte 25 de Abril, que se traduziram no bloqueamento do trânsito na mesma através de uma primeira frente de veículos pesados (assíduos utilizadores da Ponte, alguns deles várias vezes ao dia) a que se juntavam veículos ligeiros e motociclos. A decisão do aumento da portagem para cerca do dobro, foi contraposta com a exigência de abolição completa da portagem. A decisão teve de ser reformulada para limites de aumento menores, que entraram em vigor apenas depois de um mês de passagem gratuita na ponte, com o objectivo de acalmar ânimos. Esta decisão trouxe ainda como repercussões a questão de se qualificar o pagamento da portagem como um imposto ou como uma taxa, o que no primeiro caso seria ilegal e levou mesmo ao aprofundamento do problema no sentido de evidenciar que a irregularidade da situação era única na Europa: esta seria a única ponte cuja travessia estava sujeita a pagamento. Ao decidir-se por um aumento substancial da portagem, o Poder sujeitou-se quase a ter de tomar a decisão contrária da sua abolição completa. A necessidade de *recursos* (financeiros), nomeadamente, para fazer face a despesas de manutenção da própria ponte constituíram motivos que fundamentaram a decisão do aumento da portagem. Saber dosear a recolha de recursos constitui-se como uma prioridade ao funcionamento do sistema, no sentido de as decisões tomadas constituírem-se como, de facto, mobilizadoras e eficazes à sua dinâmica.

«Os governos, tal como os bancos, baseiam as suas operações no facto de que as expectativas populares favoráveis a eles(...) são altamente coordenadas, (...) enquanto as expectativas opostas (...) são usualmente altamente descoordenadas (...)»¹²⁵. O Poder pode contar com este mecanismo que mantém, por via de regra, a estabilidade do sistema, baseando-se na credibilidade das acções passadas daquele, mesmo quando as exigências se exacerbam em determinadas alturas. Esta actuação deve ser maximizada através do levantamento prévio, rigoroso, bem ponderado em estudos de opinião, em visitas das autoridades às populações alvo de decisões importantes e pouco *populares* (como seja o aumento de tributos). Esta é uma componente persuasiva fundamental à manutenção da obediência às autoridades, à estabilidade do sistema. A complexidade da direcção de um sistema político permite também evidenciar a aprendizagem como um mecanismo que permite consolidar permanentemente as opções de resposta mais consentâneas da parte do Poder na direcção do sistema político e definir a actuação dos mecanismos de coerção do sistema.

¹²⁵Idem, p. 121.

Assim, sendo o objectivo do Poder, manter-se, aquele deve procurar usar os mecanismos de persuasão como um reforço da sua legitimidade.

Quando o sistema concebe como desajustadas as exigências manifesta-o através das mais variadas formas: petições, manifestações, greves... Por seu lado, os apoios não podem ser medidos por manifestações públicas de agrado. O que o Poder pode reconhecer como um sinal de aprovação é o consentimento no cumprimento das decisões, a estabilidade no funcionamento do sistema. Quando as saídas do sistema são ajustadas, o sistema limita-se a fazê-las cumprir e a renovar a liderança às autoridades. Assim, a persuasão não deve ser encarada como a tentativa de oferecer programas de soluções ao sistema político. A persuasão constitui-se como uma análise constante do dinamismo do sistema.

A liderança política consiste na adequação das respostas mais consentâneas ao devir do sistema mas, também, na correcção das decisões que o sistema caduca pela sua falta de pragmatismo. Este é o importante processo que Easton designa de «persistência através da mudança». «Se a informação de retorno é minimamente efectiva, contudo, isso não deve incapacitar as autoridades para estimar a sua distância dos seus objectivos mas deve também sugerir o tipo de acções correctivas que podem ser necessárias para manter um nível mínimo de suporte» ¹²⁶.

Sucedo constantemente um processo de retorno das respostas do sistema às autoridades. Como refere Easton «é em virtude do papel que a informação de retorno (*information feedback*) tem num sistema (...) que as autoridades possuem os meios essenciais para moldar e formar objectivos em ordem para procurar cobrir o *stress* inerente à queda de apoio» ¹²⁷. Este mecanismo de informação funciona como um estabilizador de objectivos, permitindo reforçar estratégias de liderança à medida que as reacções se vão fazendo sentir. Há, pois, uma circulação de informação que segue entre a comunidade política e as autoridades. Neste processo, os meios de comunicação social têm normalmente um efeito de coesão sobre as posições contra ou a favor que se estabelecem. Neste processo, podem intervir grupos de interesses como os partidos, os grupos de pressão, os quais podem procurar acelerar a definição ou redefinição de respostas da parte do Poder.

A informação é o mecanismo chave da técnica de propaganda. Por um lado, a informação é determinada pela persuasão constante que os partidos empreendem no sistema. Face a isso, a propaganda tem de fazer valer determinada coerência estratégica política e ideológica. Por

¹²⁶Easton, *A Systems Analysis of Political Life*, op. cit., p. 430.

¹²⁷Idem, p. 366.

outro lado, a propaganda tem nos meios de comunicação social uma das soluções vitais do sucesso dos seus objectivos de fazer aceder ao Poder os seus mentores. Este sucesso pode ser fruto do trabalho permanente de estudo do estado do sistema. A corroborar o sucesso desta técnica está a capacidade de representação do papel do líder partidário, bem como o da adequação estratégica das mensagens ao contexto do sistema político.

A troca de informação estabelece-se como o factor fundamental de ajustamento de decisões. É neste sentido que o Poder se pode demonstrar como estrategico e como dinamizador fundamental, onde a justaposição e interpenetração de vontades acaba por conduzir o Poder à própria libertação do sistema. A liberdade implica responsabilidade, capacidade de discernimento, de opção, e a faculdade de opinar pelo ajustamento de decisões que fortaleçam a capacidade da elite no Poder.

III- A PROPAGANDA

A. Sobre a Propaganda Política

Tentar ou manter a sede do Poder é ter soluções políticas e sobretudo conseguir obter do eleitorado a adesão a estas. Por outras palavras, primordial à concepção de estratégias políticas, partidárias, com objectivos de liderança de um Estado, é a capacidade técnica (suportada na teoria da persuasão) de fazer aceitar pela sociedade civil o projecto de gestão do sistema político. Esta capacidade técnica traduz-se fundamentalmente na aplicação da propaganda.

Considera-se que a palavra propaganda remonta a 1622, altura em que o Papa Gregório XV institui a *Sacra Congregatio de Propaganda Fide* (Congregação para a Propaganda da Fé), pela bula Papal *Inscrutabili Divine*. Com Clemente VIII aquela passa a ter carácter permanente. Inicialmente, pretendia-se criar um instrumento de auxílio na Contra-Reforma. Superintender e promover o trabalho de missionação da Igreja Católica acabaria por ser o objectivo fundamental daquela Congregação.

A propaganda deve constituir-se como a etapa última de transmissão da estratégia política. Aquela corresponde à sua comunicação propriamente dita. Por outras palavras, a propaganda traduz a adequação mediática da estratégia política para o concurso à sede do Poder. Deste processo sobressaem diversos elementos, de entre os quais a interpretação do papel principal. Este cabe ao líder partidário (o caso, por exemplo, das eleições legislativas) ou ao indivíduo seleccionado para candidato a determinado cargo político. Além de um bom intérprete, a mensagem política, tem de ser adequada às expectativas do sistema. Esse é o trabalho mais aprofundado de persuasão que o partido ou coligação política desenvolve permanentemente. Neste sentido, apresentaremos também, exemplos relacionados com a análise que se enquadram especificamente (a quase totalidade) na actual conjuntura portuguesa. Na perspectiva de análise sistémica, integramos a propaganda no conjunto de saídas do sistema político. Constitui-se como um resultado que a persuasão ajudou a definir através da auscultação permanente do estado do sistema. Por outras palavras, da persuasão faz parte, também, o instrumento de comunicação que é a propaganda política. Esta pretende dar a conhecer soluções, rostos políticos, de forma a que estes sejam aceites e eleitos pelo sistema como bons ocupantes da sede do Poder. Este terceiro capítulo deter-se-á, pois, no estudo da propaganda como a fase final de um processo - o processo de persuasão - que o sistema político constantemente alimenta.

As suas técnicas têm que possibilitar que a mensagem seja consequente, que seja apoiada pelo sistema ou pela parte do sistema a que destina. Sendo o eleitorado o decisor real da selecção da liderança na sede do Poder é, no entanto, a sociedade civil como um todo (tenha ou não decisão de voto) que está implicada na reacção eleitoral. Curiosamente refira-se que importante parte dos elementos que participam em acções de carácter propagandístico (por exemplo: caravanas eleitorais, distribuição de informação...) são jovens que ainda não têm idade para votar e cuja opção partidária influencia e é influenciada pela família e amigos.

As forças políticas apenas podem aspirar à conquista do Poder ou dos processos de decisão usando a propaganda, se estiverem aptas para poder compreender o funcionamento do sistema político e oferecer soluções à sua dinamização. Assim, aliada à propaganda de mensagens, existe o constante trabalho de reconhecimento (com carácter persuasivo) do sistema político. A propaganda não pode constituir-se como uma técnica de influência (e não digo persuasão) isolada de um esforço contínuo desenvolvido pelo grupo partidário. É este esforço que permite que aquela técnica se ajuste às entradas e saídas que o sistema constantemente movimenta, redimensiona, estando ela própria integrada nas saídas, nas respostas, na tentativa de direcção desse sistema.

Segundo Joseph Roucek, «propaganda é o esforço deliberado para controlar o comportamento e relações dos grupos sociais através do uso de métodos que afectam os sentimentos e atitudes dos indivíduos que compõem os grupos»¹²⁸. Assim, as técnicas de propaganda, nomeadamente, quando temos a construção da mensagem em consideração, têm necessidade de pragmatizar os princípios que as Ciências Sociais sistematizam. Na propaganda verifica-se, cada vez mais, a preocupação de operacionalizar conceitos como motivação, subconsciente, meio social, simbolismo. Curiosamente Jacques Ellul afirma que «a propaganda estalinista foi em grande medida fundada sob a teoria de Pavlov de reflexo condicionado. A propaganda hitleriana foi em grande medida fundada na teoria de Freud do recalçamento e da libido»¹²⁹. Em 1945, Freud começa a ser aplicado pelos publicitários. Fazem-se estudos de motivações. Procura-se o simbolismo sexual depositado nos objectos do dia-a-dia. Paralelamente, pretende-se saber da relação entre o dar o apoio ou o voto a determinado candidato e a satisfação inconsciente de desejos recalcados. Seria curioso noutro âmbito (o da psicologia política) aprofundar a importância do princípio de Freud da «repressão das pulsões como factor de progresso da civilização» e a sua relação com a propaganda e a selecção de voto.

¹²⁸Joseph Roucek, *Social Control* (1956), New York, D. Van Nostrand Company, p. 408.

¹²⁹Jacques Ellul, *Propagandes*, cit. in Charlot, Monica, *La Persuasion Politique*, Paris, Librairie Armand Collin, 1970, p.17.

A propaganda constitui-se como uma técnica que tem como objectivo fundamental o da conquista do Poder ou dos processos de decisão, recorrendo ao uso de técnicas que salientam não apenas as soluções da força política em causa, como também denigrem as demais forças políticas. A propaganda política promove a circulação de mensagens suportadas num mecanismo de persuasão que permite fazer o levantamento constante do estado do sistema político. Lasswell considera que «a propaganda, quando tem êxito, manipula astuciosamente a agressividade, a culpa, a fraqueza e a afeição»¹³⁰. Na esteira de Freud, Lasswell, considera importantes na propaganda os mecanismos de recalçamento e os impulsos de destruição. Assim, a propaganda costuma promover-se por contraposição a um ou mais adversários políticos. O mecanismo de projecção dos seus próprios sentimentos é transposto para os outros (os adversários). Atribuem-se a estes as emoções que se sentem. A projecção resolve dificuldades emocionais e assim os outros são considerados como malévolos e destrutivos. Por outro lado, segundo Lasswell, em vez de ocultar os ódios, ou fomentar sentimentos de culpa, há tendência para os exteriorizar, o mesmo se passando com a fraqueza. O medo é também projectado, passando a ser os próprios os mais fortes, os vencedores. Da necessidade de união por um objectivo ideal, sobressai a solidariedade, o respeito e o amor que é canalizado para a nação, símbolo «infinitamente protector e indulgente, poderoso e sábio»¹³¹.

Refira-se um estudo pioneiro realizado por Hayworth, em 1930, na área da propaganda, com uso da técnica de análise de conteúdo. De uma amostra de 145 discursos feitos em campanhas presidenciais de 1884 a 1920, descobriu-se que 40% destes continham apelos à coesão de classe, 25% continham apelo à lealdade ao partido. Em média os discursos continham mais mensagens de ataque à oposição do que levantamento das vantagens e planos da própria força política¹³². Neste âmbito, chame-se a atenção para a importância das regras da contrapropaganda. Estas são tanto ou mais incisivas no processo de propaganda das diversas forças políticas do que as regras da propaganda. A estas nos referiremos com pormenor mais adiante, em particular aos contributos de Domenach e de José Júlio Gonçalves.

Convém referir que de acordo com este último autor e na esteira de Jean-Marie Domenach, «a propaganda política pode tipificar-se mais ou menos conforme a óptica de quem a analisa e

¹³⁰Harold Lasswell, *Política Quem Ganha O Quê, Quando, Como* (1936), Brasília, Editora Universidade de Brasília, 1984, p. 36.

¹³¹Idem, p. 37.

¹³²Hayworth, in B. Berelson, *Content Analysis in Communication Research* (1952), New York, The Free Press, 1971, p. 72.

procura compreender. Quanto a nós parece-nos que ela poderá dizer-se dos seguintes tipos: propaganda de tipo leninista ou comunista, propaganda de tipo hitleriano ou fascista e propaganda de tipo democrático»¹³³. Cada um destes tipos de propaganda salienta-se dos outros pelo uso mais acentuado de determinados procedimentos. Neste sentido, gostaríamos de traçar brevemente algumas distinções nestes tipos de propaganda. O primeiro tipo de propaganda, a comunista, socorre-se de Marx e Lenine, recorrendo com frequência à chamada revelação política, isto é, ao uso de guerras, greves, escândalos como forma de contrapropaganda. Os seus *slogans* promovem palavras de ordem de carácter revolucionário. Quanto à propaganda de tipo fascista, convém referir que se demarca da de tipo comunista, nomeadamente pelo uso das palavras de ordem. Enquanto a primeira recorre ao racional e ao real (*slogans* como «Pão, Paz e Liberdade»), esta última utiliza o mito, a profecia (Lembre-se o *slogan* hitleriano «Quando chegarmos ao Poder, cada mulher terá o seu marido»). Os mitos, a repetição, as emoções associadas à necessidade de união, de coesão, alcançavam o seu seguimento massivo, automático, não questionado. Quanto à propaganda de tipo democrático, saliente-se a necessidade de promoção de ideais que primam pela justiça, solidariedade, moralidade, destacando-se abertamente contra as posições extremas protagonizadas pelos tipos comunista e fascista de propaganda. Através da abertura à crítica múltipla dos concorrentes ao exercício do Poder Político, este tipo de propaganda está sujeito constantemente ao enfraquecimento dos seus esforços o que exige cuidado redobrado na defesa e actuação dentro do sistema político.

É a troca de informações, opiniões, de comunicação de uma forma alargada, é o uso da persuasão que suporta a «esgrima verbal» que os candidatos à conquista ou à manutenção do Poder evidenciam. Por outras palavras, é a comunicação que está subjacente à ocupação da sede do Poder. A comunicação manifesta-se na auscultação das necessidades, exigências, apoios da sociedade civil, manifesta-se nos debates televisivos ou radiofónicos que os candidatos ao Poder empreendem, manifesta-se nas entrevistas que estes dão aos jornais, etc. Os políticos sabem que os seus objectivos de Poder estão, em grande medida, dependentes da capacidade de comunicação que evidenciarem perante o sistema. A conquista do Poder exige que se aliem soluções políticas adequadas à sua transmissão ao público, em particular às expectativas que este tem da comunicação política. Como outros papéis também, e sobretudo, o papel ou a representação política exige aprendizagem, adequação das mensagens, adequação da aparência do candidato. Esta representação é mais fácil a um actor (como tem havido alguns políticos, de entre os quais o mais célebre é Reagan). Não sendo a maioria dos políticos actores, a solução passa pela aprendizagem da representação do papel,

¹³³ José Júlio Gonçalves, *Técnicas de Propaganda Elites, Quadros e Outros Estudos*, Lisboa, Junta de Investigações do Ultramar, 1961, p. 22.

com os «acessores de imagem», ou os com os «cursos de comunicação intensivos», ministrados, nomeadamente, por alguns actores.

O desempenho de cada papel na vida exige não apenas instinto, mas também e sobretudo aprendizagem, como forma de melhorar a sua representação. É o caso do papel de mãe, pai, chefe, subordinado, etc. Desta forma, o sucesso da comunicação passa pela importância da mensagem, do programa, da estratégia política e também pela sua transmissão adequada, de onde se salienta o desempenho, a representação do político. Usando a *fórmula* de Harold Lasswell adequada à comunicação, o sucesso desta depende do cuidado dispensado aos diversos elementos daquele processo. Além dos elementos já referidos que são *quem* e *o quê*, temos também *por quê*, *quando*, *como* e *onde*, que lhe estão implícitos. Neste sentido, existe um conjunto de elementos que é conveniente adequar e organizar em cada estratégia de propaganda. Saliente-se o personagem principal, a mensagem e os meios de comunicação.

B. Schwartzberg e o Personagem Principal: Tipos de Personagem

Ainda hoje em dia, as ideias políticas são associadas a rostos e aceites, ridicularizadas, temidas ou queridas, amiúde, conforme o desempenho do seu intérprete principal. Representar este papel requer versatilidade na adaptação aos mais diversos públicos do sistema. É que o produto (neste caso entendemos discurso mais candidato) tem de seguir estratégia semelhante à de produtos de consumo massivo, como a conhecida bebida *Coca-Cola*. Isto é, tem de destinar-se a todos, independentemente da sua idade, sexo, posição social, nível de rendimento, habilitações... Por outro lado, em termos gerais é esperado do sistema que aquela seja uma representação global, que pretenda agradar e ter resposta para todas as áreas genéricas da sua competência, conforme o âmbito e funções da sede do Poder a que se candidata (seja para a Presidência de uma Câmara, seja para a Presidência da República ou para chefiar um Governo).

Cumprir referir que a nossa análise do personagem principal incide sobre o protagonismo da liderança por si só, independentemente do cargo a que se candidata o líder ou do tipo de eleições. Teremos em consideração que em qualquer tipo de candidatura existe sempre uma liderança com mais ou menos acervo. Sendo esta de importância decisiva na estratégia do grupo partidário e no próprio desempenho deste em termos eleitorais, isolaremos, assim, a liderança como uma categoria de análise. Cada vez mais, mesmo em estratégias eleitoralistas de promoção partidária (e não de um personagem, como no caso das Eleições para a Assembleia da República) a liderança destaca-se nas aparições e debates públicos. Neste

sentido, daremos exemplos em que se tentará abarcar tipos diversos de situações de candidatura política.

O teórico do *Estado Espectáculo*, Schwartzberg refere que «a política, outrora, era ideias. Hoje, é pessoas. Ou melhor, personagens. Pois cada dirigente parece escolher um emprego e desempenhar um papel. Como num espectáculo. (...) Antigamente, o Poder era quase anónimo. Assim, começou a democracia»¹³⁴. A nossa análise pretende demonstrar que a política como qualquer outra área de actividade humana tem inerente normas, procedimentos e representação de papéis. Integrada no sistema social e acompanhando a evolução da tecnologia, das potencialidades dos meios de comunicação, tal como o jornalismo, o entretenimento, faz uso das potencialidades da sua época. Outras épocas como a actual, usaram o que ao seu dispor havia, para a conquista do Poder. Assim, a análise da propaganda deve ser apreciada, inserida no contexto que o sistema político lhe proporciona.

O esforço no sentido da melhoria da representação que cada candidato empreende é legítimo, democrático, desejado. Cada sistema político produz as suas soluções, sendo que as aniquila quando delas não necessita. À semelhança da representação que cada indivíduo empreende ao longo do seu dia: de pai, marido, profissional, onde se lhe exige o melhor desempenho, também a representação política deve ser cultivada. De facto, o sistema exige-o e elege os melhores argumentos e representações, facultando-lhes a sede do Poder. Se o grupo vencedor dirigiu as atenções, também os seus concorrentes o fizeram. É esta mobilidade na competição que liberta permanentemente o sistema político e lhe aufere apenas os produtos que este entende conjunturalmente ajustados. Assim, a análise da conquista da sede do Poder não pode ser empreendida genericamente em termos quer espaciais quer temporais. É neste sentido, que repetimos mais uma vez que os exemplos que apresentamos são retirados, maioritariamente, do actual contexto político português.

Diz-se que «no amor e na guerra vale tudo». Esta máxima é também válida para a conquista do Poder, no sentido em que é legítimo que em cada época os candidatos ao Poder utilizem os meios legais e os meios tecnológicos que a própria sociedade permite. Desde que há organização social humana há tentativas de organização política, há hierarquia, há Poder, há tentativas de ocupar a sua sede e nem sempre a ocupação da sede do Poder foi tão consensual para o sistema político como hoje em dia. Neste sentido, a tentativa de conquista do Poder sempre foi carregada de empenhamento, de motivação, de adequação às potencialidades tecnológicas, sociais, culturais do sistema. Cada sistema produz as

¹³⁴Schwartzberg, *O Estado Espectáculo* (1977), São Paulo, Difel 1978, p.1.

representações políticas dos seus candidatos a líderes, aclama-as, reforça-as ou declina-as. O sistema é imperativo nas regras do jogo político. Este é um processo bilateral, já que nenhuma influência de propaganda se pode exercer fora ou à margem das regras do sistema. Os moldes da representação dos políticos procuram ser aqueles que o público do sistema aclama.

Pelo uso imperioso de divulgação da sua imagem ao sistema político através dos meios de comunicação, também os candidatos devem ter os mesmos cuidados de todos os que se posicionam como suas figuras principais. A utilização de um meio, qualquer que ele seja, exige a tentativa de aproveitamento máximo das suas potencialidades. Se isso faz dele vedeta da televisão melhor, no entanto, o seu objectivo é sempre o da conquista do Poder. Neste sentido, só um bom actor, um bom representante do seu papel de político, merece ser distinguido pelo sistema e liderá-lo, sendo que cabe ao sistema a última palavra, na condução ou recondução do partido ou coligação, à sede do Poder.

A importância do candidato a líder é destacada frequentemente através da propaganda que conta histórias de vida nos jornais sobretudo, mas também na televisão, recorrendo à «imagem do álbum», isto é às fotos de família. É o caso do artigo publicado sobre Basílio Horta por altura da sua candidatura à Presidência da República em 1991. Intitulava-se «As Diabruras de Basílio» e mereceu capa da revista do jornal «Expresso» (28 de Dezembro de 1990). Este tipo de artigo apela à emoção, através da revelação de pormenores de vida, das suas etapas principais desde o nascimento, a escola, a Universidade, as namoradas, o casamento, a política. Também Jorge Sampaio recorreu a estratagemas semelhantes com a publicação da história da sua vida no mesmo jornal, por altura da sua candidatura à Câmara Municipal de Lisboa, em Dezembro de 1993. Mesmo que as eleições se destinem à assumpção do Poder da parte de um grupo político, este tem sempre um líder ou um representante principal do partido ou coligação (que, em determinadas eleições são uma e a mesma pessoa). Desta forma, a propaganda eleitoral não pode nunca descurar da importância da representação deste, sendo que é, amiúde, a sua interpretação que condiciona as atenções do eleitorado e a conquista da sede do Poder. Como refere Schwartzberg, «a *star* é tudo. O resto não é nada. Nada, isto é, figurantes, relegados para o segundo plano»¹³⁵. A estratégia de propaganda não pode descurar os demais intervenientes no processo de persuasão. No entanto, é a representação do líder ou, como num espectáculo, o desempenho da figura principal, que entre os vários *actores*, dimensiona o êxito da propaganda. Nem todos os implicados na conquista da sede do Poder podem destacar-se, em termos de

¹³⁵Schwartzberg, *O Estado Espectáculo*, op. cit., p. 8.

comunicação social ou de contacto com o público. Os papéis secundários podem canalizar apoios ao líder ou ao partido. Além da importância política e ideológica do partido que por si só condiciona a selecção de voto, há o papel da estratégia partidária e do programa político. Qualquer destes três vectores constituem-se também como pontos estratégicos cujos contornos condicionam seriamente a conquista da sede do Poder.

A actuação dos líderes é constantemente analisada, comparada, contestada, aprovada pelo público. Neste sentido, o cuidado na sua actuação deve de ser constante, já que permanentemente é posto à prova. Representando um papel público, em qualquer momento o líder pode ser alvo de avaliação (em momentos de contacto com as massas ou em momentos da sua vida privada). A representação daquele papel exige um desempenho que é susceptível de ser constantemente medido. O tipo de personagem e de actuação política podem ser aperfeiçoados mas devem ser sempre suficientemente genuínos para que essa representação não se contradiga, qualquer que seja o momento de observação.

Qualquer que seja o tipo de representação há um estratagema de persuasão que todos têm presente na sua representação com mais ou menos acervo. Procura-se oferecer o sonho, que pode aparecer sob a forma de promessas aos problemas, que um constante levantamento do estado do sistema permite desvendar. Estas são respostas que vão de encontro às expectativas, baseadas nos mecanismos de persuasão psicossociológicos. Por outro lado, existe o sonho traduzido no prosseguimento de ideais genéricos. «Um nível de vida melhor» (para os portugueses ou para os lisboetas) oferecem todos os candidatos. «Aumentar a qualidade de vida», «Aspirar a um modo de vida melhor, justo» são outras promessas de sonho, suficientemente vagas para permitirem os enquadramentos específicos que cada indivíduo procura. Como refere Schwartzberg «este fazedor de espectáculo é igualmente um provedor de sonhos, como se ao Poder coubesse desempenhar uma função onírica. 'Sem visão o povo perece', garante a Bíblia»¹³⁶. Os ideais ou os objectivos, ainda que vagos, com que os políticos acenam, são suficientemente fortes para mobilizar a acção, a adesão. Aliás uma parte significativa do discurso de propaganda que o líder oferece é constituída por promessas. De facto, não há forma de testar da operacionalidade dos objectivos defendidos nem dos meios disponíveis. Assim, substancialmente, é o ideal interligado com a credibilidade das massas que permite a adesão. É neste sentido, que o papel do líder se destaca: ele tem de ser suficientemente bom comunicador para provocar a adesão não apenas à sua imagem, como à credibilidade do seu discurso.

¹³⁶Idem, p. 15.

Podemos distinguir várias tipologias de representação política consoante a maioria dos traços de actuação do personagem principal. Segundo Swchartzenberg existe um ciclo de representações políticas que é o seguinte: ao herói sucede o homem vulgar, que é seguido pelo líder charmoso, que é deposto pelo patriarca ¹³⁷. Teríamos tido, segundo o mesmo autor esta sequência nos Estados Unidos com as seguintes personalidades: Roosevelt, Truman e Eisenhower (como *common men*), Kennedy e Johnson. Apesar de não pretendermos empreender a aplicação desta sequência, gostaríamos de corroborar com aquele autor a existência de tipologias de comportamento aliadas a características físicas (beleza por exemplo), à idade, ao passado político do líder que o vocacionam para determinado tipo de desempenho político. Além de se poder e dever abrilhantar a imagem do líder, esta deve destacar duas componentes. Por um lado, as suas características conhecidas do público e por outro, deve realçar as particularidades que o próprio entende poder evidenciar permanentemente, com naturalidade, sem esforço, como em todos os papéis da vida que se pretende desempenhar bem.

1. O Herói

O **herói** corresponde ao homem excepcional caracterizado nos primórdios por extrema destreza e força física, pela sagacidade, pela experiência, pela capacidade de construir as soluções que podem alterar o rumo nefasto dos acontecimentos. Estas características encontram-se aliadas a uma notoriedade, altivez e orgulho extremos, que o glorificam permanentemente. Neste sentido, é difícil, hoje em dia, encontrar esta tipologia pura. Cada um dos tipos que apresentamos de personagem é, tendencialmente, conforme, sendo que as conjunturas favorecem, exaltam o tipo de representação que acolhe. Assim, o herói é normalmente encontrado em tempos de guerra, como o líder que permanentemente traça estratégias para a vitória.

Como refere Georges Balandier, «é (...) o mito do herói que acentua com mais frequência a teatralidade política. (...) A surpresa, a acção, e o sucesso são as três leis do drama que lhe dão existência» ¹³⁸. Hoje em dia, técnicas como as sondagens, consultoria de imagem, tratam para que a actuação do herói seja incisiva, eficaz. O espectáculo da comunicação sobressai a grandeza do líder que é reconhecido pela sua capacidade de mobilização e que identifica claramente desejos, ambições e revoltas, destacando-se como aglutinador de vantagens e soluções.

¹³⁷Cf. Schwartzzenberg, op. cit., p. 10.

¹³⁸Georges Balandier, *O Poder em Cena* (1980), Brasília, Editora Universidade de Brasília, 1982, p. 7.

Heróis houve que perpetuaram e teorizaram a sua condição. Foi o caso de César que escreveu *De Bello Gallica* ou de De Gaulle que escreve em 1932 *Le Fil de L'Épée*. A análise do comportamento dos heróis tem sido evidenciada desde a Antiguidade. De Xenofonte a Aristóteles, reconhece-se a existência de homens superiores, de *deuses* entre os homens, cujas qualidades excepcionais de génios, os destacam como senhores dos destinos dos homens. Hesíodo refere-se na *Teogonia* em *Os Trabalhos e os Dias* aos heróis como a quarta raça, a raça dos semi-deuses. Apesar das suas guerras são agraciados pela preservação numa ilha. Também a Bíblia revela aos homens a imortalidade e a regência terrena do Filho de Deus, coberta de Glória, Misericórdia, de Salvação, cuja derradeira provação, através do sacrificio da crucificação permite reforçar a união do Criador com o reino terrestre.

Celebrizado pela sua teoria de exaltação da vontade de Poder do Príncipe, Maquiavel também identificou o herói como um tipo bem delimitado de líder, que evidencia, nomeadamente na sua obra *Discursos sobre Tito Lívio*. A obra de Thomas Carlyle, *Les Héros et le Culte des Héros* de 1840, alude directamente à importância dos heróis. O seu tipo distinto de acção liderado pela razão histórica, alcança o permanente reforço da sua conduta que as multidões lhe devotam. Este é o herói investido de Poder supremo, um *Pontífex* ou um *Fazedor de Pontes* entre o divino e a dimensão mortal, imperfeita. Nietzsche declara a sua rejeição pelo «culto dos heróis», que Carlyle evidencia. É que no seu entender a conduta dos heróis entra em contradição com os valores superiores que têm a ver com o serem quase *santos* e quase *génios* (valores que *Zaratrústa* aponta). De 1883 1885 Nietzsche publica os IV volumes da obra *Assim Falava Zaratrústa*. Refere-se nesta obra ao nascimento do *super-homem*, filho de Dionísio e de Ariana. A sua concepção resulta do princípio da *transmutação*, da selecção do que é superior no Homem, o qual possui uma natureza reactiva e é rejeitado pelo *Eterno Retorno*. Por outras palavras, este é a afirmação, a repetição que, no entanto, é selectiva, produzindo o super-homem. Por seu lado, também Hegel considera a existência de Heróis. Traduz que estes possuem o dom de receber a *revelação* do que é justo e necessário aos objectivos de *progresso* da História.

Também Max Weber entende a categoria de análise na liderança que são os homens extraordinários com carisma. Refere-se, em particular, aos líderes capitalistas, que sobressaem pela sua perseverança económica. Para aquele, esta qualidade advém-lhes de uma espécie de *iluminismo*, de um espírito liberal. Segundo determinada passagem sua os que conferiram um novo espírito à vida económica são «homens educados na dura escola da vida, simultaneamente ponderados e audaciosos, mas sobretudo sóbrios e perseverantes»

¹³⁹. Rousseau, no *Contrato Social* alude também aos *homens extraordinários*, que podem traduzir-se na figura do *Ditador* ou do *Legislador*. A adoração do herói é exacerbada pelo próprio que promove a sua diferenciação, cultivando a distância, a altivez, a sobrançeria. Esta é a atitude que as massas acolhem porque idolatrar o herói implica proteger a sua superioridade. A participação das massas na representação política necessita ser dirigida.

Como referia De Gaulle, «um estadista tem que ser determinado e tenaz. Tem que ter o apoio de todas as forças de um grande país e manter um sólido sistema de alianças. Mas se não for capaz de entender as tendências do seu tempo, ele fracassará» ¹⁴⁰. De Gaulle, um herói, aponta na sua obra *Le Fil de L'Epée* alguns princípios para engrandecimento permanente da imagem dos homens com Poder. Assim, a distância protege e torna agradecidas as dádivas que são as poucas aparições e contactos (físicos) com as massas ou, por palavras suas, «não há autoridade sem prestígio, nem prestígio sem distanciamento»¹⁴¹. A sua altivez é criticada nas suas costas mas o seu prestígio é acentuado também pelo próprio orgulho que exhibe. Cabe, assim, ao herói um treino permanente que lhe permita dosar estas componentes da liderança, nomeadamente, a distância¹⁴². Do seu permanente ajustamento à representação do papel de herói depende a conquista ou manutenção do Poder.

A adoração do líder excepcional, do herói, traduz-se na maioria das vezes em adoração, como a uma divindade, adoração essa encontrada em manifestações de adulação massiva, de respeito, de temor. Procura-se mostrar esses sentimentos exibindo símbolos daquele objecto de adoração, como as fotografias ou os cartazes com a imagem do líder. As manifestações de agrado das massas não são espontâneas, são criadas, renovadas, preparadas, fomentadas. Lembre-se Lenine e o seu tratamento como um semi-deus, mesmo após a sua morte: embalsamado e exposto às massas. A máquina partidária pode promover a adoração do líder, aperfeiçoando-o e preparando-o constantemente para representar conforme o gosto e necessidade das massas. É uma relação não de imposição, mas de consenso cultivado, aprimorado, cuidadosamente planeado para ser alvo de veneração. As expectativas de procura de liderança das massas são, assim, ultrapassadas pelo desejo destas de acreditarem nas características excepcionais, perfeitas, de sonho, que o líder exhibe. A representação do herói é também limitada no tempo. Hoje em dia, há múltiplas condicionantes a estabelecer um constante contraponto à representação política. Há a contrapropaganda, os escândalos

¹³⁹Max Weber, *A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo* (1905), Lisboa, Editorial Presença, 1990, p. 47.

¹⁴⁰De Gaulle, in Susanne Banfield, *Os Grandes Líderes General De Gaulle*, São Paulo, Nova Cultural, 1987, p. 13.

¹⁴¹Idem, p. 18.

¹⁴²Cf. De Gaulle, *Le Fil de L'Epée*, p. 183, in Schwartzberg, op. cit., p. 16.

(sexuais, financeiros, os sociais; em Portugal, encontram-se estes dois últimos), há a necessidade de ajustamento à conjuntura que pode exigir uma mudança de líder (ou de herói, neste caso), entre outros factores. O papel a representar exige a constância da perfeição de posições defendidas e de comportamentos.

a. O Herói e a Elite

É conveniente referir que esta análise não pretende abordar a teoria da elite, mas identificar a importância do herói na teoria da persuasão política. Por via de regra, o herói está incluído numa minoria, a elite. A formação e renovação das elites nem sempre destaca heróis, e mesmo que destaque líderes, a análise do papel das elites na teoria do Poder tem permitido identificá-las como dotadas de vontade de liderança própria como grupo. Assim, a Ciência Política tem vindo a identificar estas duas categorias de análise - o herói e a elite - como elementos cuja análise tem de ser individualizada. De facto, cada um destes elementos merece sistematizações paralelas na análise científica, já que os seus conteúdos e importância para o estudo do Poder são distintos. Assim, como afirma Marques Bessa «o tema da elite não decorre do tema do herói ou do notável, nem se confunde com ele. A ideia do herói e heroicidade seria por si só uma via de investigação para a teoria do Poder(...)»¹⁴³. Como refere Schlesinger, desde sempre que a história revela que as massas são incapazes de se governarem, independentemente do tipo de Governo. As elites são fundamentais à condução das sociedades¹⁴⁴.

A teoria das elites impõe regularidades que a Ciência Política tem analisado e perenemente verificado¹⁴⁵. Alguns pensadores de perfil ideológico de esquerda viam na teoria da elite uma recusa do princípio da igualdade entre os homens. No entanto, hoje em dia, a análise em Ciência Política, cada vez mais, distancia-se dos pendores ideológicos através do reforço da metodologia científica que permite clarificar os fenómenos que o Poder implica. Refiram-se os clássicos contributos de Vilfredo Pareto e de Gaetano Mosca que se salientaram no início da assumpção da importância da elite para a compreensão do Poder. Pareto publica desde de 1916 (aponte-se uma das suas obras: *Tratado de Sociologia Geral*). Este autor parte do estudo da acção humana, dentro de moldes que se pautam pela exposição rigorosamente científica. Coaduna-se pela metodologia positivista, tomando, nomeadamente, a análise na

¹⁴³António Marques Bessa, *Quem Governa ? (Uma Análise Histórico-Política do Tema da Elite)*, Amadora, ISCSP, Março de 1993 (1ª edição), p. 23.

¹⁴⁴Cf. Schlesinger Jr., Arthur M., *The Cycles of American History*, 1986, p. 428, cit. in Bessa, *Quem Governa ?*, op. cit., p. 22.

¹⁴⁵Sobre Teoria das Elites ver Marques Bessa, *Quem Governa ?*.

Física, como ponto de referência, Ciência que no seu entender era unívoca na observação dos fenómenos.

A sua obra tem sido polémica já que não gera (se é que alguma consegue gerar) consenso entre os teóricos, tendo sido coberta, nomeadamente, de adesões ou rejeições apaixonadas. Como refere Raymond Aron, «Alguns consideram o *Tratado (de Sociologia Geral)* como uma das obras primas do espírito humano, e outros, com igual paixão, vêm nele um monumento de estupidez». Relativamente ao primeiro caso Aron refere, em nota de pé de página, G. H. Bousquet (Pareto, *Le Savant et l'Homme*, 1960) e no segundo Georges Gurvitch (*Le Concept de Classes Sociales de Marx à nos Jours*, 1957). Continuando, Aron afirma «ouvi estes juízos extremos da boca de homens que podemos considerar igualmente qualificados. É um caso raro.(...) É necessário evitarmos estas paixões e juízos excessivos»¹⁴⁶. Refira-se que na altura da sua morte (1923) foi designado pelo jornal *Avanti*, como «o Karl Marx da Burguesia»¹⁴⁷.

Pareto considera que o comportamento humano é divisível em *acções lógicas* e sobretudo *não lógicas*. A primeira deriva da certeza que a Ciência confere ao comportamento, em especial, aos meios e fins deste. Os objectivos do comportamento são de natureza não-lógica, subjectiva. O que confere aquela natureza aos comportamentos são os *resíduos*. Estes evidenciam-se dos instintos e sentimentos, no entanto no plano social, incluem-nos como elemento fundamental da fixação de comportamentos. Os *instintos* são, assim, uma categoria mais vasta que inclui os resíduos. Estes são susceptíveis de seis *combinações*, que pretendem sistematizar a realidade social. São estas por ordem, 1ª) o Instinto de combinações, 2ª) a Persistência dos agregados, 3ª) a necessidade de exprimir os próprios sentimentos com sinais exteriores, 4ª) os Resíduos ligados à sociabilidade, 5ª) a Integridade do Indivíduo e da sua esfera e por último 6ª) o Resíduo sexual.

Além dos instintos e dos resíduos, Pareto individualizou também as *derivações* (de derivada na matemática). As derivações traduzem-se nas justificações racionais que os homens empreendem como forma de solucionar os seus comportamentos. Pareto identificou quatro que são 1ª) as Afirmações, 2ª) a Autoridade, 3ª) o acordo dos sentimentos com os princípios e 4ª) as Provas verbais. Assim, uma vez sistematizado o funcionamento do comportamento social, existem factores que determinam a movimentação social. Estes factores são as

¹⁴⁶Raymond Aron, *As Etapas do Pensamento Sociológico* (1965), Lisboa, Publicações Dom Quixote Lda, 1992 (2ª edição), p. 457.

¹⁴⁷Cf. Busquet, *Vilfredo Pareto. Sa Vie et son Oeuvre*, 1928, cit. in Marques Bessa, *Quem Governa ?*, op. cit., p. 188.

circunstâncias exteriores, os Resíduos e derivações, os Interesses, as Elites e as massas. As elites constituem-se como os motores do sistema, que se dinamiza de forma a encontrar equilíbrio de funcionamento das suas componentes, o que na prática não se manifesta ¹⁴⁸.

Relativamente a Mosca, (que publicou, nomeadamente, *Sulla Teorica dei Governi e Sul Governo Parlamentare*, 1884 e *Elementi di Scienza Politica*, 1896) refira-se que parte da Sociologia Política onde faz uma delimitação rigorosa de conceitos, acompanhada pela observação directa dos fenómenos. Individualiza a importância da classe social na regulação do Poder e sobretudo na direcção das massas. A classe política, uma minoria com Poder, submete a classe mais numerosa - as massas - ao seu desígnio de condução política. No entanto, a classe política obtém constantemente resposta sobre os interesses das massas, que a pressionam no sentido da condução, baseada no ajuste mútuo de posições. Por outro lado, Mosca pretende analisar a causa da obediência, ou melhor do Poder da classe política. Em primeiro lugar a minoria no Poder está organizada, o que lhe contrasta com a heterogeneidade das massas. Outro factor é a estratégia política, ou o que Mosca designou por «fórmula política». Estes factores aliados à capacidade, à qualificação reconhecida pelas massas, de direcção do sistema, contribuem para a produção da relação de Poder que as massas constantemente conferem e vivem com as elites.

Também Robert Michels (saliente-se *Political Parties*, 1915) revelou um importante contributo para a teoria da elite. Foi influenciado pelos dois mestres anteriores. Elabora um cuidadoso exame dos factos sociais, submetidos aos condicionalismos da carácter político e institucional, que desdobra em trinta livros e cerca de setecentos ensaios e artigos. A vida social estaria submetida, segundo este autor, aos condicionalismos da «Lei de Ferro das Oligarquias». Aplicou a sua investigação sobre o Poder das oligarquias, nomeadamente, através do papel de democratização que o partido social-democrata alemão pretendia imprimir à sociedade ¹⁴⁹. Neste sentido, refira-se que é nos Estados Unidos e na Itália que estas análises auferem, desde logo, aceitação. Tornar-se-ia difícil (senão impossível), numa primeira fase o estudo da teoria das elites, nomeadamente, nos Estados que se postulam pela condenação do regime vigente, sobretudo, naquele segundo país.

Em «Political Parties», Michels dedica o capítulo 2 à «Necessidade de Liderança Sentida pelas Massas» e o 3 ao «Culto de Veneração entre as Massas». Refere que «a prova mais marcante da fragilidade orgânica das massas é fornecida através da forma como, uma vez privadas dos seus líderes em tempo de acção, abandonam o campo de batalha em

¹⁴⁸Ver Vilfredo Pareto, *Traité de Sociologie Générale* (1916), Librairie Droz Genève, 1968, pp 450-1009.

¹⁴⁹Sobre este autor ver também António Marques Bessa, *Quem Governa?*

desordenada luta (...)»¹⁵⁰. Segundo este autor, as massas sentem gratidão pelos líderes. Têm consciência da sua inutilidade sem a existência de direcção. Por outro lado, a superioridade dos líderes não se reduz apenas à sua capacidade de dirigir. A sua popularidade depende também da superioridade que estes constantemente produzem e que as massas adoram, ainda que de forma latente (ao pronunciar o nome do líder com reverência, por exemplo).

Ostrogorski, admirado por Bryce (que deu um contributo seu no prefácio da obra *The American Commonwealth*, 1913) revela uma análise pessimista relativamente ao desenrolar do governo democrático, o que auferia alguma impopularidade à sua obra. Segundo a exaustiva análise deste autor russo sobre a evolução social em Inglaterra, o alargamento dos direitos políticos a sucessivas camadas da população não se traduziu na desejada harmonização social. Os problemas estão condicionados, *grosso modo*, aos ditames e à reorganização que a classe dirigente delimita para a sociedade. Refira-se que Bryce, que acompanha as suas análises com intenso estudo de campo, em finais do século XIX tinha obra publicada, onde se debruçava, nomeadamente, sobre os partidos políticos. Relativamente à classe política, este considera-a dividida em dois grupos: os políticos profissionais e os medíocres. Os primeiros distinguem-se na sua total exclusividade e empenho no desempenho da sua tarefa de liderança, sendo guiados por um forte sentimento de utilidade pública.

Refira-se ainda a novidade dos contributos de James Burnham, Wright Mills, ou de Lasswell. Burnham debruçou-se sobre o papel fundamental de condução política que a nova elite, a elite dos gestores, imprimia à sociedade¹⁵¹. Schumpeter como Mills consideram que a elite é extremamente selectiva, de forma que apenas os indivíduos com qualidades excepcionais se sobrepõem e dirigem, de facto, as massas. Schumpeter refere o papel que determinadas escolas exigentes e Universidades exclusivas têm na formação da elite. Mills aponta para a importância do treino da elite desde a infância, havendo uma preparação rigorosa para a saliência das suas qualidades futuras. Como refere este autor «a primeira regra para se compreender a condição humana é a de que os homens vivem em mundos de segunda mão. Sabem de muito mais coisas que as proporcionadas pela sua experiência pessoal, e esta é sempre indirecta»¹⁵². A aprendizagem está, assim, fortemente condicionada à cultura que os grupos constantemente conferem à realidade. Mills deteve-se na análise da elite dos 'ricos associados', indivíduos abastados da elite militar e da elite política. Estes dois últimos grupos destacavam-se por um dinamismo que imprimia a direcção do rumo dos acontecimentos em sociedade.

¹⁵⁰Robert Michels, *Political Parties* (1915), The Free Press, New York, 1968, p. 90.

¹⁵¹James Burnham, *The Managerial Revolution* (1941), Connecticut, Greenwood Press Publishers, 1972.

¹⁵²Wright Mills, *Poder e Política* (1963), Rio de Janeiro, Zahar Editores 1965, p. 207.

Discípulo de Pareto, Harold Lasswell, debruça-se sobre a importância do Poder em sociedade, análise que aprofunda, nomeadamente, na sua obra *Política: Quem Ganha o Quê?, Quando, Como?*, 1936. Descreve a importância da elite no condicionamento directo do sistema político em termos de distribuição da riqueza, ou da emergência e controlo de fenómenos como a violência. Assim, «as pessoas influentes são aquelas que se apropriam da maior parte do que é apropriável. Os valores à disposição são: deferência, renda e segurança. Os que recebem esses valores em maior quantidade pertencem à 'Elite', os demais são a 'Massa'»¹⁵³. A elite estratifica-se em várias classes, encabeçada pelos funcionários constituídos por burocratas cujo valor regente é a capacidade de exercer Poder. Temos depois os seguintes grupos: a nobreza, os puros que impõem a moral (isto é, os etocratas), os populares, os viris (impõem bem-estar), os ricos, os técnicos e por fim os especialistas em símbolos. A constituição desta elite é selectiva, nomeadamente na educação, que desde logo restringe os susceptíveis de a encabeçarem.

Raymond Aron (*La Lutte des Classes*, 1964), considerado por vários pensadores como o último grande sábio do Ocidente (de entre aqueles refira-se Marques Bessa e Adriano Moreira), deu também o seu contributo à teoria da elite. Dotado de grande cultura histórica, filosófica, sociológica, despente também valiosos ensinamentos para a Ciência Política. Considera importante o ponto de vista maquiavélico mas ultrapassa-o considerando que além do Poder, há motivações de carácter social, económico que dimensionam a constituição da elite. Esta reparte-se por diversas áreas: religiosa, militar, política, intelectual, que tenta convergir interesses, delimitar influências, no entanto, crenças como grupo do seu Poder dirigente, condutor, fundamental à organização social. Aron aprofunda, assim, a importância da elite unificada e concertada no fluir da sociedade. Destaca, no entanto, a elite política como classe dirigente que condiciona fortemente o próprio lugar das outras classes na regulação social.

A elite procura a compatibilidade entre a sua capacidade de liderança e a urgência, sentida pelas massas, da sua condução. Proeminentes autores analisaram a importância da elite na regulação social. Como foi sistematizado por autores como Burnham, Mósca, Pareto, a sociedade possui elites nas mais diversas áreas: social, económica, política. Estas elites podem cruzar os seus poderes, e com Lasswell, encontramos as classes dependentes do Poder Político a conseguirem poderes específicos, localizados, que afectam os seus domínios de actividade. Constituem-se como elementos secundários, sendo o protagonismo reservado aos

¹⁵³Harold Lasswell, *Política: Quem Ganha O Quê, Quando e Como* (1936), Brasília, Editora Universidade Brasília, 1984, p. 15.

que estão preparados para o exercer e manter. Existe, assim, uma vocação permanentemente aperfeiçoada da elite política.

O alcance desta breve exposição sobre os clássicos da teoria das elites é o de, através de uma metodologia que alude aos seus contributos, tentar destacar a importância, mais uma vez, do objecto desta análise. A teoria das elites, pela sua importância, tem o seu lugar próprio nas análises específicas do seu objecto. É, no entanto, conveniente aludir ao seu lugar na Ciência Política como forma de delimitar e valorizar espaços de análise diferenciados.

As elites procuram o reconhecimento e o reforço da direcção pela parte das massas. A persuasão torna-se, cada vez mais, um mecanismo de permeio entre as necessidades das massas e a capacidade de resposta das elites. Esta última é ultrapassada pelas necessidades conjunturais, pela constante adequação da representação política que as massas exigem, pela própria necessidade de alternar soluções políticas. A História é, assim, como referiu Pareto, «um cemitério de aristocracias». É este mecanismo de precibilidade latente constante que torna a representação política simultaneamente eminente e flexível, pois o objectivo do Poder é manter-se.

2. O Líder Vulgar

Podemos afirmar que, hoje em dia, existe uma tendência para a exaltação, para o abrilhantar das características do líder, nomeadamente, através dos recursos que a tecnologia permite. Assim, não é fácil, também, modelar o **líder vulgar**. Cada líder faz por destacar-se dos demais e por fazer-se sobressair como alternativa aos problemas. A sua vulgaridade é comprometida quando passa a figura pública, quando revela a sua vida aos jornais, quando se assume como catalisador de problemas, como pessoa do mundo político.

O ser vulgar pode traduzir-se também num comportamento semelhante ao de classe média, colocando de parte as vantagens que o Poder lhe pode trazer. Foi o caso de Harold Wilson, Professor em Oxford, deputado, líder do Partido Trabalhista, Primeiro-Ministro (1964 a 1970 e de 1974 a 1976). Como refere Schwartzberg, «Quantas vitórias! Mas também quanta modéstia! Não-herói por excelência, Wilson cultivava, deliciado, um *low-profile* contrastante com suas eminentes qualidades. Porque esse filho do farmacêutico do Yorkshire afirma-se decididamente *middle class* e tem um modo de agir declaradamente popular»¹⁵⁴.

¹⁵⁴Schwartzberg, op. cit., p. 49.

Um exemplo curioso de aproveitamento de uma actuação discreta para granjear apoio à sua actuação é o de determinada líder autárquica portuguesa. Refira-se que esta mereceu destaque nos meios de comunicação social precisamente, pela forma pouco habitual como, em 1995, pretendeu fazer face à dívida de um milhão de contos do Município que dirigia. Presidente da Câmara Municipal de Baião, Emília Silva pautou-se por um comportamento que visava a contenção de despesas, que a levava a não usufruir de vantagens inerentes ao cargo que ocupava. Não tinha motorista, dispensava secretária e, inclusivamente, procurava fazer a mínima despesa possível ao almoço, escolhendo restaurantes baratos para os seus convidados. A contenção com que dirigia o Município permitiu-lhe granjear apoios da sua população (e, provavelmente, de outros Municípios que gostariam de ter uma gestão autárquica que se pautasse pela contenção). Este é o caso típico de líder comum, que aproveitando a conjuntura económica desfavorável e em especial os problemas financeiros da área sob a sua direcção, sabe ter a atitude de discrição e sobretudo de privação das vantagens que o Poder pode oferecer e que costumam ser usadas plenamente por aquele.

«Sem brilhantismo, arrebatamento ou drama, é o campeão da normalidade. Nele, tudo é banal, comum, convencional. Nada que o distinga. É apenas *one of us*, puro reflexo de nossas próprias pessoas, o presidente-espelho. Como se o eleitorado o houvesse criado à sua própria imagem»¹⁵⁵. É o líder que revela adesão das massas pela identificação que a origem social baixa possa suscitar (já que, normalmente, educou-se à custa de força de vontade), pela tradução constante das necessidades e soluções conformistas, pela esperança de promoção social que carrega. Acalenta às massas, pelo seu exemplo, um ideal: o sonho pode realizar-se.

3. O Líder Charmoso

A construção do **líder charmoso** não depende apenas da bem-parecença. É, no entanto, das características que o destacam. Aquela pode e deve trabalhar-se, sendo que a tecnologia permite aperfeiçoá-la. A nível do desempenho, da actuação política, a solidariedade é a característica que domina no líder charmoso¹⁵⁶, segundo Swchartzenberg. A solidariedade manifesta-se pela comunhão de interesses com as massas, sobretudo, pela defesa de ideários novos, que são aclamados pelos jovens de espírito (e de idade) e pelos que acreditam na urgência de soluções novas, de carácter reformista. Assim, a juventude do candidato (ou do líder) permite-lhe aliar, normalmente, a boa aparência física com a natural defesa da

¹⁵⁵Idem, p. 43.

¹⁵⁶Cf. Swchartzenberg, op. cit., p. 62.

necessidade de mudança e de pujança do sistema político. «Em pé desde as primeiras horas do dia, o jovem dirigente não mede esforços para elevar-se em sua escala social. Para tanto, ele se desloca continuamente: é agressivo, resistente, dinâmico. Recebendo os que o procuram desde a hora do desjejum, o líder charmoso é também um realizador.(...) Está em toda a parte ao mesmo tempo» ¹⁵⁷.

Relativamente às características físicas, refira-se a importância da altura. Esta pode ser compensada, em televisão, nos debates, através da almofada na cadeira, celebrizada por Margaret Thatcher, através do seu uso constante. Lembre-se que, curiosamente, um dos desgostos físicos de Napoleão era o de ser baixo. Achando que os líderes tinham que ser altos fazia para compensar este condicionalismo, através do realce do seu protagonismo. Por outro lado, refira-se os truques de maquiagem que permitem disfarçar sinais no rosto ou esbater a profundidade das rugas nas mãos dos líderes mais idosos. Há os cortes de cabelo que favorecem mais o rosto, sobretudo, para as senhoras; há as roupas que combinam ou se destacam dos cenários e que também realçam a presença do candidato. Há o sorriso confiante e aberto (não cínico ou demolidor do discurso do candidato) que torna simpática a presença daquele. Há os gestos abertos (e não fechados) convidativos, acolhedores. Neste sentido, a beleza física e o seu melhoramento vem, normalmente, aliada à relativa juventude do candidato, o que faz dele um líder charmoso.

Por via de regra, o líder charmoso descende de famílias abastadas e conservadoras. Tem, normalmente, oportunidade de frequentar boas escolas. Swchartzenberg enumera diversos casos de estadistas com antecedentes familiares poderosos e cuja actuação se pautou em conformidade com as características do líder charmoso. É o caso do Presidente Kennedy, cujo pai era embaixador em Londres. É também o caso de Olaf Palme que descende de uma família nobre abastada.

O líder charmoso, embora consciente da sua magnitude, do seu poder económico e político, pretende representar o seu papel com a maior simplicidade de atitudes. Chega mesmo a evidenciar o que Swchartzenberg designa por «simplicidade ostensiva». Pretende, nos seus discursos ser um cidadão simples, ligado à família, apreciador dos bons momentos de convívio (sobretudo com o povo) e procurando, constantemente, ser espontâneo, sem preconceitos, tolerante e de comunicação fácil. «Acima de tudo, o líder charmoso adopta, de quando em vez, o estilo popular, como manobra para ajudar o público a identificar-se, mas também com suprema nota de coquetismo, para despertar uma curiosidade ainda maior com

¹⁵⁷Swchartzenberg, op. cit., p. 64.

essa pincelada insólita no retrato de um patricio. Em todo o caso, ele não deixa de adoptar, ostensivamente, atitudes de extrema simplicidade(...). Prefere ser *cool*, despreocupado, ao contrário do herói, empertigado, solene, que vive num clima de ênfase e afectação»¹⁵⁸. Natural ou não, esta atitude de simplicidade torna-se uma faceta típica do líder charmoso, uma continuação da atracção física que este suscita nas massas. Isto é, este tipo de líder pretende transmitir a mensagem de que tudo nele é acessível e possível: desde a admiração física que suscita até à acessibilidade das massas ao seu convívio e maneira de ser simples. A adesão ao seu estilo de liderança é, assim, reforçada pela identificação do seu comportamento com o das pessoas comuns.

Rompendo deliberadamente com o protocolo ou simplesmente fugindo, pontualmente, à imagem e representação tradicional do político (tipo herói), o líder charmoso escolhe deliberadamente a simplicidade e por vezes o desafio (aceitável) ao formalismo e à ordem. «Já antes de chegar ao Eliseu, Giscard d'Estaing se empenha em apresentar-se sob um aspecto mais familiar. Apresenta-se na televisão, no dia 5 de Fevereiro de 1964, vestindo um *pullover*. No dia seguinte, após uma reunião dos R.I. em Vincennes, ele volta de metro para a rua de Rivoli. (...) Tendo chegado à Presidência, Giscard d'Estaing multiplica as oportunidades de contacto directo com o público, com as violências feitas ao protocolo»¹⁵⁹. A representação do estilo de liderança política do líder charmoso contrasta com as expectativas das massas, aqui residindo, em grande medida o seu sucesso. O impacto da representação do líder charmoso encontra-se, nomeadamente, no facto de se esperar deste, um alheamento e distância das massas, tal é a sua condição económica, social, educacional, superior. As massas sentem-se privilegiadas com tamanha simplicidade, recebendo com a maior gratidão e renovando a sua simpatia pelas atitudes deste líder.

Em qualquer dos tipos de líder o melhoramento da imagem deve ser uma prioridade (como em qualquer papel que se represente e sobretudo quando se actua para um público tão alargado como o de um Município ou de um Estado). Se considerarmos a liderança política à semelhança de um produto, entendemos melhor a importância da imagem. A embalagem está para o produto e influencia a decisão de compra tal como a imagem está para o político e influencia a decisão de voto.

4. O Patriarca

¹⁵⁸Swchartzenberg, op. cit., p. 75.

¹⁵⁹Idem, p. 76.

O passado, a sobriedade e ponderação do discurso, a pesadez física, a idade avançada, são factores que levam a que determinados líderes representem naturalmente um papel de **patriarca** relativamente ao sistema político que lideram. É-lhes debitada a segurança, a sobriedade de estilo, a protecção. O patriarca destaca-se desde logo pela idade avançada. Por outro lado, e tão importante como esta característica, é a de que aquele tem de ser possuidor de experiência política de muitos anos (por vezes, de várias dezenas de anos) ligada à história do Estado.

Nos últimos anos, o Estado português teve na Presidência da República uma figura cuja representação política é susceptível de ser enquadrada na tipologia de personagem que na teoria da persuasão se designa por patriarca. Mário Soares renovou o mandato para a Presidência da República, em 1991. Naquele cargo desde 1986, Mário Soares manter-se-ia como «Presidente de todos os portugueses» até 1996.

Recorde-se que no primeiro mandato, a frase propagandística do candidato era «Soares é fixe!». Neste caso, podemos concluir que a palavra *fixe* faz apelo à flexibilidade do candidato, ao seu dinamismo, à sua capacidade de saber comunicar também com os jovens. Isto é, a representação do papel de *Pai* político é também flexível, tal como deve ser a representação de todos os *Pais*. Em contraste, o slogan da sua campanha eleitoral em 1991 ficaria célebre também e denota a antiguidade e experiência da figura. A frase era «Os portugueses conhecem-me». Esta faz apelo não apenas ao mandato anterior do Presidente mas também ao acompanhamento e ligação directa à evolução política do Estado português.

Tendo já passado os 65 anos, Soares tem uma figura imponente. Os sorrisos não são abundantes no seu rosto, que denota amiúde meditação e concentração. Essa é, aliás a imagem que se supõe que o *Pai* represente. Isto é, espera-se daquele a sobriedade de atitudes, a ponderação dos problemas, mas também a congratulação dos demais quando é necessário elogiar. Os seus gestos são largos e convidativos, traduzindo-se em situações de discurso para as massas na abertura dos braços, movimento semelhante na forma e na simbologia ao do Pároco na Igreja.

A experiência e sentido de Estado de Soares, são acolhidos na Ordem interna e também são veiculados no exterior, uma das estratégias que o seu programa político contempla. Isto é, além de ser grande conhecedor do sistema político português bem como seu personagem já há várias décadas, aquele pretendeu voltar-se com o mesmo dinamismo para o exterior. Desenvolveu, assim, a designada política de «Porta Aberta». Por outras palavras, assume-se

como o patriarca que quer promover a imagem do sistema político português e dinamizar as suas potencialidades culturais, económicas, sociais e políticas.

Em termos genéricos, espera-se também do *Pai* que acolha os *filhos* e lhes ofereça conforto, segurança, esperança e respostas. Já em situação de comunicação para um público seleccionado, como estudantes universitários, ou grupos de individualidades destacadas no campo económico, artístico, cultural, essas mensagens não necessitam de reforço gestual, já que apenas o discurso, por via de regra, não é de carácter mobilizador, mas honorífico, elogioso, protocolar. Assim, «o 'Pai' é o homem experiente, o que conhece a fundo todas as coisas. É o homem informado e prudente, capaz de enfrentar todas as circunstâncias, com discernimento, prudência e moderação»¹⁶⁰.

5.Outros Aspectos

É importante reforçar que pretendemos analisar os elementos principais do processo de propaganda e não o exercício do Poder das diversas forças políticas. É que neste último processo as massas identificam além do líder, os diversos personagens que se destacam no exercício do Poder. Ora em tempo de campanha eleitoral, mesmo sabendo que vai votar numa equipa (e numa mensagem, num ideário), o eleitorado, tende a individualizar e a simplificar para o personagem principal os seus discernimentos sobre a opção de voto. A promoção das forças partidárias recai pois sobre um personagem central. Apesar de as forças políticas serem compostas por uma equipa, estas são lideradas por um personagem principal que está consciente da sua responsabilização maioritária nas vitórias e derrotas. A equipa segue a linha estratégica política conduzida pelo líder, traçada com a interferência ou não de outros elementos da equipa. Na prática, em tempo de propaganda política, as massas identificam (alguns) líderes das forças políticas que concorrem para os órgãos de decisão do sistema político, sendo inoperativo promover um grupo alargado de líderes ou colaboradores. Logo as acções de propaganda instrumentalizam um líder, o qual deve gerar consenso e unidade de posições da parte da equipa que trabalha no processo de propaganda. Por outro lado, o destaque de uma figura central neste processo leva à canalização das atenções do eleitorado para as características de actuação do líder. A propaganda pretende promover a sua actuação, gerando a união de esforços e de posições no sentido do seu destaque e sucesso na conquista do Poder.

¹⁶⁰Idem, p. 86.

Repare-se que na actual conjuntura portuguesa um dos problemas com que as diversas forças políticas se debatem no período de preparação para as eleições legislativas é o da escolha de um líder chamado *forte*. Isto é, um líder com capacidade mediática suficiente para mobilizar parte significativa do eleitorado e permitir o acesso ao Poder (ou à capacidade de intervenção na Assembleia da República). Relativamente às eleições legislativas de Outubro de 1995, lembre-se que são as figuras centrais das forças políticas que são postas em destaque nos meios de comunicação social. Um exemplo concreto é o do Partido Socialista que já em Abril daquele ano apresentava em *outdoors* a figura do seu líder, António Guterres, com o slogan: «O Homem que sabe o que quer para o País». Lembre-se também o impacto mediático que teve a eleição do novo Presidente do Partido Social Democrata, após a renúncia do seu líder e Primeiro-Ministro, Aníbal Cavaco Silva, à direcção do PSD (mantendo-se como Primeiro-Ministro). Estando o PSD no Executivo desde 1991, com dois mandatos seguidos, seria importante a substituição de Cavaco Silva por um líder igualmente consensual e determinado, isto é, por um líder que poderia vir a ser o futuro Primeiro-Ministro, se o PSD ganhasse. A escolha do Congresso do PSD caiu sobre Fernando Nogueira, a exercer no Governo, funções de Ministro da Defesa. Durante os dias em que decorreram as sessões do Congresso houve grande destaque dos meios para o evento, que afinal se tratava da eleição do Presidente do partido. Debates e notícias destacavam as posições dos diversos candidatos a Presidente do PSD. Desta forma, queremos mais uma vez acentuar, em tempo de período de propaganda, a importância da simplificação (e, por vezes, resolução) da liderança perante o eleitorado a uma figura central.

É conveniente salientar que todas as tipologias que enunciámos não obedecem a um modelo tipicamente masculino. Por via de regra, a realidade tem mostrado menor número de mulheres em lugares de topo nos diversos sistemas políticos. No entanto, podemos enquadrar as suas formas de representação do papel de líder em qualquer destas tipologias. As representações das mulheres não se revelam particulares em termos de sistematização das características do seu papel de líder. A actuação de cada líder tem as particularidades e vicissitudes concretas de cada sistema político aliadas ao seu tipo de representação do papel. Em termos de sistematização e análise tipológica, os modelos referidos permitem enquadrar genericamente a liderança em geral, quer esta seja representada por homens ou mulheres. As características da representação política das mulheres devem ser estudadas à luz daquelas que a teoria da persuasão sistematizou. O factor quantidade de mulheres em cargos de topo políticos merece ser estudado à luz da Ciência sociológica e antropológica, não cabendo nos limites desta abordagem de Ciência Política analisar com o enquadramento e aprofundamento adequado esta temática.

Em resumo, é possível evidenciar várias tipologias de actuação de líder ou candidato a líder. Podemos considerar que em Ciência Política, estas tipologias têm conseguido, por via de regra, sistematizar e identificar traços comuns marcantes e distintivos no comportamento daqueles. Desta forma, o entendimento do sistema político fica facilitado, havendo, no entanto, a constante preocupação de redimensionar os modelos teóricos à medida da realidade.

C. A Mensagem

1. Aspectos Funcionais do Slogan e do Cartaz

«Em política, 'dizer é fazer', quer dizer, fazer crer que se pode fazer o que se diz e, em particular, dar a conhecer e fazer reconhecer (...) 'as palavras de ordem' que produzem a sua própria verificação ao produzirem grupos e, deste modo, uma ordem social»¹⁶¹. Em política a mensagem está concebida com vista à acção num tempo que se quer ou imediato ou o mais curto possível. A mensagem em propaganda pode traduzir objectivos de mudança, para o grupo que quer conquistar a sede do Poder e de continuidade ou reajustamento, para o grupo que naquela se quer manter. As frases são curtas, de fácil memorização, concebidas para suscitar a atenção, o interesse e levar à acção de voto. Por outro lado, as técnicas de propaganda, nomeadamente, quando temos a construção da mensagem em consideração, têm de pragmatizar os princípios que as Ciências Sociais sistematizam. Cada vez mais, há a preocupação em operacionalizar conceitos como motivação ou de entender noções como subconsciente, meio social, simbolismo.

Pela sua importância o *slogan* não deve ser apenas apelativo, deve funcionar de facto. Isto é, deve ser susceptível de, além de ficar na memória, ser associado ao produto (neste caso, político) e levar à acção. Neste sentido, fazem-se estudos constantes para avaliar a eficácia da comunicação, nomeadamente do *slogan*. De facto, por vezes a sua ineficácia só é perceptível após a sua entrada em contacto com o público, o que traz graves prejuízos aos objectivos estratégicos de promoção. Esta situação é constantemente salientada, como no caso de específico de estudos realizados nos Estados Unidos nos anos 70, que evidenciaram a existência de *slogans* facilmente memorizáveis. No entanto, quando se perguntava a marca do produto, os indivíduos não se lembravam. Nesta situação, a eficácia do *slogan* é nula.

¹⁶¹Pierre Bourdieu, *O Poder Simbólico*, Lisboa, Difel, 1989, p. 185.

Assim, uma regra fundamental da sua construção é a de incluir na mensagem o nome que se quer promover.

Por outro lado, o *slogan* de propaganda destina-se a ser gritado, cantado, móbil de acção ou de dinamização de vontades, pelo que tem de conter reduzido número de palavras. «Caracteristicamente, o *slogan* ou a máxima consistem num curto encadeamento de palavras que ganha significado graças à repetição e ao contexto» ¹⁶². Aquele pretende demarcar uma posição estratégica, é um título de projecto. Lembrem-se *slogans* da campanha para as eleições presidenciais portuguesas em 1991, como «Carlos Marques, a coragem de ser solidário», «Soares é fixe!», «Basílio, um candidato às direitas». Repare-se que no *slogan* para as presidenciais existe a junção de um qualificativo (adjectivo ou substantivo) para a acção ou maneira de ser do candidato. Esse qualificativo pode ser de carácter genérico, usando palavras sem nenhuma conotação ideológica ou estratégica particular (como é o caso de «fixe»). Pode ser também de tipo específico, quando se joga com o significado das palavras ou se alude directamente a determinada característica estratégica ou ideológica da força política. É o caso do último *slogan* («Basílio, um candidato às direitas») que remete para a vertente ideológica do candidato (de direita) e simultaneamente para a sua maneira de ser («às direitas», isto é, justo).

Saliente-se ainda que as palavras usadas devem ser expressivas, ficar na memória auditiva e visual. Para Lasswell «a linguagem da política (é) a linguagem do Poder, a linguagem da decisão, que regista e modifica decisões. É o grito de guerra, (...) os decretos e regulamentos (...), as notícias controversas, os comentários e debates» ¹⁶³. O processo de persuasão tem na linguagem o elemento que consubstancia estratégias, que tenta traduzir vontades, que tenta comprometer os aspectos condicionantes. As palavras podem suscitar apelos à coesão e como tal devem ser de carácter desencadeador de emoções. Isto é, devem ser tão eficazes como nos primórdios quando traduziam gritos de guerra como «Vive la France». Curiosamente, em Portugal, o Centro Democrático Social (CDS), hoje designado como Partido Popular (PP), teve um *slogan* semelhante, na campanha para as eleições autárquicas (que se realizou em 12 de Dezembro de 1993). O seu *slogan* era «Viva Portugal!».

O *slogan* tem de conter um apelo suficientemente simples, facilmente compreendido e susceptível de ser uma senha de coesão do grupo. Este grupo, o dos apoiantes da força política quer-se o mais alargado possível, tanto quanto possa permitir o acesso ao Poder. Neste sentido, convém referir que pode haver vários *slogans* numa mesma campanha de

¹⁶²Harold Lasswell, *A Linguagem da Política* (1949), Brasília, Editora Universidade de Brasília, 1979, p. 22.

¹⁶³ Idem, p. 18.

determinada força política, de forma a enquadrar diversos públicos dentro do eleitorado. É o caso da campanha do Partido Socialista para as eleições legislativas portuguesas. A um primeiro cartaz com o líder (e candidato a Primeiro-Ministro António Guterres), com a frase «O Homem que sabe o que quer para o País», seguiram-se outros *slogans* e cartazes. Todos eles seguem a mesma composição visual. Consiste numa cara sobre um fundo branco com o slogan à frente daquela. É o caso de um cartaz (*outdoor*) com a cara de um homem idoso comum, sorridente, confiante, com uma boina. A frase que o cartaz exhibe é «A nova maioria é nossa». Outro cartaz do mesmo partido mostra a cara de uma jovem com a mesma frase. «A nova maioria é sua» também aparece em outro cartaz, junto da imagem de Guterres. O líder da força política em cartaz aparece, regra geral, de olhar firme, com semblante simpático e franco (procurando dar a ideia de transparência, honestidade), e tanto quanto possível, bonito ou sedutor. O líder tem de ser susceptível de mover o eleitorado para a adesão à sua candidatura, isto é, tem de ser satisfatório para milhões de eleitores.

O *slogan* pode aparecer em folhetos, pequenos cartazes (tamanho A4) com a fotografia do líder, em bandeiras, em cartazes tipo *outdoor*, entre outros meios similares. Repare-se no caso dos *outdoors*. Num cartaz além do *slogan* existem outros elementos que contribuem para a sua eficácia. São estes a cor de fundo, os símbolos, o tamanho dos elementos do cartaz, sobretudo das letras. Os testes relativamente à cor dão indicações sobre se esta não é irritante à vista (caso das cores de fundo quentes, vivas), ou se é demasiado discreta. Relativamente ao fundo do cartaz costuma escolher-se cores neutras como o preto ou o branco. Este último permite salientar o candidato quando este aparece vestido de escuro. Existem fundos de cor que têm normalmente significado simbólico, quando a cor é a da formação partidária. No entanto, neste sentido é necessário salientar também a cara do candidato ou do líder, logo a quantidade de fundo da foto deve ser doseada de forma a não se sobrepor àquele. Refira-se a imagem de Pedro Feist do CDS, candidato à Câmara Municipal de Lisboa. A cara do candidato aparecia bastante destacada sobre um fundo azul, cor que (juntamente com o amarelo) identifica simbolicamente o CDS (e continua a identificar o PP).

Relativamente à funcionalidade do cartaz é conveniente referir o seguinte. O tamanho das letras deve ser tal que permita a sua leitura a uma distância de 20 metros. Lembre-se que os automobilistas devem ser capazes de conseguir lê-lo. Por outro lado, os locais escolhidos para o posicionamento do *outdoor* ou do cartaz devem possibilitar a receção a elevado número de pessoas. Tendo em consideração os automobilistas, locais com boa posição são as auto-estradas, estradas muito movimentadas, muros nas bermas da estrada. Existem locais privilegiados que implicam maior tempo para observação do cartaz. Estes locais são, por

exemplo, os que estão a poucos metros dos semáforos ou as paragens de autocarros. Há também localizações que se devem ser privilegiadas como as fábricas, os cinemas. Há locais menos úteis e que trazem gastos de tempo e material desnecessários. Refira-se os locais de propriedade privada, como as paredes de habitações, onde além de irritar o proprietário, o cartaz corre o risco de desaparecer. Outro local a evitar é o das paredes do metropolitano ou do comboio, o qual oferece vagar para que os que não simpatizam com essa força política, o possam rasgar. Refira-se que para uma população de 5000 habitantes, costuma fazer-se uma cobertura com 250 pequenos cartazes, que em parte serão renovados ao fim de algumas semanas. Outra vertente da lei da repetição, traduz-se na aplicação de vários pequenos cartazes seguidos (20 a 30) no mesmo espaço. Esta importante forma de comunicação é tão antiga como é a sua exposição nos muros de Pompeia. A informação vem aliada ao imperativo de reforçar a mensagem que se comunica através de outros meios. Vem também ligada à necessidade de mostrar a sua presença porque a concorrência também o está a fazer. Entendemos que a importância do cartaz traduz-se no reforço, constituindo um elemento complementar no conjunto de mensagens a debitar para a população. Saliente-se que o cartaz, apesar de acessório, é necessário na determinação estratégica do plano de propaganda.

2. O Símbolo

«Morre-se ou vive-se tanto pelas (bandeiras) coloridas como por princípios abstractos» ¹⁶⁴. O símbolo atrai pela instrumentabilidade, pela facilidade da sua exibição. O símbolo também, e sobretudo, em política, constitui-se como um importante mecanismo de identidade de princípios, concomitantemente, de mobilização de vontades ¹⁶⁵. A raiz grega da palavra *syn+bállo* significa «o que se lança em conjunto». Concretamente, usava-se um pedaço de madeira que, partido pelos destinatários, podia colocar-se em conjunto, marcando encontro. A característica redutora do símbolo juntamente com a associação entre uma forma (a madeira) e um conteúdo externo associado (o encontro) sobressaem na sua instrumentalização. O papel fundamental do símbolo é o de representar e como tal de suscitar a adesão. O sucesso na tentativa de conquista de Poder da força política depende do todo. Isto é, ao identificar-se com a parte (que é o símbolo), é ao todo a que se adere. Por outras palavras, é o desempenho da força política no sistema que é alvo de julgamento. É o desempenho político que sobressai no papel das forças políticas de mediadoras, entre a sociedade civil e o Estado.

¹⁶⁴Lucien Sfez, *La Symbolique Politique*, Paris, PUF, 1988, p. 43.

¹⁶⁵Idem, p.43.

Pretendemos nesta parte da nossa análise salientar a importância do símbolo na propaganda política actual. A riqueza operacional desta temática na propaganda é demasiado extensa e profunda, remonta e acompanha a própria organização religiosa e política. Não é, contudo o nosso objectivo fazer uma recolha de carácter diacrónico do papel do símbolo desde os seus primórdios ou em períodos cruciais da história.

Aquela temática tem sido, sem dúvida, bem documentada por autores como Tchakhotine, Goebbels, Domenach, Lasswell, João Pereira Neto, José Júlio Gonçalves. Refira-se a seguinte passagem de Tchakhotine quando refere que «a história dos primeiros *tempos cristãos* está cheia de exemplos de propaganda (...) depois disso, a propaganda sob forma de símbolos jamais tomou uma tal amplitude, senão nos últimos tempos. (A) (...) extensão e eficácia (da propaganda moderna) são devidas, em grande parte, a que o símbolo dessa propaganda, a Cruz, era uma forma perfeitamente indicada para permitir um maravilhoso sucesso: altamente emocional, evocando a ideia do sacrifício, muito fácil de reproduzir»¹⁶⁶. O poder da Cruz traduziu-se, nomeadamente, na facilidade de comunicação quer através da exaltação da fé quer através da propagação rápida da mesma. A simplificação da mensagem que o símbolo permite como meio de comunicação contrapõe-se à complexidade de significados que uma análise exaustiva descobre em cada símbolo. Reiterando, os aspectos sobre a origem e significado dos símbolos nos seus primórdios merecem um aprofundamento que não cabe no âmbito desta análise. Assim, pretendemos saber em que medida a propaganda e em particular os símbolos são intervenientes no processo de persuasão.

Refira-se também a pertinência do estudo fenómenos como o da paixão pela bandeira ou o do ataque a símbolos nacionais, em períodos de convulsão política. O deitar abaixo de símbolos como estátuas, os ataques a membros do clero, a própria indiferença política, são fenómenos de contágio de carácter massivo que a teoria da sociologia política pode aprofundar. O símbolo deve provocar a espontaneidade da adesão, sendo dessa forma representativo, memorável, dinamizador de atitudes (de aceitação) e de acções. As palavras, as imagens, os objectos, são utilizados amiúde como simplificadores da comunicação. Como refere Tchakhotine, desde sempre que os símbolos facilitaram a comunicação entre os indivíduos. Os símbolos traduziam através de gestos os estados psíquicos e as reacções fisiológicas de forma automática. Apesar de os adjectivos serem desconhecidos de certas línguas primitivas, os nomes eram símbolos muito úteis não apenas para os objectos mas sobretudo para identificar as pessoas. A escrita tornou-se a mais poderosa utilização de

¹⁶⁶Serge Tchakhotine, *A Mistificação das Massas pela Propaganda Política* (1952), Rio de Janeiro, Editora Civilização Lda, 1967, p. 311.

símbolos. «A simbolização é a língua do inconsciente» e Freud demonstrou-o ¹⁶⁷. Sobretudo, o símbolo político visa à adesão e como tal tem de suscitar emoções e promover motivações, transmitindo sentimentos e esperanças. O símbolo político (qualquer que ele seja: a cor, uma canção, um *slogan*, uma imagem...) é suficientemente redutor e significativo já que a identificação massiva e a mobilização é o seu objectivo.

Os símbolos são económicos e convenientes à convivência humana. Representam unidades que podem ser tão grandiosas como, por exemplo, um Estado, quer sob a forma da bandeira, quer sob a forma sonora de representação que é o hino. Na propaganda política, o símbolo assume um papel fundamental de transmissor de mensagens. É neste sentido que D. B. Truman considera que a propaganda constitui «qualquer tentativa, através da manipulação das palavras e seus substitutos, para controlar as atitudes e consequentemente o comportamento de um número de indivíduos relativamente a matéria controversa»¹⁶⁸. A bandeira é um símbolo nacional fundamental em momentos de propaganda. Lembre-se o uso constante da bandeira nacional nas eleições presidenciais portuguesas de 1991. Em tempo de campanha aquela aparecia sempre hasteada do lado direito dos candidatos Mário Soares e Basílio Horta em comunicações proferidas dos seus escritórios. Nos comícios e nos cortejos de viaturas a bandeira é um elemento que acompanha a imagem dos candidatos bem como a bandeira dos respectivos partidos ou coligações políticas. Convém referir ainda que, em eleições presidenciais quando há o apoio de várias forças a um mesmo candidato costuma criar-se um símbolo apenas para aquele período de propaganda. É o caso do símbolo da campanha de Soares em 1991, que consistia numa rosa rodeada de folhas verdes. Lembre-se que nos *outdoors* a sua cara aparecia sobre um fundo preto.

O símbolo pode ter tantas vertentes quantos os nossos sentidos ¹⁶⁹. Destaque-se, na propaganda, a importância dos símbolos de tipo pictórico e os sonoros. Refira-se que se se considera a importância simbólica de uma canção há que atentar que esta destina-se não apenas a ser ouvida mas também a ser cantada. Neste sentido, deve ter-se em consideração o canal de comunicação do símbolo. Na rádio (e também na televisão) há que seleccionar a música e a letra que seja mais facilmente cantável, agradável, transmissora de sonhos,

¹⁶⁷Tchakhotine, *A Mistificação das Massas pela Propaganda Política*, op. cit., p. 256.

¹⁶⁸Truman, cit. in, *A Dictionary of the Social Sciences*, New York, The Free Press, 1964, p. 547.

¹⁶⁹Se atentarmos no carácter redutor do símbolo encontramos em outros domínios que não nos da propaganda, exemplos de símbolos conformes com todos os sentidos, mesmo com o do paladar ou do olfacto. Relativamente ao paladar lembre-se como a culinária e os numerosos exemplos de símbolos gustativos das mais diversas regiões (o vinho do Porto ou os pastéis de Tentúgal, Distrito de Coimbra). Os cheiros, nomeadamente os perfumes podem simbolizar a idade ou até a estação do ano.

aglutinadora. Na imprensa e na televisão a cor do símbolo constitui-se como o elemento da mensagem simbólica mais sensível, isto é, mais apelativo.

Em cartazes, juntamente com a cara do líder e com o *slogan* costuma aparecer o símbolo da força política. O símbolo identifica e posiciona a força política, avivando também o cartaz. Lembre-se a importância das imagens, em especial dos símbolos para os analfabetos. Em tempo de campanha para as eleições legislativas portuguesas em 1987, eram interessantes as respostas de alguns analfabetos (e de outros que sabiam ler). Quando se perguntava a eleitores em que partido iam votar, alguns daqueles respondiam que iam votar no partido da «mãozinha fechada» (símbolo do PS), outros diziam que era no «partido das três setas» (símbolo do CDS). Relativamente ao símbolo do PS, refira-se que este consistia num punho virado para cima. Sendo muito simples, pelo facto de estar virado para cima, traduz vitória, regozijo. A mão fechada traduz força. Aponte-se ainda outro caso curioso pelo seu significado associativo que é o do partido ecologista. Devido ao posicionamento político de esquerda do partido ecologista português «os verdes», costuma usar-se uma metáfora que é bastante sugestiva quanto ao seu enquadramento político. Refere-se que estes partidos «são como a melancia, verdes por fora e vermelhos por dentro». Relativamente à cor laranja, parte do símbolo do Partido Social Democrata, note-se que sendo aquela viva e clara é conotada com a juventude e com a renovação. É também uma cor associada ao sol, ao seu vigor e ao seu ocaso. O nascer e o pôr do sol têm a cor alaranjada. Significam vitalidade já que são períodos consequentes, cíclicos. O primeiro está associado ao vigor e o segundo está associado ao restabelecimento das pessoas para mais um dia.

São peculiares, também, as associações simbólicas relativas a comportamentos modelo. Um exemplo deste tipo foi anotado pelo antropólogo João Pereira Neto¹⁷⁰ relativamente à vila de Bucelas, localidade do Concelho de Loures. Quando há cerca de dez anos aquele perguntava aos mais idosos (que tinham passado pela implantação da República portuguesa em 4 de Outubro 1910, um dia antes do resto do país) o que pensavam sobre a Revolução do 25 de Abril estes davam uma resposta curiosa. Achavam que não tinha sido uma «verdadeira» revolução. O motivo era que não se tinha posto as albardas dos burros ao pescoço do padre, tal como tinha acontecido em 4 de Outubro de 1910. Independentemente da pessoa, o padre, personificando a instituição clero, tinha de ser ridicularizado através daquele comportamento simbólico que transmitia a mensagem de vitória sobre as instituições do Poder, conotadas com o regime anterior. A consumação da revolução só podia ser integral, segundo os idosos, se se cumprisse aquele ritual simbólico.

¹⁷⁰De João Pereira Neto veja-se *A Classe Média Portuguesa num Contexto de Mudança*, Lisboa, ISCSP, 1984.

Por outro lado, o simbolismo é mais uma das áreas das Ciências Sociais propícia a tentativas de associação causa-efeito não aprofundadas. Uma das mais curiosas que lemos veio publicada na revista do jornal diário *Público* em 24 de Abril de 1994. Em determinado artigo intitulado «Celeste e os cravos» conta-se uma história que pretende fazer uma associação casual entre os cravos e a Revolução de 25 de Abril de 1974. Apesar de as partes da notícia que relatam o acontecimento virem contadas na primeira pessoa (isto é, pela palavra de Celeste), o leitor fica com a ideia de que afinal os cravos apareceram por acaso na ponta das espingardas associados à Revolução. Pela peculiaridade dos pormenores é conveniente fazer uma breve exposição dos *factos*. A história contada no jornal é simples. Celeste trabalhava num *self-service* que ia distribuir cravos vermelhos e brancos às senhoras suas clientes. Com a movimentação das tropas, o patrão disse às funcionárias para irem para casa e levarem os cravos. Então Celeste pegou nos cravos, foi para o Rossio e começou a distribuí-los aos soldados. Com a multiplicação dos cravos descobriu que tinha desencadeado algo importante. A análise da parte do jornalista seria fundamental no sentido de não dar ao leitor uma relação causa-efeito linear dos acontecimentos. É neste sentido que a formação teórica, nomeadamente a nível da teoria simbólica, conseguida na Universidade, com o Curso de Comunicação Social, pode permitir o aprofundamento necessário das causalidades dos fenómenos. O cravo desempenha, desde há mais de 100 anos (isto é, em particular desde o final do século XIX), um papel de aglutinação das massas nos partidos socialistas em geral e também no partido social-democrata alemão. Como refere Tchakhotine, aqueles partidos «serviram-se largamente de símbolos como de um meio de recrutamento, de exortação à acção de seus adeptos - a bandeira vermelha, o cravo encarnado na lapela, bem como a forma alocutiva «camarada», não são mais que símbolos determinados, que desempenharam importante papel na história do movimento socialista»¹⁷¹.

Além de manifestar a pertença a determinado *in-group*, isto é, de a afirmação «eu sou» ou «eu pertença», o símbolo pretende transmitir também a mensagem «vocês também podem ser». O símbolo traduz não apenas identificação, como também pretende funcionar no sentido da adesão. Espalha-se, pois, a mensagem, acreditando nela e identificando-se com ela, usando ou manifestando os seus símbolos. No entanto, e sobretudo, pretende-se que outros também perfilhem aquela. Há a indissociabilidade do binómio símbolo-acção. O símbolo político sugere adesão de atitude, constituindo-se como um instrumento basilar na tentativa de conquista ou manutenção do Poder.

¹⁷¹Tchakhotine, *A Mistificação das Massas pela Propaganda Política*, op. cit., p. 255.

O símbolo é fundamental à tendência humana da ordenação, da classificação e interpretação das mensagens. No caso das mensagens políticas a simplificação do símbolo facilita a sua retenção na designada memória colectiva. Subjacente à parte representativa do todo que é o símbolo, está a identidade. A música ou a bandeira da força política, são (ou pretendem ser) catalisadores e por si só podem suscitar a adesão pela identificação que aglutinam em si. Apesar da simplicidade de representação do símbolo, esta não pode ser confundida com a complexidade de significados que o mesmo codifica. É na descodificação que o símbolo é funcional. É a sua compreensão que permite a identificação e conseqüentemente a adesão. Desta forma, o símbolo (gestual, pictórico) pode ser suficientemente poderoso, no sentido de poupar esforços verbais e demonstrar a magnitude da força (neste caso) política que é representada. A representação por si só supõe a faculdade (em princípio imediata) de descodificação e de associação.

O papel fundamental do símbolo é o de representar e como tal de suscitar a adesão. O sucesso na tentativa de conquista de Poder da força política depende do todo. Isto é, ao identificar-se com a parte (que é o símbolo), é ao todo a que se adere. Por outras palavras, é o desempenho da força política no sistema que é alvo de julgamento. É o desempenho político que sobressai no papel das forças políticas de mediadoras, entre a sociedade civil e o Estado.

3. Princípios de Acção/Reacção na Propaganda

Por regras da propaganda entende-se o conjunto de situações padronizadas de comportamento/reacção que ocorrem durante a interacção verbal política entre defensores de forças (políticas) diferentes ou de uma força política, no sentido de vincular a sua mensagem. Estas regras de actuação podem ser também designadas por leis (da propaganda). Refira-se que a sua sistematização tem possibilitado um melhor entendimento de objectivos estratégicos e de formas de promoção política.

Em seguida iremos enumerar e descrever sucintamente algumas das regras da propaganda, lembrando desde já a importância que José Júlio Gonçalves ¹⁷² tem tido na sua sistematização e na recolha de novas regras. Refira-se também a importância de Domenach na enunciação e descrição das regras basilares da propaganda ¹⁷³. Neste sentido, referiremos as principais regras, já que o nosso objectivo é, sobretudo, chamar a atenção para a sua importância estratégica e não esgotar a sua enumeração.

¹⁷²Veja-se José Júlio Gonçalves, *Técnicas de Propaganda Elites, Quadros e Outros Estudos*, 1961.

¹⁷³Veja-se Jean-Marie Domenach, *Propaganda Política* (1973), Lisboa, Círculo de Leitores, 1975.

a. Regras da Propaganda

1)Simplificação

As mensagens (sobretudo dos *slogans*) devem ser simples, o que deve ser conciliado com um significado óbvio. É pertinente o uso de palavras de ordem, de *slogans*, de símbolos (gestuais, pictóricos), já que estes condensam esforço, informação sendo facilmente apreendidos e transmitidos. Lembre-se o slogan «Viva Portugal» usado pelo CDS na campanha das eleições para o Parlamento Europeu (Junho de 1994). Este *slogan* aparecia em cartazes, sobre um fundo azul, com a imagem do líder do CDS e candidato a eurodeputado. Além de esta frase traduzir um significado ideológico e programático específico daquela força partidária, pretendia traduzir também a importância de sobressair os interesses portugueses dentro do contexto de estratégia conjunta comunitária. Lembre-se outro caso de simplificação comumente usado pelas diversas forças partidárias que é o sinal de V feito com os dedos para significar vitória.

2)Inimigo Único

Apesar de Domenach tratar as regras da simplificação e do inimigo único em conjunto, consideramos também, na linha de Júlio Gonçalves, distingui-las para efeitos de análise. De facto, a redução é o princípio subjacente a ambas. No caso específico do inimigo único, pretende-se simplificar a atribuição de causalidades, canalizar hostilidades e sentimentos negativos. Costuma imputar-se ao líder de determinada força política, culpas, responsabilidades na falta de resolução ou aprofundamento dos problemas. O inimigo único pode ser constituído também por determinada corrente ideológica ou partido político.

3)Ampliação ou Avantajamento

Procura-se que as mensagens sejam facilmente entendidas, logo, a sua pormenorização é prejudicial à compreensão. Por exemplo, mais do que dizer que particularmente os pescadores terão aumentos e vantagens, é conveniente sobressair que «os portugueses terão um nível de vida mais digno». Esta é uma técnica muito usada em tempo de campanha eleitoral, em especial pela oposição. Foi o que fez, por exemplo, Guterres, o líder do PS, durante a campanha para as eleições legislativas de 95.

4)Frequência ou Repetição

Goebells dizia que «A Igreja Católica mantém-se porque repete a mesma coisa há dois mil anos. O Estado nacional-socialista deve agir analogamente»¹⁷⁴. O sucesso na transmissão da mensagem está dependente da memorização. Esta é facilitada também pela repetição da mensagem. Refira-se ainda que a repetição levada ao extremo, com grande divulgação da mensagem na rádio ou televisão em curtos períodos de tempo toma a designação de 'matraqueagem'.

5)Orquestração

Sobretudo ligada à regra da repetição está a da orquestração. De facto, a repetição não pode ser cansativa, monótona, pois poderá ser rejeitada ou simplesmente ignorada. Para evitar a saturação e dinamizar a repetição da mensagem recorre-se aos mais diversos estratagemas. Deve-se, pois, aliar a repetição à variedade de apresentação do assunto. Este deve ser adaptado aos diferentes públicos, aos órgãos de comunicação, às formas de abordagem de pontos dentro do mesmo assunto. Os argumentos em defesa da estratégia política devem suscitar o entusiasmo, a adesão, através da promoção da argumentação.

Por exemplo, Carlos Carvalhas (do PCP), tal como outros líderes da oposição, em visita a um lar de idosos aponta, amiúde, para a importância do programa comunista em relação às facilidades sociais para a terceira idade. O mesmo líder em visita aos Estaleiros da Lisnave poderá reforçar o seu empenhamento no diálogo com o Governo no sentido da melhoria das condições de trabalho e da actualização salarial. Em suma, o mesmo argumento, a melhoria das condições de integração social, é adaptado a diferentes públicos.

6)Distorção ou Desfiguração

Segundo esta regra é possível alterar desfavoravelmente eventos relativos aos adversários, de forma a denegrir a sua imagem perante a opinião pública. Parte substancial da comunicação propagandística é gasta nesta última vertente -o ataque - mais do que na enunciação dos aspectos positivos do próprio. É o caso da frase usada pela oposição (não vinha identificada a força política) «Não lhes dê Cavaco», que se podia ver escrita nas paredes por altura das eleições legislativas de 1991. Sendo uma frase idiomática portuguesa, que significa não lhes liguês, jogava simultaneamente com o nome do líder do PSD, Cavaco Silva.

7)Derivação ou Transfusão

Esta regra consiste na tradução em princípios definidos, das tendências ou das necessidades que as massas revelam. Isto é, oferece-se às pessoas aquilo que elas desejam mas que não

¹⁷⁴Goebells, estudo feito por Bruce Smith, *The Political Specialist of Our Times*, cit. in Domenach, *Propaganda Política*, op. cit., p. 68.

sabem como concretizar. «Os verdadeiros propagandistas jamais acreditaram na possibilidade de se fazer propaganda a partir do nada e impor às massas não importa que ideia a qualquer momento. (...)Existe, portanto, na alma dos povos, sentimentos consistentes ou inconsistentes que a propaganda apreende e explora» ¹⁷⁵. Existem receios, opiniões, tendências, que podem ser levantadas dentro da estratégia de persuasão (através de inquéritos, de estudos qualitativos, da própria sensibilidade dos políticos). A transfusão consiste em satisfazer as necessidades políticas das massas de forma a oferecer-lhes produtos políticos (mensagens, pessoas) que elas desejem e consideram ajustados ao momento político.

A concretização de desejos deve ser feita pela positiva e não através de avisos ou ameaças. Domenach refere *slogans* de 1944 como «Franceses, tendes a memória curta», ou «Existem providências mais radicais que o empréstimo», os quais que não resultaram ¹⁷⁶. Lembre-se o *slogan* do PSD usado na campanha para as legislativas de 1995. Pela positiva, fazia-se alusão à necessidade de ter mais com a frase, «Mais e melhor para Portugal». Pressupondo um receio de perda ou diluição de vantagens para Portugal no processo de integração na União Europeia, este *slogan* pretendia, nomeadamente, salientar a importância de destacar Portugal nos diversos processos de parceria.

8)Unanimidade

Semelhante à regra do contágio, esta baseia-se na tentativa de ilusão do receptor da generalização de comportamentos ou atitudes da parte do emissor. Frases como «O povo português exige a mudança de Governo» ou «Os professores do ensino secundário exigem a revisão do estatuto da carreira docente». A mensagem torna-se, assim, também instrumento fundamental de entusiasmo, criando a ilusão de comunhão e solidez de opiniões.

9)Contágio

O contágio traduz-se na imitação de comportamentos(acções) e atitudes(opiniões favoráveis ou desfavoráveis). Essas acções e atitudes podem ser conduzidas por líderes de opinião ou ser um fenómeno de imitação espontâneo massivo. É o caso da aclamação ou do bater palmas. Esta regra baseia-se na lei da simpatia imediata estudada, nomeadamente, por Trotter ¹⁷⁷ no caso das abelhas. Verifica-se quando existe solidariedade de comportamentos manifestada em animais e humanos, desencadeada pela imitação do comportamento de um ou mais indivíduos que geram a reacção.

¹⁷⁵Domenach, *Propaganda Política*, op. cit., pp 76-77.

¹⁷⁶Idem, p. 79.

¹⁷⁷In Domenach, *ibidem*, p. 81.

Curiosamente, a informação pode ser transmitida de tal forma que pareça haver unanimidade de atitudes. Lembre-se o caso do designado «movimento estudantil» de boicote às provas globais em 1994. Apesar das imagens televisivas darem a ideia de um fenómeno massivo, o que aconteceu foi que em 456 escolas, apenas 16 aderiram. Destas, 15 encontravam-se no Concelho de Lisboa e arredores. Verificou-se, pois, um apelidado boicote com 96,5% das escolas a não participarem daquele ou a estarem indiferentes.

Também importantes são as seguintes regras da propaganda que se apresentam como mais incisivas do que as anteriores.

10)Concentração

A regra concentração tem um conteúdo mais abrangente relativamente à do inimigo único, já que também compreende o conjunto de mensagens que apontam de forma sistemática os aspectos positivos da própria força política. Consiste em canalizar vários aspectos negativos ou positivos para uma força política ou personagem. Quando uma destas últimas pretende renovar o seu mandato, concentra todos os pontos positivos da sua actuação, sobrevalorizando-os no seu discurso.

11)Insinuação

As sugestões malévolas, o humor, a inflexão de voz, são formas de pôr em causa a credibilidade do adversário, de o desprestigiar, de o ridicularizar. Esta é uma parte específica da regra da ridicularização, distinguindo-se dela pelo carácter duvidoso, pouco claro, com que se fazem as afirmações. Apenas se sugere algo deixando, pois, espaço para interpretações e para o surgimento de boatos.

12)Terror

O terror funciona como um instrumento de propaganda de carácter psicológico ou até mesmo ilícito. Isto é, aquele pode ir desde a ameaça até, por exemplo, ao atentado. Em termos genéricos podem fazer-se avisos e chantagens. Num ponto extremo pode chegar-se ao ponto da colocação de bombas para causar insegurança aos adversários culminando com a sua liquidação.

Convém referir que, mais do que ser exaustivos neste ponto, pretendemos, sobretudo, chamar a atenção para a importância estratégica das regras da propaganda na construção da mensagem e, por esta via, desta última na persuasão política. Neste sentido, abordámos elementos da propaganda que têm algum contributo no sentido de entender melhor a importância da persuasão. O seu estudo exaustivo merece aprofundamento no âmbito das

técnicas de propaganda. Sendo as regras apresentadas, basilares na propaganda, têm vindo a ser sistematizadas outras. É o caso da tabuização (ocultação de assuntos delicados) ou do maniqueísmo (na mensagem, traçar a distância entre o Bem ou «Nós» e o Mal ou «Eles»), da mitificação (isto é, da defesa de mensagens com base mitos), da sacralização/dessacralização, da provocação, da profetização, da demarcação, da arquetipização, da autocrítica, da sobrevalorização/desvalorização, da identificação, do apagamento, da axiomatização, da fulanização, entre muitas outras ¹⁷⁸.

b. Regras da Contrapropaganda

A contrapropaganda consiste, fundamentalmente, na antecipação e também na reacção baseada no ataque ou na defesa das acções ou atitudes manifestadas pelo adversário. Nesta temática, Domenach deu um contributo importante para a sistematização. Num debate político é possível identificar quase todas as regras que vamos enunciar, já que elas são fundamentais à designada «esgrima verbal» baseada no conhecimento político (das acções partidárias e sobretudo do sistema político) que os personagens devem exhibir.

É conveniente fazer menção à sistematização que o supracitado autor considera no domínio das regras da contrapropaganda:

- 1) Desmembrar os temas do adversário
- 2) Atacar os pontos fracos
- 3) Não atacar frontalmente a propaganda adversária quando poderosa
- 4) Atacar e desconsiderar o adversário
- 5) Colocar a propaganda do adversário em contradição com os factos
- 6) Ridicularizar o adversário
- 7) Fazer predominar o seu «clima de força»

Gostaríamos de tentar clarificar as seguintes regras da contrapropaganda.

1) Desmembrar os temas do adversário

Responder aos ataques do adversário, salientando os aspectos positivos e minimizando os negativos.

2) Atacar os pontos fracos e

¹⁷⁸Sobre esta matéria consultar José Júlio Gonçalves.

3) Não atacar frontalmente a propaganda adversária quando poderosa

Por outras palavras, a refutação pode ser:

- Directa

Quando os argumentos do adversário são fracos, podem-se desmentir ponto a ponto.

- Indirecta (Diversão)

Se não houver argumentos de peso há que dar uma imagem geral positiva do conjunto dos factos apontados. Desviando a atenção do público para factos sensacionais consegue-se esbater os ataques do adversário.

4) Atacar e desconsiderar o adversário

Consiste em responder com reciprocidade. A um ataque responde-se com outro do mesmo nível ou ainda mais grave.

6) Ridicularização

Já referida como técnica de propaganda, a ridicularização também pode ser utilizada como regra de contrapropaganda, com a diferença de constituir-se como reacção de defesa.

7) Fazer predominar o seu «clima de força»

Como regra de contrapropaganda Jean-Marie Domenach refere a importância de fazer predominar um clima de força. Consegue-se através de acções que denotem coesão, unanimidade, bem-estar. É o caso das concentrações, dos cortejos automóveis, das imagens televisivas de propaganda que mostram concordância, lealdade, defesa dos mesmos pontos de vista, entre outros.

Gostaríamos ainda de fazer referência a outras regras da contrapropaganda que se apresentam também como casos que são, cada vez mais, vulgares à medida que cresce o à-vontade e o conhecimento técnico relativo ao confronto e à convivência política.

8) Antecipação

Há que abordar determinado assunto muito importante, antes de o adversário o fazer, pois o impacto é menor se o fizer depois. No caso de ser um assunto a ser obrigatoriamente alvo de atenção pela polémica que suscitou, não esperar ser atacado para se defender.

9) Silêncio

Não havendo argumentos capazes de uma defesa adequada, não se diz nada sobre o assunto. Normalmente, a seguir há a utilização da regra da reciprocidade.

10) Curto-Circuito

Tem por objectivo criar descontentamento dentro da força política. Difundem-se mensagens contraditórias a certos grupos ou individualidades do partido acerca dos dirigentes ou do programa político levado a cabo dentro do partido. Dessa forma, podem criar-se confrontos internos.

Como se pode verificar, de uma forma directa ou indirecta as regras referidas têm relevo como instrumento que permite facilitar a transmissão das mensagens políticas. Por outro lado, permitem implementar uma estratégia segura com base na tentativa de manutenção da sua coerência. Acresce que as regras da propaganda e contrapropaganda exigem, assim, prontidão de resposta e facilidade na defesa de argumentos. Sendo a interacção entre adversários frequente em propaganda, é fundamental não apenas fazer circular pontos de vista mas sobretudo estar preparado para a defesa de posições políticas estratégicas e para o ataque de situações que constituam pontos vulneráveis nos adversários.

D. Os Meios de Comunicação

«A essência do Poder é manter-se» como disse Alexis Tocqueville. No entanto, quer a manutenção quer a conquista do Poder pressupõem ganhar distâncias. Por outras palavras, entre as massas e as forças políticas existem canais de comunicação, com importância específica no processo de persuasão e sobre a qual nos debruçaremos. Procuraremos, pois, entender a importância dos meios de comunicação como suporte da propaganda na acção social.

Actualmente, dificilmente se 'escapa' à propaganda. Pode dizer-se que a propaganda política é omnipresente na rádio, na televisão, na imprensa, nos cartazes na rua. Por outro lado, a opinião dos potenciais eleitores é constantemente medida através de testes que se podem traduzir, concretamente, nas sondagens, nas entrevistas ou nos estudos qualitativos.

Uma das profissões charneira entre a transmissão de mensagens e personagens através da comunicação social e o público é a profissão de jornalista. Em 1952, Tchakhotine escrevia que «um jornalista é também um 'engenheiro de almas', deve conhecer, perfeitamente, o instrumento - em que toca - todo o teclado dos impulsos e instintos humanos (...), suas sublimações; deve poder provocar propositadamente, nas multidões, os reflexos condicionados adquiridos, inibir uns, desinibir outros, criar novos, desencadear acções»¹⁷⁹.

¹⁷⁹Tchakhotine, *A Mistificação das Massas pela Propaganda Política*, op. cit., pp 286-287.

Diríamos que, hoje em dia, o poder dos meios de comunicação mantêm-se e intensifica-se pelo apetrechamento técnico e pelo desenvolvimento das capacidades de ajustar e maximizar a comunicação. No entanto, há que distinguir entre personagens que pretendem dinamizar e personagens que pretendem direccionar a opinião pública. A primeira vertente, isto é, a dinamização da opinião pública, é defendida, como um ponto de honra, pelos jornalistas. A segunda vertente, a (tentativa de) direcção da opinião pública, é matéria que os políticos pretendem e necessitam continuar a dominar. Refira-se ainda que no Código Deontológico dos Jornalistas, aprovado pela Assembleia Geral do Sindicato dos Jornalistas, em 1976, consta no Capítulo I, alínea i) a necessidade de «Estabelecer e exigir sempre a distinção entre a notícia e o comentário de forma clara para o público» e na alínea s) «Esforçar-se por contribuir para a formação da consciência cívica e para o desenvolvimento da cultura e da capacidade crítica do povo português» ¹⁸⁰.

Debruçando-nos no processo de persuasão política no actual sistema não podíamos olvidar a importância dos factos históricos na evolução dos meios de comunicação social - pedra basilar da persuasão. Desta forma, em seguida procuraremos fazer uma breve resenha histórica com o objectivo de situar a evolução dos diversos meios de comunicação social em Portugal e assim entender melhor o seu lugar no actual sistema político português. Procuraremos também aliar a importância dos factos políticos conjunturais ao curso que os meios de comunicação social foram tomando.

1. Os Jornais em Portugal

O poder dos meios de comunicação pode tornar-se um veículo de contrapoder. Isto é, as mensagens transmitidas podem ter consequências dinamizadoras contrárias à institucionalização do Poder. Hoje em dia, o Poder dos meios de comunicação social leva à necessidade de aumentar a transparência de processos, à necessidade de partilhar decisões, à proximidade entre o Poder político e a sociedade civil, à correcção dos hiatos entre a vontade esclarecida desta e as decisões menos consentâneas com as suas necessidades.

Dentro da imprensa optámos por tomar em consideração os jornais. Consideramos que dentro da imprensa, onde se destacam os jornais, os livros, as revistas, aqueles primeiros são, de facto, um veículo privilegiado, sobretudo, de persuasão política. Hoje em dia, mais do que propaganda, estes possibilitam a informação sobre o estado actual do sistema político. Dentro da imprensa, os jornais permitem constantemente a actualização, a reflexão, a comparação

¹⁸⁰In Código Deontológico, ver anexos.

com outros sistemas políticos. Estes factores são fundamentais para que os indivíduos se possam integrar plenamente no seu sistema político, tomando, assim, consciência dos limites da evolução do mesmo. Podem permitir-se, por outras palavras, o confronto entre as suas expectativas e os resultados auferidos pelo sistema político.

Hoje em dia, a relação entre meios de comunicação social e Poder, pauta-se pela necessidade de 'coexistência pacífica'. Do fluir saudável dessa relação resulta um mecanismo de renovação constante da capacidade de persuasão. Por outras palavras, o processo de persuasão só pode ser consequente a cada momento se houver relação entre as metas de acção e os resultados que pretende atingir. Só a comunicação social pode dar conta dos êxitos e fracassos do Poder, das tentativas de contrapoder dos partidos da oposição, enfim dos esforços da comunidade política para dinamizar o sistema político.

Nos primórdios da imprensa em Portugal destacou-se a necessidade e capacidade do Poder Político de controlar, extinguindo depois determinada publicação. A primeira compilação gráfica de carácter jornalístico que se conhece tratou-se da *Relação Universal do que sucedeu em Portugal e mais Províncias do Ocidente e Oriente*. Existiu de Março de 1625 a Agosto de 1627, em Lisboa e foi extinta por Filipe III. A segunda publicação de que há conhecimento é um noticioso de carácter militar, a *Gazeta em que se relatam as novas todas que ovve nesta Corte e que vieram de várias partes*. Existiu de Novembro de 1641 a Setembro de 1647, em Lisboa.

Em Dezembro de 1763, em Lisboa, criou-se o *Hebdomadário Lisbonense* onde se fazia um relato de histórias consideradas importantes no quotidiano de Lisboa. Extinguiu-se em 17 de Julho de 1767. O *Observador Português Histórico e Político de Lisboa*, teve um período curto de actividade - de 27 de Novembro de 1807 a 15 de Setembro de 1808. Debruçava-se sobre assuntos relacionados com a vida política portuguesa. Também o *Correio da Tarde*, periódico político e noticiosos durou escassos meses (de 4 de Junho a 28 de Agosto de 1809). Em 1809 aparece o primeiro diário português, o *Diário Lisbonense*.

Em 1827, surge a primeira Lei de Imprensa, que permitiu proteger a actividade jornalística. Conforme a orientação régia havia períodos com poucos anos de intervalo em que florescia a actividade jornalística entremeados por períodos de controlo e extinção de jornais, devido a medidas restritivas. Em 1821 surgiram 39 publicações, contrastando com o surgimento de apenas cinco em 1825. A partir de 1834, regista-se um período de expansão da actividade

editorial com o aparecimento de 54 periódicos em 1835, 67 em 1836 e 59 em 1837 ¹⁸¹. Já o *Açoriano Oriental*, também periódico político e noticioso de Ponta Delgada durou várias décadas - de 18 de Abril de 1835 a 1889. Em 1842, com a vitória da facção absolutista, sucede-se um período de restrição da daquela actividade.

Em 1851, com a Regeneração da Monarquia Constitucional e a revogação da *Lei da Rolha* (que instituiu Tribunais para a penalização das infracções da imprensa) sucede um período que dura até 1890 e que se caracteriza pelo recrudescimento das publicações ¹⁸². Em 1865 surge sob iniciativa de Eduardo Coelho, o *Diário de Notícias*, sendo lançado no ano seguinte, no Porto, o *Jornal de Notícias*. Estes dois últimos jornais destacavam-se pelo seu carácter popular que se traduzia não apenas pelo preço (10 réis, enquanto os demais custavam 50 réis) como pelo teor mais acessível da mensagem, isto é, da linguagem e dos assuntos tratados¹⁸³. Em Outubro de 1889, é criado em Águeda, o *Jornal Constituinte* do grupo Dias Ferreira. Também no mesmo mês, a 17, é criado em Almada o *Puritano*, jornal com assuntos políticos e literários.

Verifica-se novo período de controlo da actividade editorial. São tomadas medidas que tentam o controlo das mensagens publicadas, de forma que estas não se oponham à Ordem estabelecida. Assim, um Decreto de 1890 determinava, nomeadamente, a suspensão de jornais que empregassem «frases subversivas da segurança do Estado ou da ordem pública»¹⁸⁴. Mais uma vez reiteramos que o que caracteriza fundamentalmente o desenvolvimento dos meios de comunicação, pelo menos, nos seus primórdios em determinado sistema, é o controlo do Poder sobre aqueles de forma a haver uma limitação bastante estrita da sua actividade. Procura-se que as mensagens transmitidas não levem a pôr em causa o funcionamento ou a estruturação do sistema político.

Durante a I República saliente-se o aparecimento do jornal *República* em 1911 e do *Diário de Lisboa* em 1921. Faça-se referência ao aparecimento, durante o Estado Novo, de jornais que, hoje em dia, continuam a projectar-se na nova conjuntura. Nesta situação refira-se o *Diário Popular* que surgiu em 1942, *A Capital*, jornal de 1968 e o *Expresso*, de 1973.

Alguns jornais pertenciam a grupos económicos ligados à Banca. Assim, *O Diário Popular*, *O Comércio do Porto* e o *Jornal do Comércio* pertenciam ao Banco Borges & Irmão. A

¹⁸¹ Segundo Tengarrinha, *História da Imprensa Periódica Portuguesa*, in Agee, Traquina, op. cit., p. 30.

¹⁸²Cf. Agee, Traquina, op. cit., p. 30.

¹⁸³Idem, p. 31.

¹⁸⁴Agee, Traquina, op. cit., p.32.

Capital era propriedade de uma *holding* com vários Bancos. Um terço das acções do Diário de Lisboa eram do Banco Nacional Ultramarino e o restante de accionistas privados. Outros jornais pertenciam a accionistas privados ou a grupos financeiros não ligados à Banca (o caso do *Primeiro de Janeiro*, pertencente à família Pinto de Azevedo). Refira-se ainda o jornal *Época*, propriedade do Partido oficial do Regime, a Acção Nacional Popular ¹⁸⁵.

Após o 25 de Abril de 1974, em particular após o Golpe de 11 de Março, verificou-se a nacionalização dos Bancos e, neste caso, dos organismos ou empresas controlados por eles como era o caso dos jornais. Durante este período surgiram diversos jornais de cariz político-revolucionário. É o caso de *Portugal Socialista*, iniciativa do Partido Socialista e vários outros ligados a partidos de extrema-esquerda, como o Poder Popular do Movimento de Esquerda Socialista (MES) e o *Luta Popular*, do Movimento Reorganizativo do Partido do Proletariado (MRPP)¹⁸⁶. O jornal *Avante*, até aí publicado na clandestinidade assume, neste período, um vigor novo.

Em Maio de 1975, no IV Governo Provisório, cujo primeiro-ministro é Vasco Gonçalves, surgiram os semanários *O Jornal* e *O Tempo* (já extinto). Sendo o primeiro um jornal independente, o segundo aparece ligado ao centro-direita. Aparecem também jornais de cariz conservador como *O Sol* e *O Diabo*. Em Julho surge, ligada ao Partido Comunista, a Agência Noticiosa Portuguesa (ANOP). Esta veio substituir a Agência Nacional de Informação (ANI), de propriedade privada. Em 1978, a ANOP é definida juridicamente como empresa pública. Já em 1982 surge outra agência noticiosa, a Notícias de Portugal (NP). Se em 1975 a ANOP tinha subsídios governamentais de 1 440 000\$00, em 1981, esse montante seria já de 160 000 000\$00. Este seria motivo para ser apontado como condicionante das notícias, tal como referia o seu ex-Director, José Manuel Barroso ¹⁸⁷. A ANOP passou por um período conturbado entre 1982 e 1984, altura em que o Governo tentou extingui-la, com despedimento, nomeadamente, de 147 dos 259 membros da gerência. Só em 1984 a situação se equilibraria com a aprovação do decreto-lei 96-A/84 de 26 de Março. A partir daí ficou estabelecido o mesmo tratamento quer à ANOP quer à NP. Da tentativa de fusão das duas agências em uma nova agência resultou a criação da LUSA e a extinção da ANOP (pelo decreto-lei nº 432/86).

No VI e último Governo Provisório (que duraria de 19 de Setembro de 75 a 14 de Julho de 76), que teve como primeiro-ministro Pinheiro de Azevedo, é extinto o jornal *República*. Esta

¹⁸⁵Cf. Agee, Traquina, op. cit., p. 34.

¹⁸⁶Idem, p. 36.

¹⁸⁷Idem, p. 86.

extinção foi originada em motivos contenção governamental a nível financeiro. Também em 1975 surge o jornal *O Dia*, ultraconservador e o jornal de tendência comunista *O Diário*. Em 1977, extingue-se o jornal *O Século*, sendo retomada a sua publicação em 1986 e extinto, novamente, em 1993. Em 1979, surge o jornal diário *Correio da Manhã*, na altura identificado com a direita, pautando-se por uma linha independente nos últimos anos da actualidade.

Em 1983 realizou-se em Lisboa o 1º Congresso de Jornalistas. Na altura referiu-se que dos jornalistas sindicalizados, 18% detinham graus universitários e 75% tinham o Curso Secundário Completo ¹⁸⁸. Nesta matéria, gostaríamos de referir que a primeira Licenciatura na área da Comunicação Social data de 1979 e começou a ser ministrada na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa. Em 1980, O Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, da Universidade Técnica de Lisboa, inicia o ensino desta Licenciatura. Assim, refira-se que dos 18% de jornalistas licenciados atrás referidos, não havia nenhum licenciado com o Curso de Comunicação, pelo menos ministrado em alguma Faculdade portuguesa. É, pois, recente a tendência para preferir com formação académica na área da Comunicação Social. Curiosamente, em áreas como o Direito, a Arquitectura ou a Engenharia não se aceitam especialistas com formação académica diversa que não a da área em causa, já que há protecção jurídica a salvaguardar o exercício dessas actividades. No entanto, na área da Comunicação Social, os formados continuam a ser preteridos pelo *saber de experiência feito*, sendo grave que para a entrada de novos jornalistas, ainda seja facultativo para quase todos os órgãos de comunicação social, a apresentação de licenciatura em Comunicação Social. Apesar de ser uma condição favorável, esta não é ainda condição *sine qua non* do exercício da profissão para os novos profissionais. Refira-se que esta situação tem suporte legal já que conforme consta da lei nº 62/79 de 20 de Setembro, para aceder ao direito de carteira profissional de jornalista, é preciso, entre outras condições, ter cumprido estágio no período legalmente fixado. Não se refere, no entanto a apresentação de diplomas passado por Instituição Universitária ou por Instituto de Formação Profissional (neste caso, lembre-se a importância que o CENJOR tem assumido na formação de jornalistas).

De facto, do nosso ponto de vista, a dignificação da carreira, a profissionalização e a responsabilização de uma área cada vez mais importante no funcionamento do sistema político, passa pela reserva da admissão dos seus agentes, tal como acontece em todas as áreas cujo exercício acarreta responsabilidades profundas.

¹⁸⁸Nicolau Santos, *I Congresso dos Jornalistas Portugueses - Conclusões, Teses*, Documentos, Lisboa, Secretariado da Comissão Executiva do ICJP, 1983, p. 147.

Apesar de ser das formas mais antigas ligadas ao funcionamento dos sistemas políticos, a comunicação social é jovem na protecção que deve salvaguardar o exercício da actividade. Em áreas que urgiram na sua protecção da e na selecção mais estrita dos seus agentes, como é o caso da Medicina ou do Direito, promoveu-se a criação de uma Ordem de Profissionais que reserva o direito de admissão à apresentação de uma série de requisitos que não apenas ao seu exercício. É preciso ser-se formado e ter passado pelas provações necessárias à selecção. Esta é uma forma que salvaguarda a profissão, que a dignifica e que a responsabiliza. Este é um passo que se situa após haver uma maturidade e uma renovação dos elementos antigos, a maioria sem formação superior, pelos novos, cada vez mais especializados.

O sistema político torna urgentes as suas respostas no tempo certo em face de exigências e necessidades. Do nosso ponto de vista uma solução como a criação de uma Ordem de Profissionais para a área da Comunicação Social traria, concerteza, no momento mais oportuno as desejadas vantagens para os que investiram vários anos na sua formação antes de ingressarem na carreira. Gostaríamos ainda de referir que, do nosso ponto de vista, a criação da Ordem dos Jornalistas protegeria também aqueles que pelo amor à actividade apenas a aprenderam praticando. Essa circunstância, como referimos, pode ter sido ocasionada pela falta de escolas profissionais ou pela inexistência do Curso a nível universitário, ou pela facilidade do sistema em aceder à actividade sem requisitos académicos.

Após 1975, com a nacionalização de diversas empresas, entre elas de jornais, verifica-se a dependência de diversos órgãos de comunicação social dos subsídios governamentais. As tiragens dos jornais (bem como dos demais órgãos) baixavam havendo aumento das suas dívidas. Um relatório de contas para 1980 da RDP referia que o seu passivo era de 3 115 473 contos e o défice anual de 520 000 contos ¹⁸⁹. As estatísticas apontam para a descida das tiragens da imprensa escrita desde 1976 e para a quebra de 11% do número de publicações, entre 1971 e 1980 (de 1196 para 1069). Por Distritos apenas em Lisboa e Setúbal houve aumento do número de publicações ¹⁹⁰. Os subsídios governamentais não se mostravam suficientes para fazer face às despesas, nomeadamente, aos custos de produção. A capacidade de informar as zonas periféricas ao Poder Central era reduzida. O fosso comunicacional entre regiões crescia, levando à progressiva diminuição da capacidade de acesso à informação das populações afastadas dos grandes centros.

¹⁸⁹Cf. Agee, Traquina, op. cit., p. 44.

¹⁹⁰ Segundo o Instituto Nacional de Estatística, *Estatísticas da Educação 1971* e dados do Instituto para 1980, in Agee, Traquina, op. cit., p. 45.

Tal como foi referido pelo Director do Jornal O Tempo, Nuno Rocha, num debate da direcção-geral da Comunicação Social em Janeiro de 1987, Portugal tinha, nesta altura, uma desvantagem comparativa com outros países europeus relativamente à relação população/tiragem do principal jornal ¹⁹¹.

Quadro 1- Relação população/tiragem do principal jornal

(País)	(População)	(Tiragem/Principal Jornal)
Áustria	7,5 milhões	850,000
Bélgica	9,8 milhões	250,000
Holanda	14,0 milhões	699,000
Finlândia	4,7 milhões	426,000
Dinamarca	5,1 milhões	247,000
Portugal	9,8 milhões	65,000

Fonte: Nuno Rocha, In Agee, Traquina, *O Quarto Poder Frustrado*, Lisboa, Vega, 1987.

A reprivatização dos órgãos de comunicação aparecia como a solução que poderia contribuir para o aumento do investimento e para a autonomização na gestão dos mecanismos de produção e comercialização. Este foi um dos empreendimentos do XI (1987) e XII (1991) Governos Constitucionais, que tiveram Cavaco Silva como primeiro-ministro e que foram de maioria social-democrata. Assim, em 1987, Fernando Nogueira, Ministro Adjunto para os Assuntos Parlamentares, informava que o apoio económico directo à imprensa nacional e regional era de cerca de um milhão de contos. Este valor revelava a necessidade de mudança de tendência relativamente aos apoios dados à imprensa. Em comparação pode referir-se que em 1975, o subsídio dado à imprensa estatizada era de 65000 contos ¹⁹². Além dos Bancos, das Companhias de Seguros, das mais diversas grandes empresas, também a imprensa foi transferida para grupos privados com capacidade financeira para empreender uma nova etapa na política económica portuguesa.

Após este breve historial sobre a imprensa portuguesa gostaríamos de salientar a seguinte distinção que consideramos fundamental. Mais do que de propaganda, verifica-se a tendência na imprensa para ser veículo de persuasão política. Isto é, a imprensa faz-nos um relato periódico do estado do sistema político e dos demais sistemas externos. É a informação que nos possibilita ponderar sobre as necessidades, sobre as exigências, sobre os apoios que o sistema nos merece.

¹⁹¹In Agee, Traquina, op. cit., p. 62.

¹⁹²Idem, p. 73.

A tendência é para que a informação de imprensa permita o envolvimento, a tomada de posição sobre um conjunto de factos, de notícias. Só indirectamente esta informação pode funcionar como propaganda. Pelas características desta técnica, é conveniente salientar que a propaganda tem um propósito claro de influenciar, sendo na maioria das vezes uma actividade onerosa. Neste sentido, a imprensa tem um papel fundamental no desenvolvimento da consciência política dos cidadãos. Isto é, a imprensa é fonte de mudança do sistema. O conhecimento que esta possibilita permite a tomada de contacto com os mecanismos de funcionamento do sistema, com as suas componentes e com o estado comparativo (com outros sistemas políticos) em que aquele se encontra. À tomada de consciência segue-se a fase de emitir apoios ao Poder ou de fazer exigências, salientando as necessidades do sistema político. Como já atrás referimos também o sistema político português é um sistema aberto. Por outras palavras, vivemos numa sociedade de informação. É esta que permite libertar e tomar posições com um mais amplo conhecimento do estado em que aquele se encontra.

2. A Rádio em Portugal

Em 1896 Guglielmo Marconi obtinha a primeira patente da telefonia sem fios. No ano seguinte formava-se a Marconi's Wireless Telegraph Company. Pensa-se que a primeira estação de rádio foi a WHA, uma iniciativa da Universidade de Winconsin, com emissões regulares a partir de 1917.

Em Portugal, as primeiras experiências de radiodifusão foram estimuladas pelos acontecimentos da Primeira Guerra Mundial e pelas experiências que se faziam a partir de um emissor instalado na Torre Eiffel, em Paris. Foi em 1914 que Fernando Gardelho Medeiros criou a Rádio Hertz, em Lisboa, suspensa pouco tempo depois. Este surgiria mais tarde com a Rádio Continental. Por este período apareceram várias estações de rádio, algumas com duração efémera, numa onda de entusiasmo e descoberta deste poderoso meio de comunicação. Foi o caso da Rádio Aliança, no Campo Santa'Ana, da Rádio Lisboa na Rua Serpa Pinto. Em 1923, aparece no Porto a ORSEC de Francisco e António Borges. Refira-se que até 1925 as emissões são feitas em circunstâncias muito peculiares. Por vezes são emitidas a partir do quarto do próprio ou em instalações improvisadas. Eram feitas, por via de regra, à noite, já que eram realizadas quando o locutor tinha disponibilidade, ou seja, em horário pós-laboral. Dependiam também do investimento daquele nos aparelhos e instrumentos necessários às emissões.

No dia 25 de Outubro de 1925 surgem, em Lisboa, as primeiras emissões radiofónicas regulares. A estação amadora chamava-se CTI AA e era propriedade de Nunes dos Santos. 1928 constitui um marco na história da rádio em Portugal já que é criado o Rádio Clube da Costa do Sol, convertido em 1931 no Rádio Clube Português que era difundido a partir da Parede. Os seus fundadores foram o Major Jorge Botelho Moniz e Alberto Lima Bastos. O Decreto 17 899 de 27 de Novembro de 1930, atribuía ao Estado o monopólio dos serviços de radiotelegrafia, radiotelefonía, radiodifusão e radiotelevisão. Este decreto-lei autoriza a aquisição de dois emissores, em O.M. e O.C. Em 1932 surge a Invicta Rádio, o Rádio Clube Lusitânia (ambas no Porto), a Rádio Luso, a Rádio Amadora e a conhecida Rádio Graça, de Américo Nunes dos Santos, que se manteve até ao 25 de Abril de 1974. Um ano depois é confirmada por Decreto a criação da Orquestra Sinfónica Nacional. Em Agosto de 1934 a radiodifusão oficial emitiu pela primeira vez para o Ultramar.

Em 1 de Agosto de 1935 é inaugurada a Emissora Nacional, grandemente incentivada pelo Ministro das Obras Públicas e Comunicações, Engenheiro Duarte Pacheco. Em 1937 é criada a Rádio Renascença pela Igreja Católica e em 1938 vai para o ar como órgão da Igreja. Estas seriam as duas principais rádios durante 40 anos, pela regularidade e pela extensão cada vez mais alargada das suas emissões.

Durante o 25 de Abril a Rádio Renascença foi ocupada por forças revolucionárias, sendo devolvida à Igreja apenas no último Governo Provisório em Novembro de 1975. A RR não foi nacionalizada, juntamente com a Rádio Altitude e a Rádio Pólo Norte (depois designada Rádio Clube do Centro). Nacionalizada a Emissora Nacional que passa a designar-se Empresa Pública de Radiodifusão(EPR) e inclui outras rádios ¹⁹³, o seu nome muda pouco depois para RDP (foi criada pelo decreto-lei 674-C/75 e pelo decreto-lei nº 274/76, de 12 de Abril foi definido o seu estatuto). O estatuto da RDP definido pelo decreto-lei nº 167/84 de 22 de Maio atribui um papel evidente ao Governo, nomeadamente, através do Conselho de Administração pois o seu Presidente e os cinco vogais (dos seis) são nomeados e exonerados pelo Governo.

A estrutura radiofónica que hoje, *grosso modo*, a RDP mantém, data da remodelação de 1979, altura em que foi criada a Rádio Comercial, resultado da fusão dos Programas Três e Quatro. Por seu lado, a Antena Um surgiu do Programa Um. Foi também criado o Programa

¹⁹³A EPR abarcava a Emissora Nacional de Radiodifusão, o Rádio Clube Português e os seus emissores regionais. Eram estes a Rádio Ribatejo e Rádio Alto Douro, a Rádio Graça, a Rádio Peninsular, o Clube Radiofónico de Portugal, os Emissores Associados de Lisboa, Sociedade Portuguesa de Radiodifusão Lda, a Rádio Voz de Lisboa, a Alfabeta-Rádio e Publicidade e J. Ferreira & Companhia Lda.

Dois em Onda Média, que em 1985 passou para Frequência Modulada, deixando de emitir em OM. Refira-se que na Antena Dois predomina a música erudita, havendo também a inclusão de géneros musicais como *jazz* e música popular emitindo, hoje em dia, 24 horas por dia. Relativamente à criação da Rádio Comercial o nome indica-o e o objectivo foi o de activar financeiramente a RDP, nomeadamente, pelo aumento de tempo dedicado à publicidade. Assim, de um *deficit* de 590 000 contos em 1979, a RDP-Rádio Comercial apresentaria em 1981 um lucro de 20 000 contos ¹⁹⁴. Desde 1982 que a Rádio Comercial emite 24 horas por dia. O canal RDP Internacional faz emissões em língua portuguesa em Onda Curta para África, EUA, Canadá, Macau, Timor, Brasil, Austrália, Índia, Venezuela e Médio-Oriente além de vários países europeus¹⁹⁵.

A RR é a grande concorrente da RDP-Rádio Comercial, em particular desde 1980. As emissões são grandemente condicionadas por motivos religiosos, havendo uma quantidade significativa de programação desse tipo. As emissões têm cobertura nacional (tal como é o caso da RDP) havendo também desde 1981 emissões em Onda Curta para França, Bélgica, Suíça, Holanda, Áustria, Alemanha, Hungria, Dinamarca, e partes da Grã-Bretanha, Polónia, Noruega e Itália ¹⁹⁶. Segundo o Padre Eloy Pinto, «a Igreja Católica não participa com quaisquer fundos na actividade da Rádio Renascença. Toda a liquidez operacional necessária é resultante da publicidade angariada através da agência de publicidade Intervoz e de ofertas monetárias da Liga dos Amigos da Rádio Renascença» ¹⁹⁷. O público da RR (se considerarmos a RR Canal 1, RFM e todas as regionais da Renascença) está distribuído com alguma de forma dispersa pelas diversas classes sociais, isto é, pelas designadas classes A/B, C1, C2 e D (respectivamente classe alta e média alta, média, média baixa e baixa), segundo o estudo Bareme (Base Regular de Meios), o qual é utilizado pelas empresas Marktest e Eurotest. Segundo o mesmo estudo a RR lidera as audiências em todo o país. Relativamente ao seu público, refira-se que a TSF, uma rádio inicialmente não legalizada, que obteve alvará em 1987, tem um público de classe A (isto é, de classe alta) ¹⁹⁸. Actualmente, estudos indicam que a RR é a rádio mais ouvida, em especial nas zonas do Grande Porto e do Interior Norte. Na RDP, a Rádio Comercial é a mais ouvida, seguida da Antena Um ¹⁹⁹.

A partir de 1985 verifica-se, simultaneamente, a designada «explosão» das rádios locais, cuja emissão foi incrementada pelo facto de não haver, na altura, legislação específica sobre a

¹⁹⁴Cf. Agee, Traquina, op. cit., p. 98.

¹⁹⁵Idem, p. 98.

¹⁹⁶Idem, p. 100.

¹⁹⁷Padre Eloy Pinto, in Agee, Traquina, op. cit., p. 100.

¹⁹⁸Dados do Bareme da Marktest, publicação do Departamento de Meios, Julho de 1995.

¹⁹⁹Idem.

matéria. Esta situação verificou-se entre 1985 e 1986, apesar das medidas repressivas dos Serviços Radioelétricos dos CTT. De entre as rádios locais saliente-se a rádio Correio da Manhã, a Rádiogeste e a TSF, que empreenderam um projecto que implicou maiores investimentos do que as restantes rádios, sobretudo a partir de 1987 ²⁰⁰. A legislação viria a regulamentar e a disciplinar o cada vez mais povoado espaço radiofónico. É aprovada a Lei 8/87 de 11 de Março, de Licenciamento das estações de Rádio, que viria a ser revogada pela Lei 87/88 de 30 de Julho (publicada na 1ª série do Diário da República). Esta estabelece, assim, as condições de exercício da actividade de radiodifusão. Esta regulamentação tem por base os artigos 38º, 8º, 164ºd), 168º 1.b) e 169º 2. da Constituição da República Portuguesa. Por sua vez o decreto-lei 388/88 de 28 de Setembro (1ª série), regulamenta a atribuição de licenciamento e alvarás de estações de radiodifusão. Hoje em dia, os públicos abrangidos pelas diversas rádios são cada vez melhor definidos e melhor conquistados no sentido de obterem a programação ajustada às suas preferências. Aqueles que procuram sobretudo música estrangeira e pouca informação, sendo tendencialmente jovens podem sintonizar, por exemplo, a Rádio Cidade. Os que procuram música portuguesa entremeada por entrevistas e participação dos ouvintes podem encontrar vários programas com essas características na RR, na Rádio Comercial ou na Antena Um. É, tendencialmente um tipo de público situado a nível de idade a partir dos 35 anos e sobretudo feminino ²⁰¹.

Ao contrário do que dissemos da imprensa, a rádio pode ser utilizada como um importante instrumento não apenas de persuasão política mas sobretudo de propaganda. O seu papel na história da propaganda em geral tem sido decisivo. Lembre-se conjecturas se traçaram sobre se Hitler teria conquistado o Poder na Alemanha se não usasse a Rádio. Em Portugal esta tem sido também um instrumento extremamente utilizado como suporte propagandístico nos diversos períodos de eleições, nomeadamente, com a utilização do tempo de antena legalmente fixado e cumprido pelas diversas forças políticas.

Como instrumento de persuasão política a rádio tem também um importante papel através da promoção de debates (em algumas estações), das queixas e reclamações que diversos programas promovem, enfim, da capacidade de diálogo entre o locutor e o ouvinte, situação que a televisão, por exemplo, não permite com tanta facilidade. Constitui, sobretudo, para os idosos, dos quais alguns analfabetos e muitos com a escolaridade primária, o meio de fácil entendimento, de fácil acesso nos desabafos. A rádio é, também, o meio preferencial para as pessoas que passam largas horas ao volante nas estradas por motivos profissionais. A rádio é um meio que possibilita um contacto mais estreito entre o seu público e por isso extremamente

²⁰⁰Cf. Agee, Traquina, op. cit., p. 103.

²⁰¹Bareme da Markttest, publicação do Departamento de Meios, Julho de 1995.

respeitado e cujas mensagens são por este bastante levadas em consideração. Em qualquer estratégia política, a rádio constitui um instrumento fundamental de persuasão política e sobretudo de propaganda na medida em que atinge públicos cuja acessibilidade é-lhe quase exclusiva. Isto é, existem públicos cujo uso que fazem da rádio é superior ao de outros meios de comunicação, condicionando o acesso a si à utilização destes meios.

3. A Televisão em Portugal

A escrita deu aos romanos mais velocidade na conquista do que as estradas e as rodas ²⁰². No entanto, em Era alguma o Poder foi tão dependente da tecnologia, como actualmente. Dia a dia, o Poder entra em casa dos cidadãos, dá-lhes novidades, aparece escorraçado ou aclamado, tem de justificar-se publicamente. Ser-se personagem pública significa, cada vez mais, ser-se familiar, isto é, prestar contas das suas acções, ser alvo de julgamento. «Este é o novo mundo da aldeia global», afirmava McLuhan em 1964 ²⁰³. Passados mais de 30 anos a metáfora continua a ser descoberta e a sua magnitude aponta a importância do movimento de implosão comunicacional que se desenvolve. A cidade separa, a aldeia une. Por outras palavras, aquele movimento dirige-se num sentido centrípeto, que no mesmo espaço multiplica as suas funções.

Foi um alemão, Paul Nipkow, que em 1884 inventou o écran de televisão, ajudado por Marconi e Edison que desenvolviam, respectivamente, a TSF e o filme. Os aperfeiçoamentos continuaram até 1923, quando o Dr. Vladimir K. Zworykin registou a patente do iconoscópio, isto é, o écran electrónico. A partir daí começaram as experiências que haveriam em 1927 de testar publicamente o seu funcionamento. Neste ano fez-se a experiência de ligar simultaneamente através de televisão as cidades de Nova Iorque e Washington. Em 1941 foi autorizada a televisão comercial nos Estados Unidos. Em 1947, começaram as emissões a cores, através da CBS.

A televisão emitiria em Portugal, mais exactamente, a partir da Feira Popular, continuamente de 4 a 30 de Setembro de 1956. Foi no Parque de Santa Gertrudes, Palhavã, hoje localização da Fundação Calouste Gulbenkian. As emissões partiam de um pavilhão pré-fabricado, havendo uma torre tubular com 50m de altura, aparelhos de TV em vários locais

²⁰²Cf. Marshall McLuhan, *Understanding Media - The Extensions of Man* (1964), USA, MIT Press Edition, 1994, p. 93.

²⁰³Idem, p. 93.

públicos, muitos interessados junto às instalações e as primeiras caras na TV: Raúl Feio e Maria Armada Falcão.

Dependente da Emissora Nacional de Radiodifusão havia o Grupo de Estudos de Televisão que durante três anos havia produzido material suficiente para que o Governo se decidisse por avançar com o projecto de criação de televisão. Nesta sequência é publicado em Outubro de 1955 o decreto-lei nº 40341 que promovia a constituição pelo Governo, de uma sociedade anónima de responsabilidade limitada, emissora do serviço público de televisão em território português. O contrato assentava num regime de exclusividade de 20 anos, prorrogável por períodos de dez, havendo a faculdade de resgate após os primeiros dez anos. A 15 de Dezembro de 1955 foi assinada a escritura da RTP, Radiotelevisão Portuguesa, SARL, iniciada com o capital mínimo legal de 60 000 contos.

A 3 de Dezembro de 1956 iniciava-se uma nova fase nas experiências de emissão televisiva. Quer a melhoria do sinal de recepção quer o atingir de novas localidades foram sendo conseguidos. Caminhava-se para o começo, daí a poucas semanas (já em 1957) das transmissões regulares. Estas foram impulsionadas pela cobertura que se deu à visita da Rainha Isabel II de Inglaterra. Apesar de não ser uma reportagem directa, obrigou a uma capacidade grande de resposta de forma a combinar imagens, texto, meios técnicos, nomeadamente, das câmaras de filmar (*Paillard de dar corda*) e a estreia de jornalistas frente às câmaras, entre outras novidades.

Em 6 de Agosto de 1972, a RTP é inaugurada na Madeira, havendo já no continente um número de subscritores de taxas superior a 500 000 ²⁰⁴. Sendo controlada pelos sucessivos Governos Provisórios a partir do 25 de Abril de 1974, nos termos do Decreto-Lei nº278/74. Lembre-se que sendo Director de Programas desde 30 de Agosto, Ramalho Eanes passa a Presidente do Conselho de Administração a 28 de Outubro, cargo em que se manteve até 13 de Março de 1975. «Mais tarde se diria, pelos corredores do Lumiar, que a RTP já 'fizera' alguns Ministros, vários Secretários e Subsecretários de Estado e um Cardeal Patriarca. Faltava um Presidente da República. Com Eanes deixou de faltar» ²⁰⁵. De facto, a relação entre um meio poderoso como a televisão e o Poder procurava ser estreita. Sobretudo em períodos de convulsão, a elite governamental procura a televisão, como forma de reforçar e mobilizar esforços.

²⁰⁴ *30 anos RTP*, Lisboa, Nova Força, 1987 (publicação interna), p.11.

²⁰⁵ *Idem*, p. 13.

A 10 de Agosto de 1975 iniciavam-se as emissões regulares da RTP nos Açores, projecto bastante dinamizado por Ramalho Eanes. A RTP é nacionalizada em finais de 1975, passando a Radiotelevsão Portuguesa, E.P. Em 1978 foi inaugurado o 2º Canal da RTP (RTP2). Este canal apresenta programas de tipo erudito e cultural como é o caso de documentários, programas sobre teatro, música sinfónica, ballet. Naquela altura ainda se emitia durante sete horas aos dias úteis e mais algumas horas ao fim de semana. Hoje em dia, a RTP1 emite cerca de 18 horas diárias e a RTP2 cerca de 12 horas. Os programas de informação política têm sido explorados, sobretudo, a partir do 25 de Abril. Na altura, surgiram programas com títulos sugestivos como, «Vamos decidir em Conjunto», «No Mundo do Trabalho», «Responder ao País», «A Política é de Todos», «Nome Mulher»²⁰⁶.

Em 29 de Novembro de 1979 é aprovada a lei da radiotelevsão (pela Lei nº 75/79). Termina o regime de transição a que a RTP fora sujeita, que determinava a nomeação dos cinco membros da Comissão Administrativa pelo Governo. A 22 de Agosto de 1980 o decreto-lei nº 321/80 define-lhe um novo estatuto. À luz deste diploma, cinco membros do Conselho de Gerência são nomeados pelo Governo, sendo o sexto nomeado pelos funcionários da empresa. Sendo uma televisão estatal encontra-se, de alguma forma presente, a ingerência do Poder ao nível da gestão geral de carácter estrutural da empresa. A RTP tem procurado também fazer honra e tornar claro o seu respeito pelo artigo 6-2 da Lei da Radiotelevsão que refere que «a programação da radiotelevsão deverá ser organizada segundo uma orientação geral que respeite o pluralismo ideológico, assegurando a livre expressão e confronto das diversas correntes de opinião e garantindo o rigor e a objectividade da informação»²⁰⁷. Em 1980, directamente do Teatro São Luís, a sessão final do Festival RTP da Canção assinala a inauguração oficial da programação a cores.

Gradualmente, a RTP tem vindo a investir na produção nacional, apesar de a produção estrangeira ainda ser significativa, sobretudo a nível de telenovelas (brasileiras e venezuelanas), filmes e séries. Actualmente, a RTP1 (tal como é referido no *spot* publicitário do verão de 1995) abrange três milhões de lares. Relativamente à sua liquidez, a RTP encontra-se em situação de falência técnica. O balanço da empresa feito em 31 de Dezembro de 1994, revelou um capital próprio negativo de cerca de oito milhões de contos. A este montante há que somar prejuízos do mesmo ano de 19,5 milhões de contos e 20,7 milhões de prejuízos de anos anteriores. O total do *deficit* acumulado é, assim, superior a 40 milhões de contos. Refira-se que este montante sucede apesar de o Estado ter aumentado o capital da empresa em 10 milhões de contos e de ter recebido uma indemnização compensatória pela prestação

²⁰⁶Idem, p. 13.

²⁰⁷Lei da radiotelevsão (lei nº 75/79, de 29 de Novembro de 1979).

de obrigações de serviço público de 7,1 milhões de contos. Refira-se ainda que os montantes auferidos pela publicidade têm vindo a descer. De 28 188 milhões de contos em 1992, passou para 25 004 milhões em 1993 e em 1994 recebeu 17 295 milhões de contos. A Administração da empresa pretende que a situação se equilibre até 1998. Para isso, está a ser para ser negociado com o Estado um projecto que reforce a estrutura de capitais da empresa ²⁰⁸. Esta situação denota nitidamente a influência dos canais privados na partilha publicitária de receitas. Por outro lado, não sendo a RTP2 competitiva a nível de audiências e de investimento publicitário os custos do seu financiamento para 1994 foram de 12 milhões de contos, segundo o mesmo relatório. Acresce que a estrutura de capitais da empresa está degradada o que causa elevados níveis de endividamento e de encargos financeiros.

Refira-se que em 1982 surgiu a primeira proposta legislativa para a abertura da televisão não-estadual. Partiu do patriarcado de Lisboa e traduzia-se no pedido de concessão de um canal para a Igreja Católica. A constitucionalidade da proposta foi debatida, não se chegando a conclusões que a definissem claramente. Em Janeiro de 1986, com base no artigo 41º 5. da Constituição Portuguesa o Governo apresenta uma proposta à Assembleia da República de atribuição de um canal à Igreja Católica ²⁰⁹. A comissão parlamentar encarregue de avaliar a proposta prolongou os seus trabalhos ao longo de um ano. Foi nesta altura que onze candidatos à televisão privada apresentaram as suas propostas. A dissolução da Assembleia da República nessa legislatura, viria a suspender os trabalhos de abertura da televisão privada.

Daquelas propostas constava a SIC (Sociedade Independente de Comunicação, S.A.), grupo liderado por Francisco Pinto Balsemão. A sua constituição consta do decreto-lei nº253/87, de 3 de Novembro(III série). A atribuição do 3º canal à SIC e do 4º à TVI foi feita através da Resolução do Conselho de Ministros nº6/92 de 22 de Fevereiro, tendo sido publicada através do decreto-lei nº45/92 de 22 de Fevereiro. As emissões experimentais da SIC começaram a 2 de Outubro e as regulares a 6 do mesmo mês. Tendo sido constituída por um capital inicial de 6.000.000.000 de contos, actualmente, o capital accionista é de 13.000.000.000 contos. Refira-se que de entre os seus 16 accionistas, o maior é a Soicom SGPS, com 25% do capital (3.250.000) e o menor é a Universidade Nova com 0,06% (8.000 contos).

Um dos processos de medição da audiência de que a SIC usufrui designa-se por *peoplemeter*. Consiste num sistema de recolha electrónica de audiências de televisão, por

²⁰⁸ *Expresso*, Caderno Privado, 13 de Maio de 1995, p. 1.

Considerámos referir estes dados em virtude da credibilidade deste jornal.

²⁰⁹ Cf. Agee, Traquina, op. cit., p. 114.

meio da instalação de um *meter* (unidade central) em cada lar que está ligado ao computador central através da rede telefónica. Este sistema permite também registar, através de uma unidade periférica, informação relativa à presença de espectadores, bem como ao estado do televisor e do vídeo. Todos os televisores existentes em cada lar estão ligados ao *meter* que transmite informação ao computador central 24 horas por dia. No caso da SIC tem sido utilizado um painel de 600 unidades, representativas dos lares do Continente com televisão. Este sistema permite fazer o levantamento das preferências de 1850 indivíduos com mais de quatro anos de idade por programas e canais televisivos, cruzando com características como o sexo e a idade. O universo do estudo é composto por 9.355.000 de indivíduos residentes no Continente com mais de quatro anos de idade.

A última Proposta de constituição da TVI (Televisão Independente, S.A.), data de 25 de Março de 1991, da qual faziam parte 46 accionistas, entre os quais várias entidades ligadas à Igreja Católica. Foi aprovada em Conselho de Ministros com a atribuição do 4º canal à TVI em 22 de Fevereiro de 1992. Actualmente, o capital social da TVI é de 17, 75 milhões de contos e tem cerca de 18.000 accionistas directos. Começou as suas emissões regulares em Fevereiro de 1993. A cobertura nacional é de 85%, sendo recebida por cabo na Madeira e Açores.

Tal como consta na Carta de Princípios da TVI, esta «pauta-se pelos valores fundamentais da pessoa humana e pelo serviço impreterível às grandes causas da Humanidade: a Liberdade, a Justiça, a Paz, a Solidariedade e a Verdade» ²¹⁰. Neste sentido, a TVI juntamente com o Forum Estudante lançaram uma grande campanha integrada na designada *Missão Boa Esperança* junto das escolas portuguesas para recolherem dádivas de arroz e livros para o povo de Moçambique. A esta iniciativa aderiram outras instituições como a Cruz Vermelha e a UNICEF. Durante 30 dias foram recolhidas 980 toneladas de arroz e 1.3 milhões de livros, em mais de 1.300 escolas do Continente e Regiões Autónomas. Outra iniciativa de carácter humanitário foi a do «*Concerto Timor Livre*», em Novembro de 1994, transmitido em directo do Centro Cultural de Belém. A TVI apoiou e transmitiu este concerto como manifestação de solidariedade para o povo de Timor. Estes são dois exemplos da acção de apoio a «causas humanitárias» da TVI. Das 60 horas semanais iniciais, a TVI passou para cerca de 100 horas actualmente, com 30% do tempo dedicadas à informação. Segundo dados da TVI ²¹¹, a TVI duplicou a sua audiência de 1993 para 1994, ao passar de 7,3% para 14,7% de quota de mercado. Destes 56,1% são mulheres e 55,2% pertencem à classe média. Mais de 60% da programação é feita em língua portuguesa.

²¹⁰ Segundo Carta de Princípios da TVI.

²¹¹ Caderno da TVI, Abril de 1995 (publicação interna).

Hoje em dia, existem três noticiários diários, com destaque para o Telejornal, (que se tem mantido há mais de 15 anos), que apresenta com regularidade diária, nomeadamente, entrevistas ou debates entre convidados de posições contrárias. No total das quatro estações existentes há 34 programas de informação diária e não diária, excluída a informação desportiva. A TVI tem 14 e a SIC tem nove ²¹².

Em 1991 a United International, empresa sediada nos EUA e formada por quadros da United Cable Television Corporation, fez um estudo para os TLP (Telefones de Lisboa e Porto) sobre a viabilidade da TV por cabo em Portugal. Chegou à conclusão que esta tinha grandes probabilidades de ser lucrativa. A Cabo TV Portugal, foi constituída no primeiro trimestre de 1993 pela Telecom Portugal (sócio maioritário) e os TLP. Em 1995, os TLP, a Telecom e a Marconi foram privatizados e constituídos numa só sociedade, a Telecom Portugal. Aquela empresa tinha previsto em finais de 1993 um investimento no lançamento da *cablagem* de 60 milhões de contos para que a rede chegasse a cerca de dois milhões de lares, em 84 Concelhos ao longo dos seis anos seguintes. O sistema de TV por Cabo permite a recepção de mais de 30 canais, qualidade de recepção do som e imagem bastante fiéis, havendo comentários em português nas emissões do Eurosport e da MTV. Refira-se que, em finais de 1993, nos Açores e Madeira, havia cerca de 40 000 lares com acesso ao serviço de TV por Cabo. Prevê-se que em 1996 estejam efectuadas as ligações de clientes nas áreas metropolitanas de Lisboa, Porto e Coimbra. Comparativamente, nos Estados Unidos, em 1960, menos de 2% de lares recebiam o sinal televisivo por cabo, sendo que em 1987 esse número era de 45% ²¹³. A competição entre audiências que a televisão por cabo vai trazer será, concerteza, motivo importante para tornar ainda mais incisivos os canais portugueses na competição que mantêm entre si. No entanto, refira-se que o público que a televisão por cabo pode abarcar será predominantemente jovem (até aos 45 anos), que saiba inglês ou francês. Os filmes e séries bem como concursos e programas de variedades canalizarão mais a recepção.

O canal RTP Internacional emite via Satélite para a Europa, África e Ásia. Estudou-se a viabilidade de transmitir também para as comunidades portuguesas nos EUA, Canadá e Venezuela. A partir de Dezembro de 1992 a RTP Internacional começou a emitir para os EUA por cabo contra pagamento, o que custa entre 2 000 a 3 500 escudos por mês e tem

²¹²*Expresso*, Revista, Director José Hermano Saraiva, 14 de Abril de 1995, p. 44. Refira-se que dada a novidade do assunto, são os periódicos que permitem o seu acesso actualizado. Considerámos que dada a credibilidade deste jornal a corrente citação é pertinente.

²¹³Defleur, Ball-Rokeach, *Theories of Mass Communication*, New York, Longman, 1989, p. 115.

originado protestos. Clubes desportivos, recreativos e culturais dirigiram cartas e abaixo-assinados à RTP, ao Presidente da República, ao primeiro-ministro, ao ministro-adjunto com a tutela da Comunicação Social, Marques Mendes, ao Secretário de Estado das Comunidades Portuguesas. A RTP Internacional custa 1,6 milhões de contos à RTP, montante do qual meio milhão de contos é gasto com a emissão da RTP para a América.

Cada vez mais, se acentua o papel da televisão como suporte eleitoral de uma campanha política. A televisão pode salientar qualidades apenas pela imagem, que na maioria das vezes consegue sobrepor-se ao discurso. O nervosismo em televisão não promove bem como o desleixo (nas emissões de rua) ou a falta de consideração mais do que para o jornalista, para o público telespectador. Também a arrogância, a petulância devem ser evitadas. Há os exímios em promover o sorriso paternalista, entendedor, dominador da situação, mesmo quando as evidências a apontam como desfavorável. Os bons comunicadores em televisão sabem também que, em situação de debate, quando determinado sujeito está a atacar, a câmara ainda que por segundos mostra a reacção do adversário. É a altura em que este abana a cabeça como a não concordar, sabendo que este gesto irá 'cortar' a firmeza do discurso do primeiro, por muito fundamentado que seja.

Nos últimos anos, em Portugal, temo-nos vindo a habituar ao tipo de campanha-espectáculo, modelo que explora a capacidade mediática de sensibilização e de suscitar facilmente emoções associadas a um estilo de vida desafogado. Este modelo é há várias décadas explorado pelo sistema político americano onde as abstenções têm valores cada vez mais preocupantes (mesmo em eleições para a Presidência da República). Neste sentido, é a televisão o meio mais completo e mais ajustado para o espectáculo eleitoralista. Nos últimos anos, em período de campanha, os tempos de antena, por via de regra, possuem um lote de imagens comuns, isto é, vários *spots*, que vão alternando, sendo, geralmente, concebidos pelas empresas de produção que trabalham para as agências de publicidade. Nesses *spots* abundam os sorrisos, a felicidade, os beijos a crianças, a união entre estas e idosos, a família, tudo sob um fundo musical sereno, ligeiro, a invocar esperança, bem-estar, vontade de pertencer ao grupo. A atenção e o interesse são as primeiras fases do objectivo da conquista. Refira-se ainda que este tipo de mensagem é usado, geralmente, pelos partidos que se encontram mais perto de conseguir vencer as eleições. Já os partidos com menor expectativa de eleitorado e com menor representação na Assembleia da República (neste caso referimo-nos ao caso de eleições legislativas) têm uma mensagem extremamente crítica, mais voltada para o levantamento de exigências ao sistema político. A justificar também este tipo de mensagem está o facto de, normalmente, o seu activo financeiro ser reduzido não lhes permitindo investir tanto nos filmes ou *spots* mais trabalhados, de tipo mais mediático.

De facto, tal como Philip Hansen refere na sua obra *Hannah Arendt Politics, History and Citizenship*, apesar de aparentemente parecer haver diminuição da capacidade das pessoas para controlar os seus interesses directamente, passa-se exactamente o oposto ²¹⁴. Cada vez mais a natureza da participação política no sistema permite integração, aproximação, decisão informada. Neste sentido, como referiu aquele, Hannah Arendt deu também um valioso contributo para o entendimento da natureza da participação política nos sistemas políticos contemporâneos largamente mediatizados. Ser-se pessoa pressupõe reciprocidade de direitos e deveres para com determinado sistema e sobretudo liberdade para participar, para solidarizar-se, para conhecer e para construir. O Poder mantém-se enquanto existe capacidade de decisão para a dinamização do sistema político, em particular da comunidade civil. A capacidade de decisão implica, por exemplo, saber das exigências sendo capaz de as satisfazer de forma politicamente viável. A persuasão política constitui-se, assim, uma tarefa permanente de compromisso entre candidatos à gestão da política (segundo a terminologia de James Burnham, em *The Managerial Revolution* ²¹⁵) e a própria dinamização do sistema. Como referia Hamilton a propósito da Revolução Americana e que Hannah Arendt cita abundantemente na sua obra *Sobre la Revolución*, os homens «são realmente capazes (...) de estabelecer bons governos a partir da reflexão e da eleição (não estando) eternamente condenados a que as suas constituições políticas dependam do acidente e da força» ²¹⁶.

4. Massas e Opinião Pública

A versatilidade do discurso de propaganda é adequada ao grupo alvo, na mesma medida em que as características deste podem ser tão concretas como as dos empregados de uma fábrica, mais alargadas como os telespectadores de determinado canal televisivo que vêm determinado tipo de programas, tão vastas como os eleitores de um país. As expectativas, a especificidade das necessidades do grupo receptor, são limitadas no momento da comunicação às suas circunstâncias físico-espaciais de recepção. Cabe ao emissor protagonizar ideais políticos que são defendidos por um grupo político-partidário e que vão de encontro às expectativas do grupo receptor. Do levantamento das necessidades, das exigências, dos apoios, junto das populações, pode viabilizar-se permanentemente um conjunto de soluções passíveis de serem resolvidas politicamente ou de reforços (em virtude dos apoios) a que se deve procurar corresponder. O entendimento das relações de Poder

²¹⁴Philip Hansen, *Hannah Arendt, Politics, History and Citizenship*, Cambridge, Polity Press, 1993, p. 218.

²¹⁵Ver James Burnham, *The Managerial Revolution* (1941), Connecticut, Greenwood Press Publishers, 1972.

²¹⁶Hamilton, *The Federalist*, cit. in Hannah Arendt, *Sobre la Revolución* (1963), Madrid, Alianza Universidad, 1988, p. 221.

passa pelo estudo do alcance dos meios de comunicação, do alcance da formação da opinião que estes permitem, da sua importância como pontos de partida para a discussão, para o debate de ideias entre grupos informais (a família, os amigos, os colegas de trabalho).

O poder da opinião pública tem sido utilizado ao longo da história como indicador da participação política dos cidadãos na comunidade. Como refere Jean Stoetzel, Heródoto, no século V A.C., atentou na importância da opinião do povo. Também Cícero, dirigindo-se ao Senado romano, proclama *vobis populi romani praesidia non desunt* (O apoio do povo vos é outorgado), demonstrando a necessidade da anuência popular na tomada de determinada decisão. Maquiavel refere-se a esta temática no capítulo 19 do *Príncipe*, tendo também Hobbes em 1640 manifestado na sua obra *Elements of Law* a importância da opinião no governo dos homens ²¹⁷. A partir da Revolução Industrial inglesa no século XVIII e sobretudo das Revoluções Francesa e Americana, que contribuíram decisivamente para a gradual generalização do sufrágio em finais do século XIX e o desenvolvimento dos meios de comunicação social, passou a tornar-se cada vez maior a possibilidade de «a massa (ter) condições de informar o governo sobre as repercussões dos seus actos, num processo contínuo de feedback» ²¹⁸. Na senda de Jean Stoetzel, também Monique Augras considera que os meios de participação e auscultação dos cidadãos relativos aos seus interesses estiveram sempre presentes de forma mais ou menos alargada. Por outras palavras, a «expressão da opinião pública está ligada a uma actividade política» ²¹⁹.

Segundo Wright Mills, «a opinião pública (...) é uma rede complexa, informal, de pessoas e pequenos grupos que trocam, em todos os níveis de ocupação e classe, opiniões e informações, e expostos, de forma variada, aos diferentes tipos de meios de comunicação e aos seus variados conteúdos» ²²⁰. A opinião pública está em deliberação constante, sendo que os últimos acontecimentos prevalecem na chamada memória colectiva bem como os negativos. Como refere Alfred Sauvy, «a maioria das vezes, a opinião não tem uma memória fiel. Ela preocupa-se com problemas da actualidade com intensidade, mas abandona rapidamente para os historiadores aqueles que deixaram de estar em cena» ²²¹. Além da retenção selectiva dos acontecimentos consoante a sua importância, gravidade ou carácter sensacionalista, a opinião pública renova constantemente os seus alvos de julgamento. A troca de opiniões entre os indivíduos, dentro do sistema político constitui-se permanentemente.

²¹⁷Cf. Stoetzel, *Psicologia Social* (1963), São Paulo, Companhia Editora Nacional, 1972, p. 293.

²¹⁸ Monique Augras, *Opinião Pública Teoria e Pesquisa*, p. 15.

²¹⁹Idem, op. cit., p. 14.

²²⁰Wright Mills, *Poder e Política* (1963), Rio de Janeiro, Zahar Editores, 1965, p. 236.

²²¹Alfred Sauvy, *L'Opinion Publique* (1956), Paris, PUF, 1977, p. 33.

Acresce a faculdade de cada um ajuizar sobre os apoios e exigências que julgue consentâneos com as suas necessidades e saber que estes podem ser defendidos pelo grupo.

Segundo Hans Speier «a opinião pública existe quando pessoas que não estão no Governo de um país exigem o direito de expressar opiniões políticas livremente e publicamente, e o direito de estas opiniões influenciarem ou determinarem políticas, pessoal, e acções do seu Governo»²²². A informação que circula através dos meios de comunicação social é o ponto de partida para que a troca de impressões se instale, para o confrontar de posições, para a formação da opinião pública. Após o surgimento do tema e da reflexão, existe uma estabilidade temporária de direcção daquela. São familiares as expressões «a opinião pública está dividida quanto a este tema» ou «a opinião pública é contra ...» A opinião pública define-se, essencialmente, pelo conjunto de juízos colectivos emitidos pelos cidadãos que como membros de determinado sistema político têm o direito de manifestar e saber divulgada a sua opinião sobre os mais diversos assuntos.

Monique Augras considera que existem factores básicos que influenciam a formação da opinião pública. Estes situam-se a diversos níveis. São os de natureza psicológica, relativos especificamente à formação de atitudes e opiniões. Existem também factores sociológicos, relativos aos referentes grupais como influenciadores das opiniões. E convém referir os factores circunstanciais, em particular os de nível histórico, que relativizam e condicionam a direcção da opinião pública relativamente ao presente²²³. Refira-se que, neste assunto, também os psicólogos sociais têm manifestado a importância da Ciência Política como fonte de entendimento de fenómenos do seu âmbito de pesquisa. É neste sentido que o psicólogo social Jean Stoetzel refere que «dentro da Psicologia Social e da Ciência Política, a opinião pública tornou-se o tema central de uma espécie de domínio autónomo»²²⁴.

Roger Brown, Psicólogo Social, realizou um estudo classificatório dos fenómenos massivos²²⁵. O seguinte esquema permite a concepção imediata da sua organização.

Esquema 2 - Classificação das massas

²²²Hans Speier, *Social Order and the Risks of War*, 1952, pp 323-39, cit. in Wright Mills, *The Power Elite*, op. cit., p. 309.

²²³Cf. Monique Augras, *Opinião Pública Teoria e Pesquisa* (1970), Petrópolis, Editora Vozes, 1980, p. 24.

²²⁴Jean Stoetzel, *Psicologia Social*, op. cit. p. 294.

²²⁵Roger Brown in Federico Munne, *Psicologia Social* (1980), Mem Martins, Edições CETOP, 1984, pp 128-132.

I- Massas com Proximidade Física

A) Massas Desagregadas

B) Massas Congregadas

1. Turbas

a. Agressivas

b. Evasivas

c. Aquisitivas

d. Expressivas

2. Públicos

a. Que procuram a informação

b. Que procuram a recreação

c. Que procuram a conversão

3. Auditórios

II- Massas sem Proximidade Física

A) Telepúblicos

B) Teleauditórios

Pela sua importância no entendimento da organização dos diferentes fenómenos massivos e pela necessidade de ter em consideração as diferentes grupos massivos na persuasão e em particular na propaganda, gostaríamos de aludir, com alguma brevidade, a esta classificação. As massas podem, pois, repartir-se em dois grandes grupos tendo em consideração o espaço: massas com proximidade física e sem proximidade física. O primeiro grupo, pelas circunstâncias de espaço, possibilita várias situações de agrupamento e interacção. Um primeiro grande grupo de massa com proximidade física é o das massas desagregadas. É constituído um conjunto de pessoas que se encontram por mera coincidência no mesmo local. Entre estes verifica-se uma interacção social mínima que resulta da consciência mútua das presenças uns dos outros. Essa interacção manifesta-se, por exemplo, entre os transeuntes da via pública os quais tentam circular sem se atropelar.

As massas congregadas podem dar origem a três tipologias de agrupamento que são as turbas, os públicos e os auditórios. Em termos gerais, o que distingue este grupo do anterior é que este é constituído por reuniões de pessoas que têm o objectivo de satisfazer um interesse comum a todas elas. Um primeiro grupo referido é o das turbas, agrupamento para o qual Roger Brown indicou a classificação que iremos referir. As duas características básicas deste activo agrupamento são, por um lado, a homogeneidade de pensamento e de conduta e por outro, haver actos impulsivos e irracionais. As turbas podem ser agressivas, evasivas, aquisitivas e expressivas. O primeiro grupo caracteriza-se pela acção canalizada contra algo

ou alguém. O saque traduz acção de turba agressiva que tem o objectivo de apoderar-se de objectos. O *riot*, cuja tradução é motim, pode expressar-se contra pessoas sob a forma de rapto ou de linchamento ²²⁶, que constitui a forma mais violenta de turba agressiva.

As turbas evasivas são constituídas por grupos de pessoas que tendem a evadir-se de um perigo real ou imaginário. Como consequência dessa evasão pode gerar-se o pânico colectivo, sendo que a turba movimenta-se de forma desordenada. As turbas aquisitivas são constituídas por pessoas que convergem relativamente à posse de determinado bem considerado valioso ou bastante apelativo. Lembre-se o caso da tulipomania que assolou os Países Baixos entre 1630-35. Disputavam-se bolbos de túlipas considerados raros por preços que podiam atingir o de uma habitação. Outro caso é o dos saldos e da grande afluência que determinadas lojas conseguem gerar. As turbas expressivas, também sistematizadas por Roger Brown, traduzem-se na reunião de pessoas em determinado local com fins de realização ritual e com prossecuções que levam à libertação de excitação emocional que, por vezes, atinge a catarse colectiva. Lembre-se o caso das *revivals*, no Haiti, que se caracterizam pela confissão e conversão colectivas, na procura da exaltação mágica durante o ritual *voodoo*. Assim, enquanto, as turbas agressiva e aquisitiva têm uma dinâmica interna centrípeta, a turba evasiva tem uma dinâmica oposta, isto é, centrífuga. O tipo expressivo de turba caracteriza-se por um grau ínfimo de dinâmica interna relativamente ao interesse que polariza o agrupamento. Este ou não se move ou move-se lentamente, não havendo necessidade de movimentos massivos dos seus participantes em direcção ou no sentido oposto a determinado interesse que os une.

Outro tipo de massa congregada é o público. Caracteriza-se pela ordem e, normalmente, pela passividade relativamente ao interesse que manifesta em relação a determinado acontecimento ou pessoa. Kimball Young sistematizou os diferentes tipos de públicos, sendo referido por Roger Brown na sua classificação das massas. Considera aquele que os públicos podem ordenar-se com vista à procura de informação, recreação ou conversão. Os primeiros pretendem cultivar os seus conhecimentos, sendo que tendem a mostrar-se pouco emotivos e bastante passivos. É o caso do público de uma conferência. Os públicos que procuram a recreação pautam a sua conduta pela busca da excitação das suas emoções. Lembre-se os assistentes a um espectáculo de música patrocinado (ou não) por um partido político. Os públicos que procuram a conversão são compostos por participantes que estão dispostos a serem persuadidos de algo. Neste sentido, o orador usa os mais diversos argumentos que possam emocionar o público, contando para tal também com um cenário que privilegie a sua

²²⁶Sobre esta matéria Hadley Cantrill e John Dollard deram um contributo significativo, nomeadamente, com a sua obra *Cast and Class of a Southern Town*, 1937.

presença. Tem-se atenção sobretudo com o enfoque das luzes. A mensagem do orador pauta-se pela repetição, pelo uso de símbolos e de slogans. O caso mais evidente, hoje em dia, em Portugal, é o das reuniões promovidas pelas seitas religiosas.

Sendo a atitude a diferença básica entre públicos e auditórios, refira-se que estes últimos caracterizam-se pela receptividade intelectual, enquanto os públicos têm uma atitude de passividade. Isto é, estes limitam-se a esperar acção ou informação, não sendo adeptos ou defensores daquilo que procuram. Neste sentido, o êxito de um conferencista pode medir-se pela sua capacidade de transformar um público num auditório, isto é, transformar a passividade na recolha de informações, na receptividade e conformidade de posições perante o assunto.

Relativamente à segunda grande tipologia de massas referida por Roger Brown, isto é, as massas sem proximidade física, existe a característica comum de os participantes não interagirem, havendo uma dispersão geográfica variável limitada ao alcance do meio de comunicação social que estão a usar. Esta categoria de massa pauta-se sobretudo pela dispersão espacial, o que não é sinónimo de dispersão de perfis entre públicos ou entre auditórios. Isto é, existe a unir estes os indivíduos destes agrupamentos a proximidade de interesses e mais do que isso, um perfil que pode ser bem delimitado a nível de faixa etária, de habilitações literárias, e de factores como religião, sexo, partido político, de entre outros, no caso de serem motivo da reunião. Por exemplo o público de determinado programa de rádio encontra-se disperso em termos espaciais mas simultaneamente delimitado em termos temporais. Os leitores de um jornal usufruem da mensagem em momentos que podem ser distintos. Existem duas tipologias básicas de massas sem proximidade física, que são os telepúblicos e os teleauditórios. Lembre-se, neste sentido, o significado do prefixo *tele*, de origem grega que significa à *distância*. As características que já enunciámos para estes dois agrupamentos no caso de serem massas com proximidade física são, basicamente, as mesmas. Ter em consideração a existência de diferentes atitudes e características dentro das massas facilita o processo de persuasão e em particular a recepção da mensagem propagandística.

Também Wright Mills explicitou a importância de distinguir público e massa, no sentido de melhorar o entendimento da relação entre a elite no Poder e os públicos ou massa que a podem responsabilizar. Segundo aquele autor, «público e massa podem ser mais prontamente distintos pelos seus modos dominantes de comunicação». Enquanto numa comunidade pequena, *de públicos*, as discussões são um importante meio de formar opiniões, numa *comunidade de massas*, o tipo de comunicação mais usado pela elite é composto pelos

meios de comunicação de massa, sendo os diversos públicos simples alvos, não havendo troca de opiniões entre si ²²⁷. Por outro lado, McLuhan alertou para o facto de cada vez mais as sociedades se tornarem sociedades de massas tal é a importância que os media assumem na definição de opiniões.

Em termos de dimensão, a opinião pública pode ter, assim, um carácter local, regional, nacional ou internacional. Por outras palavras, pode traduzir-se em termos tão vastos como os eleitores de um país ou, num âmbito mais reduzido, nos habitantes de determinada Freguesia maiores de 15 anos, por exemplo. A opinião pública pode revestir carácter internacional quando os assuntos em causa são tão abrangentes e fundamentais como, por exemplo, os testes nucleares ao largo de Mururoa (sob administração francesa), no Pacífico, tal como aconteceu em 1 de Setembro de 1995. Assim, este acontecimento mobilizou a atenção da opinião pública em termos internacionais. A medição da opinião pública é realizada e constantemente através de diversos instrumentos, como as sondagens. É importante alertar para que a opinião pública não se traduz apenas nas conclusões apresentadas nos meios de comunicação com base em meia dúzia de entrevistas aos transeuntes. Não se pode basear conclusões em alguns julgamentos como sendo representativos de um grupo, aspecto para o qual já Allport chamava a atenção na sua obra *Toward a Science of Public Opinion* ²²⁸. Refira-se ainda que, neste particular, as sondagens podem constituir-se como instrumentos de auscultação da opinião. No entanto, há que ter em consideração o universo, a população sobre a qual se quer inferir opiniões e o alcance do instrumento de medida, isto é, factores como o tipo de amostra ou a técnica de recolha de dados. A generalização de conclusões deve vir aliada a estes factores, sob pena de se estar a ir além do alcance científico e real de tais instrumentos.

²²⁷Wright Mills, *The Power Elite*, New York, Oxford University Press, 1956, p. 304.

²²⁸Apesar da referida obra datar de 1937 esta consideração mantém-se actualizada. A prová-lo está a leitura incorrecta das sondagens constantemente apresentadas nos noticiários televisivos: além de não mencionarem características técnicas fazem-se também extrapolações que vão além do universo em análise.

IV- UM INQUÉRITO À OPINIÃO PÚBLICA SOBRE ELEIÇÕES

A. A Questão da Representação Política

A «aproximação entre eleitos e eleitores», tão propagada em tempo de eleições, constitui motivo fundamental do processo de persuasão política. O processo de representação política por sufrágio universal promovido pelo sistema político procura traduzir as necessidades da comunidade civil. No entanto, a viabilidade deste princípio submete-se à necessidade de regulação subjacente ao próprio funcionamento do sistema, regulação essa emanada pela elite no Poder. Sobre esta matéria refira-se o seguinte juízo de Rousseau:

«Os deputados do povo não são, portanto, nem podem ser, seus representantes, são apenas seus comissários; não podem tirar quaisquer conclusões definitivas. Qualquer lei que o povo, em pessoa, não tenha ratificado, é nula; não é lei. O povo inglês pensa que é livre; está muito enganado, só o é durante a eleição dos membros do Parlamento; logo que eles estão eleitos, é escravo, não é nada. Nos curtos momentos da sua liberdade, o uso que faz dela merece bem que a perca»²²⁹.

A complexidade deste problema salienta que à noção de representação dos eleitores sobrepõe-se o problema de ter poder de facto sobre o funcionamento e organização do sistema político. A representação política que as eleições legitimam, permite a opção de escolher a elite a ocupar a sede do Poder. No entanto, a partir do momento da eleição, a função de governação da elite no Poder é reguladora e directiva. Pelo conteúdo da sua expressão, o Poder pressupõe um fenómeno de relação, no qual existe um elemento dominador que estabelece regras e um elemento dominado que as acolhe e pelas quais se regula. Neste sentido, Lasswell refere que «entendemos por Poder uma relação entre pessoas na qual as opções, se contestadas, são implementadas mediante coerção»²³⁰. A questão do limite do envolvimento das massas na implementação das opções políticas conduz-nos a um complexo equilíbrio de relações entre eleitos e representados, de onde nem sempre se destaca a vontade destes últimos.

Relativamente a este problema, Wright Mills referiu que «(...) 'os homens são livres para fazer a história', mas (...) certos homens são de facto mais livres do que outros, e a razão disso é

²²⁹Jean-Jacques Rousseau, *O Contrato Social* (1762), Mem Martins, Publicações Europa América, 1989, p. 97.

²³⁰ Harold Lasswell, *A Linguagem da Política* (1949), Brasília, Editora Universidade de Brasília, 1979, p. 27.

que tal liberdade exige o acesso aos meios de decisão e de poder pelos quais a história pode, na actualidade, ser feita»²³¹. Afirmamos com aquele que *Power, Politics and People*, título de obra sua, constituem peças do sistema político cujo funcionamento implica regulamento emanado do Poder e conformidade de atitudes das Pessoas, as quais são chamadas a pronunciar-se sobre a vida na comunidade, sobre a Politics, à luz das regras do sistema de representação política. Como refere Sartori a noção de representação é um conceito «polivalente e enganador»²³². A representação política é acometida de uma extensão de poderes vasta e complexa. A assumpção das vontades dos eleitores é empolada, amiúde, nos momentos políticos próximos de sufrágio. A comunidade civil pretende que os seus representantes respondam às suas necessidades. A não correspondência entre resultados políticos e necessidades da comunidade torna-se obstáculo para a elite no Poder que pretende renovar o seu mandato. Da medição entre realizações e expectativas sobressai a certeza, periodicamente renovada pelas eleições, da liberdade de escolha de projectos e representantes para ocupar a sede do Poder.

O sufrágio restrito antecedeu o sufrágio universal. Pode afirmar-se que, nos seus primórdios, este último foi habilmente previsto no direito romano, na altura de Sêrvio Túlio e designada pelo facto como reforma serviana, ocorrida a cerca de 435 A.C., durante o período da república romana²³³. Refira-se que o direito de voto era exercido apenas pelas centúrias de cavaleiros, proprietários e patrícios abastados, apesar daquele o ter estatuído para todo o povo romano, como forma de manter o apoio de todos os grupos sociais. Tendo cada uma das 193 centúrias o direito de um voto por cada, estava estabelecido que atingida a maioria de 97 votos, a votação não tinha necessidade de continuar. Das seis classes (cinco de peões e uma de cavaleiros), votavam por ordem, os proprietários e patrícios mais abastados, o que nunca dava oportunidade de voto à quinta classe, a dos trabalhadores mais pobres. Nos seus princípios, pode afirmar-se que este sistema seria fonte de inspiração para os princípios liberais contemporâneos.

²³¹Wright Mills, *Poder e Política* (1963), Rio de Janeiro, Zahar Editores 1965, p. 27.

²³²Giovanni Sartori, *Théorie de la Democratie*, in Luís Sá, *Eleições e Igualdade de Oportunidades*, Lisboa, Caminho, 1992, p. 23.

²³³ Lembre-se que o milénio da dominação romana durou do século VII A.C. a 476 D.C. e caracterizou-se por três regimes políticos:

- a monarquia (de VII A.C. a 510 A.C.)
- a república (de 510 A.C. a 31 A.C.)
- o império (de 31 A.C. a 476 D.C.)

À morte de Teodósio em 395 o império dividiu-se em duas partes, oriental e ocidental. A parte oriental manteve-se até 1453, com a queda de Constantinopla. A parte ocidental durou até 476, data das invasões bárbaras.

Sobre este assunto ver António Pedro Ribeiro dos Santos, *História Económica da Era Pré-Industrial*, Lisboa, ISCSP, 1993.

Uma das conquistas mais importantes na concepção das designadas sociedades de opinião, proclamadas por alguns estados, hoje em dia, foi a aquisição e generalização da capacidade de sufrágio. Relativamente ao problema da cidadania activa dos escravos refira-se que nos treze Estados americanos independentes (desde 1776)²³⁴, os escravos não estavam incluídos naquela noção. A importância da Guerra Civil Americana, seria fundamental já que daí resultaria o reconhecimento da liberdade cívica daqueles. Designada como Guerra da Secessão (1861-65) sucedeu entre os Estados do Norte e os do Sul. Encontravam-se divididos na sua posição acerca da escravatura, *grosso modo*, por razões humanitárias, (no caso do Norte) e por razões económicas (no caso do Sul). A eleição de Lincoln, abolicionista, desencadeou o conflito entre os Estados. Os Estados do Norte (ou federados) triunfaram sobre os do Sul (escravistas ou confederados).

Como referimos, o sistema de sufrágio universal, previsto no direito romano, pode considerar-se como referência na Constituição Francesa de 1789 e de 1791, pois apesar de se defender o direito de todos concorrerem à formação de leis, na prática para se ser eleitor primário tinha que pagar-se determinado imposto ficando-se apto a eleger os eleitores secundários, os quais elegiam os deputados. Nos seus princípios fundamentais, a Revolução Francesa estabeleceu o direito de sufrágio, estabelecendo também, no entanto, a distinção entre cidadãos activos e passivos. A Lei era igual para todos mas os cidadãos activos é que a determinavam. Este grupo era constituído pelos que tinham habilitações superiores à média, determinados rendimentos e que pagavam impostos. Os cidadãos passivos eram constituídos pelas mulheres, pelos trabalhadores (manuais), pelos menores de idade. Apesar da sua duração passageira, a Constituição de Francesa de 1793 estabeleceu o sufrágio universal de facto, constituindo, assim, uma referência para aquele princípio. O anterior sistema foi rapidamente retomado pela Constituição Francesa do ano III. Mais tarde, em 1848 é restaurado, em França, o designado sufrágio universal, o qual não previa o voto das mulheres, dos analfabetos e dos indignos.

As reivindicações dos trabalhadores relativas ao direito de voto tiveram particular dinamismo na segunda metade do século XIX, quando as organizações sindicais ou para-sindicais começaram a intervir junto do Poder. Neste âmbito, em Portugal, a partir da década de 70 notar-se-ia a intensificação da constituição de organizações não apenas com carácter de ajuda mútua mas também de reivindicação, acentuada pelas greves e intensificada pelos ecos

²³⁴ A independência das treze colónias inglesas da América do Norte, sob o comando de George Washington, foi conseguida em 1776 e reconhecida pelo Tratado de 1783, dela nascendo os EUA. Os princípios liberais da revolução vieram a ter reflexos no eclodir da Revolução Francesa de 1789.

chegados do estrangeiro, nomeadamente da I Internacional (1864, Londres) e II Internacional (1889, Paris), com estatutos redigidos por Karl Marx e da Comuna em Paris (1871) ²³⁵. O grupo de cidadãos passivos (em relação ao direito de voto) constituído pelas mulheres destaca-se, na maioria dos Estados, particularmente a partir do início do século XX. Refira-se que, por exemplo, nos Estados Unidos, o reconhecimento da capacidade de participação plena das mulheres na sociedade data apenas de 1920. Em relação aos menores de idade refiram-se os progressos de diversos Estados no sentido da diminuição da idade para exercer o direito de sufrágio. Saliente-se o Brasil, onde este processo de diminuição da idade mínima permitida para votar situa actualmente nos 16 anos.

Especificamente em Portugal, a aproximação da elite ao Poder à comunidade civil foi um processo que também se pautou pelo alargamento da capacidade de eleger, nem sempre proporcional à necessidade de intervir no rumo dos acontecimentos. Gostaríamos de referir sinteticamente alguns marcos legais que directa ou indirectamente orientaram e condicionaram o estabelecimento da representação política da Constituição Portuguesa actual. Assim, o sufrágio universal é estabelecido na Constituição de 1822 (logo suspensa em 1823 por D. Miguel) e apesar da Carta Constitucional de 1826 continuar a prevê-lo, este não tem aplicação de facto, já que a capacidade eleitoral era adstrita à posição social e à formação cultural ²³⁶. Após a adopção do sufrágio restrito na Constituição de 1838, é restaurada (em 1852) a Carta Constitucional. O seu Acto Adicional (de 1852), além de prever o voto para os que possuem bens (critério censitário) alarga-o aos que tenham determinada cultura mínima, concretamente, que tenham habilitações literárias sacras ou exerçam funções públicas (critério capacitário). O voto era também restrito ao sexo masculino. Sendo condicionante do exercício daquele direito político, «a propriedade é a única que proporciona o ócio indispensável para a aquisição das luzes e da rectidão de juízo»²³⁷.

Em 1896 foi estabelecido que, mediante o pagamento de 500 réis, os indivíduos que não possuísem bens podiam votar. Havia, assim, o alargamento da capacidade de voto, através da restrição do critério censitário, de acordo com a lei de 21-V-1896. O período logo após o estabelecimento da República, com o Decreto de 5-IV-1911, retoma o sufrágio apenas capacitário, o qual, desta feita, prevê também o voto das mulheres, condicionado a que

²³⁵É extinta da Casa dos 24 em 1934 (pelo já referido anteriormente Decreto de 07.05.1834, de D. Pedro) no mesmo ano em que é restabelecido o Regime Constitucional e proclamada Rainha D. Maria II. Verifica-se o surgimento, a partir daí, de organizações de ajuda mútua. A organização pioneira seria a *Associação dos Artistas Lisbonenses* criada em 1839.

²³⁶Sobre esta matéria ver António Pedro Ribeiro dos Santos, *A Imagem do Poder no Constitucionalismo Português*, Lisboa, ISCSP, 1989.

²³⁷Carreras e Vallés, *Las Elecciones*, cit. in *Princípios de Política*, in Sá, *Eleições e Igualdade de Oportunidades*, op. cit., p. 27.

soubessem ler e escrever e ainda o dos chefes de família mesmo que analfabetos. A Lei nº 3 de 3-VII-1915 restringe, de novo, aquela capacidade aos que sejam do sexo masculino e saibam ler e escrever. Com a Constituição de 1933 é novamente, alargado (apesar de sufrágio restrito) o direito de voto, já que este (além de àquele último grupo) fica extensivo, aos analfabetos que paguem imposto não inferior a 100\$00 e às mulheres com habilitação secundária ou superior. A necessidade de «participação directa e activa dos cidadãos na vida política como condição e instrumento fundamental de consolidação do sistema democrático», foi prevista no artigo 112º da Constituição da República Portuguesa de 1976. Constitui, hoje em dia, garante da necessidade de assegurar a participação dos recenseados no processo de representação política. Por vezes a distância entre a vontade das populações e os caminhos escolhidos pelos seus representantes para as orientar não traduz exactamente as necessidades e objectivos daquelas. É neste sentido que uma conquista cara como é o sufrágio universal se torna, amiúde, um instrumento eficaz quando não utilizado pelas populações ou pelos indivíduos, já que pode manifestar o seu descontentamento ou desinteresse pelo modo como são representados.

B. Objecto de Estudo do Inquérito

Cada sondagem deve ser analisada tendo como pressuposto as suas componentes metodológicas já que estas suportam a direcção dos resultados. Neste sentido, não há duas sondagens iguais. Como tal, comparar resultados de sondagens feitas segundo metodologias diferentes, não produz conclusões válidas. Há factores fundamentais que têm de ser associados aos seus resultados. São estes, nomeadamente, o facto de cada sondagem ter uma aplicação concreta a determinado universo, o tamanho da amostra, a técnica de amostragem e de recolha de dados e, no caso de ser uma amostra de tipo probabilístico, o erro de amostragem (associado ao grau de confiança) e, por outro lado, o facto de ser realizada numa conjuntura particular. Estes são, globalmente, aspectos que devem vir associados à análise de determinada sondagem. É importante reforçar, também, que cada sondagem exige que a análise dos seus resultados venha acompanhada, além das suas características metodológicas, do seu «prazo de validade». Isto é, uma sondagem realizada a um mês das eleições apresenta resultados para esse período específico e não para daí a um mês. Em tempo de eleições, as opiniões são alteradas ou determinadas em períodos curtos (lembre-se o caso dos indecisos, que escolhem nos dias muito próximos às eleições). Estes são factores que devem ser levados em consideração no sentido de clarificar o alcance dos resultados.

Por vezes, domínios científicos como o das sondagens tornam-se frágeis perante as análises (ou melhor, tentativas de análise) que são feitas, não por especialistas, mas por elementos ligados às mais diversas áreas, que fazem circular as suas opiniões pelos meios de comunicação como se fossem Ciência. «Diz-se», então, que as sondagens são cada vez menos fiáveis, que as suas previsões não podem constituir um indicador, já que são muito frágeis, que os valores relativamente a um mesmo fenómeno (por exemplo, a tendência de voto) não coincidem, mesmo quando são realizadas no mesmo período de tempo. Esta é uma matéria tão complexa quanto susceptível de ser sensacionalista. Consideramos, pois, conveniente alertar para o perigo da crescente popularidade das sondagens. Com popularidade pretendemos significar que, esta é uma área a que os leigos podem pretender ter acesso em termos da análise dos seus resultados, relegando, por vezes para segundo plano particularidades de método importantes para ajudar a fundamentar os resultados.

Segundo a Lei 31/91 de 20 de Julho, há a proibição de publicar sondagens sobre as intenções de voto na semana anterior às eleições. A lei francesa de 1977 prevê a mesma situação. Sobre esta matéria, Jacques Antoine refere o seguinte: «Esta discussão conduz-nos à dupla questão da influência possível desta publicação sobre o sentido de voto (...) e à legitimidade ou não de uma tal influência (...)»²³⁸. Como refere o mesmo há que não confundir inquéritos com previsões. A votação é um acto e o inquérito regista intenções, posições favoráveis ou não. A forma de apresentação dos inquéritos, pressupõe cada vez mais, conhecimento técnico da parte de jornalistas e comentadores. Reiteramos que a análise e interpretação dos resultados são, de facto, susceptíveis de serem enviesadas se os pressupostos metodológicos forem preteridos, fazendo-se extrapolações abusivas que estes não permitem.

Não pretendemos discorrer sobre as diversas metodologias relativas às sondagens. Não pretendemos, também, comparar evoluções de resultados feitos à luz de outras sondagens. Procuraremos analisar, concretamente, os resultados de determinada sondagem que realizámos. Haverá referência a factores de natureza metodológica apenas como forma de explicitar o caminho científico escolhido para chegar aos resultados.

O objecto de estudo específico desta sondagem versa sobre atitudes (ou defesa de determinadas posições) e comportamentos (ou acções), dos recenseados do Concelho de Lisboa, relativamente a alguns aspectos directa e indirectamente ligados às eleições, que destacamos no questionário. Nesta sequência, inquirimos também sobre audiência da

²³⁸Jacques Antoine, *Sondagem Instrumento de Marketing e Publicidade* (1990), Mem Martins, Edições CETOP, 1993, p. 76.

Televisão e Rádio e hábitos de leitura dos Jornais relativamente a informação de carácter geral veiculada por aqueles meios de comunicação.

Considerámos que mesmo em situações de sufrágio que costumam apresentar maior número de abstenções (como é o caso das eleições para o Parlamento Europeu e das eleições Autárquicas), não votar não traduz necessariamente alheamento relativamente à importância do voto. Esta hipótese confirmámo-la quando à primeira pergunta »Para si, votar é importante?«, a maioria (90%) dos inquiridos respondeu sim. As respostas à pergunta «Costuma votar?» confirmaram a hipótese, com uma percentagem de 76% dos inquiridos a responderem que votavam sempre. Refira-se ainda que as eleições que foram referidas como alvo de maior abstenção foram as já supracitadas eleições para o Parlamento Europeu. Houve, assim, a distinção clara por parte dos inquiridos entre duas situações que foram, por uma lado, a de considerar o acto de votar como importante ou não e, por outro, a iniciativa de voto propriamente dita.

Saber os aspectos que mais influenciam o eleitorado na escolha de um candidato a Presidente da República foi outra questão que quisemos apurar junto da amostra referida. De entre as várias respostas, prevemos que haveria duas que se destacariam que eram a maneira de ser do candidato e o partido do candidato. Apresentámos, mais adiante, a pergunta de forma mais restrita, equacionando-a de maneira a que o inquirido apenas pudesse optar por um daqueles factores de selecção do candidato a Presidente. As respostas maioritárias foram para a maneira de ser do candidato (78%) como o elemento mais importante para a escolha do Presidente da República.

Apesar de termos feito a pergunta «Qual o partido em que votou nas últimas eleições legislativas?», o nosso objectivo foi apurar respostas à pergunta seguinte «No caso de ter votado, sempre votou nesse partido?». Detivemo-nos, pois, na análise desta pergunta. Fizemos aquela primeira pergunta referida como forma de podermos encadear a segunda. Considerámos que o nosso contributo não seria significativo se tratássemos as respostas à questão relativa ao partido que ganhou as últimas eleições legislativas no Concelho de Lisboa. Além de já conhecidos, esses dados podem ser consultados com pormenor para cada uma das 53 freguesias do Concelho de Lisboa, nos Cadernos do Recenseamento Eleitoral do Secretariado Técnico para os Assuntos do Processo Eleitoral.

C. Pressupostos Metodológicos

Antes de inferirmos conclusões e de fazer um aproveitamento dos conhecimentos que esta pesquisa pode permitir, é conveniente fazer uma ressalva metodológica, fundamental para a compreensão da análise dos dados. Desta forma, passaremos a referir as principais fases do inquérito na tentativa de clarificar o caminho percorrido até à análise e interpretação dos dados de forma a possibilitar um julgamento mais operacional das conclusões da investigação.

Universo da Pesquisa: O universo do estudo é composto pelos recenseados do Concelho de Lisboa, repartidos pelas suas 53 freguesias. Os meios ditaram-nos este número o qual nos permite uma pesquisa com um âmbito alargado o suficiente para inferirmos conclusões bastante extensivas.

Técnicas de Recolha de Dados: Utilizámos as técnicas do questionário e da amostragem tentando aproveitar as vantagens de carácter quantitativo daqueles instrumentos de investigação sócio-política.

Amostra: A amostra do nosso estudo combina o tipo probabilístico com o não probabilístico. Isto é, utilizou-se uma amostra estratificada nas freguesias a seleccionar. Por outro lado, a amostra usada para a selecção dos inquiridos é uma amostra por quotas de sexo e idade. Por outras palavras, neste último caso não existe forma de estimar a probabilidade de cada elemento ser incluído na amostra e não existe segurança de que todos os elementos tenham alguma probabilidade de serem incluídos. Por seu lado, o erro de amostragem estima-se em mais ou menos 5% com um nível de confiança de 95% ²³⁹.

Os dados em que nos baseámos para a construção da amostra estratificada das freguesias constam dos cadernos de recenseamento eleitoral, actualizados anualmente pelo Secretariado Técnico para os Assuntos do Processo Eleitoral (STAPE), os quais se encontram discriminados para todas as freguesias do país.

A amostra por quotas foi definida para o Concelho de Lisboa, tomando em consideração os dados estatísticos relativos ao sexo e à idade. Assim, no Concelho de Lisboa, a proporção de homens e mulheres é de 50% havendo alguma primazia para o número de mulheres. As quotas de idade foram definidas para três grupos etários que são o dos 18 aos 29 anos, dos 30 aos 59 e dos 60 e mais anos.

²³⁹Referimos que o estima-se em «mais ou menos» 5% já que este aparece associado a uma combinação probabilística e não probabilística de amostra.

Esta divisão etária obedece a critérios de ordem contextual tendo em conta condicionalismos de natureza social, económica, cultural da população portuguesa. Gostaríamos de avançar brevemente alguns dos critérios que nos serviram para esta divisão. Considerámos que no primeiro grupo, o dos jovens, predomina a procura de estabilidade profissional, social, havendo ainda uma dependência económica mais ou menos acentuada. Aliás, esta última característica tem sido abordada por sociólogos como Braga da Cruz, que se lhe tem referido, nomeadamente, na revista *Análise Social* que é por si dirigida ²⁴⁰. O grupo dos 30 aos 59 anos corresponde aos indivíduos que, *grosso modo*, se encontram no auge da vida activa, por exemplo, a nível, profissional, económico, ou até de constituição familiar. A partir dos 60 anos, existe alguma quebra do ritmo profissional, nomeadamente, devido às pré-reformas e reformas. Regra geral, o conjunto de *inputs* que os indivíduos podem assistir ao meio tem tendência a decrescer. A constituição destes grupos, pretende delinear tendências para facilidade de recolha e tratamento de dados a nível estatístico. Estamos certos de que as tentativas de aplicação de modelos aos contextos procuram e, usualmente, permitem entendê-los melhor o que, no entanto, se consegue à custa da sua redução e simplificação organizativa.

A selecção dos inquiridos nos lares foi feita segundo a técnica dos itinerários aleatórios (ou *random routing*), a qual foi combinada com tabelas aleatórias de selecção do piso e, uma vez neste, do lar a ser escolhido. Após o planeamento da pesquisa foi feita a recolha de dados em Novembro de 1994, durante os três primeiros fins de semana.

Questionário: Em virtude de ser utilizado como instrumento de recolha de dados um questionário, aliado a uma amostra de 400 inquiridos, foram feitas perguntas simples e de resposta fechada ou semi-fechada.

O questionário divide-se em áreas temáticas onde se abordam os seguintes assuntos: importância da votação, participação eleitoral, fidelidade do voto, motivos de selecção do candidato a Presidente, hábitos de audiência de meios de comunicação social. Todas as perguntas relacionadas com estes aspectos constituíram o conjunto das variáveis dependentes do estudo. Isto é, situações, comportamentos que podem ser explicados e medidos através de factores, que designamos em estatística por variáveis independentes. As variáveis independentes que considerámos foram o sexo, a idade, as habilitações literárias e a ocupação.

²⁴⁰Sobre este autor, ver a obra *Instituições Políticas e Sociais*, Lisboa, Livraria Bertrand, 1995.

Tratamento dos Dados: Após a recolha de dados foi feito o seu tratamento. Cada pergunta considerada como variável dependente é susceptível de ser analisada à luz de quatro variáveis independentes diferentes, o que nos deu, para um total de 17 perguntas, 53 quadros com conclusões. Em virtude da dimensão do estudo efectuado, faremos alusão às conclusões (e cruzamento de variáveis) consideradas mais significativas. Quando pertinente usou-se de uma análise multidimensional para melhor inferir relações entre variáveis. Da análise efectuada, pretendeu-se avaliar atitudes e comportamentos relativos ao universo das recenseados do Concelho de Lisboa. As ilações que se retiram do estudo aplicando-se apenas conjuntamente permitem vislumbrar acerca da forma como aqueles encaram os assuntos de votação abordados.

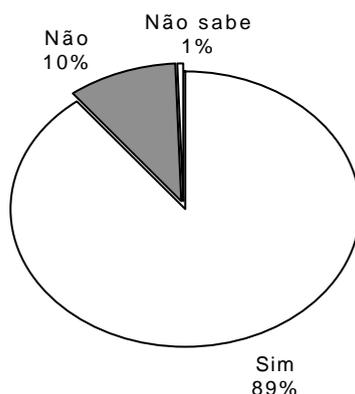
D. Análise dos Resultados

1. Importância da Votação

«Para si votar é importante?» constitui a primeira pergunta que formulámos aos 400 inquiridos do universo dos recenseados no Concelho de Lisboa. Utilizando quotas predefinidas de sexo e idade, considerámos curioso analisar a distribuição de respostas, nomeadamente, tendo em consideração aqueles factores.

Em termos gerais, 90% dos recenseados do Concelho de Lisboa considera que votar é importante (ver gráfico 1). A distribuição de respostas por sexos é semelhante já que 50% de homens e mulheres respondem afirmativamente. Em termos comparativos e tendo em consideração um erro de amostragem de 5% (para um nível de confiança de 95%), as respostas têm uma distribuição semelhante por escalões etários, sendo que o valor mais alto se situa no escalão dos 45-54 anos, com 19% de respostas afirmativas e nos 65 e mais anos, com 18%. Os escalões mais jovens apresentam também valores na ordem dos 17% (18-24 e 25-34 anos). Em termos de comparação de faixas etárias, os valores distribuem-se com alguma uniformidade.

Graf.1-'Para si votar é importante?'

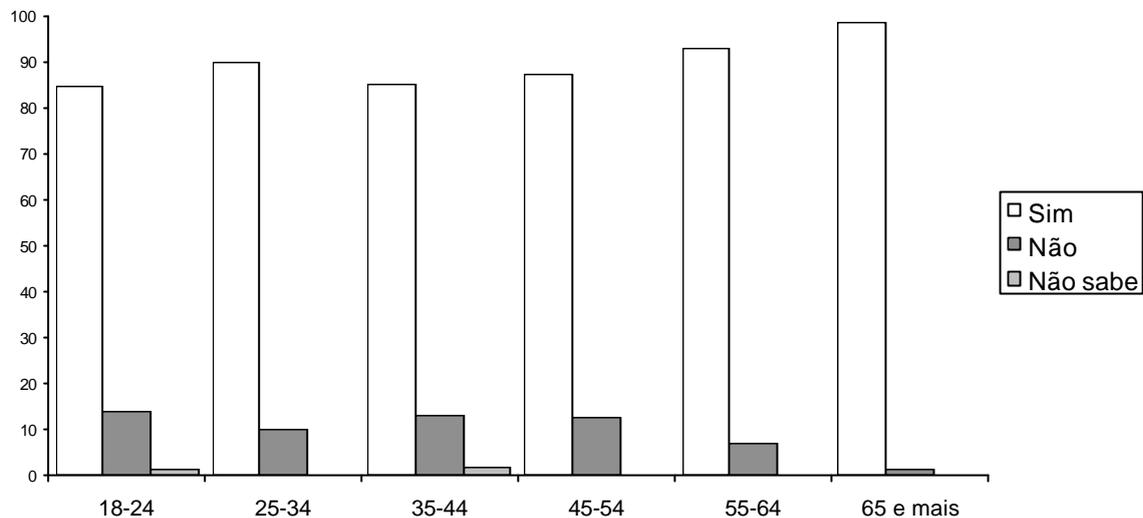


Considerando agora cada grupo etário de *per si* verifica-se que é o dos 65 e mais anos que apresenta no seu seio maior percentagem de indivíduos a considerarem o acto de votar como importante (99%), como se pode verificar pelo gráfico 2. O grupo dos 18-24 apresenta o valor de 85% para o conjunto de indivíduos que consideram votar importante. Uma hipótese explicativa da atitude do escalão mais idoso remete-nos para a obrigatoriedade do voto no período do Estado Novo, levando-os a considerar ainda a importância daquele acto. Sendo um sinal de capacidade política, o acto de eleger é considerado importante para o escalão mais jovem, no entanto, a chicana política pode levar uma percentagem daqueles a questionarem-se sobre a importância e a consequência do acto de votar concluindo 14% pela negativa (como se pode ver no gráfico 2 e nos anexos).

Relativamente à variável habilitações literárias, considere-se que dentro do grupo de indivíduos com a instrução primária 88% consideram que votar é importante, resposta que toma o valor de 89% para os indivíduos com o 9º ano ou equivalente, de 89% para aqueles com o 11º ano ou equivalente e de 95% para os indivíduos com Curso Superior. Assim, a noção de importância do voto é mais acentuada entre os que possuem Curso Superior.

Considerando a variável ocupação saliente-se que entre os reformados a percentagem de indivíduos que não consideram importante o acto de votar é de 7%. Entre os desempregados essa percentagem é de 15%, sendo que os que respondem afirmativamente à questão «Para si, votar é importante?» são 84% deste grupo.

Graf.2-'Para si, votar é importante?'
cruzamento com idade



2. Participação Eleitoral

A pergunta seguinte do questionário é «Costuma votar?». Em termos de resultados simples verifica-se a seguinte distribuição de respostas. Os indivíduos que respondem que votam sempre correspondem a 76%, enquanto que os que responderam que não votam são 10% do total. A resposta «Depende para o que forem as eleições» tem 8% das escolhas e «Depende da sua vontade na altura» tem 6% (ver quadro 1 e gráfico 3).

Tendo em consideração a variável sexo, verifica-se que com um erro de amostragem de 5% não há grande variação de resposta entre homens e mulheres na resposta «sim, sempre». Em termos de comparação entre sexos, temos os resultados de 53% para os homens e 47% para as mulheres, não havendo pois discrepância de atitudes. O sexo não se afigura ser uma variável explicativa relativamente ao acto de votar. As respostas que evidenciam posições

Graf.3-'Costuma votar?'

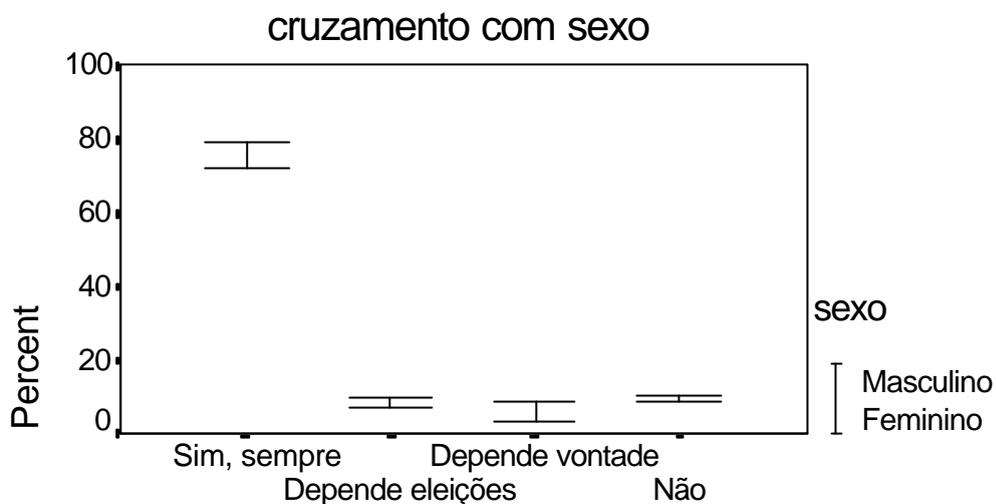


diferentes entre homens e mulheres (ver anexos) são «depende para o que sejam as eleições», com 42% de resposta para os homens e 58% para as mulheres e «depende da sua vontade na altura», com 28% para os homens e 72% para as mulheres. Note-se que nesta última resposta a discrepância de atitudes não deve ser acentuada dado o número reduzido de indivíduos que optou por esta resposta 6%=25 indivíduos).

Se atentarmos em cada sexo, chegamos à seguinte distribuição de respostas. Para o sexo masculino, os dados indicam que 80% dos homens recenseados no Concelho de Lisboa, referiram votar sempre, sendo 10% disseram não votar. 7% votam dependendo das eleições e 3% votam dependendo da vontade. Tendo em consideração o erro de amostragem (aliado ao nível de confiança), não se verificam discrepâncias significativas para o caso das mulheres, relativamente a estes valores (ver Gráfico 4). Considerando as respostas daquelas, verifica-se que 72% referiram votar sempre, 9% não votar, 10% fazem-no consoante as eleições e 9% dependendo da vontade na altura.

Considerando a idade, convém salientar que entre os indivíduos dos 18-24 anos, 55% referiu votar sempre, 11% dependendo das eleições, 9%, dependendo da vontade na altura e 25% não disseram não votar. Refira-se que esta faixa etária inclui indivíduos que ainda não passaram por nenhum processo eleitoral pelo facto de ao momento da entrevista terem pelo menos 18 anos. Entre os indivíduos com 35-44 anos, 13% referiram não votar, 69% votam sempre. No grupo dos 45-54 anos, aqueles valores são, respectivamente, 6% e 80%.

Graf. 4 - 'Costuma votar?'



À medida que a idade aumenta verificam-se maiores valores para a resposta voto «sempre» e menores para «não» voto. Assim, temos para a faixa etária dos 55-64 anos 88% de pessoas a referirem que votam sempre e 2% a dizerem que não votam. Nos 65 e mais anos os resultados respectivos são 92% e 0% de respostas.

Atentando nas habilitações literárias, os resultados relativos aos que votam sempre são 84%, os que não votam são 6%, os que votam dependendo das eleições são 7% e aqueles que votam conforme a vontade na altura, são 3%. Para os indivíduos com o 6º ano de escolaridade aqueles valores são respectivamente, 62% (para os que votam sempre), 23% (para os que não votam), 4% e 11%. Para os indivíduos com o 9º ano os resultados não se destacam notoriamente (ver anexos). Relativamente aos indivíduos com o 11º ano verifica-se que 74% dos resultados referem-se aos que votam sempre, 6% aos que não votam, 11% votam conforme as eleições e 9% dependendo da vontade na altura. Entre os indivíduos com Curso Superior os resultados aproximam-se dos referidos para estes últimos.

Quanto à ocupação (ver anexos) refira-se o caso dos reformados em que 92% votam sempre, 2% não votam, 5% votam dependendo das eleições e 1% votam dependendo da vontade na altura. Quanto às domésticas 80% votam sempre, 3% não votam, 8% votam dependendo das eleições e 9% dependendo da vontade na altura. Verifica-se, pois, que o grupo dos reformados é o que manifesta maior assiduidade quanto à votação.

Para a pergunta «Das seguintes eleições, quais são aquelas em que votou?», temos em consideração apenas 8% dos inquiridos. Estes são os que, à pergunta «Costuma votar?»,

responderam que dependia para o que se destinavam as eleições. Convém referir que esta pergunta é de resposta múltipla. As percentagens são feitas com base no total de inquiridos. Em termos globais, dos indivíduos que seleccionam as eleições em que votam as escolhas repartem-se de forma que 79% vão para as eleições legislativas, 61% para as eleições autárquicas, 82% para o Presidente da República, 12% para o Parlamento Europeu. Tendo em consideração o reduzido número de indivíduos que responderam a esta questão (nº33), a sua pouca representatividade e o erro de amostragem gostaríamos, no entanto, de referir que verifica-se que em termos de variáveis independentes as oscilações entre características não se nos afiguram significativas na introdução de diferenciação de atitudes (ver anexos).

Gostaríamos de referir, em síntese, as seguintes conclusões. Em termos gerais, 90% dos recenseados do Concelho de Lisboa considera importante o acto de votar. Dos vários escalões etários destaque-se o dos 65 e mais anos, em que 99% dos indivíduos considera importante votar. Entre os que possuem Curso Superior há maior percentagem de indivíduos a considerarem importante o acto de votar. Quanto à pergunta «Costuma votar?», verifica-se que 76% dos indivíduos dizem que costumam votar, sendo que 10% diz que vota, 8% faz depender o voto do tipo de eleições e 6% faz depender aquele da vontade na altura. Comparando valores para as respostas dentro de cada grupo de per si, verifica-se que à medida que a idade aumenta é também maior a proporção comparativa, dentro da mesma faixa etária, de indivíduos a referirem que votam sempre. Assim, tomando em consideração a faixa etária dos 45-54 anos há 80% de respostas afirmativas para a pergunta «Costuma votar?» e 6% a referirem que não votam. Para a faixa dos 55-64 anos, os valores respectivos são 88% e 2% sendo que para a faixa dos 65 e mais anos os resultados são 92% e 0%, respectivamente.

3. Fidelidade do voto

Após termos perguntado aos indivíduos seleccionados como amostra dos recenseados do Concelho de Lisboa em que partido votaram nas últimas eleições legislativas, perguntámos o seguinte: «No caso de ter votado, sempre votou nesse partido?». Como é evidente, não pretendemos saber quais os resultados das eleições legislativas para o Concelho de Lisboa, através desta sondagem, já que esses dados existem discriminados para cada freguesia (e não por amostra) nos levantamentos feitos pelo Secretariado Técnico para os Assuntos do Processo Eleitoral. Esta pergunta serviu como charneira para a pergunta seguinte que pretende saber quantos podem admitir que mudaram alguma vez de partido político (no caso

de votação em eleições legislativas). Refira-se que nesta pergunta não são considerados os indivíduos que na pergunta anterior disseram que não votaram.

Graf.5-'No caso de ter votado, sempre votou nesse partido?'



Considerando as eleições legislativas, do total de respostas 62% dos indivíduos disseram ter votado sempre no mesmo partido enquanto que 38% disseram que já tinham votado noutra partido. A nível da variável sexo não há diferenças significativas de comportamento (ver anexos, quadro 45).

Relativamente à variável idade se considerarmos os que dizem que já votaram noutra partido, verifica-se que os valores se distribuem com alguma proporcionalidade. Saliente-se o grupo etário dos 65 e mais anos como dos que apresenta valores mais baixos (14%) juntamente com o grupo dos 18 aos 24 anos. (destes últimos, alguns indivíduos nunca votaram noutra partido pois passaram apenas por um processo legislativo). Relativamente ao grupo mais idoso, pode aventar-se a hipótese de que quer manifestar coerência política, no sentido de votar sempre no mesmo partido, em eleições legislativas.

Relativamente às habilitações literárias, dos que dizem que já votaram noutra partido, salientem-se os que têm a instrução primária (34%), os que têm o 11º ano (26%), e os que têm curso superior (24%). Assim, não se verifica relação notória entre o factor habilitação e o votar em partido diferente neste tipo de acto legislativo. De facto, encontra-se dispersão de valores pelos vários escalões de habilitação.

É, pois, significativo o número de indivíduos que admite já ter votado noutra partido, diferente daquele em que votou nas últimas eleições legislativas (38%). Por outro lado, relacionando a idade com a variável votar sempre no mesmo partido verifica-se que em todas as faixas há uma distribuição proporcional de respostas, com excepção da faixa dos 65 e mais anos na qual se manifestaram eleitores que mudam menos de partido (pelo menos relativamente a este tipo de eleição). A variável habilitações literárias não permite indiciar relação com a mudança de partido em eleições legislativas.

4. A Selecção do Candidato a Presidente

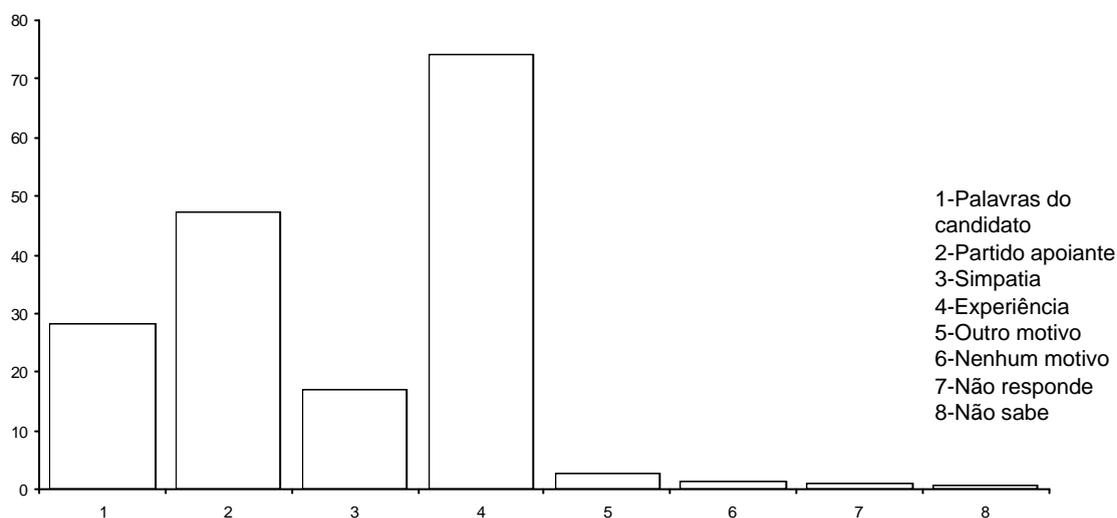
a. Motivos de Escolha do Candidato

Inquirimos sobre a escolha do candidato a Presidente fazendo aos entrevistados a seguinte pergunta: «Diga dois motivos que o (a) levem a escolher um candidato a Presidente da República?». É conveniente referir que esta pergunta é de resposta múltipla sendo as percentagens feitas relativamente ao total de inquiridos (e não ao total de respostas). Por outro lado, nesta pergunta não se consideram os indivíduos que à pergunta anterior - «Tenciona começar ou voltar a votar?» - responderam «Não».

Em termos de resultados simples verifica-se a seguinte distribuição de respostas. A opção mais seleccionada como um dos factores decisivos na escolha do candidato a Presidente da República é a experiência do candidato, com 74% das respostas. A segunda resposta mais escolhida é o partido que apoia o candidato, com 47% das respostas. Em seguida, a opção mais escolhida pelos recenseados do Concelho de Lisboa é as palavras do candidato (28%). Em quarto lugar encontra-se a simpatia do candidato, com 17% das respostas.

Tendo em consideração a variável sexo não se encontram diferenças significativas entre respostas, com excepção feita à opção simpatia do candidato na qual as distribuições percentuais são 39% para o sexo masculino e 61% para o sexo feminino. Os recenseados do sexo feminino responderam dar mais primazia dos que os do sexo masculino ao factor simpatia do candidato na escolha para a Presidência da República. Relativamente a este factor, e comparando esta discrepância dentro da variável sexo, gostaríamos de referir que mais do que uma atitude diferente, esta divergência de respostas pode evidenciar um reconhecimento assumido pelas mulheres relativamente ao impacto que a simpatia exerce sobre si.

Graf. 6 - Motivos para escolher um candidato a Presidente



Em relação à variável idade, gostaríamos de referir que os dados não indiciam diferenças significativas entre os seus grupos (ver anexos). Atente-se no caso da resposta mais escolhida - a experiência do candidato. Tendo em consideração os diversos grupos etários desde os 18 anos até aos 65 e mais anos, em agrupamentos de cinco anos, verifica-se a seguinte distribuição de valores relativos: 18%, 16%, 16%, 20%, 15%, 15%. Tendo em consideração o erro de amostragem de 5% aliado a um nível de confiança de 95%, verifica-se que a variável idade não é significativa como factor explicativo da variável «motivos para escolher um candidato a Presidente da República».

Tendo em consideração a variável independente habilitações literárias, deter-nos-emos em cada grupo (de habilitações) considerado. No caso dos analfabetos, as respostas mais escolhidas são a simpatia do candidato (67%) e a experiência do candidato (58%)²⁴¹. Na grupo com a instrução primária as respostas mais evocadas são a experiência do candidato (64%), o partido que apoia o candidato (50%) e as palavras do candidato (34%). Quanto ao grupo com o 6º ano as respostas que se destacam são as mesmas do grupo anterior, com os valores respectivos de 73%, 55% e 41%. A mesma tendência mantém-se para os indivíduos com o 9º ano de escolaridade (77%, 40%, 21%). Para o grupo com o 11º ano os valores destacam as mesmas respostas (82%, 45%, 20%), bem como para os indivíduos do escalão curso superior (83%, 51%, 32%). As respostas que reúnem maior adesão dos inquiridos

²⁴¹Convém reiterar que sendo esta uma pergunta de resposta múltipla e tendo sido feitas as percentagens relativamente ao total de inquiridos, o computo de percentagens em direcção da variável independente totaliza mais de 100%.

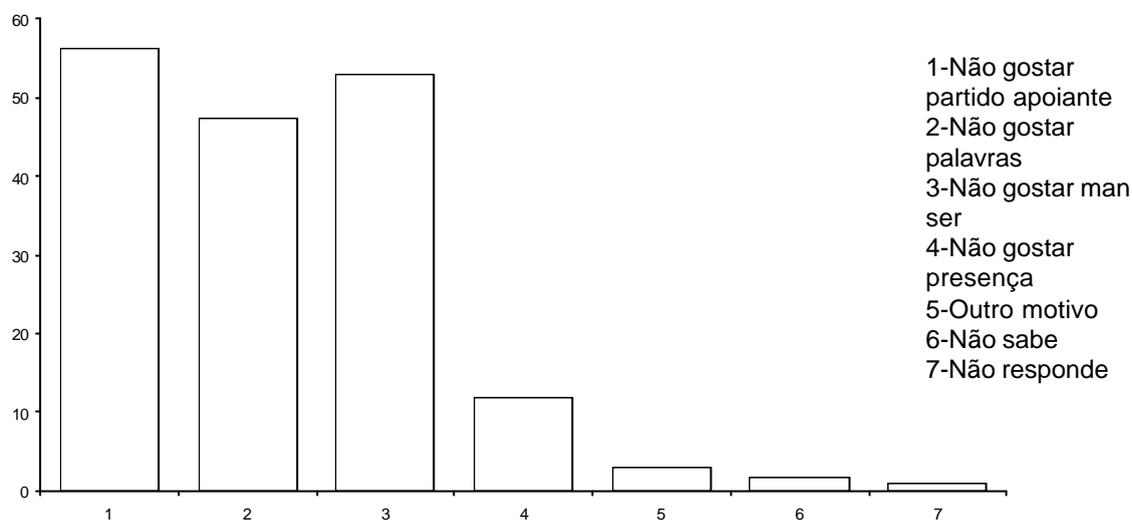
sobressaem com baixas diferenças entre os diversos grupos de habilitações, salvaguardadas situações como a dos analfabetos em que o número de inquiridos não é suficiente para apontar tendências de resposta com tanta segurança. Mantêm-se, pois, as três primeiras respostas mais escolhidas quando considerado cada escalão de habilitações literárias.

A ocupação constitui outra variável independente que considerámos cruzar com os «motivos que levam a escolher um candidato a Presidente da República». Tendo em consideração os indivíduos que trabalham a resposta a experiência do candidato é a mais escolhida (77%). O partido que apoia o candidato aparece em segundo lugar com 48% das respostas. As palavras do candidato têm 27% das escolhas. Apesar de o grupo dos desempregados corresponder a 3% da amostra, logo não oferecer extrapolações seguras, refira-se que a resposta mais registada é o partido que apoia o candidato (62%) juntamente com a experiência do mesmo (54%). Para os estudantes, sobressai a experiência do candidato como factor determinante das escolhas para Presidente (83%), vindo também em segundo lugar o partido que apoia o candidato (55%). Para as domésticas a tendência é a mesma (73% e 42%, respectivamente), bem como para os reformados (70%, 41%). Afigura-se que os diversos itens da ocupação não demarcam entre si tendências diversas significativas. Por outras palavras, para a escolha do candidato a Presidente, e experiência do candidato é o motivo mais importante na escolha de um candidato a Presidente para situações ocupacionais como domésticas, reformados ou estudantes.

b. Motivos de Rejeição do Candidato

À pergunta «Diga dois motivos porque nunca escolheria determinado candidato a Presidente da República» obtivemos a seguinte distribuição de respostas. O factor mais importante para os recenseados do Concelho de Lisboa é não gostar do partido que apoia o candidato (56%), de perto seguido pela maneira de ser do candidato (53%). Em terceiro lugar temos a resposta «não gostar do que o candidato diz» (47%). Em quarto está «não gostar da presença do candidato» (12%). Por fim vêm com respostas pouco significativas «Outro motivo» (3%), «não sabe» (2%), «não responde» (1%) (ver gráfico 7). Refira-se que também esta pergunta é de resposta múltipla, sendo as percentagens calculadas relativamente ao total de inquiridos e não relativamente ao total de respostas (ver anexos).

Graf. 7 - Motivos porque nunca escolheria um candidato a Presidente



Tendo em consideração a variável sexo, verifica-se que para os homens a resposta mais pontuada é não gostar do partido que apoia o candidato (56%), seguida de «não gostar do que o candidato diz» (52%). Em terceiro lugar aparece «não gostar da maneira de ser do candidato» (50%). Para as mulheres o primeiro factor é também o partido (57%), resposta que é muito próxima da segunda mais escolhida, isto é, «não gostar da maneira de ser do candidato» (56%). Em terceiro lugar está a resposta «não gostar do que o candidato diz» (43%). Segundo os dados, comparando homens e mulheres, verifica-se que estas atribuem mais importância ao factor «maneira de ser» na rejeição de um candidato a Presidente, do que os homens, o que tomando essa resposta de *per si* dá os valores 46% de escolhas para os homens e 54% para as mulheres. Quanto à resposta «não gostar do que o candidato diz», há também discrepância entre homens e mulheres, cujas respostas apresentam os valores respectivos de 55% e 45%, isto é, as mulheres atribuem menor importância comparativa às palavras do candidato.

Tendo em conta a idade e a sua relação com os motivos para não escolher determinado candidato a Presidente da República, verifica-se uma distribuição regular para as primeiras três respostas. Refira-se, no entanto, a ligeira predominância entre os indivíduos com mais de 65 anos para a resposta «não gostar da maneira de ser do candidato» (58%) e para o «partido apoiante contrário às suas ideias políticas» (53%). Para este grupo «não gostar do que o candidato diz» aparece em terceiro lugar (39%).

Quanto às habilitações literárias destaque-se o seguinte. No grupo com a instrução primária a resposta que mais se salienta é não gostar do partido apoiante (58%), seguida de não gostar da maneira de ser do candidato (53%). Estes três factores mantêm-se com ligeiras diferenças entre os primeiros nos grupos seguintes. Refira-se ainda, também, o grupo com curso superior onde a opção partido se destaca das restantes (64%), seguida de não gostar da maneira de ser do candidato (43%) (ver anexos).

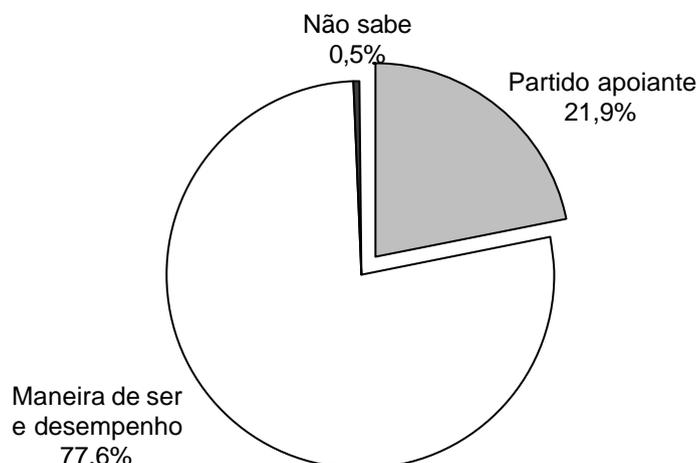
Considerando a variável ocupação, os valores apresentados para cada grupo seguem a tendência geral das respostas. Chame-se a atenção para o facto de o erro de amostragem (5%) não permitir destacar, entre os reformados a resposta «não gostar da maneira de ser do candidato» (55%) que, juntamente com o partido apoiante (51%), constituem os factores mais importantes para a selecção de um candidato a Presidente. Mais adiante, será possível clarificar a importância relativa destas duas respostas, nomeadamente para os reformados.

Comparando com a pergunta anterior verifica-se, pois, uma repartição mais homogénea de respostas entre os diversos motivos de não escolha, tendo em consideração que as primeiras respostas têm uma repartição semelhante. Assim, o factor partido político assume mais relevância como motivo de rejeição do candidato que, no entanto, aparece próximo do outro «não gostar da maneira de ser do candidato». Diríamos que do concurso dos diversos motivos referidos, torna-se manifesta, para o grupo focado no estudo, a dificuldade de destacar um primeiro motivo. No entanto, podemos aventar que os inquiridos manifestam a predominância, ainda que pouco notória (de entre o leque das primeiras opções escolhidas), de motivos relativos à maneira de ser, ao passado político do candidato, sobre o motivo partido apoiante, como factores para seleccionar um candidato a Presidente. Os dois motivos predominantes na selecção (escolha e rejeição) de um candidato a Presidente são, pois, a maneira de ser, por um lado, e por outro o partido que apoia o candidato. Refira-se que pretendemos saber, de entre estes dois motivos, qual o que os grupos focados entendem como mais importante.

c. Motivo Principal de Escolha do Candidato

À pergunta «Diga qual dos seguintes aspectos tem mais importância para si nas eleições para presidente da República?», a maneira de ser do candidato foi a resposta mais escolhida pelos recenseados do Concelho de Lisboa (78%) (ver gráfico 8).

Graf.8- Aspecto mais importante nas eleições para Presidente da República



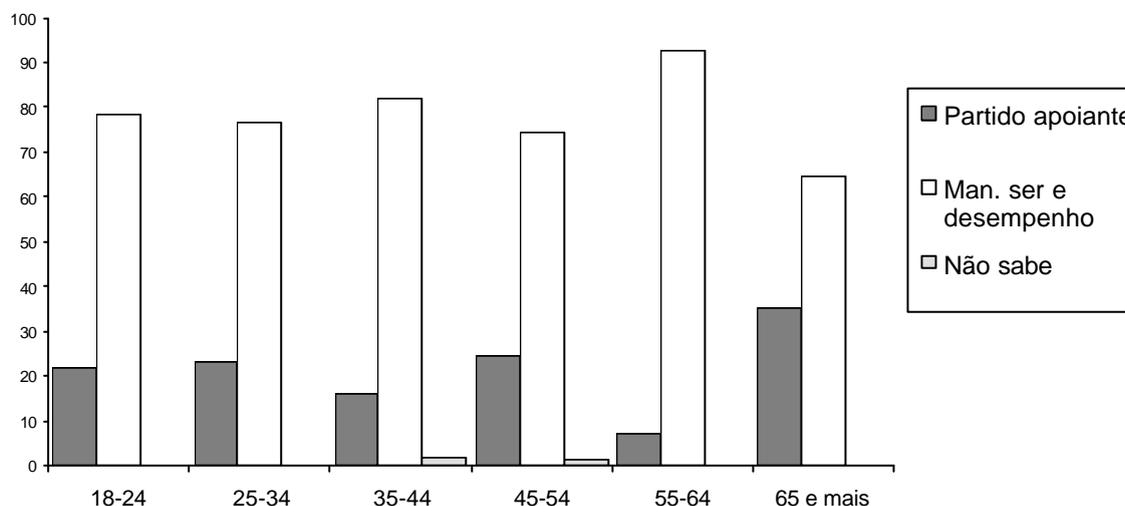
Comparando os valores entre sexos não se encontram diferenças significativas (para a resposta relativa a partido político: 52% para o sexo masculino e 48% para o sexo feminino e para a resposta maneira de ser do candidato: 49% e 51% respectivamente). O sexo não se apresenta como variável que permita distinguir diferenças de comportamento.

Se considerarmos cada um dos escalões etários como objecto de análise relativamente à primeira resposta (que, repita-se, teve 22% das preferências) verifica-se que o escalão que mais importância comparativa dá ao partido do candidato é o dos 65 e mais anos (27%). Os valores mais baixos são para os escalões dos 55-64 e dos 35-44 (com 5% e 10%, respectivamente) os quais, refira-se, são também os menos representativos na amostra, correspondendo a 14,2 e 14,4 do total em termos de idade. Por ordem crescente, em seguida, coloca-se o escalão dos 18-24, 25-34, 45-54 com valores aproximados (respectivamente, 18%, 18%, 22%). Verifica-se, pois, que os indivíduos com mais de 65 anos dão mais importância relativa ao partido político na escolha do candidato a Presidente. No entanto, o escalão imediatamente anterior -55-64- corresponde a um grupo mais flexível em termos de associação entre eleições presidenciais-partido político apoiante, já que não valoriza este aspecto na selecção de um candidato a Presidente. Poder-se-ia dizer que a selecção partidária é um factor mais determinante para os indivíduos com mais de 65 anos, que tendencialmente se apresentam como mais influenciáveis em razão do partido político. A explicação hipotética que podemos apresentar para esta resposta é a de este grupo ter menos susceptibilidade para partilhar ideias políticas diferentes daquelas com as quais usualmente simpatiza, já que isso implica alguma renovação pessoal da coerência política. Relativamente à

resposta mais escolhida na selecção para um candidato para Presidente da República, «a maneira de ser e o desempenho do candidato» (78%), gostaríamos de fazer algumas observações na comparação de respostas entre escalões etários. O valor mais alto encontra-se no escalão dos 45-54 anos que é de 19%. A seguir encontra-se o escalão dos 18-24 anos (18%). Depois vem os 55-64, 25-34, 35-44, (com os valores respectivos de 17%, 17%, 15%) sendo o escalão com os valores mais baixos o dos 65 e mais anos, com 14%. Confirma-se, pois, a tendência no escalão dos 65 e mais anos para uma valorização relativa menor quando comparada com os outros escalões etários relativamente ao item «maneira de ser e desempenho do candidato» (ver gráfico 9).

Tomando em linha de conta as habilitações literárias, consideramos pertinente destacar os valores para cada item em cruzamento relativamente ao total de respostas, isto é, o que se costuma designar como *percentagem na diagonal* (ver anexos, quadro 27). O valor mais alto é o correspondente aos indivíduos com a instrução primária que responderam dar mais importância à maneira de ser do candidato, isto é, 26% do total de respostas. O

Graf.9- Aspecto mais importante nas eleições para Presidente cruzamento com idade



segundo valor mais alto é o dos indivíduos com o 11º ano ou equivalente os quais responderam também ser a maneira de ser do candidato que consideram como factor mais importante na selecção de um candidato a Presidente (correspondentes a 19% das respostas). Também com a mesma resposta, isto é, a maneira de ser do candidato, está o terceiro valor mais alto que diz respeito aos indivíduos com curso superior (15% do total de respostas). Refira-se também que a proporção correspondente de indivíduos entrevistados com aquelas habilitações literárias, respeita a mesma sequência, correspondendo a 34% (para

os indivíduos com a instrução primária) 24% (para o 11º ano ou equivalente) e 19% (para os indivíduos com curso superior).

Se nos detivermos na ocupação e considerarmos os indivíduos que trabalham verifica-se que 80% indicam a maneira de ser do candidato como mais o aspecto mais importante; 19% destacam o partido que apoia o candidato. Entre os reformados a proporção respectiva das mesmas respostas é 74% e 25%. Para os estudantes temos 83% e 18% e para as domésticas, 73% e 27%. Apesar de a resposta «maneira de ser e desempenho do candidato» ter primazia relativamente à resposta «partido que apoia o candidato», notam-se algumas nuances na importância respectiva que cada grupo atribui às duas respostas. Comparando, os reformados têm valores mais baixos relativamente à primeira resposta e mais altos relativamente à segunda. Entre as domésticas nota-se a mesma tendência. Entre os estudantes sobressai a importância atribuída à maneira de ser do candidato.

Concluindo esta parte, gostaríamos de destacar os seguintes aspectos. Em termos gerais os aspectos mais escolhidos para a selecção de um candidato a Presidente são a experiência do candidato (74%), o partido que apoia o candidato (47%), as palavras do candidato (28%). Considerando as variáveis sexo, idade, habilitações literárias e ocupação, verifica-se que as três primeiras respostas mais escolhidas mantêm-se quando considerados os diversos grupos que as compõem. Isto é, tendo em consideração o erro de amostragem e o nível de confiança já referidos anteriormente, verifica-se que aquelas três primeiras respostas não apresentam oscilações significativas quando comparados os grupos que as compõem.

Para a pergunta «Diga dois motivos porque nunca escolheria determinado candidato a Presidente da República?», destacam-se as seguintes respostas. A primeira mais escolhida pelos recenseados do Concelho de Lisboa é não gostar do partido que apoia o candidato (56%), logo seguida pela resposta «maneira de ser do candidato» (53%). Em terceiro lugar está a resposta «não gostar do que o candidato diz» (47%). Comparando homens e mulheres verifica-se que estas (54%) manifestam mais importância que os homens (46%) relativamente à maneira de ser do candidato. O mesmo se pode referir relativamente às palavras do candidato, onde se destaca diferença de atitudes entre sexos, com primazia para o sexo masculino (cujo valor é 55% e 45% para as mulheres). Para a variável idade verifica-se entre os diversos grupos etários uma distribuição que acompanha a tendência das primeiras respostas. Relativamente às habilitações literárias, saliente-se que, contrariamente à sequência geral de respostas, entre o grupo com curso superior, a resposta não gostar do partido político apoiante (64%) destaca-se da outra, não gostar da maneira de ser do candidato

(43%). Com a variável ocupação, não se destacam grupos que salientem tendências significativas de resposta, diferentes das já apontadas.

Sistematizando, os dois motivos predominantes na selecção (escolha e rejeição) de um candidato a Presidente da República são, respectivamente a maneira de ser do candidato e o partido que apoia o candidato. Destes dois motivos, pretendemos inquirir qual o que os recenseados do Concelho de Lisboa consideravam mais importante nas mesmas eleições. A maneira de ser do candidato teve 78% das respostas. Tendo em consideração as variáveis independentes que utilizámos, podemos concluir que o grupo etário que mais importância relativa dá ao partido político (apesar de ser a segunda escolha) é o dos 65 e mais anos. Esta tendência mantém-se quando consideramos a ocupação e analisamos as respostas do grupo dos reformados. Apesar de referir a maneira de ser como o factor mais importante na escolha de um candidato a Presidente, este grupo parece dar-lhe um valor relativo menor.

5. Hábitos de Audiência de Meios de Comunicação Social

a. Os Debates na Televisão

À pergunta «costuma ver na televisão debates entre candidatos a Presidente da República» obteve-se o resultado 73% dos inquiridos responderam sim e 27% não. Considerando a variável sexo, observa-se que entre os que dizem sim 54% são homens e 46% mulheres. Entre os que dizem não 36% são homens e 64% são mulheres. Tomando em consideração cada sexo, para os homens a distribuição de respostas é 80% a dizerem sim e 20% a dizerem não. Para as mulheres os valores respectivos são 66%, 34% (ver anexos, quadro 21). Verifica-se que entre os que dizem ver debates é maior a percentagem de homens do que mulheres (ver gráfico 10). A variável sexo é um ponto de partida para definir características dos interessados em debates sobre esta temática. No entanto, consideramos que por si só as diferenças observadas não se podem imputar apenas a condicionalismos de natureza sexual. Isto é, torna-se necessário usar uma análise tridimensional entre a variável em análise, o sexo e a idade, por um lado, e entre a mesma, o sexo e as habilitações literárias por outro. Relativamente à análise multidimensional, Lazarsfeld refere que esta pode permitir esclarecer situações através da introdução de «uma variável suplementar numa relação inicialmente observada entre duas variáveis»²⁴². A introdução da variável suplementar ou variável-teste,

²⁴²Lazarsfeld, *L'Interpretation des Relations Statistiques comme Procédure de Recherches*, in Boudon, *Os Métodos em Sociologia*, Lisboa, Edições Rolim, s.d., p. 70.

Sobre esta matéria ver, nomeadamente, daquele autor: *On Social Research and Its Language*, Chicago, The University of Chicago Press, 1993.

segundo Lazarsfeld, fornece um novo elemento que pode ajudar na interpretação da tendência observada inicialmente entre determinada variável dependente e independente.

Se considerarmos as variáveis «costuma ver debates na televisão» o sexo masculino e a idade (ver anexos, quadro 22.2) salienta-se que do total 80% dos indivíduos vêem os debates e 20% não vêem. Entre os indivíduos do sexo masculino no grupo dos 18-24 anos, 33% não vêem os debates e 64% vêem-nos. Essa proporção é diferente no escalão seguinte no qual 9% não vêem os debates e 91% vêem-nos. Esta proporção é ainda mais alta nos indivíduos dos 35-44 anos tendo os valores respectivos de 8%, 92%. Nos 65 e mais anos, os valores são 18% e 82%. Entre o primeiro grupo etário aqueles valores justificam-se pelo facto de alguns desses indivíduos não terem ainda capacidade eleitoral aquando da última eleição presidencial.

Graf. 10 - 'Costuma ver debates entre candidatos a Presidente da República'



Tomando em consideração, para a variável «costuma ver debates», a idade cruzada com o sexo feminino (ver anexos, quadro 22.3) verifica-se que do total das mulheres 66% vêem os debates e 34% não vêem. Entre as que vêem debates sobressaem os grupos etários dos 45-54 anos (22%) e dos 55-64 anos (19%). Os valores mais baixos são para os 25-34 anos (14%) e para os 65 e mais anos (14%).

Aplicando a análise tridimensional, analisaremos em simultâneo as seguintes variáveis: a variável dependente em referência, o sexo e as habilitações literárias. Gostaríamos de salientar o seguinte para o grupo dos homens. Considerando cada escalão, entre os homens com a instrução primária, a proporção dos que vêem debates é 30%. Para aqueles com o 6º ano é 4%, o que não é significativo dada a frequência das respostas (7 indivíduos, num total de 8).

No grupo de indivíduos com o 9º ano os que dizem que vêem debates são 12%. Para o 11º ano são 28% a darem aquela resposta e com curso superior são 24%.

Focaremos agora apenas o grupo das mulheres. Entre as que têm a instrução primária 54% vêem debates e 45% não vêem. Entre as que têm o 9º ano a proporção é exactamente a mesma. Para as mulheres com o 11º ano, os valores respectivos são 82% e 18%. Para aquelas com curso superior os valores são 76% e 24%. Assim, verifica-se que entre as mulheres com mais habilitações é maior o número das que vêem debates na televisão. Tendo em consideração o total de mulheres com a instrução primária (38%), que é a proporção mais alta dentro dos grupo das habilitações, verifica-se que grande parte destas (45%) são as que não vêem debates. Este valor leva a que no total dos dois sexos, seja maior a proporção de mulheres que não se interessa por debates. O factor que clarifica a discrepância de comportamentos entre homens e mulheres pode ser explicado pelo facto de parte significativa das mulheres ter a instrução primária, grupo que é, como se verificou, o que menos vê debates. Por outro lado, refira-se que entre os homens com a instrução primária, 78% manifestaram ver debates, enquanto que 22% disseram não ver. Pode-se inferir que o factor habilitação literária condiciona mais as mulheres no sentido de não procurar informação, pelo facto de desenvolverem actividades e interesses que não estão ligados, por exemplo, à necessidade de acompanhar debates políticos.

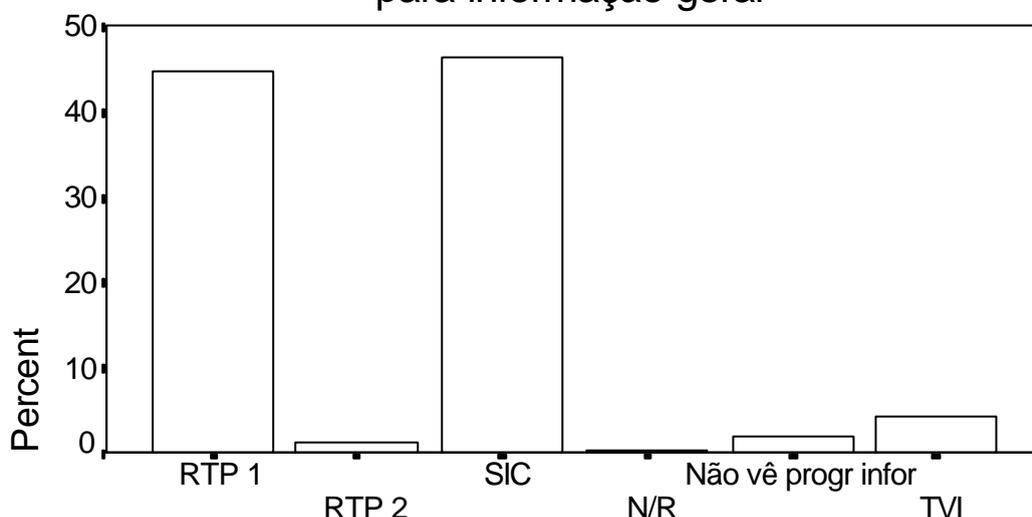
Relativamente à ocupação refira-se que entre os que trabalham a proporção dos que vêem debates relativamente aos que não vêem é 75%, 24%. Entre os reformados, aquela relação é 74%, 26%; entre as domésticas é 58%, 42%; entre os estudantes é 74%, 26%. Mais uma vez os reformados sobressaem como um grupo que possui grande proporção de interessados em acompanhar o devir político, nomeadamente através de debates entre candidatos a Presidente.

Concluindo, verifica-se 73% dos indivíduos referiram ver debates na televisão entre candidatos a Presidente da República e 27% referiram não ver. Dos que vêem, 54% são homens e 46% são mulheres. Considerando uma análise tridimensional, de entre as mulheres o grupo com a instrução primária, o mais numeroso (38% das mulheres têm este grau), é o que tem maior proporção de indivíduos a referirem que não vêem debates (45%). Do nosso ponto de vista, a variável habilitações literárias condiciona sobretudo as mulheres pela falta de interesse manifestado para com os debates televisivos, já que por motivos de ordem profissional, social, cultural, os temas políticos podem não ser os que orientam directamente o seu dia-a-dia.

b. Audiência de Televisão

Novembro de 1994 foi o mês da recolha de dados o que deve ser tomado em consideração, em especial quando se analisa a pergunta relativa ao canal de televisão mais visto, quando se procura informação geral. Relativamente a resultados simples, verifica-se que a RTP1 e a SIC são os canais mais escolhidos, com 45% e 47% das escolhas. A seguir posiciona-se a TVI (5%), e depois a TV2 (1%). 2% dos inquiridos referiram não ver programas de informação geral.

Graf. 11 - Canal de televisão mais visto para informação geral



A nível da variável sexo, não há diferenças significativas a salientar. Considerem-se, no entanto, algumas diferenças como as relativas à RTP1 em que 46% das preferências são masculinas e 53% são femininas. Tendo em consideração o erro de amostragem de 5% e o nível de confiança de 95% estas diferenças esbatem-se.

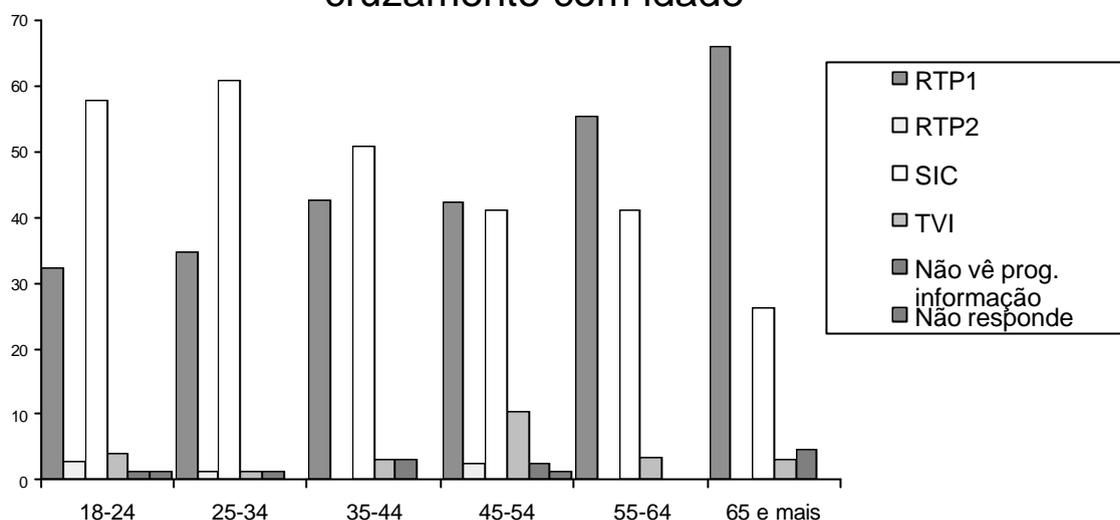
Verifica-se que o grupo mais idoso manteve-se atento às emissões do canal 1. Se considerarmos o total da audiência da RTP1, o grupo mais numeroso é o dos 65 e mais anos com 24% e o menos numeroso é o dos 18 aos 24 anos com 13% do total. Relativamente à SIC é o grupo dos 18 aos 34 anos o mais significativo, com 45% da audiência, sendo o grupo dos 65 e mais anos o menos numeroso (4%). Na TVI destaca-se o grupo dos 45 aos 54 anos com 44% da audiência em termos etários. O menos numeroso é o grupo dos 25 aos 34 anos com 6% dos valores.

Considerando a idade, procuraremos uma análise relativamente ao total de respostas, isto é, a já referida anteriormente, análise na diagonal. Assim, do total da audiência, salientamos os seguintes elementos. 11% dos indivíduos (o valor mais alto) vêem a RTP1 e têm mais de 65 anos (valor que desce para 4% no caso da SIC). Outros grupos que se destacam são os que vêem a SIC e têm dos 18-24 anos (10%, versus 6% na RTP1) e dos 25 aos 34 anos (11%, versus 6% na RTP1). O grupo dos 45 aos 54 anos tem valores importantes de audiência no caso da RTP1 (8%), como no caso da SIC (8%). Refira-se ainda o caso dos indivíduos dos 35 aos 44 anos que vêem a SIC (8%, versus 7% na RTP1), bem como das mulheres dos 55 aos 64 que vêem a RTP1 (8%, versus 6% na SIC - ver anexos, quadro 30). Lembre-se que no momento da recolha de dados, os novos canais (SIC e TVI) eram um fenómeno com cerca de um ano de aparição, o que no caso deste grupo pode não ser suficiente para habituação. Há da parte deste grupo maior dificuldade em mudar hábitos televisivos, principalmente quando já estavam acostumados aos mesmos dois canais desde há trinta anos. Por outro lado, muitos indivíduos não tinham ainda sintonizado nos seus receptores a recepção do sinal televisivo da SIC. Quanto ao grupo mais jovem, este é o mais propenso a acolher a novidade. Assim, segundo os dados, uma larga fatia de jovens escolhe a SIC para ver programas de informação (ver gráfico 11).

Relativamente às habilitações literárias e continuando com a análise no que se refere ao total das respostas, gostaríamos de salientar os seguintes valores: 19% dos indivíduos (versus 12% na SIC) vêem o canal 1 e têm a instrução primária. 13% dos indivíduos vêem a SIC e têm o 11º ano (versus 8% na RTP1). 12% (versus 6% na RTP1) vêem a SIC e têm curso superior.

6% (versus 13% na RTP1) vêem o canal 1 e têm o 9º ano. Assim, além da idade conseguimos identificar as habilitações dos grupos mais representativos em termos de audiência. Podemos inferir que os mais idosos têm a instrução primária e vêem o canal 1 (19%) e os mais jovens têm o 11º ano e vêem a SIC (13%) e o Canal 1 (8%).

Graf.12- Canal de televisão mais visto para informação geral, cruzamento com idade



Considerando a ocupação, 14% dos indivíduos (versus 7% na SIC) disseram ver o canal 1 e são reformados. 31% disseram ver a SIC quando procuram informação geral (versus 19% na RTP1) e trabalham. 6% dos indivíduos (versus 4% na RTP1) são estudantes e vêem a SIC. Também 6% são domésticas e vêem a RTP1 (versus 2% na SIC).

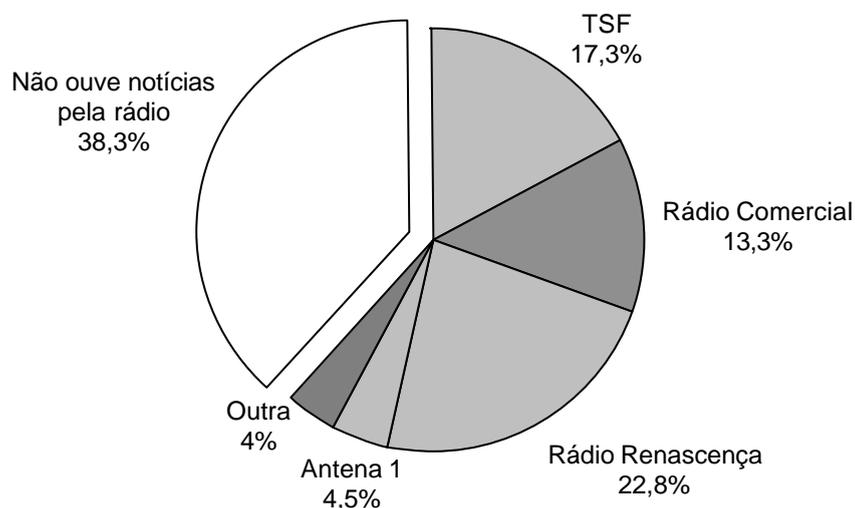
Concluindo, relativamente aos programas de informação transmitidos pelos quatro canais televisivos, destacamos os grupos que mais audiência lhes prestam. No total da audiência da RTP1, o grupo mais numeroso é o dos 65 e mais anos (24%) sendo o menos numeroso o dos 18 aos 24 anos (13% do total). Relativamente à SIC são os jovens dos 18 aos 34 anos os líderes de audiência (45%) sendo o grupo dos 65 e mais anos o menos numeroso. Na TVI destaca-se o grupo dos 45 aos 54 anos com 44% da audiência em termos etários. O menos numeroso é o grupo dos 25 aos 34 anos (6%). Relativamente às habilitações literárias, os dados referem que 19% dos indivíduos vê a RTP1 e tem a instrução primária (versus 12% na SIC). 13% vê a SIC e tem o 11º ano (versus 8% na RTP1). 12º das respostas corresponde a indivíduos com curso superior e que vêem a SIC (versus 6% na RTP1). Assim, pode dizer-se que na altura da recolha de dados (Novembro de 1994) a novidade da SIC apelava ao interesse destes grupos de habilitações.

c. Audiência de Rádio

O número de indivíduos que não ouve notícias pela rádio é significativo, 38%. Dentro das rádios mais ouvidas, em matéria de informação, refira-se a Rádio Renascença (23%), a TSF (17%), a Rádio Comercial (13%) e a Antena 1 (5%)²⁴³.

Tendo em consideração a variável sexo, verifica-se que no caso da TSF, há mais homens (65%) do que mulheres (35%) a ouvi-la quando pretendem saber informação. No caso da Rádio Renascença há uma ligeira primazia das mulheres (54%) relativamente aos homens (46%). Considerando ainda cada estação de Rádio, vejamos o seguinte relativamente à idade dos seus públicos. Na TSF, é o grupo dos 18 aos 34 anos o que se destaca mais (58%), sendo que no grupo dos 65 e mais anos nenhum indivíduo referiu ouvir esta rádio (0%). Na Rádio Comercial o líder de audiência são os escalões com mais de 45 anos (61%). Na Rádio Renascença tem primazia o mesmo grupo etário, com destaque para os indivíduos com mais de 65 anos (32%). Na Antena 1, este último grupo assume primazia (39%) bem como o grupo dos 45 aos 54 anos (33%). A TSF pela natureza das suas emissões capta, pois, um público jovem que procura informação bem como programas com uma abordagem simultaneamente actualizada e profunda sobre problemas de natureza, política, social,

Graf.13- Audiência de Rádio a nível de notícias



²⁴³«Outra» aparece com o valor de 4% (correspondente a 16 inquiridos), ver anexos, quadro 33.

cultural. As estações de Rádio mais antigas, como as que fazem parte da RDP e a Renascença, mantêm um público de faixas etárias mais avançadas. A R.R. de inspiração cristã tem entre os seus ouvintes um público mais idoso. Em geral, aqueles procuram informação de tipo recreativo, em particular sobre a actualidade portuguesa em matéria social, cultural, discográfica.

Considerando a análise na diagonal, isto é, cruzando simultaneamente grupos de indivíduos (variável independente) e preferências (variável dependente) relativamente ao total das respostas. Os valores mais elevados vão para a resposta «não ouve notícias pela rádio», que abrange 7% dos indivíduos dos 25 aos 34 anos, 7% dos 45 aos 54 anos, 6% dos 18 aos 24 anos, 7% dos 35 aos 44 anos, 7% dos 55 aos 64 anos e 5% dos 65 e mais anos. A seguir destaca-se que 7% dos indivíduos têm 65 e mais anos e ouvem notícias pela Rádio Renascença (versus 3% na Rádio Comercial e 2% na Antena 1). 6% dos indivíduos têm idade entre os 45 e os 54 anos e ouvem a R.R. (versus 3% na Rádio Comercial e 2% na Antena 1). 6% dos indivíduos têm idade entre os 18 e os 24 anos e ouvem a TSF. O mesmo fazem 8% dos indivíduos, os quais têm idade entre os 25 e os 44 anos.

Considerando as habilitações literárias e em termos de análise relativa ao total de inquiridos, os dados referem o seguinte: 13% tem a instrução primária e não ouve notícias pela rádio. 10% tem o 11º ano e não ouve notícias pela rádio. 13% dos indivíduos tem a instrução primária e ouve a R.R. (versus 1% na Antena 1 e 6% na Rádio Comercial). 8% tem curso superior e ouve a TSF (versus 1% para a Rádio Comercial, 3% para a Renascença, 1% para a Antena 1). 6% tem o 11º ano e ouve a TSF (versus 3% para a Rádio Comercial e 3% para a R.R.).

Os dados relativos à ocupação referem, nomeadamente, que 9% dos indivíduos são reformados e ouvem a R.R. (versus 4% na Rádio Comercial, 11% na TSF). 10% trabalham e ouvem também a R.R. (versus 7% na Rádio Comercial). 5% são estudantes e ouvem notícias pela TSF (versus 1% na R.R., 1% na Rádio Comercial, 0% na Antena 1).

Em resumo, as estações de rádio mais ouvidas a nível de notícias, são a R.R. (23%), a TSF (17%) e a Rádio Comercial (13%). Neste sentido, destaque-se que os indivíduos com mais de 65 anos (7%) e com a instrução primária (13%) ouvem a R.R. Dos 18 aos 44 anos há uma fatia significativa de público que ouve a TSF (14%). Dos indivíduos que ouvem notícias pela rádio, 8% prefere a TSF e tem curso superior, 6% faz o mesmo e tem o 11º ano.

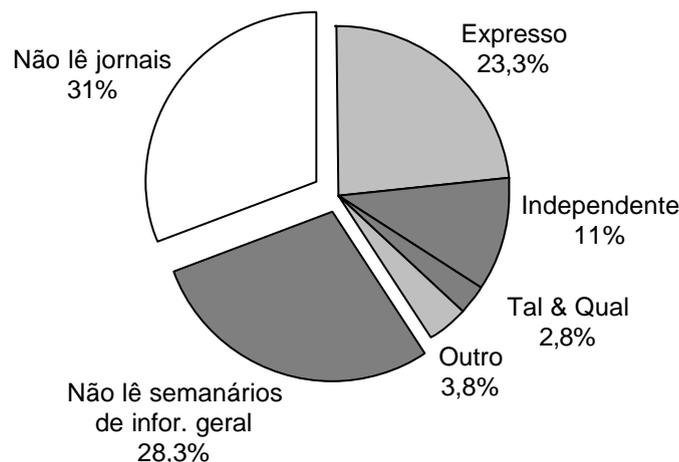
d. Leitura de Jornais

Os semanários de informação geral que os inquiridos referiram ler mais são o *Expresso* (23%), o *Independente* (11%), o *Tal & Qual* (3%). 31% dos inquiridos disseram não ler jornais e 28% não lê semanários de informação geral.

Dentro dos que não lêem jornais, 36% são homens e 65% são mulheres. No caso do *Expresso*, a proporção de homens e mulheres é idêntica 52%, 48%, respectivamente. Considerando o *Independente*, a proporção de homens é muito superior à das mulheres sendo 61%, 39%, respectivamente.

O *Expresso* tem um público heterogéneo em termos de idade, já que, segundo os dados, possui um número significativo de leitores desde 18 aos 54 anos. A primazia vai para os indivíduos dos 45 aos 54 anos (24%) e dos 18 aos 25 anos (25%). A partir dos 55 anos baixa a audiência (15%). Por seu lado, o *Independente* tem particularmente um público jovem. Saliente-se o grupo dos 18 aos 34 anos (55%) que contem o grosso da audiência.

Graf.14- Leitura de Semanários de informação geral



No *Tal & Qual* é o grupo dos 35 aos 64 anos que tem valores mais altos (73%), bem como o grupo dos 18 aos 24 anos (27%). Considerando a idade numa perspectiva de valores relativos ao total de respostas, os dados referem que 7% dos indivíduos não lêem

jornais e têm mais de 65 anos. Outros 12% dizem também não ler jornais e têm idade compreendida entre os 45 e os 64 anos. 6% tem idade entre os 18 e os 24 anos e lê o *Expresso* (versus 6% que lêem o *Independente*). O tipo de informação do jornal *Expresso* é bastante diversificado, contendo informação que passa pela cultura, economia, política, factos diversos. No caso do *Independente* a informação é mais específica, salientado-se os assuntos económicos e políticos. O *Tal&Qual* procura oferecer uma informação mais apelativa, que costuma destacar na sua primeira página. Os dados relativos ao perfil da audiência serão aprofundados adiante com a informação sobre habilitações literárias.

Em relação às habilitações literárias, 10% dos indivíduos recenseados no Concelho de Lisboa lêem o *Expresso* e têm curso superior (versus 4% que lê o *Independente*). 9% lêem o mesmo jornal e têm o 11º ano (versus 4% que lê o *Independente*). 18% dos indivíduos têm a instrução primária e referiram não ler jornais. Pelo teor da informação, verifica-se que o *Independente* e o *Expresso* têm entre o seu público número significativo de indivíduos com habilitação mais elevada.

Em resumo, verifica-se que o jornal que os recenseados do Concelho de Lisboa referiram ler mais, o *Expresso*, tem um público que em termos de idade abrange igualmente todos os grupos etários, à excepção do grupo com mais de 65 anos, onde não é tão lido. Dentro destes, a maioria tem o 11º ano e curso superior. Relativamente ao *Independente* os indivíduos que mais referiram lê-lo são jovens (dos 18 aos 34 anos) e têm maioritariamente habilitação superior ou 11º ano. Do total dos indivíduos, 18% referiram não ler jornais e têm a instrução primária.

O jornal diário de informação geral que os recenseados do Concelho de Lisboa referiram ler mais, foi o *Correio da Manhã*, com 29% das escolhas. O *Público* tem 23%, o *Diário de Notícias* tem 20% e a *Capital* tem 7% das respostas. 20% dos indivíduos referiram não ler jornais diários. Refira-se que nesta pergunta não se consideram os indivíduos que na pergunta anterior («Qual o jornal semanário de informação geral que lê mais?») responderam não ler jornais.

Comparando a variável sexo, saliente-se que no caso do *Correio da Manhã* são mais os homens (66%) do que as mulheres (34%) a referirem lê-lo. O mesmo se passa no caso da *Capital* (63%, 37%, respectivamente). Aquele jornal tem características mediáticas acentuadas, já que destaca assuntos de cariz mais sensacionalista, especialmente na sua primeira página. Provavelmente, esse pendor jornalístico agrada mais aos homens, sendo que

as mulheres, procuram outros meios (e assuntos), talvez a revista para consumir esse tipo de informação.

O *Público* tem uma audiência que tem particular incidência no grupo até 34 anos (49%). Na faixa dos 65 e mais anos tem menor número de leitores (3%). Na *Capital* destaca-se o grupo etário dos 18 aos 44 anos (89%), bem como o dos 65 e mais anos (21%). O *Diário de Notícias* é o jornal com a distribuição mais heterogénea em termos etários, já que todos os grupos o contemplam em proporções significativas. O *Correio da Manhã* salienta os grupos etários dos 18 aos 24 anos (20%) e a partir dos 45 anos (55%). Este último jornal tem-se caracterizado pelo teor exacerbado no tratamento das notícias, procurando destacar assuntos que apelem à curiosidade do leitor por assuntos polémicos ou trágicos. O *Diário de Notícias* sendo um jornal com muitas décadas de existência consegue manter um público mais idoso bem como atrair pela variedade de assuntos tratados públicos das outras faixas etárias. O *Público* encontra-se na linha do *D.N.* já que aborda assuntos relativos à política, economia, cultura, sociedade, numa linha que privilegia uma forma de apresentação discreta.

A nível de idade, e considerando uma análise relativa ao total de respostas, destaque-se o grupo dos 18 aos 34 anos que refere ler o *Público* (11%, versus 6% que diz ler o *Correio da Manhã*). Por outro lado, 5% dos indivíduos têm idade entre os 55 e os 64 anos e disse também ler este jornal (versus 5% que lêem o *C.M.*). 6% têm idade entre os 45 e os 54 anos e disseram ler o *Correio da Manhã* (versus 3% que lêem o *Público*, 4% que lêem o *D.N.*). Assim, o jornal *Publico* tem audiência com distribuição dispersa pelos diversos escalões etários destacando-se, contudo, o grupo dos jovens até aos 34 anos. O *Correio da Manhã* tem uma distribuição também dispersa pelos diversos grupos etários, onde se destacam os jovens até aos 24 anos e os indivíduos com mais de 45 anos.

A nível de habilitações literárias, refira-se que 11% dos indivíduos lêem o *Público* e têm curso superior (versus 5% para o *D.N.*). 8% lêem aquele jornal e têm o 11º ano (versus 6% para o *D.N.*, 7% para o *C.M.* -ver anexos, quadro 43). 12% dos indivíduos lêem o *Correio da Manhã* e têm a instrução primária (versus 1% para a *Capital*, 5% para o *D.N.* 0,4% para o *Público*). 5% lêem o *C.M.* e têm o 9º ano (versus 3% para o *D.N.*, 0,4% para a *Capital*, 3% para o *Público*).

Conclui-se que o jornal que os inquiridos referiram ler mais para informação geral é o *Correio da Manhã* (com 29% das escolhas). Logo a seguir situa-se o *Público* com 23% das escolhas e o *Diário de Notícias* com 20%. Relativamente ao *Correio da Manhã* houve mais homens (66%) do que mulheres (34%) a referirem lê-lo. Considerando os grupos etários, os dados

apontam para haver alguma dispersão etária quer para o *Correio da Manhã* quer para o *Público* sendo que, em ambos, os jovens até aos 24 anos constituem um grupo significativo. Relativamente às habilitações literárias nota-se alguma predominância de habilitações mais baixas no caso leitores que procuram o *Correio da Manhã* para informação geral e habilitações acima do 11º ano para o caso dos leitores do *Público* e do *Diário de Notícias*.

E. Conclusões do Inquérito

De entre a multiplicidade de respostas que retirámos deste inquérito gostaríamos de salientar algumas conclusões.

1. 90% dos recenseados do Concelho de Lisboa considera que votar é importante. Relativamente a cada grupo etário é dentro do dos 65 e mais anos que há mais indivíduos (99%) a considerarem o acto de votar como importante.
2. Entre os indivíduos com curso superior é mais acentuado o número dos que consideram importante o acto de votar(95%).
3. 76% dos indivíduos responderam votar sempre, enquanto 10% disseram que não votam, 8% votam dependendo do tipo de eleições e 6% vota dependendo da sua vontade na altura.
4. À medida que aumenta a faixa etária maior é o número de indivíduos a referirem que votam sempre e menor a dos que dizem que não votam. Tomando em consideração a faixa etária dos 45 aos 54 anos há 80% de indivíduos a referirem que votam sempre e 6% a dizerem que não votam, sendo que na faixa dos 65 e mais anos os valores respectivos são 92% (para «sim, sempre») e 0% para «não».
5. Considerando as eleições legislativas, do total de respostas, 62% dos indivíduos disseram ter votado sempre no mesmo partido enquanto que 38% disseram que já tinham votado

noutro partido. O grupo etário dos 65 e mais anos é o que apresenta valores mais baixos quando se consideram os que responderam que já votaram noutro partido.

6. Os motivos de escolha de um candidato a Presidente da República mais referidos, nesta pergunta de resposta múltipla, pelos indivíduos da amostra representativa dos recenseados do Concelho de Lisboa, são a experiência do candidato (74%), o partido que apoia o candidato (47%), as palavras do candidato (28%). Considerando variáveis como a idade, habilitações e ocupação, não se salientam tendências significativas.

7.«Os (primeiros) motivos porque nunca escolheria determinado candidato a Presidente da República» são «não gostar do partido que apoia o candidato» (56%), de perto seguido pela maneira de ser do candidato (53%), estando em terceiro lugar a resposta «não gostar do que o candidato diz». Do concurso dos diversos motivos referidos, torna-se manifesta, para o grupo focado no estudo, a dificuldade de destacar um primeiro motivo.

8. Comparando homens e mulheres, verifica-se que estas (54% para as mulheres e 45% para os homens) atribuem mais importância ao factor «maneira de ser» na rejeição de um candidato a Presidente. Por outro lado, os homens (55%) atribuem mais importância à resposta «não gostar do que o candidato diz» do que as mulheres (45%).

9. Quando questionados sobre os dois principais motivos de escolha de um candidato a Presidente que são: o partido político e a maneira de ser do candidato, sobressai o segundo motivo (78%). Comparando escalões etários é o dos 65 e mais anos (27%) que mais importância atribui ao partido político (apesar de colocar o outro factor em primeiro lugar). Esta tendência mantém-se quando consideramos a ocupação e analisamos as respostas do grupo dos reformados.

10. Relativamente à pergunta «Costuma ver debates na televisão entre candidatos a Presidente da República?», 73% responderam sim e 27% não. Refira-se que entre os que dizem não, 36% são homens e 64% são mulheres.

11. Considerando uma análise tridimensional, deve referir-se que de entre as mulheres, o grupo com a instrução primária (que é o mais numeroso: 38% das mulheres têm este grau), é o que tem maior proporção de indivíduos a referirem que não vêem debates (45%).

12. Relativamente a resultados simples, 2% dos inquiridos referiram não ver programas de informação geral. Por outro lado, verifica-se que a RTP1 e a SIC são os canais mais

escolhidos, com 45% e 47% das respostas. A seguir posiciona-se a TVI (5%) e depois a TV2 (1%).

13. A nível de audiência, considerando a idade, conclui-se o seguinte: na RTP1, o grupo de mais numeroso é o dos 65 e mais anos (com 24%) e o menor é o dos 18 aos 24 anos (com 13% do total). Relativamente à SIC é o grupo dos 18 aos 34 anos o mais significativo (com 45% da audiência), sendo o grupo dos 65 e mais anos o menos numeroso (4%). Na TVI destaca-se o grupo dos 45 aos 54 anos com (44% da audiência). O grupo menos numeroso é o dos 25 aos 34 anos (com 6% dos valores).

14. Considerando a variável habilitações literárias, os dados referem que 19% dos indivíduos (versus 12% na SIC) vêem o canal 1 e têm a instrução primária. Na SIC, neste período, destacavam-se os indivíduos com habilitações literárias mais elevadas, já que 13% dos indivíduos vêem a SIC e têm o 11º ano (versus 8% na RTP1). 12% (versus 6% na RTP1) vêem a SIC e têm curso superior. A novidade do canal na altura da recolha de dados (Novembro de 1994) pode ajudar a explicar este comportamento.

15. O número de indivíduos que não ouve notícias pela rádio é significativo, 38%. Dentro das estações de rádio mais ouvidas, em matéria de informação, refira-se a Rádio Renascença (23%), a TSF (17%), a Rádio Comercial (13%) e a Antena 1 (5%).

16. Tendo em consideração a variável sexo, verifica-se que no caso da TSF, há mais homens (65%) do que mulheres (35%) a ouvi-la quando pretendem saber informação. No caso da Rádio Renascença há uma ligeira primazia das mulheres (54%), relativamente aos homens (46%).

17. O grupo de indivíduos com mais de 65 anos e com a instrução primária destaca-se na audiência da R.R. Dos 18 aos 44 anos há uma fatia significativa de público que ouve a TSF. Dos indivíduos que ouvem notícias há um grupo numeroso a ouvir esta última estação com habilitações predominantes 11º ano e curso superior.

18. 31% dos inquiridos disseram não ler jornais e 28% não lê semanários de informação geral. Os semanários de informação geral que os inquiridos referiram ler mais são o *Expresso* (23%), o *Independente* (11%), o *Tal & Qual* (3%).

19. O *Expresso* tem um público heterogéneo em termos de idade já que, segundo os dados, possui um número significativo de leitores dos 18 aos 54 anos. O *Independente* tem particularmente um público jovem.

20. Em relação às habilitações literárias, nos leitores do *Expresso* predominam indivíduos com mais do que o 11º ano (inclusive), o mesmo se passando com o *Independente*.

21. 20% dos indivíduos referiram não ler jornais diários. O jornal diário de informação geral que os recenseados do Concelho de Lisboa referiram ler mais foi o *Correio da Manhã*, com 29% das escolhas. O *Público* tem 23%, o *Diário de Notícias* tem 20% e a *Capital* tem 7% das respostas.

22. Considerando a variável sexo, saliente-se que no caso do *Correio da Manhã* são mais os homens (66%) do que as mulheres (34%) a referirem lê-lo. O mesmo se passa com o jornal *A Capital* (63%, 37%).

23. Quando confrontamos a variável idade e a leitura dos jornais diários destaca-se o seguinte: o jornal *Publico* tem audiência com distribuição dispersa pelos diversos escalões etários, sobressaindo-se, contudo, o grupo dos jovens até aos 34 anos. O *Correio da Manhã* tem uma distribuição também dispersa pelos diversos grupos etários, onde se destacam os jovens até aos 24 anos e os indivíduos com mais de 45 anos.

25. A nível de habilitações literárias, refira-se que nos leitores do *Público* predominam os que têm o 11º ano e tem curso superior. Nos leitores do *Correio da Manhã*, salientam-se os indivíduos com habilitação até ao 11º ano. Nos indivíduos que lêem o *Diário de Notícias* destacam-se tanto aqueles com 11º ano como os que têm curso superior.

CONCLUSÃO

1. O processo de persuasão no sistema político

Concluimos pela interpenetração de estruturas condicionadas numa relação de equilíbrio entre exigências, apoios e necessidades, regulados pelo Poder sob influência da comunidade civil. A persuasão política desenrola-se permanentemente num sentido duplo entre aqueles dois intervenientes sob a direcção do primeiro, isto é, da elite no Poder. Do processo de persuasão destacámos também a importância da propaganda.

A persuasão política constitui um processo cuja análise deve ter em consideração componentes de ordem técnica como a propaganda ou os inquéritos de opinião. Por outro lado, a persuasão tem um enquadramento conjuntural, permanentemente em alteração. Procuramos perspectivar o processo de persuasão política no sistema político. Pretendemos também concluir e confirmar, segundo as palavras de Lasswell, que «o estudo da política é o estudo da influência e de quem é influente»²⁴⁴.

2. Propaganda e o ajustamento técnico entre mecanismos de influência e decisores

A nossa análise abrangeu também os seguintes intervenientes na propaganda: quem (o personagem principal sobretudo), diz o quê (a mensagem), a quem (ao sistema político), através de que meios (os meios de comunicação de massa ou restritos), com que objectivos (a conquista do Poder ou dos centros de decisão). Entendemos a importância de delimitar mecanismos de influência que esta técnica pode apresentar. A propaganda deve ser resultado de um ajustamento contextual que permita conciliar objectivos estratégicos, de política partidária e condicionalismos do sistema político, em particular da já referida comunidade civil.

3. Limites do Poder e da capacidade de decisão: Politics ou Policy Science?

O simbolismo da intervenção política leva-nos a ponderar sobre os limites actuais para o problema ponderado na seguinte reflexão de Rousseau: «O povo inglês pensa que é livre; está muito enganado, só o é durante a eleição dos membros do Parlamento; logo que eles estão eleitos, é escravo, não é nada»²⁴⁵. Por outro lado, até que ponto é possível estender o «Poder dos que não têm Poder» referido por Havel? Como referiu Adriano Moreira no I

²⁴⁴Harold Lasswell, *Política: Quem Ganha O Quê, Quando, Como* (1936), Brasília, Editora Universidade Brasília 1984, p. 15.

²⁴⁵Jean-Jacques Rousseau, *O Contrato Social* (1762, Mem Martins, Publicações Europa América, 1989, p. 97.

Seminário Internacional de Ciência Política, realizado em Julho de 1995, as *Policy Sciences* título de uma obra de Lasswell, parecem abarcar quase todas as actividades como forma no sentido de sua orientação. Coloca-se-nos a questão, em que medida os termos *policy* e *politics* definidos por Lasswell, se interpenetram? Temos por um lado, a *policy* qual técnica de aconselhamento na formulação das decisões relativas aos pretendentes a titulares do Poder. Por outro lado, está a *politics* que procura, a partir do estudo das circunstâncias políticas, ajustar soluções ao funcionamento das comunidades. Entendemos que a *policy* tal como Lasswell a entende sobressai em consequência da necessidade de qualquer Estado de coordenar os seus mecanismos de funcionamento. Isto é, a *politics* legitima o exercício da *policy* por parte do Poder.

O processo de persuasão compõe-se, assim, por duas fases distintas fundamentais que se sucedem permanentemente: por um lado, a *politics*, que autoriza e delega e, por outro, a *policy*, que dirige e restringe. É neste sentido que Max Weber referia em 1919 na Conferência sobre Política Contemporânea que «política significa para nós a aspiração a participar no Poder ou a influir sobre a repartição do Poder, seja entre os Estados, seja no âmbito de um Estado entre os grupos de homens compreendidos dentro das suas fronteiras». Foi neste sentido também que, anos mais tarde, em 1932, Carl Schmitt se pronunciou e dedicou uma obra inteira, *O Conceito do Político*, ao estudo da definição daquele conceito. Refere que «Estado (...) fornece a medida em caso de decisão (...)». O político (...) pode extrair a sua força dos mais variados sectores da vida humana - de contraposições religiosas, económicas, morais e outras»²⁴⁶.

A convivência entre instituições e indivíduos dentro de um Estado pressupõem, assim, a necessidade do enquadramento estrutural e normativo das suas relações. A diferenciação entre a importância daqueles dois conceitos está também patente no discurso de Schmitt, que contribuiu para a delimitação do seu significado na Ciência Política. Também Michel Crozier e Erhard Friedberg se debruçaram sobre o problema da intervenção no sistema político. Como é referido por aqueles «o poder é uma relação, e não um atributo dos actores»²⁴⁷, envolvendo um constrangimento para uma das partes, uma dependência que é baseada na necessidade de prosseguir um *objectivo comum*.

O estabelecimento de limites à participação está presente e condiciona as opções que os indivíduos perfilham. A *policy* está subjacente à *politics*. Entender uma sem a outra é pretender o colapso da primeira, é delimitar conteúdos de participação sem formas de

²⁴⁶Carl Schmitt, *O Conceito do Político* (1932), Petrópolis, Vozes, 1992, pp 43 e 64.

²⁴⁷Michel Crozier, Erhard Friedberg, *L'Acteur et le Systeme*, Paris, Éditions du Seuil, 1977, p. 56.

enquadramento. Torna-se mais simples em termos de exercício de análise entender o âmbito de uma ou outra. No entanto, a presença da *policy* está evidentemente presente como delimitação dos mecanismos de legalidade democrática. Assim, perfilhamos com Adriano Moreira que a Tese da Relevância Política está a ser substituída pela das massas sem poder de intervenção. Por outras palavras, entendemos que sobressai a necessidade de legitimação do Poder pelas massas as quais, no entanto, e evocando a supracitada afirmação de Rousseau, não intervêm de facto na direcção política do sistema. Resta-nos aspirar a que o Poder como objecto de estudo fundamental da Ciência Política lhe permita caminhar para o convergir de metodologias e escolas.

Terminando com uma das conclusões de José Adelino Maltez referidas no I Seminário Internacional de Ciência Política, realizado em Julho de 1995, gostaríamos de com este reiterar que «Não há Ciência Política sem Democracia, nem Democracia sem Ciência Política».

BIBLIOGRAFIA

AAVV, *Estudos de Homenagem ao Professor Adriano Moreira*, Lisboa, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, 1995.

Agee, Warren K., **Traquina**, Nelson, *O Quarto Poder Frustrado*, Lisboa, Vega, 1987.

Aguiar, Joaquim, *A Ilusão do Poder - Análise do Sistema Partidário Português 1976-1982*, Lisboa, Publicações Dom Quixote, 1983.

_____, *O Pós-Salazarismo 1974-1984*, Lisboa, Publicações Dom Quixote, 1985.

Almond, Gabriel A., **Powell**, G. Bingham, *Comparative Politics* (1966), Boston, Little, Brown and Company, 1978.

_____, **Mundt**, Robert J., *Comparative Politics: A Theoretical Framework*, New York, Harper Collins College Publishers, 1993.

Alvarado, Manuel, **Thompson**, John O., *The Media Reader*, London, British Film Institute, 1990.

Arendt, Hannah, *The Human Condition* (1958), USA, The University of Chicago Press, 1989.

_____, *Sobre La Revolucione* (1963), Madrid, Alianza Universidad, 1988.

Aron, Raymond, *As Etapas do Pensamento Sociológico* (1965), Lisboa, Publicações Dom Quixote Lda, 1992.

Augras, Monique, *Opinião Pública* (1970), Petrópolis, Editora Vozes Lda, 1980.

Bachelard, Gaston, *A Epistemologia* (1971), Lisboa, Edições 70, 1990.

Bailey, F.G., *Les Règles du Jeu Politique* (1969), Paris, PUF, 1971.

Balandier, G., *Antropologia Política* (1967), Lisboa, Editorial Presença, 1987.

_____, *O Poder em Cena* (1980), Brasília, Editora Universidade de Brasília, 1982.

_____, *Sens et Puissance*, Paris, PUF, 1971.

Banfield, Susanne, *Os Grandes Líderes General De Gaulle*, São Paulo, Nova Cultural, 1987.

Barata, Óscar Soares, *Introdução às Ciências Sociais* (1974), I Vol., Amadora, Bertrand Editora, 1983 (2º edição).

_____, *Introdução às Ciências Sociais* (1975), II Vol., Venda Nova, Bertrand Editora, 1991 (4º edição).

Barranco Saíz, Francisco Javier, *Técnicas de Marketing Político*, Madrid, Ediciones Pirámide S.A., 1982.

Bessa, António Marques, *Quem Governa? (Uma Análise Histórico-Política do Tema da Elite)*, Amadora, ISCSP, Março de 1993 (1ª edição).

_____, **Nogueira Pinto**, Jaime, *Introdução à Política*, Lisboa, Edições do Templo, 1977 (1ª Edição).

Bettencourt da Câmara, João, *Análise Estrutural Contemporânea - A emergência de um Modelo - Louis Althusser*, Lisboa, ISCSP, 1993.

Bobbio, Norberto, *Direita e Esquerda - Razões e Significado de uma Distinção Política*, Lisboa, Editorial Presença, 1994.

Bourdieu, Pierre, *O Poder Simbólico*, Lisboa, Difel, 1989.

Braga da Cruz, Manuel, *Instituições Políticas e Sociais*, Lisboa, Livraria Bertrand, 1995.

Burnham, James, *Los Maquiavelistas* (1945), Buenos Aires, Emecé Editores, 1953.

_____, *The Managerial Revolution* (1941), Connecticut, Greenwood Press Publishers, 1972.

Calvez, *Introduction a la Vie Politique*, Paris, Edition Aubier-Montagne, 1986.

Carmo, Hermano, *Os Dirigentes da Administração Pública em Portugal (Contribuição para o seu Estudo)*, Lisboa, Separata da Revista de Estudos Políticos e Sociais, 1987.

Cayrol, Roland, *La Nouvelle Communication Politique*, Paris, Librairie Larousse, 1986.

Charlot, Jean, *Les Parties Politiques*, Paris, Armand Colin, 1971.

Charlot, Monica, *La Persuasion Politique*, Paris, Librairie Armand Colin, 1970.

Chevalier, Jean, **Gheerbrant**, Alain, *Dictionnaire des Symboles* (1969), Paris, Robert Laffont/Jupiter 1982.

- Crozier**, Michel, **Friedberg**, Erhard, *L'Acteur et le Systeme*, Paris, Éditions du Seuil, 1977.
- DeFleur**, Melvin L., **Ball-Rokeach**, Sandra, *Theories of Mass Communication*, New York, Longman, 1989.
- Deleuze**, Giles, *Nietzsche (1965)*, Lisboa, Edições 70, 1985.
- Denquin**, Jean Marie, *Science Politique*, Paris, PUF, 1985.
- Deutsch**, Karl, *Política e Governo (1970)*, Brasília, Editora Universidade de Brasília, 1979.
- _____ *The Nerves of Government (1963)*, New York, The Free Press, 1966.
- A Dictionary of the Social Sciences**, New York, Free Press, 1964.
- Domenach**, Jean Marie, *Des Idées pour La Politique*, Éditions du Seuil, 1988.
- _____ *A Propaganda Politica, s.l.*, PUF, 1973.
- Donzelot**, Jacques, **Estèbe**, Philippe, *L'État Animateur - Essai sur la Politique de la Ville*, Paris, Éditions Esprit, 1994.
- Dowse**, Robert E., **Hughes**, John A., *Political Sociology*, Kent, John Willey & Sons Lda, 1975.
- Duverger**, *Os Partidos Políticos*, Rio de Janeiro, Zahar Editores, 1970.
- _____ *Sociologia da Política*, Coimbra, Almedina, 1983.
- Easton**, David, *The Political System (1953)*, USA, The University of Chicago Press edition, 1981 (2nd edition).
- _____ *A Systems Analysis of Political Life (1965)*, USA, The University of Chicago Press, 1979.
- Elias**, Norbert, *Teoria Simbólica (1989)*, Oeiras, Celta Editora Lda, 1994.
- Fernandes**, António Teixeira, *Os Fenómenos Políticos*, Porto, Edições Afrontamento, 1988.
- Fuller**, Ray (edited by), *Seven Pioneers of Psychology, Behaviour and Mind*, London, Routledge, 1995.

Gellner, Ernest, *Relativism and the Social Sciences* (1985), Cambridge, Cambridge University Press 1990.

Giles, Thomas Ransom, *Estado Poder Ideologia*, São Paulo, Editora Pedagógica e Universitária Lda, 1985 (original em português).

Gonçalves, José Júlio, *Técnicas de Propaganda Elites, Quadros e Outros Estudos*, Lisboa, Centro de Estudos Políticos e Sociais, Junta de Investigações do Ultramar, 1961.

_____, *Sociologia da Informação*, Coleção Estudos de Ciências Políticas e Sociais nº 64, vol. I, Centro de Estudos Políticos e Sociais, Junta de Investigações do Ultramar, 1963.

Gorbachov, Mikhail, *Perestroika* (1987), Mem-Martins, Publicações Europa-América Lda, 1988 (3ª edição).

Gunnell, John G., *Teoria Política* (1979), Brasília, Editora Universidade de Brasília, 1981.

Hall, John A., **Ikenberry**, G. John, *O Estado* (1989), Lisboa, Editorial Estampa, 1990.

Hansen, Phillip, *Hannah Arendt Politics, History and Citizenship*, Cambridge, Polity Press, 1993.

Hartley, John, *The Politics of Pictures: The Creation of Public in the Age of Popular Media*, London, Routledge, 1992.

Heywood, Andrew, *Political Ideologies An Introduction*, London, MacMillan, 1992.

Hess, Rémi, *Sociologia de Intervenção*, Porto, Rés Editora Lda, s.d.

Hobbes, Thomas, *Leviathan* (1651), London, Penguin Books, 1985.

Jouvenel, Bertrand de, *Teoria Pura da Política*, Lisboa, Guimarães & C.ia Editores, 1963.

Knoke, David, *Political Networks: The Structural Perspective* (1990), Cambridge, Cambridge University Press, 1994.

Krippendorff, Klaus, *Content Analysis An Introduction to Its Methodology* (1980), London, Sage Publications, 1986.

Lapierre, Jean-William, *A Análise do Sistema Político*, Lisboa, Edições Rolim, s.d.

Lapiere, Richard T., *A Theory of Social Control*, New York, McGraw-Hill Publishing Company Lda, 1954.

- Lassale**, Jean Pierre, *Introdução à Política*, Lisboa, Publicações D. Quixote, 1976.
- Lasswell**, Harold, *Política: Quem Ganha O Quê, Quando, Como* (1936), Brasília, Editora Universidade de Brasília, 1984.
- _____ *A Linguagem da Política* (1949), Brasília, Editora Universidade de Brasília, 1979.
- Lazarsfeld**, Paul F., (edited by Raymond Boudon), *On Social Research and Its Language*, Chicago, The University of Chicago Press, 1993.
- Lesourne**, Jacques, **Lecomte**, Bernard, *O Pós-Comunismo Do Atlântico aos Urais* (1990), Venda Nova, Bertrand Editora, Set. 1991.
- Lindon**, Denis, *Marketing Politique et Sociale*, Paris, Dalloz, 1976.
- Maltez**, José Adelino, *Ensaio sobre o Problema do Estado*, Tomos I e II, Lisboa, Academia Internacional de Cultura Portuguesa, 1991.
- _____ *Nas Encruzilhadas do País Político*, Lisboa, Instituto D. João de Castro, 1987.
- _____ *Sobre a Ciência Política*, Lisboa, ISCSP, 1994.
- Martin**, Roderick, *Sociologia do Poder* (1977), Rio de Janeiro, Zahar Editores, 1978.
- McLuhan**, Marshall, *Understanding Media - The Extensions of Man* (1964), United States of America, MIT Press Edition, 1994.
- Merton**, Robert, *Sociologia Teoria e Estrutura* (1949), São Paulo, Editora Mestre Jou, 1970.
- Michels**, Robert, *Political Parties* (1915), New York, The Free Press, 1968.
- Mills**, C. Wright, *The Power Elite*, New York, Oxford University Press, 1956.
- _____ *Poder e Política* (1963), Rio de Janeiro, Zahar Editores, 1965.
- Moreira**, Adriano, *Ciência Política*, Coimbra, Livraria Almedina, 1984.
- Munne**, Federico, *Psicologia Social* (1980), Mem Martins, Edições CETOP, 1984.
- Myrdal**, Gunnar, *A Objectividade nas Ciências Sociais* (1967), Lisboa, Assírio & Alvim, 1976.

Parsons, Talcott, *The Structure of Social Action* (1937), New York, The Free Press, 1968.

_____ *The Social System* (1951), New York, The Free Press, 1964.

Pereira Neto, João N. B., *As Características da Universidade do Algarve*, Resultado de um Inquérito Sociológico com vista à sua Definição, Faro, Universidade do Algarve, 1983.

_____ *A Classe Média Portuguesa num Contexto de Mudança*, Lisboa, ISCSP, 1984.

Polis Enciclopédia Verbo da Sociedade e do Estado, Vols 3 e 4, Lisboa-São Paulo, 1987.

Popper, Karl R., *The Open Society and Its Enemies* (1945), vol. 2, London, Routledge, 1968.

_____ *Em Busca de Um Mundo Melhor*, Lisboa, Editorial Fragmentos, 1988.

_____ *Um Mundo de Propensões*, Lisboa, Editorial Fragmentos, 1988.

_____ , **Condry**, John, *Televisão: Um Perigo para a Democracia* (1993), Lisboa, Gradiva, 1995.

Radcliffe-Brown, A. R., **Forde**, Daryll, *Sistemas Políticos Africanos de Parentesco e Casamento* (1950), Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, 1974.

Rebelo de Sousa, Marcelo, *Os Partidos Políticos no Direito Constitucional Português*, Braga, Livraria Cruz, 1983.

Ribeiro dos Santos, António Pedro, *A Imagem do Poder no Constitucionalismo Português*, Lisboa, ISCSP, 1990.

_____ *História Económica e Social - A Era Pré-Industrial*, Lisboa, ISCSP, 1993.

Rodrigues da Silva, José Maria, *O Homem e o Poder*, Venda Nova, Bertrand Editora, 1988.

Rosanvallon, Pierre, *A Crise do Estado Providência*, Lisboa, Inquérito, 1981.

Roucek, Joseph, *Social Control*, New York, D. Van Nostrand Company, 1956.

Rousseau, Jean-Jacques, *O Contrato Social* (1762), Mem Martins, Publicações Europa América, 1989.

Sá, Luís, *Eleições e Igualdade de Oportunidades*, Lisboa, Caminho, 1992.

Santos, Nicolau, *I Congresso dos Jornalistas Portugueses - Conclusões, teses, Documentos*, Lisboa, Secretariado da Comissão Executiva do ICJP, 1983.

Saperas, Enric, *Os Efeitos Cognitivos da Comunicação de Massas* (1987), Lisboa, Edições ASA, 1993.

Sartori, Giovanni, *A Política* (1979), Brasília, Universidade de Brasília, 1981.

Sauvy, Alfred, *L'Opinion Publique* (1956), Paris, PUF, 1977.

Schmitt, Carl, *O Conceito do Político* (1932), Petrópolis, Editora Vozes Lda, 1992.

Schopenhauer, Arthur, *Essays and Aphorisms* (1851), Middlesex, Penguin Books Ltd, 1970.

Schwartzberg, Roger-Gérard, *Sociologie Politique, Éléments de Science Politique*, Paris, Éditions Montchrestien, 1974.

_____ *O Estado Espectáculo* (1977), Rio de Janeiro, Difel, 1978.

Sousa Lara, António de, *A Subversão do Estado*, Lisboa, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, 1987.

Stoetzel, Jean, *Psicologia Social* (1963), São Paulo, Companhia Editora Nacional, 1972.

Tchakhotine, Serge, *A Mistificação das Massas pela Propaganda Política* (1952), Rio de Janeiro, Editora Civilização Lda, 1967.

Valente de Almeida, Políbio, *Teoria Geral da Estratégia*, Lisboa, Associação Académica do ISCSP, Março de 1987.

Weber, Max, *A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo* (1905), Lisboa, Editorial Presença, 1990 (3ª edição).

Woodrow, Alain, *Informação, Manipulação*, Lisboa, D.Quixote, Lisboa, Publicações Dom Quixote, 1991.

SOBRE METODOLOGIA DO INQUÉRITO À OPINIÃO PÚBLICA

Amaro, Fausto, *Aspectos Sociológicos da Adopção em Portugal*, Um Estudo Exploratório, Cadernos do CEJ, Lisboa, Ministério da Justiça, Centro de Estudos Judiciários, 1992.

Antoine, Jacques, *Sondagem, Instrumento de Marketing e Publicidade* (1990), Mem Martins, Edições CETOP, 1993.

Boudon, Raymond, *Os Métodos em Sociologia*, Lisboa, Edições Rolim, s.d.

Bryman, Alan, *Quantitativity and Qualitativity in Social Research*, London, Routledge, 1988.

_____, **Burguess**, Robert G., *Analysing Qualitative Data*, London, Routledge, 1994.

Castells, Manuel, *Problemas de Investigação em Sociologia Urbana* (1984), Editorial Presença, s.d.

Christensen, Larry B., *Experimental Methodology* (1975), USA, Simon Schuster Inc, 1994 (6th Edition).

Durkheim, Émile, *As Regras do Método Sociológico*, 1993 (5ª Edição).

Henry, Gary T., *Graphing Data - Techniques for Display and Analysis*, London, Sage Publications, 1995.

Fragata, Júlio, *Noções de Metodologia para a Elaboração de um Trabalho Científico*, Porto, Livraria Tavares Martins, 1973.

Ghiglione, Rodolphe, **Matalon**, Benjamin, *O Inquérito Teoria e Prática* (1978), Oeiras, Editora Celta, 1992.

Giddens, Anthony, *New Rules of Sociological Method* (1976), California, Stanford University Press, 1993.

Gil, António Carlos, *Métodos e Técnicas da Pesquisa Social*, São Paulo, Editora Atlas, S.A., 1989 (2ª Edição).

Goode, William, **Hatt**, Paul, *Métodos em Pesquisa Social* (1979), São Paulo, Companhia Editora Nacional, s.d. (7ª Edição).

Hague, Paul, **Jackson**, Peter, *Pesquisa de Mercado* (1987), Lisboa, Editorial Presença, 1990.

Kerlinger, Fred. N., *Metodologia em Ciências Sociais* (1979), São Paulo, Editora Pedagógica e Universitária Lda, s.d.

Kurtz, Norman R., *Introduction to Social Statistics*, Singapore, McGraw-Hill Book Co., 1983.

Lipman, Aaron, *Metodologia das Ciências Sociais*, (Súmula das Lições do Professor Doutor A. Lipman ao 3º ano do Curso de Administração Ultramarina, Ano lectivo 1966/67), Lisboa, Edição da Associação Académica do ISCSPU, 1967.

Moreira, Carlos Diogo, *Planeamento e Estratégias da Investigação Social*, Lisboa, ISCSP, 1994.

Quivy, Raymond, **Campenhoudt**, Luc van, *Manual de Investigação em Ciências Sociais* (1988), Lisboa, Gradiva Publicações Lda, 1992 (2ª Edição).

Santos Silva, Augusto, **Madureira Pinto**, José, *Metodologia das Ciências Sociais*, Porto, Edições Afrontamento, 1986 (7ª Edição).

Sedas Nunes, A., *Questões Preliminares sobre as Ciências Sociais*, Lisboa, Editorial Presença, 1991 (10ª Edição).

Silva Rego, A., *Lições de Metodologia e Crítica Históricas*, nº 65, Lisboa, Junta de Investigações do Ultramar, Centro de Estudos Políticos e Sociais, 1963.

Silverman, David, *Interpreting Qualitative Data - Methods for Analysing Talk, Text and Interaction*, London, Sage Publications, 1993.

Spiegel, Murray R., *Probabilidade e Estatística*, São Paulo, McGraw-Hill, 1977.

Triviños, Augusto N.S., *Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais* (1987), São Paulo, Editora Atlas S.A., 1992.

Weber, Max, *The Methodology of the Social Sciences* (1904), New York, The Free Press, 1949.