

Não há planeta B: la sostenibilidad como estrategia en la campanña de Portugal 2019

Ana Leticia Sampaio





Ana Leticia Sampaio

Máster en Estudios Políticos y Administrativos Europeos por el College of Europe (Bélgica) y Máster en Consultoría Política y Asesoría de Imagen por la Universidad Camilo José Cela (España).

Ha sido investigadora en políticas comparadas UE/Mercosur en las Naciones Unidas así como trabajado como asesora política en el congreso brasileño, en el parlamento de Río de Janeiro y en la alcaldía de Duque de Caxias (Brasil). Desde 2014, trabaja como consultora en campañas electorales con diversos partidos en Brasil y Portugal.



Mail: analeticia.sampaio@coleurope.eu

Twitter: @analesampaio

Resumen:

Este paper tiene como objetivo observar el uso de las temáticas del medio ambiente y sostenibilidad como una herramienta de marketing político de los partidos portugueses. En la literatura académica, hay una falta de artículos que analizan la temática del medio ambiente en campañas electorales. En este sentido, partiendo del supuesto que los partidos políticos tuvieron una necesidad de redefinir sus estrategias y prioridades en la sociedad contemporánea, este paper quiere confirmar la hipótesis que la agenda de la sostenibilidad fue la herramienta encontrada para manejar esta transición. La confirmación se dará a través del estudio de caso de las últimas elecciones portuguesas en 2019, donde serán analizados los programas políticos de los partidos elegidos para la Asamblea de la República, así como sus redes sociales (específicamente el Facebook). La conclusión es que la agenda climática fue definitivamente una estrategia de marketing electoral de los partidos portugueses, una vez que estuvo presente en todos los programas electorales y en las redes sociales de casi todos los partidos. Sin embargo, en comparación, los partidos considerados de la “nueva izquierda” fueron las fuerzas políticas que más se adaptaron y lograron crecer en términos de resultados

Palabras clave:

medio ambiente; sostenibilidad; cambio climático; partidos políticos; Portugal; elecciones; marketing político; framing; agenda setting



INTRODUCCIÓN

Antes de empezar la campaña electoral, José Pacheco Pereira, columnista de la revista Sábado, escribió: “Pocas cosas revelan el carácter superficial de la acción política como la dependencia de la moda del momento... en estas elecciones es la urgente, la emergente obsesión con el medio ambiente y sus causas ecológicas” (Pereira, 2019). A partir de esta afirmación, el presente artículo pretende analizar hasta qué punto la agenda mediática del medio ambiente y de la emergencia climática influyó el marketing político de los partidos portugueses durante las elecciones a la Asamblea de la República en 2019.

En primer lugar, se presentará el contexto histórico y el escenario político portugués hasta el día de hoy para que sea posible la comprensión de la lógica de los partidos durante los comicios de 2019. A continuación, se analizará la participación de los partidos verdes en Portugal así como la inserción del medio ambiente en la agenda política. Se explorará, la hipótesis de que los partidos políticos tuvieron una necesidad de redefinir

La agenda climática fue usada como estrategia de marketing en la campaña

sus estrategias y prioridades en la sociedad contemporánea. Por lo tanto, la agenda de la sostenibilidad fue la herramienta escogida para manejar esta transición. Esta hipótesis se confirmará a través del estudio de caso de las últimas elecciones portuguesas, donde se analizan los programas políticos de los partidos elegidos para la Asamblea de la República, así como sus redes sociales (específicamente el Facebook).

Por último, se concluye que la agenda climática fue empleada como una estrategia de marketing electoral en los partidos portugueses, ya que estuvo presente en todos los programas electorales, a menudo con expresiones como “emergencia climática” o “urgencia climática”. Además, el tema también estuvo presente en las redes sociales y programas de televisión en los que participaron casi todos los partidos. Sin embargo, no todos lo utilizaron de la misma manera. Los partidos considerados de la “nueva izquierda” fueron las fuerzas políticas que más se adaptaron y lograron crecer en los resultados de las elecciones. Finalmente, este estudio de caso sirve como termómetro para analizar si la agenda del cambio climático será una tendencia en elecciones futuras,

principalmente la contienda presidencial de Estados Unidos en 2020.

CONTEXTO HISTÓRICO

La Revolución de los Claveles fue el punto de partida de la democracia moderna en Portugal. La caída del régimen dictatorial de António de Oliveira Salazar, en 1974, trajo la legalización y consecuente reintroducción de los partidos políticos portugueses. Se escribió una nueva constitución en 1976, influenciada por diferentes partes de otras constituciones como la alemana, francesa, italiana e incluso la de países del este



Europeo. En este sentido, antes de explorar la pauta de la sostenibilidad, es importante pasar por un breve panorama del sistema político nacional moderno en Portugal.

Al igual que en la mayoría de las democracias occidentales, Portugal sigue el principio de la separación de poderes de Montesquieu. El gobierno, que funciona como el poder ejecutivo, liderado por un primer ministro nombrado por el presidente tras las elecciones para la Asamblea de la República (el poder legislativo). El Gobierno (el primer ministro y sus ministros) es responsable ante el presidente así como ante la Asamblea de la República. Por su parte, el presidente, ejerce las funciones de jefe del Estado, es elegido directamente por los ciudadanos cada cinco años. En lo que concierne el poder judicial, los tribunales son independientes.

Respecto al poder legislativo, Portugal cuenta con un sistema unicameral en el que la Asamblea de la República es el único órgano legislativo al nivel nacional. Este parlamento está compuesto por 230 diputados que son elegidos en 22 circunscripciones electorales (20 en Portugal y dos para residentes en el extranjero) cada cuatro años. El sistema electoral en vigor es el proporcional, que consiste en listas cerradas en cada círculo electoral distribuidos por el sistema d'Hondt. Además, no hay un porcentaje mínima de votos para entrar en el reparto de escaños parlamentario (Matheus y Ramalho, 2013).

De acuerdo con André Freire, los sistemas proporcionales presentan como una de las principales ventajas una representación más justa de las fuerzas políticas. En este sentido, este sistema no penaliza demasiado a los partidos pequeños, ni bonifica los grandes, pues convierte los votos en mandatos. Por eso, los electores que simpatizan con fuerzas políticas pequeñas no tiene su voto desperdiciado y no recurren al llamado 'voto útil' tanto como en

**Portugal
cuenta con
un sistema
unicameral
proporcional**

otros sistemas electorales (Freire, 2015).

Como veremos a continuación, el sistema proporcional adoptado en Portugal permitió el ingreso del PAN (Partido de los Animales) en las elecciones de 2015 así como la entrada de tres nuevos partidos políticos en 2019 (Chega, Iniciativa Liberal y LIVRE). Además, el sistema proporcional fue una buena elección para una joven democracia posterior a 1974, ya que fortalece a los partidos políticos en detrimento de los candidatos.

LOS PARTIDOS PORTUGUESES

El cuadro de 2019 es completamente diferente del período anterior a 1974. El *Estado Novo* (el período dictatorial de Salazar) arrebató toda actividad política y creó la Unión Nacional, un partido de base que tenía como objetivo unificar toda la sociedad. Solamente después de la caída del régimen, las estructuras partidarias fueron capaces de salir de la clandestinidad. De acuerdo con Matheus y Ramalho, cerca de 60 organizaciones partidarias o de movimiento político surgieron en esta época. Sin embargo, el nuevo sistema multipartidista también dió lugar



a una inestabilidad que estuvo presente en todo el proceso de restauración de la democracia (Matheus y Ramalho, 2013).

De todas estas fuerzas políticas, es importante destacar y contextualizar los cinco mayores partidos en términos de representatividad: PS, PPD/PSD, PCP, CDP/PP a los que se sumó el BE en el año 2005. Es complejo desarrollar una clasificación por ideologías de partido siguiendo un eje dicotómico izquierda - derecha, pero para desarrollar este paper así como el tema propuesto, haremos una breve clasificación :

- **Partido Comunista Portugués** - PCP: el partido más antiguo en Portugal. Durante la Revolución de 1974 era un partido que actuaba en la clandestinidad y tenía mucha capacidad de movilización. En suma, su principal bandera es la lucha contra el capitalismo y adoptan los preceptos soviéticos. (extrema-izquierda)
- **Centro-Democrata Cristão / Partido Popular** - CDS/PP: fue el partido situado más a derecha permitido tras la Revolución de los claveles. Partido cristiano y conservador que rechaza las soluciones políticas socialistas (derecha).
- **Partido Socialista** - PS: Tras la Revolución, el PS no tenía mucha representación

(comparado con el PCP). El partido fue caminando gradualmente hacia el centro y actualmente cuenta con António Costa como jefe del gobierno desde 2015. Defiende el papel del estado en la economía y en las políticas sociales (centro-izquierda).

- **Partido Social Democrata** - PPD/PSD: actualmente PSD. Surgió después de la revolución como una alternativa a la derecha del PS. Entre un ala más liberal y un ala más social-democrática, el PSD se encuentra en el medio. Actualmente tiene una línea muy similar al PS (centro-derecha).
- **Bloco de Esquerda** - BE: partido fundado en 1999, después de la fusión de tres movimientos políticos de izquierda. De cuño anti capitalista y marxista, el BE se posiciona como una fuerza de izquierda entre el comunismo arcaico del PCP y el centrismo del PS. El partido intenta ser una alternativa innovadora y moderna de izquierda (izquierda).

Los partidos verdes en Portugal

En 1982 nació el primer partido verde en Portugal. La denominación Inicial: *Movimento Ecologista Português - Partido Os Verdes* nació



de una iniciativa ciudadana para una intervención ecológica más activa en el país. Para obtener fuerza electoral, el partido formó una coalición con el PCP, llamando se CDU (*Coligação Democrática Unitária*). La fuerza del partido comunista también garantizó que el PEV eligiera desde el principio uno o dos diputados e incluso una diputada para el Parlamento Europeo. En lo que concierne la agenda política ecológica, el PEV se centró desde el principio en cuestiones de transporte público, seguridad alimentaria y cambios climáticos (Os verdes, 2017).

En 2009 fue creado un nuevo partido llamado *Partido Pelos Animais* (PPA), donde la idea sería un abordaje mucho más específico que el PEV, pues la pauta política era exclusivamente por la defensa de los animales. Después de su oficialización en 2010, como no tenía diputados, el PPA empezó a promover acciones de movilización como la distribución del documental “*Meat the Truth*” y peticiones contra la tauromaquia para los diputados del parlamento. La petición fue defendida en esta época por la diputada del PEV. En septiembre 2010 el partido cambió el nombre a PAN: *Partido pelos Animais e pela Natureza* (PAN, 2019). Con una pauta exclusivamente animalista, el partido logró elegir por la primera vez un diputado en el parlamento portugués en 2015.

Tres nuevos partidos

Es relevante resaltar la presencia de tres nuevos partidos en la Asamblea de la República en 2019: *Iniciativa Liberal*, *LIVRE* y *Chega!*, que lo que supone nueve partidos políticos frente a los seis de la última legislatura. El primero es un partido de ideología liberal, tanto económicamente como socialmente. El *LIVRE* es un partido de izquierda y sus principales características es ser un partido verde así como ser el único partido de la izquierda considerado europeísta. El *Chega!* es un partido de extrema-derecha, conservador en cuestiones sociales y que tiene como banderas principales la lucha contra la corrupción y contra la inmigración.

SOSTENIBILIDAD Y POLÍTICA

En la literatura académica, hay una falta de trabajos que analicen el tema del medio ambiente en campañas electorales. Se pueden encontrar diversas obras sobre la estrategia de ONGs para influenciar los políticos y las políticas públicas. Pero aparte del campo de los Asuntos Públicos, no es posible encontrar mucha literatura sobre cómo los propios políticos utilizan este tema para lograr influir en sus votantes.

Podemos afirmar que, a pesar de existir partidos que luchan por el medio ambiente desde hace mucho tiempo, el ex candidato a la presidencia de los Estados Unidos, Al Gore, ha sido uno de



los políticos más importantes en el *framing* en la agenda mediática sobre el cambio climático durante su campaña electoral contra George W. Bush. Pero si en 2000, el tema del medio ambiente no pudo traspasar las políticas conservadoras y de seguridad nacional reivindicadas por Bush, actualmente, casi veinte años más tarde, la narrativa política es completamente diferente.

La emergencia climática es un tema que preocupa cada vez más a los electores en todo el mundo. Este cambio de “*mindset*” se puede traducir en dos cuestiones: la primera es que la consecuencia del cambio climático afecta a ciudadanos no solamente de países con menos recursos, sino también de regiones desarrolladas, a través de desastres naturales. En segundo lugar, se puede decir que la tecnología,

combinada con las redes sociales, generó un amplio poder de movilización principalmente entre los más jóvenes. Este instrumento garantiza la fluidez de las comunicaciones, los que dinamiza eventos a través del mundo, como por ejemplo las manifestaciones por el clima en ciudades de todo el mundo (Tulha, 2019).

De acuerdo con una encuesta publicada por el periódico británico *The Telegraph*, la mayoría de los encuestados contestaron que ser “verde” es ahora algo socialmente aceptable y ya no como un ‘estilo de vida alternativo’. Del mismo modo, los mismos declararon que están motivados para hacer algo por el medio ambiente porque se sienten culpables por dañarlo. Por último, la encuesta también mostró que estas mismas personas quieren influir en las personas más cercanas para que también tengan actitudes sostenibles (Eccleston, 2007).

Se ha producido un cambio de mentalidad y de actitud que actualmente se traslada a casi todos los temas cotidianos. Utilizando las palabras de los jóvenes: es “cool y moderno” ser verde. Evidentemente, con este cambio de mentalidad, los partidos políticos se vieron obligados a adaptar sus discursos para llegar a este segmento ‘cool y moderno’ del electorado. Ana Maria Belchior defiende que ‘asociada a la emergencia de nuevos temas y reivindicaciones tradicionalmente ausentes del espacio político, la tensión para la democratización de las instituciones ejerce una presión sobre los partidos políticos, tanto en términos programáticos, como en sus estructuras’ (Belchior, 2008). De acuerdo con Belchior, se produjo la necesidad de los propios partidos de redefinir sus estrategias y prioridades en el seno de la sociedad contemporánea. En este sentido analizamos cómo los partidos políticos manejaron el creciente rechazo por un liderazgo público con pautas tradicionales para una transición donde la esfera de la actuación ciudadana pasa a ser mucho más importante a través del uso del tema de la sostenibilidad y del cambio climático. A través del estudio de



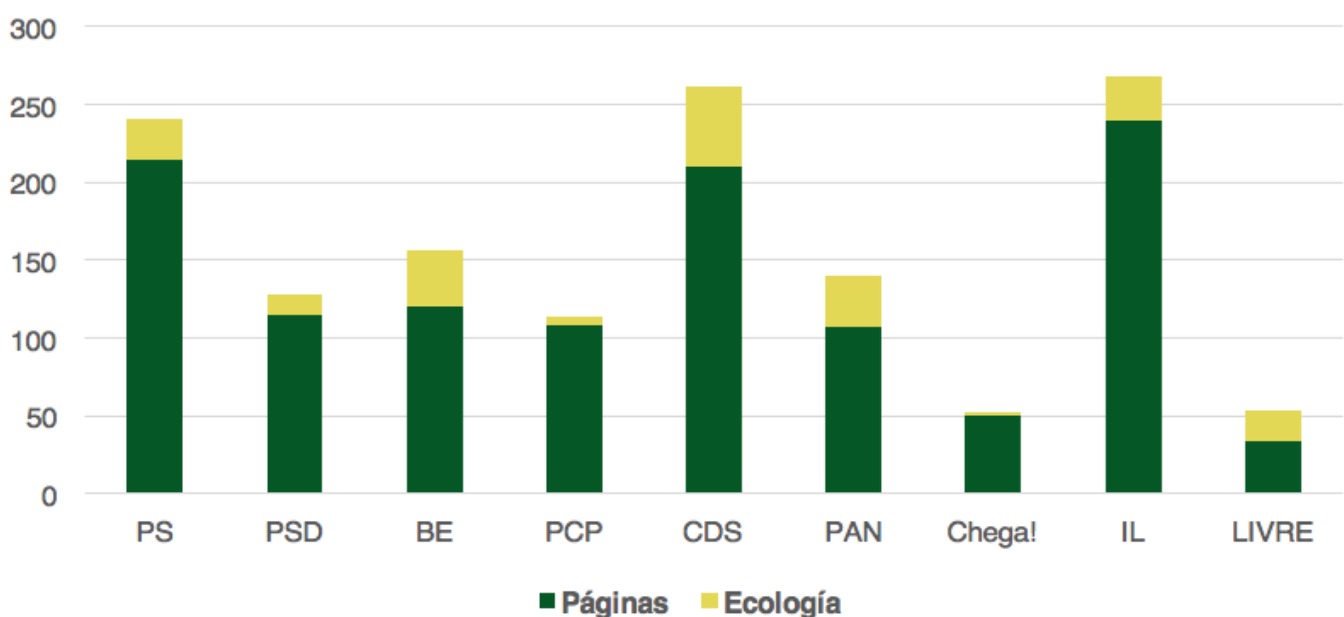
hacer política del PAN ya que es diferente de los partidos tradicionales”. El actual eurodiputado también subrayó que los electores no están contentos con las mismas fuerzas políticas tradicionales. Otro factor que ayudó al partido a ganar es el hecho de ser un partido transversal (los animales y la naturaleza), lo que rompería con el eje tradicional de izquierda-derecha. (Botelho, 2019)

El sorprendente crecimiento del PAN durante las elecciones al Parlamento Europeo incitó a otros partidos a que cambiasen el tono de la campaña electoral. El Bloco de Esquerda empezó la pre-campaña con el slogan “lado a lado pelo que é de todos”, una figura de Marisa Matias, la cabeza de lista del BE escuchando a los ciudadanos en espacios públicos. En la última semana de la campaña, algunos carteles de la candidata ya habían cambiado, como el que dice: ‘para hablar del futuro, necesitamos garantizar el futuro del planeta’. Evidentemente, el BE no logró cambiar todo su marketing de campaña, pero el 10 de mayo (dos semanas antes de las elecciones), el partido inició una moción en el parlamento

propuestas concretas sino frases sobre el medio ambiente.

De acuerdo con la entrevista de Francisco Guerreiro para el periódico Público, los resultados de las elecciones europeas, significan que “los portugueses se identifican con la forma de

Páginas destinadas a Ecología en los programas electorales (Portugal 2019)





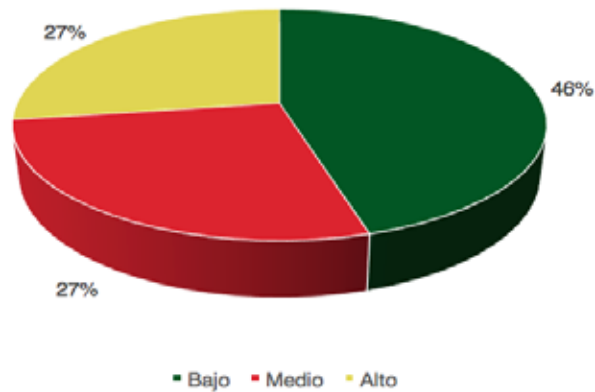
para que el gobierno portugués declarase 'Estado de urgencia climática' (Sampaio, 2019).

EL MARKETING ELECTORAL

Las elecciones europeas fueron un termómetro de lo que pasaría en el segundo semestre de 2019, cuando todos los partidos competirían por un escaño en la Asamblea de la República. En este sentido, las elecciones legislativas en una era 'post-PAN' sería un vaticinio de la utilización de la agenda climática como instrumento de marketing electoral. El *Bloco de Esquerda* fue el primer partido en convertir esta estrategia en realidad. Todavía en junio, siguiendo su moción de emergencia climática, el partido creó un cartel para llamar la atención en todo el país sobre el cambio climático. Titulado, "*Não existe planeta B*", el eslogan hacía referencia al grito de los estudiantes durante una manifestación por el clima en marzo de este año. Los colores y los dibujos representan una guerra de fuerzas entre los defensores del clima y las empresas caracterizadas como contaminantes.

Es interesante observar que casi todos los partidos describen frases como 'Pon las cuestiones ambientales en lo más alto de sus prioridades'; 'Reconoce el estado de emergencia climática';

Grado de detalle en las propuestas de ecología y medio ambiente de los partidos en campaña



'Declara el estado de emergencia climática'. En segundo lugar, además del PEV, PAN y LIVRE, que ya son, en su esencia partidos verdes, otros tres partidos destacan el capítulo sobre sostenibilidad como el primer del programa (PS, BE e IL).

Asimismo, en lo que concierne a los detalles de las propuestas, no son los partidos ecologistas los que tienen un programa más completo sobre el medio ambiente sino que el PS (el partido del gobierno), BE y CDS, este último con muchas propuestas económicas relacionadas con el medio ambiente. Los programas del PEV, PAN y LIVRE contienen innumerables propuestas sobre la temática ecologista en términos cuantitativos, sin embargo, no se profundizan como en el caso de los otros tres partidos citados anteriormente.

En un análisis del Facebook corresponde al período oficial de la campaña electoral (22 de septiembre hasta 04 de octubre). En el



Número de publicaciones en redes sociales sobre
ecología y medio ambiente por partido

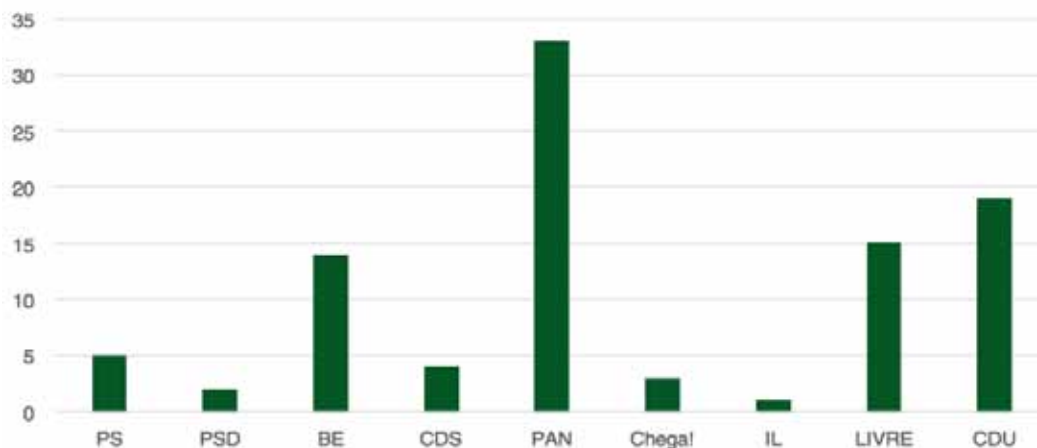


gráfico están señaladas la cantidad de posts relacionados con el medio ambiente, los tipos de posts, los temas abordados y si hay algún hashtag específico sobre el tema.

Tal y como observa en el gráfico superior, el PAN es el partido con más publicaciones en esta red sobre ecología y medio ambiente seguido de LIVRE y CDU. En el otro extremo, sin apenas publicaciones sobre el tema, se encuentran los partidos PSC, Chegal e IL.

CONCLUSIÓN

Durante el artículo, vimos que el tema del cambio climático es una conciencia creciente no sólo en Portugal sino también en Europa y a nivel mundial. De acuerdo con el ambientalista Francisco Ferreira, 'el país está despertando por un problema que, durante décadas, fue básicamente una preocupación de un nicho'. Por lo tanto, la adhesión a causas ambientales, en este momento es mucho más acuciante y se percibe claramente un crecimiento del activismo ambiental en Portugal (Tulha, 2019). Definitivamente sería un tema que causaría un efecto spillover en la política partidaria.

La utilización de la temática del cambio climático durante la campaña para el Parlamento Europeo en 2019 pasó de la teoría a ser comprobada por los partidos políticos. Se quedó claro que el PAN así como el BE, los dos partidos que utilizaron

esta estrategia, incrementaron sus votos en comparación con el último comicio de 2014, sin contar el crecimiento del grupo de los verdes a nivel europeo (Tulha, 2019). Dentro de esta lógica, es natural que el BE y el PAN continuasen con esta estrategia ganadora, así como los otros partidos utilizaran también el cambio

climático como una estrategia de framing como una 'lección aprendida' del comicio europeo. Sin embargo, es posible percibir que solamente el uso del la tema del medio ambiente no es una arma en sí mismo, hay que saber cómo utilizarla durante una campaña electoral.

A pesar de que el PEV es un partido tradicionalmente ecológico desde los años 80 en Portugal, solamente a partir de la revolución del PAN se percibe una verdadera transformación en el escenario electoral. El PEV no logró adaptarse a esta transformación, principalmente por mantenerse en la coalición con los comunistas. En otras palabras, continuar la alianza con el PCP, un partido de izquierda tradicional pero obsoleto, influyó para que la percepción del PEV delante de los electores fuera también de un partido verde pero arcaico. El tipo de electorado que en estas elecciones buscó por una alternativa verde, no ve el medio ambiente como política ni quiere saber de una dicotomía derecha/izquierda. En realidad, su deseo de ver el tema en todos los debates posibles en la sociedad.

En este sentido podemos concluir que la teoría de Ana Maria Belchior se confirma en el sentido de que apenas los partidos de la nueva izquierda lograron adaptarse a este nuevo 'mindset', específicamente BE, PAN y LIVRE. El BE continúa siendo la tercera fuerza política en tamaño en



el parlamento, mientras el PAN cuadruplicó su número de diputados e incluso el LIVRE logró obtener un escaño. Por otro lado, cabe resaltar que hay también un nicho del electorado que no tiene el medio ambiente como prioridad pero buscó a partidos que también rompieran con la estructura de partidos tradicional. Este tipo de votante está más preocupado con temas como la carga fiscal o el combate contra la corrupción y fueron los votantes que eligieron un diputado de la Iniciativa Liberal y otro del Chega!

Consideraciones futuras

Es innegable el hecho de que la agenda climática fue un instrumento estratégico de (casi) todos los partidos políticos portugueses. Pero analizando los programas de partidos y los contenidos de marketing electoral, todavía se observa una discusión muy débil en el posicionamiento de los candidatos. Segundo el politólogo André Freire, no se ve una polarización dentro del tema del medio ambiente donde los partidos asumen compromisos reales y sus consecuentes costos *-trade-off* político- (Tulha, 2019). A partir de ahora, cabe monitorear el comportamiento de la nueva legislatura y la agenda del cambio climático.

Finalmente, a partir de este análisis será posible observar si la agenda climática será una tendencia en futuros comicios como en Estados Unidos en 2020 país que suele marcar la agenda también a nivel internacional. En este sentido, ya hay evidencias para esta tendencia. Segundo una entrevista de Al Gore, “más y más electores conservadores están cambiando sus perspectivas actualmente.” El ex-candidato acredita que las elecciones de 2020 serán diferentes a todas las campañas presidenciales anteriores una vez que innumerables candidatos van a poner el clima en lo más alto de sus agendas (Dovere, 2019).

La agenda climática se trasladará a la política americana dado que el país enfrenta graves amenazas medioambientales como el incremento del nivel del mar en Florida

o incendios incontrolables en California, y consecuentemente, las conciencias de los votantes se están despertando (Worland, 2019).

BIBLIOGRAFÍA

BELCHIOR, Ana Maria. Democracia nos partidos políticos portugueses: Uma análise do eleitorado, dos programas e dos estatutos dos partidos. *Sociologia, Problemas e Práticas*, n.º 58, pp. 131-154, 2008.

BOTELHO, Leonete. PAN: o efeito do clima na surpresa da noite. *Público*, 2019. Disponible en <https://www.publico.pt/2019/05/26/politica/noticia/pan-efeito-clima-surpresa->



noite-1874207>. Acceso el 21 octubre 2019.

DOVERE, Edward-Isaac. Al-Gore: American is close to a 'Political Tipping Point' on Climate Change. *The Atlantic*, 2019. Disponible en <<https://www.theatlantic.com/politics/archive/2019/01/al-gore-q-climate-change-and-2020-democrats/579340/>>. Acceso el 21 octubre 2019.

ECCLESTON, Paul. Public 'concerned on environment', survey says. *The Telegraph*, 2007. Disponible en <<https://www.telegraph.co.uk/news/earth/earthnews/3312688/Public-concerned-on-environment-survey-says.html>>. Acceso el 21 octubre 2019.

FREIRE, André. *Sistemas eleitorais e reformas políticas: Portugal em perspetiva comparada*. E-Pública. VOL. 2 N° 1. ISCTE - Instituto

Universitário de Lisboa, Lisboa, ISSN 2183-184x, marzo/2015.

MATEUS, Jorge y RAMALHO, Thiago. *O sistema de partidos em Portugal*. CIES e-Working Papers. N.º 151. Centro de Investigação e Estudos de Sociologia - Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa, ISSN 1647-0893, 2013

OS VERDES. *História do partido*, 2017. Disponible en <<http://www.osverdes.pt/pages/partido---historia.php>>. Acceso el 21 octubre 2019.

PAN. História - timeline, 2019. Disponible en <<https://www.pan.com.pt/historia-timeline/>>. Acceso el 21 octubre 2019.

PEREIRA, José Pacheco. A lagartixa e o jacaré: a corrida à boa nota ambiental. *Revista Sábado*, setembro, 2019.

RUIC, Gabriela. Eleições europeias: onda verde ofusca o avanço nacionalista e eurocético. *Exame*, 2019. Disponible en <<https://exame.abril.com.br/mundo/eleicoes-europeias-onda-verde-ofusca-o-avanco-nacionalista-e-eurocetico/>>. Acceso el 21 octubre 2019.

SAMPAIO, Gustavo. Bloco de Esquerda pede ao governo que declare "estado de urgência climática." *Jornal Económico*, 2019. Disponible en <<https://jornaleconomico.sapo.pt/noticias/bloco-de-esquerda-pede-ao-governo-que-declare-estado-de-urgencia-climatica-443964>>. Acceso el 21 octubre 2019.

TULHA, Ana. O meio (ambiente) justifica os fins. *Notícias Magazine*, 2019. Disponible en <<https://www.noticiasmagazine.pt/2019/o-meio-ambiente-justifica-os-fins/historias/239895/>>. Acceso el 21 octubre 2019.

WORLAND, Justin. How Climate Change in Iowa is changing U.S. politics. *Time*, 2019. Disponible en <<https://time.com/5669023/iowa-farmers-climate-policy/>>. Acceso el 21 octubre 2019.

acop) asociación
comunicación
política

