



DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS

MESTRADO EM RELAÇÕES INTERNACIONAIS

ESPECIALIDADE EM POLÍTICA INTERNACIONAL CONTEMPORÂNEA

UNIVERSIDADE AUTÓNOMA DE LISBOA

“LUÍS DE CAMÕES”

**PORTA-VOZES DOS ESTADOS-MEMBROS DA UNIÃO EUROPEIA
CONTRIBUTO PARA A DIPLOMACIA PÚBLICA DA UE DURANTE A
CRISE PANDÉMICA DA COVID-19**

Dissertação para a obtenção do grau de Mestre em Relações Internacionais

Autora: Catarina Andreia Peixoto Faria

Orientador: Professor Doutor Filipe Luís de Vasconcelos Romão

Número da candidata: 30013167

Setembro de 2025

Lisboa

DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS
MESTRADO EM RELAÇÕES INTERNACIONAIS
ESPECIALIDADE EM POLÍTICA INTERNACIONAL CONTEMPORÂNEA
UNIVERSIDADE AUTÓNOMA DE LISBOA
“LUÍS DE CAMÕES”

PORTA-VOZES DOS ESTADOS-MEMBROS DA UNIÃO EUROPEIA
CONTRIBUTO PARA A DIPLOMACIA PÚBLICA DA UE DURANTE A
CRISE PANDÉMICA DA COVID-19

Dissertação para a obtenção do grau de Mestre em Relações Internacionais

Autora: Catarina Andreia Peixoto Faria

Orientador: Professor Doutor Filipe Luís de Vasconcelos Romão

Número da candidata: 30013167

Setembro de 2025

Lisboa

Dedicatória

À minha filha **Victoria**,
pela maturidade silenciosa, pela doçura dos teus gestos e pela forma como compreendeste que
este percurso era também para ti.

Por me mostrares que a paciência também comunica, mesmo quando o tempo escapa.

À **Diana**,
pelo apoio firme e discreto, pela parceria em todos os sentidos e pela forma como me ajudaste
a encontrar tempo onde já não havia mais.

Por seres espaço de escuta e reflexão, tantas vezes antes de eu ter as palavras certas.

Este trabalho é também vosso. Porque nenhuma teoria da comunicação substitui o silêncio
de quem entende. E nenhuma mensagem chega sem quem a queira ouvir.

Agradecimentos

Agradeço, em primeiro lugar, ao **Professor Doutor Filipe Romão**, orientador deste trabalho, pela disponibilidade, pelas leituras críticas e pelo acompanhamento sereno ao longo deste processo.

À **Professora Doutora Ana Isabel Xavier**, que iniciou comigo este caminho, agradeço a confiança e o entusiasmo com que acompanhou as primeiras etapas desta investigação. A sua transição para funções públicas exigentes não apagou o impacto positivo que deixou neste percurso.

À **Representação Permanente de Portugal junto da União Europeia e ao Ministério dos Negócios Estrangeiros**, expresso o meu reconhecimento por me permitirem retomar este sonho, durante tanto tempo adiado, e por apoiarem a minha formação enquanto profissional da comunicação.

Ao **Embaixador Pedro Lourtie**, uma gratidão muito especial: pela confiança, pela exigência serena e, sobretudo, por tudo o que me ensinou sobre o valor da palavra e o rigor da comunicação diplomática. Lições que permanecerão comigo.

A **todos os professores e colegas do mestrado** em Relações Internacionais, agradeço pelo ambiente de partilha, debate e estímulo intelectual. Aos profissionais que colaboraram nos questionários, **porta-vozes, jornalistas e especialistas de comunicação da União Europeia**, a minha sincera gratidão pela generosidade das respostas e pela confiança neste estudo.

Aos meus **pais**, pelo apoio discreto, mas constante, e pela confiança inabalável na importância de terminar o que se começa. Ao meu **irmão Ricardo**, pelo carinho descomplicado e pelos telefonemas que sempre me arrancaram um sorriso.

À minha filha **Victoria**, pela paciência, pelas pausas forçadas que afinal foram essenciais, e por me deixar ser mãe e investigadora ao mesmo tempo, mesmo quando isso exigiu esperas.

À **Diana**, por esta travessia partilhada e cúmplice, feita de trabalho, silêncio e afeto. A tua presença tornou tudo isto possível e mais leve.

Mais do que palavras, levo comigo vínculos, porque comunicar, em tempos de crise ou de calma, é sempre um ato de ligação, feito de escuta, presença e confiança.

Resumo

A presente dissertação analisa o papel dos porta-vozes dos Estados-Membros (EM) da União Europeia (UE) no contexto da diplomacia pública, com enfoque particular na comunicação institucional durante a crise da pandemia da COVID-19. Partindo da premissa de que comunicar eficazmente é um dos pilares da legitimidade democrática, o estudo procura compreender de que forma os porta-vozes das Representações Permanentes dos EM junto da UE (REPER) contribuem para a articulação entre as instituições europeias, os governos nacionais, os órgãos de comunicação social e os cidadãos. A investigação adota uma abordagem teórico-empírica, que combina uma revisão da literatura com dados recolhidos através de questionários aplicados a porta-vozes das REPER, profissionais de comunicação institucional da UE e jornalistas em Bruxelas. Adicionalmente, integra uma reflexão crítica baseada na experiência direta da autora enquanto porta-voz da Representação Permanente de Portugal junto da União Europeia. Os resultados obtidos revelam que, apesar das fragilidades estruturais identificadas, nomeadamente ao nível da coordenação interinstitucional e da adaptação às dinâmicas digitais, os porta-vozes desempenharam um papel crucial na mediação informativa e na construção de confiança e *soft power* junto do público. A dissertação identifica contributos teóricos, empíricos e práticos, destacando a importância de reforçar a formação, a valorização e a integração estratégica dos porta-vozes na arquitetura comunicacional da UE. O estudo propõe ainda recomendações para futuras investigações, com vista ao fortalecimento da comunicação institucional como instrumento de coesão, transparência e legitimidade democrática na União Europeia.

Palavras-chave: porta-vozes da UE, diplomacia pública digital, COVID-19, comunicação de crise, soft power

Abstract

This dissertation examines the role of spokespersons of the European Union (EU) Member States (MS) within the framework of public diplomacy, with a particular focus on institutional communication during the COVID-19 pandemic crisis. Based on the premise that effective communication is a cornerstone of democratic legitimacy, the study investigates how spokespersons from the EU Member States' Permanent Representations to the EU (PermReps) contribute to coordination and communication among EU institutions, national governments, the media, and citizens. The research adopts a theoretical-empirical approach, combining a literature review with data collected through questionnaires administered to PermRep spokespersons, EU institutional communication professionals, and journalists in Brussels. Additionally, it incorporates a critical reflection grounded in the author's direct experience as spokesperson for the Permanent Representation of Portugal to the European Union during this crisis. The results reveal that, despite the identified structural weaknesses, particularly in terms of interinstitutional coordination and adaptation to digital dynamics, spokespersons played a crucial role in information mediation and in building public trust and soft power. The dissertation offers theoretical, empirical, and practical contributions, underlining the need to strengthen the training, recognition, and strategic integration of spokespersons within the EU's communication architecture. The study also proposes recommendations for future research aimed at consolidating institutional communication as a tool for cohesion, transparency, and democratic legitimacy in the European Union.

Keywords: EU spokespersons, digital public diplomacy, Covid-19, crisis communication, soft power

Índice

Introdução	1
1. Definição e funções dos porta-vozes	6
1.1. Porta-vozes dos Estados-Membros: quem são e responsabilidades	11
1.2. Relações dos porta-vozes dos Estados-Membros com as instituições europeias	17
2. Diplomacia pública e a União Europeia	22
2.1. Definição e importância da diplomacia pública	23
2.2. Diplomacia pública e a comunicação internacional	25
2.3. Porta-vozes na diplomacia pública 2.0	27
3. A COVID-19 na União Europeia – comunicação de crise	29
3.1. Importância da comunicação e da diplomacia pública na crise sanitária	30
3.2. O poder da comunicação da UE - que futuro?	37
4. Estudos de caso: comunicação institucional da UE na crise da COVID-19	41
4.1. Comunicação institucional da UE e a perceção na comunicação social	41
4.2. Análise da comunicação digital da UE e o impacto nas redes sociais	47
4.3. Perspetiva do porta-voz: reflexões a partir da experiência direta	56
5. Conclusões e síntese dos resultados	62
5.1. Resposta à questão central	62
5.2. Respostas às questões secundárias	63
5.3. Contributos da investigação	64
5.4. Limitações e sugestões para investigação futura	64
5.5. Consideração final	65
Referências Bibliográficas	66
Apêndices	73
Anexos	95

Índice de figuras

Figura 1- Número de respostas por categoria profissional	31
Figura 2- Principais mudanças na comunicação durante e após a pandemia	32
Figura 3- Principais desafios na comunicação durante e após a pandemia	33
Figura 4- Sugestões para melhorar a comunicação na UE	35
Figura 5- Preferência sobre o equilíbrio entre comunicação digital e presencial	38
Figura 6- Perceção sobre a transparência e acessibilidade da comunicação da UE	39
Figura 7- Anúncio do porta-voz de Charles Michel sobre a convocatória virtual do Conselho Europeu extraordinário	52
Figura 8- Apelo de Ursula von der Leyen durante a COVID-19	53
Figura 9- Comunicação de Pedro Sánchez sobre compromisso de Espanha durante a COVID-19	53
Figura 10- Anúncio de António Costa durante a COVID-19	54
Figura 11- Roberta Metsola anuncia no Twitter que teve contacto direto com uma pessoa infetada	55
Figura 12- Emmanuel Macron anuncia uma cimeira extraordinária do G7 por videoconferência	55
Figura 13- Canais de comunicação digital mais utilizados na pandemia (segundo os porta-vozes)	58
Figura 14- Principais desafios da comunicação institucional na COVID-19 (segundo os porta-vozes)	59
Figura 15- Vantagens mais destacadas da diplomacia digital em contexto de pandemia (porta-vozes)	61
Figura 16- Impacto da pandemia da COVID-19 na rotina e nos métodos de comunicação dos profissionais	81
Figura 17- Perceção da eficácia da comunicação da União Europeia durante a pandemia da COVID-19	82
Figura 18- Estratégias de comunicação consideradas mais eficazes durante a pandemia da COVID-19	82
Figura 19- Mudanças na comunicação institucional após a pandemia da COVID-19	82
Figura 20- Principais desafios da comunicação institucional no período pós-pandémico	83
Figura 21- Perceção da eficácia da comunicação da União Europeia após a pandemia da COVID-19	83

Figura 22- Impacto da pandemia da COVID-19 na frequência e no formato da comunicação da Comissão Europeia	83
Figura 23- Principais plataformas de redes sociais utilizadas pela Comissão Europeia durante a pandemia da COVID-19	84
Figura 24- Medidas adotadas pela Comissão Europeia para combater a desinformação relacionada com a COVID-19	84
Figura 25- Principais desafios comunicacionais enfrentados durante a pandemia da COVID-19 segundo os inquiridos	84
Figura 26- Estratégias de adaptação da comunicação da Comissão Europeia a diferentes públicos durante a pandemia da COVID-19	85
Figura 27- Alterações na comunicação da Comissão Europeia após a pandemia da COVID-19	85
Figura 28- Plataformas de redes sociais mais utilizadas pela Comissão Europeia após a pandemia da COVID-19	85
Figura 29- Estratégias da Comissão Europeia para combater a desinformação após a pandemia da COVID-19	86
Figura 30- Principais desafios comunicacionais identificados no pós-pandemia da COVID-19	86
Figura 31- Estratégias comunicacionais da Comissão Europeia após a pandemia da COVID-19	86
Figura 32- Resposta do Parlamento Europeu à disseminação de desinformação durante a pandemia da COVID-19	87
Figura 33- Desafios comunicacionais enfrentados pelo Parlamento Europeu durante a pandemia da COVID-19	87
Figura 34- Adaptação das estratégias de comunicação do Parlamento Europeu durante a pandemia da COVID-19	87
Figura 35- Evolução da comunicação do Parlamento Europeu após a pandemia da COVID-19	88
Figura 36- Estratégias do Parlamento Europeu no combate à desinformação após a pandemia da COVID-19	88
Figura 37- Impacto da crise da COVID-19 na rotina e comunicação de trabalho	88
Figura 38- Principais desafios de comunicação enfrentados durante a pandemia	89
Figura 39- Avaliação da eficácia da comunicação da UE durante a pandemia	89
Figura 40- Estratégias de comunicação mais eficazes durante a pandemia	89

Figura 41- Alterações na comunicação após a pandemia	90
Figura 42- Principais desafios comunicacionais no pós-pandemia	90
Figura 43- Estratégias comunicacionais mais relevantes para o futuro da diplomacia pública da UE	90
Figura 44- Principais desafios enfrentados na comunicação durante a pandemia	91
Figura 45- Impacto da pandemia da COVID-19 na rotina de trabalho e comunicação	91
Figura 46- Avaliação da eficácia da comunicação da União Europeia durante a pandemia	91
Figura 47- Estratégias de comunicação mais eficazes durante a pandemia, segundo os inquiridos	92
Figura 48- Perceção sobre a evolução da comunicação institucional após a pandemia	92
Figura 49- Estratégias de comunicação consideradas prioritárias para o futuro da diplomacia pública da UE	92
Figura 50- Principais desafios de comunicação enfrentados durante a pandemia	93
Figura 51- Estratégias de comunicação mais eficazes durante a pandemia	93
Figura 52- Principais desafios de comunicação no período pós-pandémico	93
Figura 53- Estratégias de comunicação consideradas mais importantes para o futuro da diplomacia pública da UE	94

Índice de tabelas

Tabela 1- Análise da comunicação digital da UE e o impacto nas redes sociais	43
Tabela 2- Perceções sobre a comunicação digital da UE	47
Tabela 3- Principais plataformas digitais e estratégias adotadas durante a pandemia da COVID-19	51

Abreviaturas e Acrónimos

CE – Comissão Europeia

CEE - Comunidade Económica Europeia

CECA - Comunidade Europeia do Carvão e do Aço

COREPER - Comité de Representantes Permanentes dos Governos dos Estados-Membros da União Europeia

COVID-19 - Doença do coronavírus

DG COMM – Direção-Geral de Comunicação

DG – Direção-Geral

EM – Estados-Membros

GMO - Grande Médio Oriente

GTI – Grupo de Trabalho de Informação

IA – Inteligência Artificial

MENA - Médio Oriente e Norte da África

MO – Médio Oriente

OMS - organização Mundial de Saúde

ONG's – Organizações Não Governamentais

PE – Parlamento Europeu

PEV - Política Europeia de Vizinhança

PPUE – Presidência Portuguesa da União Europeia

REPER – Representação Permanente junto da União Europeia

RI – Relações Internacionais

SEAE - Serviço Europeu para a Ação Externa

UE – União Europeia

UpM - União para o Mediterrâneo

WPI – Working Party on Information

Introdução

A presente dissertação tem como objeto de estudo o papel dos **porta-vozes dos Estados-Membros da União Europeia – contributo para a diplomacia pública da UE durante a crise pandémica da COVID-19**. A pandemia da COVID-19 colocou à prova as estruturas de comunicação institucional da União Europeia (UE), revelando a importância de uma diplomacia pública eficaz na gestão de crises. A capacidade comunicacional das instituições europeias contribuiu para promover a transparência e a coesão entre os Estados-Membros (EM), apoiando a construção de mensagens coerentes com os objetivos comuns da União. Neste contexto, os porta-vozes dos Estados-Membros assumiram um papel acrescido, ao atuarem como mediadores entre as instituições europeias e os contextos nacionais. Esta investigação explora esse papel durante a crise pandémica, contribuindo para o aprofundamento do conhecimento sobre as práticas diplomáticas da UE.

Esta dissertação analisa a comunicação institucional da União Europeia entre 2019 e 2024, centrando-se nas Representações Permanentes (REPER) dos Estados-Membros, no papel dos seus porta-vozes durante a pandemia da COVID-19, na articulação com a Comissão Europeia, o Conselho da União Europeia e o Parlamento Europeu, e na interação com os jornalistas correspondentes em Bruxelas. Num cenário caracterizado por diferentes perspetivas nacionais e uma complexa estrutura de governação, a comunicação entre os Estados-Membros e as instituições europeias assume uma importância estratégica. Neste enquadramento, os porta-vozes (*spokespersons* em inglês ou *spox* - nome mais usual na “bolha” europeia) desempenham uma função de mediação entre a esfera nacional e a europeia.

A investigação parte da seguinte pergunta central: **como contribuíram os porta-vozes dos Estados-Membros da União Europeia para a diplomacia pública da UE durante a crise da COVID-19?** Esta questão desperta uma série de outras perguntas: *como adaptaram os porta-vozes as suas estratégias de comunicação durante a crise? Qual o nível de coordenação entre os porta-vozes dos diferentes Estados-Membros? Como influenciaram as comunicações dos porta-vozes a opinião pública? Qual o papel das instituições da UE (como a Comissão Europeia, o Parlamento Europeu e o Conselho Europeu) na coordenação das comunicações com os Estados-Membros? Como transformou a crise da COVID-19, até aos dias de hoje, a comunicação feita pelos porta-vozes dos Estados-Membros?*

Parte-se da hipótese de que a pandemia levou a uma adaptação significativa das estratégias de comunicação dos porta-vozes, com impacto na perceção pública da atuação da UE. Os objetivos do estudo passam por compreender este papel à luz da diplomacia pública,

avaliar a eficácia comunicacional e propor recomendações para futuras situações de crise. A comunicação, especialmente em contextos multilinguísticos e multiculturais como o da UE, exige clareza, consistência e adaptação. Ainda que o foco desta dissertação seja a atuação contemporânea dos porta-vozes dos Estados-Membros, nomeadamente durante a crise pandémica da COVID-19, importa sublinhar que as bases da comunicação institucional europeia foram sendo delineadas desde as primeiras décadas da integração. Desde os anos 1950, os arquivos históricos da então Comunidade Económica Europeia evidenciam já a preocupação com a coordenação informativa entre instituições e países-membros. Por este motivo, a investigação inclui, anexo, uma seleção de documentos históricos dos Arquivos do Conselho da União Europeia. Estes documentos mostram o nascimento e a evolução deste quadro comunicacional. Assim, oferecem um enquadramento complementar ao papel atual dos porta-vozes no ecossistema da diplomacia pública da UE.

Os porta-vozes são a voz oficial das instituições da UE e dos Estados-Membros. Devem construir narrativas que conciliem interesses nacionais com os valores e objetivos da União (AIM Research Consortium, 2006, p. 9). A eficácia da comunicação institucional requer porta-vozes permanentemente atualizados sobre políticas, decisões e desenvolvimentos da UE, garantindo respostas adequadas à comunicação social e às preocupações dos cidadãos (AIM Research Consortium, 2006, p. 11). A presença e as atividades destas figuras demonstram a relevância da comunicação estratégica na administração pública e nas relações diplomáticas europeias.

Analisar a atuação dos porta-vozes durante a pandemia da COVID-19 permite compreender a evolução da comunicação estratégica e de crise na União Europeia desde o início da propagação do vírus. Desde os primeiros casos identificados a nível global até ao seu alastramento no espaço europeu, com destaque inicial para a situação em Itália, a resposta comunicacional enfrentou desafios sem precedentes. A rápida escalada da crise obrigou a adaptações profundas nos estilos de vida e nas perceções públicas. Desta forma, a diplomacia pública e a comunicação de crise desempenharam um papel estruturante no esforço de mobilização social. No decorrer deste período, observou-se a um aumento da polarização da opinião pública sobre medidas como a vacinação, acompanhada pela ampliação da disseminação de desinformação e teorias da conspiração. Em resposta, os governos nacionais e a União Europeia implementaram ações coordenadas para promover informação verificada. Os porta-vozes foram essenciais para esclarecer mensagens institucionais e aumentar a confiança do público.

A fundamentação teórica assenta numa revisão da literatura sobre diplomacia pública, comunicação de crise e o papel dos porta-vozes, enquadrada pela complexidade da governação europeia. Paralelamente, mobiliza-se uma perspetiva das Relações Internacionais (RI) que trata a comunicação e a diplomacia pública como instrumentos relevantes da ação externa. A investigação baseia-se na corrente teórica do construtivismo, que privilegia o papel das ideias, normas, identidades e discursos na produção da realidade política, permitindo analisar como estas dimensões moldam as práticas comunicacionais dos porta-vozes.

Alexander Wendt introduz o conceito de “estruturas sociais” e defende que estas influenciam o comportamento dos Estados nas Relações Internacionais (RI) (1999, p. 26). Wendt argumenta que essas estruturas são constituídas por normas, valores e ideias compartilhadas que acabam por moldar o comportamento dos Estados (1999, pp. 140–142). O construtivismo argumenta que a realidade internacional é socialmente construída através da comunicação e interação entre os atores. Neste contexto, os porta-vozes atuam como agentes institucionais responsáveis pela construção de significados e pela formulação de narrativas que podem impactar a identidade dos Estados-Membros, assim como a perceção pública da União Europeia. É nesta base que regressamos a Wendt quando nos introduz o conceito de “identidade coletiva” e como ela é formada através da interação social. O autor argumenta que as identidades coletivas influenciam os interesses dos Estados e as suas ações na arena internacional (Wendt, 1999, pp. 228–231).

Através da comunicação estratégica, os porta-vozes podem desempenhar um papel relevante na gestão da agenda política, na resposta a crises e na mitigação da desinformação. No plano teórico, tanto Wendt como Onuf sustentam a importância das normas e regras sociais. Em Wendt, ideias partilhadas constituem estruturas que moldam identidades, interesses e comportamentos dos Estados, produzidas na interação (Wendt, 1999, pp. 140–144; 184–185; 189–190; 309), enquanto em Onuf as regras sociais e as práticas de governação são construídas pela ação humana e moldam as RI (1989, p. 16). Nesta mesma linha, Nicholas Onuf argumenta que as regras não são simplesmente seguidas, mas sim criadas e modificadas através da interação humana (1989, p. 11). Assim, a comunicação adapta-se em função dos acontecimentos. Habitualmente, observa-se a presença de culturas e normas que moldam as políticas de segurança nacional e as relações internacionais (Katzenstein, 1996, p. 52), mas num mundo em constante mudança, a crise pandémica impôs um novo paradigma. A comunicação transformou-se. Procedimentos e rotinas ajustaram-se. As normas foram reinterpretadas, gerando mudanças de comportamento. Em complemento, destaca-se a diplomacia pública, que enquadra o papel dos porta-vozes como instrumento de *soft power*. Nesses contextos, a

comunicação visa influenciar e persuadir públicos, promovendo os interesses e os valores dos Estados e das organizações internacionais (Nye, 2004, p. 111).

A diplomacia pública refere-se aos esforços desenvolvidos por um Estado, ou por uma organização internacional, para comunicar com públicos externos, influenciando opiniões e atitudes de outras comunidades, outros Estados. Torna-se, por isso, essencial analisar os mecanismos de disseminação de informação, a promoção de valores e a construção de relações com outros Estados. É neste contexto que se destaca o modelo de comunicação de Lasswell: “Quem diz o quê, em que canal, para quem, com que efeito?” (Lasswell, 1971, p. 216). Uma ferramenta valiosa para analisar e entender o processo de comunicação em diferentes contextos. A era da informação global condiciona a projeção do *soft power* (Nye, 2004, p. 30) e reforça a diplomacia pública como instrumento de política externa. Com isso, ganham centralidade as dimensões comunicacionais e a sua relação com a opinião pública (Gregory, 2011, p. 353). Este estudo analisa também como as dimensões comunicacionais da diplomacia pública moldam a opinião, via comunicação social, redes sociais e tecnologia (Gregory, 2011, p. 370). Essa ecologia mediática está em transformação, impulsionada pelo digital, o que sustenta a noção de “diplomacia digital” (Bjola, 2015, p. 35).

Yanbing Chen (2013, pp. 21–40) utiliza também uma perspectiva construtivista para analisar a diplomacia pública. Destaca, igualmente, como as normas, os valores e as identidades influenciam a comunicação internacional e como a diplomacia pública é um processo de construção social (2013, pp. 21–40). Sob a lente do construtivismo, a diplomacia pública é, assim, considerada um instrumento relevante para moldar perceções, construir *soft power* e fomentar o diálogo entre Estados e atores não estatais (Chen, 2013, pp. 21–40). A combinação entre construtivismo e diplomacia pública oferece uma leitura fina das comunicações dos porta-vozes da UE na pandemia. O primeiro explica o papel de normas, valores e identidades; o segundo, as estratégias e os seus efeitos externos. A articulação de ambos esclarece conceção e execução da diplomacia pública em crise.

Para manter uma metodologia clara e consistente ao longo do trabalho (Eco, 2015, p. 138), organizamos a investigação em cinco secções.

No capítulo 1, definimos as funções dos porta-vozes e analisamos o seu papel nos Estados-Membros da UE: responsabilidades, evolução do cargo e articulação com outras instituições europeias.

No capítulo 2, abordamos a diplomacia pública na União Europeia: definição, evolução, importância estratégica e transição para a diplomacia pública digital (2.0).

O capítulo 3 centra-se na comunicação institucional da UE durante a pandemia de COVID-19: impacto da crise, gestão da comunicação de crise e o papel da diplomacia pública.

No capítulo 4, apresentamos a análise empírica com base em questionários a porta-vozes das REPER, jornalistas e especialistas de comunicação em Bruxelas. Integramos, ainda, a perspetiva da autora enquanto porta-voz da REPER portuguesa, articulando reflexão académica e prática institucional.

Por fim, o capítulo 5 reúne as conclusões, propõe recomendações e contributos úteis para futuras situações de crise.

A metodologia de pesquisa utiliza uma abordagem exploratória, descritiva e explicativa, combinando métodos qualitativos e quantitativos, como questionários.

Quatro motivações orientam esta dissertação: (i) aprofundar o papel dos porta-vozes nas RI e mapear oportunidades de melhoria institucional; (ii) mobilizar uma base empírica ancorada em cinco anos de experiência da autora na REPER Portugal (incluindo durante a crise pandémica e a Presidência Portuguesa da União Europeia - PPUE 2021); (iii) responder ao interesse crescente do Estado português, de outros Estados-Membros e das instituições europeias; (iv) preencher lacunas na literatura sobre diplomacia pública, comunicação de crise e porta-vozes no contexto europeu.

Os resultados indicam que, durante a COVID-19, a comunicação estratégica dos porta-vozes condicionou práticas diplomáticas da UE e projetou o seu *soft power*, gerando implicações operacionais que o estudo discute.

1. Definição e funções dos porta-vozes

A União Europeia (UE) surgiu no pós-Segunda Guerra Mundial como resposta à necessidade de promover estabilidade e cooperação entre os Estados europeus. A integração europeia começou com a Comunidade Europeia do Carvão e do Aço (CECA)¹, estabelecida pelo Tratado de Paris em 1951, unindo seis países: Bélgica, França, Alemanha Ocidental, Itália, Luxemburgo e Países Baixos. Para prevenir novos conflitos e reforçar a interdependência, este projeto instituiu uma governação partilhada nos setores económicos estratégicos. Em 1957, os mesmos Estados celebraram o Tratado de Roma (Parlamento Europeu, s.d.)², que estabeleceu a Comunidade Económica Europeia (CEE), alargando o âmbito da cooperação para incluir o mercado comum e políticas económicas coordenadas.

Nas décadas seguintes, a CEE expandiu-se progressivamente, integrando novos Estados-Membros e desenvolvendo políticas comuns em áreas como o comércio, a agricultura e os Direitos Humanos. A assinatura do Tratado de Maastricht, em 1992 (em vigor a partir de 1993³), representou um marco na consolidação do projeto europeu, introduzindo o conceito de cidadania europeia e estabelecendo as bases para a adoção da moeda única - o euro - em 1999⁴, por um grupo significativo de Estados-Membros. A União Europeia é amplamente reconhecida como um dos projetos mais ambiciosos de integração regional, combinando dimensões políticas e económicas com o objetivo de assegurar estabilidade, desenvolvimento e paz no espaço europeu (McCormick, 2017, p. 12). A sua estrutura institucional e a partilha de soberania entre os Estados-Membros colocam desafios únicos em matéria de governação, de comunicação e de legitimidade democrática. Aspetos centrais para a compreensão do papel dos porta-vozes no contexto da diplomacia pública da UE.

Embora partilhem um projeto comum de integração, os Estados-Membros da UE mantêm soberania e autonomia em várias áreas. Isso reflete-se na diversidade das políticas

¹ CECA: Comunidade Europeia do Carvão e do Aço. Ver mais em: https://europa.eu/ecsc/index_pt.htm

² Tratado de Roma: “Em 25 de Março de 1957, foram assinados dois tratados: o Tratado que institui a Comunidade Económica Europeia (CEE) e o Tratado que institui a Comunidade Europeia da Energia Atómica (CEEa ou EURATOM).” Ver mais em: <https://bit.ly/3AWj2Tz>

³ Tratado de Maastricht: Tratado da União Europeia assinado em Maastricht. Segundo este Tratado, a União Europeia foi fundada com base em três pilares: as Comunidades Europeias, Política Externa e de Segurança Comum e Justiça e Assuntos Internos. Ver mais em: <https://bit.ly/4lrQZge>

⁴ A criação do Euro: a ambição de estabelecer uma união económica e monetária acompanha o projeto europeu desde o final da década de 1960. Ver mais em: <https://bit.ly/4g6Wi1X>

nacionais, sobretudo na saúde, na educação e na defesa. Tal distingue a UE de modelos federais clássicos, como o dos Estados Unidos da América: “EU member states can still do almost everything that the states in the US model cannot do: they can make treaties, still have a near-monopoly over tax policy, maintain independent militaries, and some still have their own national currency” (McCormick, 2017, pp. 16–17). A natureza híbrida da UE, entre a cooperação intergovernamental e a governação supranacional, gera desafios significativos em termos de coordenação política e comunicacional.

Após a criação da CECA, os seis Estados fundadores enfrentaram novos desafios. A liberalização do mercado comum avançava, o que tornou evidente a necessidade de criar mecanismos de comunicação institucional mais eficazes. Nesse contexto, a criação de porta-vozes começou a ser discutida como instrumento de coordenação e disseminação de informação. As primeiras referências a políticas de informação surgem nas sessões do Conselho de Ministros a partir de 1953, refletindo uma crescente preocupação com a uniformização e clareza da comunicação comunitária. A ideia de designar um porta-voz por Estado-Membro surgiu nas fases iniciais da integração europeia e ganhou força após a assinatura do Tratado de Roma e a fundação da Comunidade Económica Europeia (União Europeia, s.d.)⁵. No entanto, esta proposta viria a ser relativizada com a criação do Serviço Comum de Comunicação e Imprensa, estabelecido em 1959, que centralizou parcialmente as funções comunicacionais (Conseil des Communautés européennes, 1959, pp. 27–28).⁶

A proposta de criação de um porta-voz por Estado-Membro voltou a ser discutida em 1960, mas foi em outubro de 1962, durante uma sessão do Comité de Representantes Permanentes (COREPER), responsável pela preparação das reuniões do Conselho da então Comunidade Económica Europeia, que o debate ganhou novo fôlego (Conselho da União Europeia, s.d.)⁷. O Comité acordou retomar o tema em sessões subsequentes, sublinhando a necessidade de uma abordagem comunicacional mais coordenada entre os Estados-Membros. Na sequência dessas discussões, o Conselho da Comunidade Económica Europeia elaborou um

⁵ Ao longo da sua história, a União Europeia passou por vários alargamentos, cada um com impacto transformador tanto na própria União como nos Estados que nela ingressaram. Ver mais em: <https://bit.ly/3I9CcZl>

⁶ Conseil des Communautés européennes (1959, 1969, 1963, 1964): Os documentos consultados nos Arquivos Históricos do Conselho das Comunidades Europeias não podem ser reproduzidos integralmente nesta dissertação. Por essa razão, apenas são incluídas nos anexos imagens/parágrafos selecionados, a título ilustrativo, respeitando as regras de reprodução e divulgação impostas pelo Conselho da União Europeia.

⁷ Como funciona o Conselho. Ver mais em: <https://bit.ly/4ntO20s>

memorando com o objetivo de ser distribuído nas reuniões ministeriais, salientando a importância de estabelecer uma política de informação eficiente, coerente e harmonizada (Communautés européennes, 1963, pp. 1–6). O documento reforçava a necessidade de desenvolver uma estratégia de comunicação proativa e estruturada, com base numa colaboração mais estreita entre as instituições europeias e as capitais nacionais.

Em 1964, foi alcançado um consenso no seio das instituições comunitárias relativamente à necessidade de estruturar a comunicação entre os Estados-Membros e as instituições europeias. Formalizou-se, então, a designação de porta-vozes nacionais, com a função de facilitar a transmissão coordenada de informação entre as capitais e a União Europeia. No mesmo ano, foi criado o primeiro Grupo de Trabalho de Informação (GTI), composto por especialistas em comunicação dos governos nacionais, com o objetivo de analisar propostas relacionadas com a política de informação comunitária (Conselho da União Europeia, s.d.)⁸. Este grupo passou a integrar todos os porta-vozes dos Estados-Membros da CEE (Conseil des Communautés européennes, 1964, pp. 3–4).

Para além do Conselho da Comunidade Económica Europeia, é relevante considerar a articulação institucional com a Comissão Europeia (CE) e o Parlamento Europeu (PE) no âmbito da política de informação comunitária. A documentação arquivada em 1964 já mencionava as atividades do Grupo de Trabalho de Informação. Este grupo era também conhecido como “grupo porta-voz”. Destacam-se, na mesma documentação, visitas institucionais a Itália, onde se realizava um grande número de reuniões do Conselho de Ministros (Conseil des Communautés européennes, 1964, pp. 1–2). Nesse contexto, analisam-se o número de deslocações feitas pelos porta-vozes a Itália e a outros Estados-Membros em 1963. São considerados os objetivos, a duração e os custos dessas viagens. Na carta, sugere-se que os serviços em Roma são suficientes. Defende-se, ainda, que as deslocações dos porta-vozes de Bruxelas não são necessárias (Conseil des Communautés européennes, 1964). Os documentos históricos mostram que, em várias fases do processo de integração europeia, os serviços de informação e comunicação, incluindo os porta-vozes, foram frequentemente secundarizados nas prioridades institucionais. No entanto, em momentos de crise, a comunicação revelou-se essencial para assegurar o funcionamento eficaz da então CEE, hoje União Europeia (Conseil des Communautés européennes, 1964, pp. 1–2).

⁸ Instâncias preparatórias do Conselho. Ver mais em: <https://bit.ly/46oT2xf>

A comunicação institucional desempenha um papel estruturante em qualquer organização, seja pública ou privada. No contexto da UE, os porta-vozes têm a responsabilidade de veicular mensagens estratégicas com clareza e coerência, contribuindo para a formação de uma opinião pública informada. Embora o papel dos meios de comunicação na mediação dessas mensagens mereça uma análise própria, o presente trabalho centra-se na forma como a comunicação institucional se transforma em contexto de crise global. Neste enquadramento, a abordagem clássica de Lasswell (1971, p. 216) sobre os processos comunicacionais oferece uma base teórica relevante. O autor propõe uma estrutura funcional da comunicação: “Quem diz o quê, em que canal, para quem, com que efeito?” (Lasswell, 1971, p. 216). É, pois, importante entender a dinâmica da comunicação no contexto do poder e da ideologia. As ‘elites dominantes’, segundo o autor, fazem frequentemente o uso da comunicação para controlar conflitos, levando até a uma distorção de informações que servem os seus próprios interesses (Lasswell, 1971, pp. 222–227). Esta abordagem evidencia que a qualidade da comunicação institucional pode influenciar, diretamente, os processos de decisão pública. Em contextos democráticos, esses processos assentam numa cidadania informada.

A dinâmica da comunicação entre a União Europeia e os Estados-Membros caracteriza-se por um processo bidirecional: por um lado, a difusão das decisões e políticas europeias para os contextos nacionais; por outro, a projeção das prioridades e interesses nacionais no espaço europeu. Esta circulação comunicacional envolve temas como integração europeia, política económica e migração. O processo é mediado por um ecossistema de comunicação heterogéneo. A configuração deste ecossistema varia de Estado-Membro para Estado-Membro. Fatores como a estrutura dos meios de comunicação social, as agendas políticas nacionais e as características culturais condicionam a perceção pública sobre os temas europeus. A nomeação de porta-vozes pelos governos nacionais tem grande importância. Estes representantes assumem dois papéis fundamentais. Por um lado, defendem os interesses nacionais junto das instituições europeias. Por outro, transmitem as posições europeias às respetivas capitais. Esta estratégia contribui para formar a opinião pública e promove a participação democrática a nível europeu.

Estudos como os de Kevin (2003, pp. 35–66) mostram que a cobertura mediática das questões europeias é desigual e sensível ao contexto político interno. Em países como Itália, os temas relacionados com a migração e os direitos dos imigrantes recebem ampla atenção nos meios de comunicação. Já em França ou na Alemanha, outros assuntos, como as reformas institucionais ou as políticas económicas, tendem a dominar o espaço mediático. Estas variações revelam discrepâncias na forma como a UE é representada e discutida, influenciando

a percepção pública e, por vezes, limitando a visibilidade de certos temas europeus. Crises como a recessão financeira de 2008 ou momentos políticos decisivos, como as eleições para o Parlamento Europeu, evidenciam a forma como determinados eventos influenciam a cobertura mediática. Essa cobertura condiciona a percepção pública e, em última análise, molda a imagem da União Europeia junto dos cidadãos. A colaboração entre os meios de comunicação, os porta-vozes e os representantes institucionais revela-se fundamental. Este trabalho conjunto pode tornar a comunicação mais clara e acessível, favorecer uma maior literacia europeia e, assim, contribuir para construir uma esfera pública mais integrada.

A sucessiva adesão de novos Estados-Membros à Comunidade Económica Europeia e, mais tarde, à União Europeia, ocorrida em etapas entre 1973 e 2013, tornou o projeto europeu progressivamente mais complexo, tanto do ponto de vista institucional como comunicacional. Com a entrada em vigor do Tratado de Maastricht, em 1993, foi formalmente instituída a União Europeia, introduzindo novos pilares de integração política e económica. Esta nova configuração institucional aumentou a necessidade de coordenação comunicacional. Era fundamental refletir a diversidade interna. Ao mesmo tempo, era preciso reforçar a coesão discursiva do projeto europeu.

A intensificação do debate público e mediático em torno da UE contribuiu para a sua crescente politização, como ficou patente durante o processo de elaboração do Tratado para a Constituição Europeia. As controvérsias geradas por esta tentativa (que acabou por fracassar) aumentaram a visibilidade das decisões da UE nas arenas políticas nacionais e fomentaram um maior escrutínio público (Statham & Trenz, 2013, p. 19). Este fenómeno revela a crescente interdependência entre comunicação institucional, legitimação pública e processos decisórios no contexto da integração europeia. Durante este período, os debates sobre a ampliação da esfera pública europeia intensificaram-se. Discutiu-se a independência dos meios de comunicação social. Destacou-se ainda a necessidade de reforçar a transparência das decisões políticas. O objetivo era promover maior participação da sociedade civil no processo de integração (Statham & Trenz, 2013, p. 25). Statham e Trenz (2013, p. 19) defendem que o processo de elaboração do Tratado que estabelece uma Constituição para a Europa (2004) funcionou como um contexto *quasi-experimental* para a emergência de uma esfera pública europeia, contribuindo para a politização crescente do projeto europeu. Este fenómeno tornou-se evidente com os referendos nacionais realizados em França e nos Países Baixos em 2005, que resultaram na rejeição do Tratado, apesar de já ter sido adotado pelo Conselho Europeu e

assinado em Roma pelo Presidente do Parlamento Europeu (Parlamento Europeu, 2004)⁹. A não ratificação deste instrumento obrigou os Estados-Membros a repensar o processo de reforma institucional, conduzindo à elaboração do Tratado de Lisboa¹⁰. Esta conjuntura revelou novamente fragilidades na comunicação institucional europeia, reabrindo o debate sobre o papel dos porta-vozes e a eficácia das estratégias comunicacionais da UE em contextos politicamente sensíveis. Como argumentam Backman & Rhinard (2017, p. 262), a comunicação de políticas que ultrapassam fronteiras geográficas exige não apenas coordenação institucional, mas também capacidade de interpretação contextual e sensibilidade às especificidades nacionais. Nestes contextos, a cooperação internacional torna-se uma condição essencial para garantir uma comunicação coerente, transparente e sensível à diversidade dos públicos europeus (Backman & Rhinard, 2017, p. 262).

1.1. Porta-vozes dos Estados-Membros: quem são e responsabilidades

A gestão de crises na União Europeia baseia-se numa estrutura composta por vários níveis e múltiplos intervenientes. Em muitas áreas, a Comissão conduz propostas e coordena a execução, em articulação com o Conselho e os Estados-Membros. É, neste sentido, que regressamos aqui ao Grupo de Trabalho de Informação (GTI) ou, em inglês, *Working Party on Information* (WPI). Este grupo de trabalho reúne pelo menos uma vez por mês e integra todos os porta-vozes dos vinte e sete Estados-Membros (de cada REPER). O objetivo é analisar casos pontuais de comunicação em áreas como migrações, agricultura, saúde e educação (na verdade, de todas as dez formações do Conselho da União Europeia, sejam elas do COREPER I¹¹ ou do COREPER II¹²) (Conselho da União Europeia, s.d.).¹³ Cada Estado comporta, por norma, dois porta-vozes. Um dedica-se aos temas do COREPER I e outro aos temas do COREPER II. As reuniões realizam-se nas instalações do Conselho da União Europeia e incluem a participação da Direção-Geral de Comunicação do Conselho (DG COMM), bem como da Direção-Geral de Comunicação da Comissão Europeia. Em contextos de crise, este GTI tende a intensificar a sua atividade, como se verificou durante a pandemia da COVID-19 (com a realização de encontros

⁹ Em 2004, foi assinado o Tratado que estabelecia uma Constituição para a Europa, mas acabou por ser rejeitado em referendos na França e nos Países Baixos. Ver mais em: <https://bit.ly/3I6aKM9>

¹⁰ Tratado de Lisboa: face ao impasse, os Estados-Membros deram início à elaboração do Tratado de Lisboa. Ver mais em: <https://bit.ly/4ev1Zaw>

¹¹ COREPER I: composto pelos representantes permanentes adjuntos de cada país: <https://bit.ly/4lcUbg4>

¹² COREPER II: composto pelos representantes permanentes de cada Estado-Membro: <https://bit.ly/4np2Mhn>

¹³ Conselho da UE: reúne em 10 formações diferentes. Ver mais em: <https://bit.ly/4eqqYLU>

virtuais). Atualmente, este grupo trabalha para uniformizar a comunicação entre os Estados-Membros. Também coordena ações conjuntas e acaba mesmo por assumir um papel importante na promoção da literacia europeia. A “bolha”¹⁴ de Bruxelas ou europeia caracteriza-se por uma linguagem própria, muitas vezes baseada em jargão técnico e nem sempre tem o mesmo significado ou efeito junto dos responsáveis nacionais dos Estados-Membros. Essa opacidade abre espaço a ruído informativo e facilita a circulação de desinformação. O “coração da Europa” enfrenta, por isso, um desafio adicional: combater as notícias falsas, cuja gravidade ficou evidente durante a COVID-19. Vivemos, nesta altura, uma ‘infodemia’¹⁵. Um fenómeno que iremos abordar com mais pormenor posteriormente.

Para responder a este ruído informativo, é crucial perceber como a gestão de crises se organiza na UE. A maioria das capacidades de gestão de crises é setorial e as atividades de deteção e interpretação são ainda mais especializadas. Já a tomada de decisão e a coordenação têm um alcance mais transversal. A acumulação de capacidades ao nível da UE prossegue, apesar do euroceticismo¹⁶, impulsionada pela integração e pelo empreendedorismo político das instituições supranacionais, que encaram a cooperação como via para abordar as causas das crises externas (Backman & Rhinard, 2017, p. 269). Esta trajetória é consistente com a própria escala da União, 27 países e cerca de 450 milhões de habitantes, que lhe confere um peso internacional crescente. Já em 2006 se assinalava que “a União Europeia tem hoje mais influência no mundo do que alguma vez na história da sua existência” (AIM Research Consortium, 2006, p. 9). Uma afirmação que mantém atualidade face ao papel crescente da UE no panorama internacional. A pandemia da COVID-19 veio provar-nos que a comunicação a uma só voz é eficaz e necessária para qualquer crise.

Porta-vozes dos EM ligam capitais, instituições da UE e público. Comunicam posições oficiais, alinham mensagens e, em crise, adaptam estratégias para clareza e transparência. Constroem narrativas que conciliam interesses nacionais com valores da UE. Ao articularem posições nacionais e europeias, assumem simultaneamente funções técnicas e políticas na

¹⁴ “Bolha” de Bruxelas ou europeia: é o nome dado ao ecossistema de Bruxelas. Abrange todas as instituições europeias e todas as organizações que giram à volta da sua dinâmica.

¹⁵ ‘Infodemia’: refere-se à disseminação massiva de informação, muitas vezes incorreta ou não verificada. Ver mais em: <https://bit.ly/4euDZnJ>

¹⁶ Euroceticismo: Tal como discutem Backman e Rhinard, designa atitudes de ceticismo ou oposição à integração europeia e/ou às políticas da UE. Ver mais em: <https://bit.ly/4fMNGha>. Ver também: ‘The European Union's capacities for managing crises’ (Backman & Rhinard, 2017, p. 269)

gestão da comunicação institucional. A relevância da função dos porta-vozes manifesta-se de forma particularmente acentuada no contexto bruxelense, onde a interação com os meios de comunicação constitui um elemento estruturante da diplomacia pública.

Bruxelas tem uma imprensa numerosa. Cerca de oitocentos jornalistas estão registados oficialmente na capital da União Europeia. Noutras épocas, o número de jornalistas acreditados ultrapassou os mil. Todos estes profissionais, sejam eles generalistas ou sectoriais, abordam os porta-vozes das Representações Permanentes junto da UE várias vezes por dia. Os porta-vozes devem estar, por isso, munidos de informação credível e atual, de forma a responderem eficazmente aos pedidos. A conversa com os jornalistas tanto pode ser em *on record* como em *off record*. As diferenças entre estes dois conceitos parecem ser claras: *On Record* significa que o *porta-voz* permite a atribuição do seu nome, do seu país e das suas posições ao órgão de comunicação social; *Off Record* significa que as atribuições não são permitidas e, por norma, atribuem-se a fontes diplomáticas e/ou fontes europeias. Existe ainda a expressão *background briefing* que serve apenas para o jornalista construir a sua história, sem qualquer referência de fontes, limitando-se apenas a narrar os factos.

O meio jornalístico de Bruxelas distingue-se pela sua composição singular, marcada por uma diversidade significativa de países e culturas que acompanham os temas europeus. Como afirma um dos correspondentes, “there is no place in the world with so many representatives of different states and cultures” (AIM Research Consortium, 2006, p. 16). Esta multiplicidade cultural não só influencia os enquadramentos noticiosos, como também a forma como cada tema europeu é interpretado e comunicado, em função das referências culturais e editoriais de origem. A experiência dos correspondentes de longa duração em Bruxelas facilita o acesso à informação e à compreensão dos processos institucionais, graças às suas redes de contactos e fontes privilegiadas. Em contrapartida, os novos jornalistas enfrentam desafios significativos ao entrarem na denominada “bolha” europeia, onde a integração depende, em grande medida, da construção dessas mesmas redes (AIM Research Consortium, 2006, p. 16). No processo de integração no ecossistema comunicacional de Bruxelas, os primeiros contactos dos novos correspondentes são frequentemente estabelecidos com os porta-vozes das Representações Permanentes. Estes desempenham, assim, um papel formativo, funcionando muitas vezes como verdadeiros “mentores” informais que ajudam os jornalistas a compreender a complexidade dos temas europeus e o funcionamento institucional. Esta relação, porém, não se limita a uma lógica unidirecional: a troca de informação é mútua e estratégica. Num dia, o porta-voz fornece dados, interpretações ou acesso a fontes, no outro, pode ser ele próprio a recolher impressões ou antecipar narrativas a partir da imprensa. Para além de fortalecer relações pré-existentes, é

essencial construir novas redes e manter canais abertos que permitam mover-se com agilidade face a eventuais desenvolvimentos. Em certos cenários, o porta-voz, ao exercer também funções de assessor de imprensa, pode optar por promover uma determinada narrativa nos meios de comunicação social, seja para dar visibilidade a uma posição nacional, seja para influenciar de forma mais subtil o contexto das discussões em curso. Por sua vez, os jornalistas também procuram os porta-vozes para confirmar, enquadrar ou aprofundar informações essenciais à cobertura dos assuntos europeus. Para que esta dinâmica funcione eficazmente, o porta-voz deve procurar ter um acompanhamento contínuo junto dos conselheiros e especialistas temáticos, a leitura sistemática de relatórios técnicos e políticos, bem como uma monitorização constante dos meios de comunicação. Em situações especialmente delicadas, acontecimentos que à primeira vista parecem pouco importantes podem rapidamente evoluir para crises de grande dimensão. Por isso, os responsáveis pela comunicação institucional precisam de estar atentos à informação que circula e prontos para reagir de forma rápida e eficaz. Como sintetiza Hart (2007, p. 69): “A crisis management plan is an insurance policy. Crisis communications training is learning how to use the plan to manage a crisis by communicating effectively with news media and other affected publics.” Por outras palavras, o plano é a salvaguarda; a formação em comunicação de crise é o modo de o pôr em prática, assegurando mensagens eficazes para a comunicação social, redes sociais e públicos afetados. Esta relação (entre jornalistas e porta-vozes) tem efeitos, sejam eles positivos ou negativos, nos órgãos de comunicação social. Entramos aqui na esfera da geopolítica e de que forma estes dois atores podem construir e desconstruir a realidade. A relação entre assessores de imprensa e jornalistas acaba por ser de respeito mútuo e ambos devem ter um conhecimento profundo das matérias (Ribeiro, 2016, p. 20), pois o que irá depois circular nos meios de comunicação determina muito da dinâmica de um país, de um continente e, diversas vezes, do mundo. Os porta-vozes são, assim, considerados agentes fundamentais no processo de produção noticiosa, na medida em que contribuem para orientar e enquadrar o trabalho jornalístico (Ribeiro, 2016, p. 21). Na obra “Assessores de Imprensa e Jornalistas”, Vasco Ribeiro analisa o estudo clássico de Sigal (1973, pp. 119–123) sobre os jornais *The New York Times* e *The Washington Post*, entre 1949 e 1969, que concluiu que 58,2% das notícias tinham origem nas rotinas produtivas dos jornalistas e das redações. Por sua vez, 15,7% resultavam de “encontros informais” e “fugas” (*leaks*), enquanto 25,8% derivavam da iniciativa editorial. (Ribeiro, 2016, p. 23). Embora este retrato corresponda a um contexto histórico e mediático distinto, é plausível considerar que, no ambiente atual, existe uma maior fluidez informativa e as fontes institucionais são cada vez mais profissionais. Neste cenário, os encontros informais e as fugas de informação ganham importância e têm

impacto direto na dinâmica jornalística. Este fenómeno é especialmente visível em espaços como Bruxelas.

Para além do plano institucional, a comunicação dos porta-vozes insere-se num ecossistema mediático moldado por forças geopolíticas em rápida transformação. A UE tem vindo a adaptar-se a múltiplas crises que, cumulativamente, têm redefinido o seu posicionamento geopolítico. Uma guerra em território europeu, com a Ucrânia a braços com uma invasão da Rússia; o Médio Oriente com um conflito que dividiu o mundo; a China a marcar cada vez mais posições em território europeu e a dar sinais de uma parceria com a Rússia; e o denominado Sul Global sem posições definidas. Nesta equação, não podemos esquecer o papel da administração Trump que coloca em causa a defesa, a segurança, o comércio e a economia mundial. As transformações na ordem internacional exigem novas abordagens comunicacionais por parte dos atores institucionais. Neste enquadramento, é útil recuperar Henry Kissinger (2014, pp. 23; 201–241; 319–322; 379–405) que identificava vários desafios que ameaçam a Ordem Mundial atual, incluindo o surgimento de novas potências, a globalização, a tecnologia avançada e os movimentos revolucionários que procuram transformar e até fraturar os sistemas existentes. É precisamente nessas fraturas que a comunicação pública ganha peso estratégico: porta-vozes e jornalistas moldam enquadramentos, priorizam temas e influenciam perceções, afetando margens de manobra política e diplomática. Assim, as transformações na ordem internacional exigem novas abordagens comunicacionais, mais coordenadas, rápidas e sensíveis ao contexto. Aqueles que disponibilizam informação ocupam, assim, um espaço considerável nos órgãos de comunicação social e, por sua vez, este espaço pode determinar posições de líderes, configurações geográficas e alterações sociais.

Na obra de Philippe Boulanger (2021, pp. 7–25), o autor explora a interseção entre a geopolítica e os meios de comunicação social, examinando como estes influenciam e são influenciados pelas dinâmicas geopolíticas globais: “La dimension géopolitique se reencontre surtout dans les stratégies d’influence des acteurs. Les activités des principales agences de presse en sont révélatrices, auprès de l’opinion publique comme des décideurs depuis le XIX siècle” (Boulanger, 2021, p. 13). Boulanger (2021, p. 19) fala mesmo em “geopolítica mediática” e assume o uso de critérios de análise específicos do domínio mediático, como a influência dos órgãos de comunicação social na opinião pública e a construção de narrativas. Para Boulanger (2021, p. 20), a geopolítica mediática emprega conceitos fundamentais semelhantes aos da geopolítica tradicional, como o poder, a influência, o território e o controlo. No entanto, estes conceitos acabam por ser adaptados ao contexto mediático. O objetivo central

da geopolítica mediática é compreender as rivalidades de poder exercidas pelos meios de comunicação (Boulanger, 2021, p. 19). A título de exemplo: durante a Guerra Fria, os Estados Unidos envolveram-se numa autêntica operação de charme, projetando uma imagem sedutora do país através do cinema, da rádio, dos jornais e dos programas de televisão, conquistando corações e mentes pelo mundo fora. Uma estratégia que acabou por ser determinante na conquista do pódio de maior potência mundial. Um outro momento de referência para esta análise situa-se na década de 2000, quando os Estados Unidos avançam com o projeto do Grande Médio Oriente (GMO), concebido como uma iniciativa de reconfiguração política da região. Uma ação que tinha como objetivo promover reformas democráticas, económicas e sociais na região do Médio Oriente e Norte de África (MENA). O termo “Grande Médio Oriente” foi popularizado pela administração de George W. Bush e fazia parte de uma iniciativa mais ampla para reformar a região, em resposta aos ataques de 11 de setembro de 2001 e à subsequente “Guerra contra o Terrorismo”. Foi, aliás, nesta altura que a forma de comunicar entre Estados começou a transformar-se, e a diplomacia pública passou a ocupar um lugar central nas suas estratégias de comunicação. Pelo mundo, começamos a assistir à utilização de todos os meios de comunicação por parte dos governos para explicar e justificar as suas ações contra o terrorismo, nos âmbitos doméstico e internacional. Regista-se um aumento da visibilidade dos porta-vozes, refletido na sua presença mais frequente nos meios de comunicação. Em simultâneo, a evolução tecnológica veio amplificar estas dinâmicas, alterando os meios e os ritmos da comunicação institucional. As redes sociais começaram a emergir como plataformas dominantes de difusão de informação, com impacto direto na forma como os Estados e organizações internacionais comunicam com os cidadãos. Do lado do poder, começam a desenhar-se novas estratégias. Com o surgimento de plataformas como o *Facebook* (2004), *YouTube* (2005) e *Twitter* (2006), a comunicação governamental e diplomática passou a incorporar novas linguagens e dinâmicas. Os porta-vozes e os assessores de imprensa viram-se obrigados a adaptar as suas estratégias, respondendo à exigência de uma comunicação mais imediata, interativa e visual.

A pandemia da COVID-19 veio acelerar esta transformação digital. A necessidade de transmitir mensagens claras e urgentes aumentou, e os porta-vozes passaram a ter um papel crucial na gestão de duas crises paralelas: a sanitária e a informativa. Neste período, a proliferação de informação falsa, a chamada ‘infodemia’ (regressando finalmente ao tema), dificultou a distinção entre fontes fiáveis e conteúdo enganoso, levando a comportamentos de risco e desconfiança social. A World Health Organization (WHO, 2024, pp. 3–35) reconheceu, em 2020, este fenómeno como um obstáculo à eficácia da resposta pública. Os porta-vozes da

UE adotaram, então, estratégias mais coordenadas para combater a desinformação, em articulação com instituições europeias e meios de comunicação social. Durante a pandemia da COVID-19 assistimos à disseminação de informações falsas, com impactos significativos na saúde pública e na segurança das pessoas.

Segundo Campos (2021):

A pandemia gerada pela COVID-19 é a primeira da história em que a tecnologia e as redes sociais são usadas para manter as pessoas seguras, informadas, produtivas e conectadas. Foram carregados 361 milhões de vídeos no YouTube nos primeiros 30 dias da pandemia com a classificação “COVID-19” [...] (para. 1).

Os porta-vozes, por meio da diplomacia pública, passaram a adotar estratégias personalizadas para os Estados-Membros que representavam. ‘Comunicar a uma só voz’ (Michel & von der Leyen, 2020) tornou-se um desafio central para a UE, dadas as diferentes culturas e políticas nacionais. Os porta-vozes das Representações Permanentes e das instituições europeias procuraram alinhar mensagens, reforçando a coesão institucional e contribuindo para a confiança pública. À medida que os Estados-Membros avançavam para medidas restritivas, como o encerramento de fronteiras e confinamentos¹⁷, os porta-vozes desempenharam um papel ativo na mediação das mensagens institucionais. Neste novo cenário informacional e geopolítico, marcado por múltiplas crises simultâneas, a comunicação institucional da UE tornou-se uma ferramenta essencial para a gestão de incertezas. A articulação entre os porta-vozes dos Estados-Membros e as principais instituições europeias ganhou, por isso, uma nova centralidade estratégica, exigindo níveis acrescidos de coordenação, coerência e capacidade de adaptação.

1.2. Relações dos porta-vozes dos Estados-Membros com as instituições europeias

Durante a crise pandémica da COVID-19, a necessidade de comunicação clara e transparente reforçou a importância da cooperação entre os diversos níveis institucionais da União Europeia. Neste contexto, os porta-vozes dos Estados-Membros assumiram um papel estratégico na ligação com instituições como a Comissão Europeia, o Parlamento Europeu, o Conselho da UE e outras agências comunitárias. Durante situações de crise, é fundamental assegurar uma

¹⁷ Confinamento: em abril de 2020, cerca de metade da população mundial, mais de 3,9 mil milhões de pessoas em mais de 90 países, foi sujeita a medidas de confinamento decretadas pelos respetivos governos. Ver mais em: <https://bit.ly/3GmLVuP>

comunicação clara, frequente e transparente, de modo a garantir que a população compreende as decisões tomadas e os riscos existentes. Na pandemia, a necessidade de informar rapidamente levou a um aumento significativo das reuniões virtuais e à intensificação do fluxo informativo, com o objetivo de assegurar a eficácia e a confiança nas mensagens institucionais. A cooperação e a coerência entre os porta-vozes dos Estados-Membros da UE foram essenciais durante a pandemia. Juntos, garantiram que as mensagens fossem claras, consistentes e seguissem as diretrizes da União Europeia. A colaboração e o alinhamento entre os porta-vozes permitiram uma abordagem unificada na comunicação, evitando discrepâncias e conflitos de informação.

Neste quadro de colaboração reforçada, destaca-se a relação das REPER com as instituições europeias. No âmbito da Comissão Europeia, os porta-vozes das REPER desempenham um papel central na monitorização das atividades institucionais, funcionando como ponte entre a administração nacional e a estrutura comunitária (Princen, 2023, p. 56). Em relação ao Parlamento Europeu, as REPER assumem igualmente um papel estratégico, assegurando o acompanhamento dos processos legislativos e a articulação de posições nacionais. Os porta-vozes desempenham um papel fundamental ao assegurar uma ligação eficaz entre o Conselho da União Europeia, onde se tomam decisões importantes representando os Estados-Membros (as suas Representações Permanentes) e o Parlamento Europeu. São, pois, responsáveis por facilitar o fluxo de informação e o entendimento mútuo. Para além de assegurarem a transmissão de informações e posições institucionais, contribuem ativamente para a formação de consensos (Princen, 2023, p. 59). No mesmo sentido, as relações com o Conselho da União Europeia assumem um papel central na representação e defesa dos interesses dos Estados-Membros. No que diz respeito ao Serviço Europeu para a Ação Externa (SEAE), a atuação das REPER pauta-se por uma lógica de coordenação e cooperação na implementação da política externa da União Europeia (Delreux, 2022, p. 103). Por fim, existe ainda a boa articulação com outras instituições e agências da UE, também fundamentais para o bom funcionamento do sistema de representação dos Estados-Membros. Essas relações envolvem uma ampla gama de atores, incluindo agências reguladoras, instituições financeiras, órgãos consultivos (o Banco Central Europeu, o Tribunal de Contas Europeu, a Agência Europeia do Ambiente, o Centro Europeu para a Prevenção e Controle de Doenças, entre outros). Cada uma destas entidades desempenha um papel fundamental no funcionamento do bloco europeu e, portanto, a interação com os porta-vozes das REPER serve para garantir a coerência e a eficácia das políticas da UE (Delreux, 2022, p. 114). Por meio de mecanismos formais e informais, os porta-vozes contribuem para o processo de decisão e para a implementação de políticas.

Os porta-vozes dos Estados-Membros enfrentam múltiplos desafios na sua interação com outras instituições europeias, sobretudo quando se trata de conciliar a diversidade de interesses nacionais com a necessidade de alcançar posições comuns. A gestão de negociações e acordos capazes de satisfazer a maioria dos Estados-Membros revela-se particularmente complexa em contextos de divergência política. As sucessivas crises que afetaram a União Europeia ao longo das últimas décadas, como a crise financeira de 2008, a crise dos refugiados, a pandemia da COVID-19 ou, mais recentemente, a guerra na Ucrânia, ilustram bem essas dificuldades. Em tais circunstâncias, a coordenação comunicacional adquire um papel central. A crise pandémica constituiu um exemplo paradigmático de resposta articulada, com destaque para as campanhas de alerta à população, a implementação de medidas de prevenção, a compra conjunta de vacinas e o processo de vacinação. Já no contexto da guerra na Ucrânia, a comunicação institucional demonstrou uma continuidade desse esforço coletivo, nomeadamente na condenação do conflito armado, na aplicação coordenada de sanções e no financiamento à aquisição conjunta de armamento. No entanto, a resposta comunicacional da UE nem sempre é homogénea. A crise no Médio Oriente revelou limitações na capacidade da União de falar a uma só voz, evidenciando fraturas internas e dificuldades em projetar uma posição comum perante o cenário internacional.

A complexidade institucional da União Europeia representa, por si só, um desafio significativo para a compreensão do público. Neste contexto, cabe ao porta-voz não apenas dominar a linguagem técnica da “bolha” europeia, mas também saber comunicá-la de forma clara, acessível e estratégica. A utilização eficaz dos meios de comunicação social, tanto tradicionais como digitais, constitui uma ferramenta essencial do seu trabalho. Como defende Kevin (2003, p. 3) “we must now move together not only on a political and military level; we can also do so in the media.” Apesar dos esforços em curso, persistem vários obstáculos à consolidação de uma verdadeira esfera pública (Kevin, 2003) europeia. Os meios de comunicação social também enfrentam dificuldades em criar uma sensação de envolvimento ou de ligação afetiva entre a população e as estruturas da União Europeia. Neste sentido, torna-se fundamental reforçar o papel dos correspondentes especializados das capitais em Bruxelas, enquanto mediadores capazes de traduzir os debates e decisões europeias para os seus públicos nacionais. Os porta-vozes, por seu lado, devem adaptar a sua comunicação a estas realidades múltiplas, assegurando que a informação transmitida é não só correta, mas também inteligível e relevante para os diferentes públicos da União. No seu estudo, Kevin (2003, p. 3) utiliza um

paralelismo entre a abertura de fronteiras (*Schengen*)¹⁸ com uma comunicação também aberta: “We do not even run the risk of flattening out cultural differences. Because our everyday life still takes place in different regions. The borders are open. We have *Schengen*. What we now need is a communication *Schengen*.” Ou seja, Kevin (2003, p. 60) deixa a sugestão da necessidade de uma abordagem mediática mais integrada para fomentar uma esfera pública europeia.

A exigência inerente ao trabalho dos porta-vozes na comunicação com as capitais, tanto com os seus homólogos como com os meios de comunicação não sediados em Bruxelas, remete-nos para a génese do debate sobre uma estratégia comunicacional europeia unificada. Já em 1959, a Comissão Europeia assinalava a necessidade de um Serviço Comum de Comunicação que integrasse as instituições, abrindo espaço à reflexão sobre a função de porta-vozes dos Estados-Membros (Conseil des Communautés européennes, 1959, p. 2). O desafio é antigo e mantém-se atual: tornar a comunicação institucional mais eficaz e acessível. Segundo um *briefing* do Serviço de Investigação do Parlamento Europeu, a UE tem reforçado mecanismos de participação dos cidadãos no projeto europeu. O documento salienta recomendações para “mais interações online e offline entre a UE e os cidadãos” e para reforçar comunicação multilingue e educação para a cidadania europeia (Kotanidis & Monte, 2022, pp. 1–4). A aposta numa linguagem mais clara e numa narrativa coerente é, assim, considerada essencial para promover a transparência institucional e combater a perceção de distanciamento. Um dos principais sintomas dessa desconexão é a elevada taxa de abstenção nas eleições europeias, associada frequentemente à falta de compreensão das políticas da UE. Iniciativas como a “Conferência sobre o Futuro da Europa”¹⁹, lançada durante a Presidência Portuguesa do Conselho da União Europeia (PPUE2021)²⁰, procuraram colmatar esse défice, envolvendo cerca de 800 cidadãos num processo deliberativo alargado (Kotanidis & Monte, 2022, pp. 1–2, 6). Paralelamente, foram recolhidos mais de 14.000 contributos digitais, muitos dos quais sugerem a criação de mecanismos permanentes de consulta pública e a realização de referendos

¹⁸ *Schengen*: refere-se à livre circulação de pessoas sem passar por controlos de fronteiras. Ver mais em: <http://bit.ly/46hKmbM>

¹⁹ Conferência sobre o Futuro da Europa: é uma iniciativa lançada em 2021 que envolve debates com os cidadãos. A ideia é que o Conselho acolha as recomendações e tome iniciativas em função das ideias partilhadas. Ver mais em: <http://bit.ly/46uWZip>

²⁰ Presidência Portuguesa do Conselho da União Europeia (PPUE): a cada seis meses, e de forma rotativa, cada Estado-Membro assume a liderança do processo de decisão do Conselho da União Europeia. A última Presidência portuguesa foi em 2021. Ver mais em: <http://bit.ly/3KipaJZ>

sobre temas europeus. Uma das principais conclusões sublinhou a necessidade de envolver mais ativamente os jovens na política da UE, reconhecendo a sua importância na construção de uma cidadania europeia participativa (cf. nota de rodapé 20).

2. Diplomacia pública e a União Europeia

Neste quadro, onde a aproximação entre instituições e cidadãos ganha novo protagonismo, torna-se pertinente aprofundar o conceito de diplomacia pública e a forma como a União Europeia a tem vindo a praticar, nomeadamente em contextos de crise. A reavaliação americana da comunicação externa após 11 de setembro de 2001 reavivou o debate sobre diplomacia pública, com impactos também no contexto europeu (Ferreira Júnior, 2015, p. 9). Com a globalização e as novas tecnologias a acelerarem a mudança, a diplomacia tradicional mostrou-se insuficiente. Neste contexto, a diplomacia pública passou a ser concebida por muitos autores como um conceito abrangente, um verdadeiro “guarda-chuva” (Ferreira Júnior, 2015, p. 3), que integra práticas como a construção de imagem, a comunicação estratégica e a criação de relações sustentáveis com públicos estrangeiros. Esta abordagem está profundamente ligada ao conceito de *soft power* de Joseph Nye (2004, p. 118) que sublinhou a importância da atratividade cultural, dos valores e das políticas. Esses elementos funcionam como instrumentos de influência internacional. O *hard power*, pelo contrário, baseia-se na força militar e no poder económico. Nye (2004, p. 10) defendeu o reforço da diplomacia pública para contrariar perceções negativas e fortalecer legitimidade, influenciando atores como a UE a adotarem estratégias de comunicação orientadas para a persuasão e a promoção de valores. No caso da UE, a diplomacia pública assume um contorno particular: é exercida por uma entidade supranacional que procura projetar a sua imagem e os seus interesses num sistema internacional multipolar. Integra ações de comunicação estratégica para reforçar a cooperação com parceiros externos, projetar valores como a democracia, os direitos humanos e o multilateralismo e promover estabilidade regional. Durante a pandemia da COVID-19, esta dimensão tornou-se especialmente visível. A União Europeia procurou transmitir mensagens claras sobre saúde pública, reforçar a solidariedade entre Estados-Membros e afirmar-se como promotora de uma resposta coordenada à crise. Esta atuação insere-se numa lógica de *soft power*, onde a eficácia comunicacional contribui para consolidar a credibilidade e a influência da UE no cenário internacional.

Para além da gestão de crises internas, a UE projeta-se também externamente através da diplomacia pública. Uma peça central é a Política Europeia de Vizinhança (PEV), que procura promover estabilidade, segurança e prosperidade nos seus vizinhos a Leste e a Sul. A UE mantém também outras iniciativas regionais que reforçam a sua projeção: a União para o Mediterrâneo (UpM) que foca no desenvolvimento e cooperação no Mediterrâneo e a Parceria Oriental que aprofunda laços com seis países da Europa Oriental e do Cáucaso do Sul. Acresce

a iniciativa dos Balcãs Ocidentais, que apoia o percurso de integração europeia da região. Estas ações são complementadas por programas de assistência e desenvolvimento, por missões diplomáticas no terreno e por diálogos políticos regulares. O objetivo é coordenar políticas, alinhar interesses estratégicos e promover uma narrativa externa coerente com os valores da União. A diplomacia pública da UE inclui também respostas a desafios globais, como a gestão de fluxos migratórios, a participação em missões de paz e a atuação em crises humanitárias, promovendo a UE como ator responsável e solidário. No plano comunicacional, o objetivo é converter ações em reputação: tornar a mensagem legível, consistente e reconhecível pelos públicos externos.

2.1. Definição e importância da diplomacia pública

Estas estratégias inserem-se num quadro mais amplo que remonta à definição de diplomacia pública enquanto instrumento da política externa. O conceito moderno foi introduzido por Edmund Gullion em 1965 (Neary, 2024, p. 30), durante uma entrevista para a televisão pública norte-americana, no contexto da Guerra Fria. Diplomata e académico, Gullion definiu diplomacia pública como “o impacto das políticas públicas, das ações do governo e da conduta dos cidadãos de um país sobre a opinião pública e o comportamento de cidadãos e governos de outros países” (Neary, 2024, p. 31). Numa altura em que os Estados Unidos enfrentavam crescentes desafios na projeção dos seus valores e políticas, a Guerra Fria revelou-se não apenas um confronto político-militar, mas também uma disputa de narrativas e de influência cultural.

A redefinição proposta por Gullion, tal como documentada na brochura do Murrow Center (1965, p. s.p.)²¹ marcou o início da diplomacia pública como área distinta nas Relações Internacionais. Afastou-se da diplomacia tradicional, feita à porta fechada, e reconheceu o papel crescente da opinião pública no plano internacional (Neary, 2024, p. 31). Na década de 1960, a rádio e a televisão transformaram a forma como a informação era disseminada e consumida. Uma forma de comunicação em massa que permitiu aos governos alcançar públicos maiores de forma mais eficaz (Neary, 2024, p. 39). Gullion reconhece que essa mudança exigia uma nova abordagem à diplomacia, que não envolvesse apenas interações oficiais entre governos, mas também um envolvimento direto com as populações (1965, p.s.p.). Uma abordagem que visava

²¹ Edward R. Murrow Center of Public Diplomacy (1965), The Fletcher School, Tufts University. A brochura original não apresenta paginação; consequentemente, as citações são assinaladas como “s.p.” (sem página), de acordo com a convenção APA 7. A referência completa encontra-se nas referências bibliográficas.

influenciar a opinião pública e construir relacionamentos com cidadãos de outros países, alargando, assim, a influência e o *soft power* de um Estado.

O conceito de diplomacia pública de Gullion abrangia uma variedade de atividades, incluindo intercâmbios culturais, programas educacionais e campanhas de informação (Neary, 2024, p. 56). Ao envolverem-se com os públicos estrangeiros, os governos poderiam moldar percepções e construir apoios para os seus objetivos de política externa (Neary, 2024, p. 57). A prática da diplomacia pública evolui e com o surgimento da internet e das redes sociais alargou significativamente os seus instrumentos e capacidade de difusão. Atualmente, a diplomacia digital, entendida como o uso de plataformas online para comunicar com públicos estrangeiros, constitui uma componente relevante das estratégias de diplomacia pública.

Na obra “Essência da Diplomacia”, Christer Jönsson e Martin Hall (2005, p. 12) explicam que a diplomacia é explorada como uma área frequentemente marginalizada no campo das Relações Internacionais, apesar do seu papel crítico como “instituição mestre” das interações globais. Os autores pretendem, com os seus contributos, preencher o que consideram ser uma lacuna entre a teoria e a prática. Identificam assim as dimensões essenciais da diplomacia, que categorizam como: comunicação, representação e reprodução da sociedade internacional (Hall, 2005, p. 20). Jönsson e Hall olham para a diplomacia como uma instituição caracterizada por normas, regras e papéis que governam as interações entre estados (2005, p. 25). Outros pensadores forneceram uma variedade de definições de diplomacia pública. Por exemplo, Nicholas J. Cull (2008, p. 31) define a diplomacia pública como “a tentativa de um ator internacional conduzir as suas políticas externas envolvendo-se com os públicos estrangeiros”. Este autor refere que, tradicionalmente, a diplomacia pública é considerada como uma espécie de contacto entre governo-povo, o que foi, de facto, evidente durante a Guerra Fria, quando os governos norte-americano e soviético acabaram por se envolver em “guerras de propaganda” (Cull, 2008, p. 32). Cull identifica cinco componentes principais da diplomacia pública: a ‘escuta’, a ‘advocacia’, a ‘diplomacia cultural’, a ‘diplomacia de intercâmbio’ e a ‘difusão internacional’ (Cull, 2008, pp. 32–36). O termo ‘diplomacia pública’ acaba por ganhar popularidade, mas não existe uma definição universalmente aceite. Logo após a Guerra Fria, o debate persiste e alguns analistas argumentam que a diplomacia pública entra numa nova fase, em que se tornou um instrumento usado por Estados e atores não estatais para entender culturas e influenciar comportamentos (Gilboa, 2008, p. 55). Gilboa, por exemplo, categoriza os instrumentos de diplomacia pública em quatro pontos: ‘Relações Públicas: *soft power*’; ‘Comunicação: os *media* e a opinião pública’; ‘Relações Públicas: promoção da imagem e reputação’; ‘Propaganda: vender nações e lugares’ (2008, pp. 55–57). A propaganda e a

comunicação são aqui vistas como formas reativas imediatas de diplomacia pública, enquanto as Relações Públicas são consideradas formas proativas e estratégicas. Já Bruce Gregory (2011, p. 353) aborda a diplomacia pública como um “instrumento utilizado por Estados, associações de Estados e alguns atores não estatais para compreender culturas, atitudes e comportamentos; construir e gerenciar relacionamentos; e influenciar pensamentos e mobilizar ações para avançar com os seus interesses e valores”.

Como sublinha Tago, o crescente uso da expressão “diplomacia pública” tem gerado múltiplas definições:

The more the term achieves popularity and is used in policy papers, magazines, academic books, and articles, the greater the number of different definitions of the concept. Unfortunately, no universally agreed-upon definition exists. With regard to the international relations debate on the “-isms” some researchers claim that public diplomacy is part of constructivism. (Tago, 2017, p. 1)

A diplomacia pública passou de modelos centrados no Estado para práticas interativas. Hoje, as redes sociais (sempre a inovar) e a inteligência artificial impõem desafios que exigem atualização contínua de métodos.

2.2. Diplomacia pública e a comunicação internacional

Com a consolidação da diplomacia pública como ferramenta essencial da política externa, torna-se importante analisar o seu papel no panorama comunicacional internacional, particularmente num mundo cada vez mais polarizado e digitalizado. Martin Wolf, em *A Crise do Capitalismo Democrático*, argumenta que “a democracia liberal e o capitalismo global, que eram triunfantes há três décadas, perderam legitimidade” (Wolf, 2023, p. 3). O autor defende que a informação se tornou um “campo de batalha central” nas disputas políticas globais, sublinhando a necessidade de estratégias de comunicação coesas por parte de Estados e instituições como a União Europeia, sobretudo face à desinformação e à fragmentação política. Este diagnóstico reforça a importância da diplomacia pública como instrumento de comunicação internacional e de sustentação da confiança nas instituições democráticas. Joseph Nye (2004, p. 106) já argumentava que o *soft power* era essencial para projetar influência e preservar a credibilidade institucional no cenário internacional, alertando para os riscos de perda de legitimidade perante a opinião pública global. Esta preocupação ganha uma nova dimensão no contexto digital contemporâneo, onde, segundo Wolf, “as redes sociais de hoje [...] são descentralizadas, permitindo a disseminação de mentiras, teorias da conspiração, opiniões e verdades em redes par-a-par, com extraordinária facilidade” (2023, p. 216). Para o

autor, as plataformas digitais amplificam a circulação de rumores com uma velocidade e um alcance sem precedentes, expondo os sistemas democráticos a novos riscos informacionais (Wolf, 2023, p. 217). Trata-se, assim, de uma atualização crítica dos desafios do *soft power* num ecossistema comunicacional radicalmente transformado. Ben Ansell, em “Porque Falha a Política, (2024, p. 123) complementa essa análise ao afirmar que as instituições democráticas enfrentam constantes desafios provenientes de crises económicas e da polarização social, dificultando a construção de consensos e enfraquecendo a confiança pública. Neste cenário, a instabilidade compromete a atuação de organizações multilaterais e da própria diplomacia pública. Ansell (2024, p. 123) acrescenta que “a eficácia da comunicação institucional depende não apenas da transparência, mas também da capacidade de adaptação às novas realidades tecnológicas e sociais. A literatura indica, assim, a conveniência de ajustar estratégias comunicacionais para salvaguardar relevância e legitimidade num ambiente político volátil.

Concluimos que a globalização e a digitalização transformaram a diplomacia pública. O foco deixou de ser apenas governo-a-governo e passou a incluir comunicação direta com os cidadãos, em formatos mais horizontais e participativos. Melissen (2005, p. 18) já defendia que a chamada “*new public diplomacy*” deveria abandonar a lógica unidirecional da simples transmissão de mensagens para se tornar num processo interativo, em que os Estados dialogam ativamente com as audiências internacionais. Esta abordagem inclui, cada vez mais, a participação de atores não estatais na construção das narrativas internacionais (Melissen, 2005, p. 35), exigindo estratégias que privilegiem a escuta, o envolvimento e a reciprocidade. Uma visão partilhada por Fitzpatrick (2017, p. 85) que sublinha a importância de um modelo assente em interesses públicos partilhados e na construção de confiança mútua. Também Nancy Snow (2020, p. 5) contribui para esta perspetiva processual, ao afirmar que o conhecimento necessário para uma diplomacia eficaz não resulta de uma comunicação linear, mas de múltiplos estágios interligados, como a informação, a perceção, a análise e a disseminação. Em conjunto, estas abordagens apontam para uma diplomacia pública mais dinâmica, adaptada às exigências de um ambiente mediático complexo e em constante mutação. Statham e Hans-Jorg Trenz, em “*The Politicization of Europe*” (2013, p. 23), exploram como a crescente contestação pública da UE influencia a sua diplomacia pública. Os autores argumentam que a politização das questões europeias nos órgãos de comunicação social tem impactos diretos na forma como a UE comunica com os seus cidadãos e com o mundo: “European public sphere researchers consider that politicization can enhance democracy and that mass-mediated public debates are essential to achieving this possibility” (Statham & Trenz, 2013, p. 23). Esta perspetiva desloca o foco da diplomacia pública da mera promoção institucional para uma lógica mais reativa e

participativa, onde o envolvimento crítico do público é visto como uma oportunidade para reforçar a legitimidade democrática.

No contexto da União Europeia, a diplomacia pública não se limita à projeção externa dos seus valores fundacionais, desempenha também um papel essencial na construção de uma identidade europeia partilhada. No entanto, a heterogeneidade linguística e cultural entre os Estados-Membros impõe desafios significativos à consistência da narrativa institucional.

2.3. Porta-vozes na diplomacia pública 2.0

No quadro da chamada Diplomacia Pública 2.0, os porta-vozes passam a desempenhar um papel cada mais estratégico, utilizando plataformas digitais para disseminar mensagens e reforçar a legitimidade institucional. Tornam-se figuras-chave na interface entre instituições e cidadãos. Chadwick destaca que (2017, p. 237) a comunicação institucional tornou-se, pois, um processo dinâmico e híbrido, em que as redes sociais e os meios tradicionais acabam por coexistir e moldar a relação entre os governos e o público. Neste contexto, a perda de confiança nas elites compromete a percepção de legitimidade democrática (Wolf, 2023, p. 7). O desafio é particularmente agudo para a União Europeia, que continua a ter dificuldades em construir uma narrativa comum e em adaptar a comunicação às diferentes percepções nacionais. É neste sentido que a atuação dos porta-vozes deve combinar clareza, credibilidade e capacidade de resposta. Nicholas Cull (2019) identifica quatro abordagens essenciais para a advocacia na diplomacia pública:

There are four essential approaches to advocacy in public diplomacy. The first is the direct appeal of speeches and campaign work, which visualizes the immediate reader or listener as the object of influence. The second is the indirect appeal which targets opinion makers and imagines a two-step process whereby the opinion maker will pass on the message to a wider audience. The third approach is crowding the message space, a strategy which incorporates the other two, but which distinguishes itself by an emphasis on the volume of material released. [...] The fourth is partnership: rather than the actor speaking themselves, they empower others. (Cull, 2019, p. 47)

No contexto da União Europeia, essas quatro abordagens propostas por Cull encontram expressão nas práticas diárias dos porta-vozes institucionais e das Representações Permanentes. Através de discursos, conferências de imprensa e campanhas informativas, observa-se o apelo direto; já o apelo indireto manifesta-se na colaboração com jornalistas, especialistas e influenciadores que amplificam as mensagens da UE junto de audiências específicas. A ocupação do espaço mediático é visível em momentos de elevada exposição pública, como

durante a pandemia da COVID-19, em que a Comissão e outras instituições multiplicaram conteúdos e canais de comunicação para garantir visibilidade e consistência narrativa. Finalmente, a estratégia de parcerias surge, por exemplo, no envolvimento de Organizações Não Governamentais (ONGs) e organizações da sociedade civil na difusão de campanhas e valores europeus, reforçando o impacto da mensagem através de agentes com legitimidade própria. Neste quadro, os porta-vozes atuam como gestores de ecossistemas comunicacionais e contribuem para que a diplomacia pública da UE funcione como um processo contínuo de confiança e de mobilização democrática.

A consolidação do modelo de Diplomacia Pública 2.0 trouxe consigo novas exigências e a pandemia da COVID-19 expôs, com particular clareza, a urgência de respostas rápidas e coordenadas, num cenário onde a desinformação circula com maior intensidade do que a informação verificada. Como descreve Chadwick (2017, p. 247), vivemos num sistema ‘híbrido de *media*’, em que o conteúdo circula de forma dinâmica entre meios tradicionais e redes sociais, exigindo estratégias integradas. A adaptação da diplomacia pública da União Europeia ao ecossistema digital implicou a diversificação dos canais de comunicação utilizados pelos porta-vozes institucionais. Para além dos meios tradicionais, a presença ativa em plataformas como *Twitter*, *Facebook*, *LinkedIn*, *WhatsApp* e *Signal* passou a integrar a estratégia comunicacional da UE, permitindo uma disseminação mais segmentada e imediata das mensagens. Cada uma destas plataformas oferece oportunidades distintas: o *Twitter* favorece a intervenção em tempo real e o posicionamento institucional; o *LinkedIn* reforça a autoridade técnica e profissional; o *Facebook* amplia o alcance junto de audiências generalistas; o *WhatsApp* permite a circulação de informação mais direta e personalizada; e o *Signal* oferece um canal de comunicação seguro e encriptado, especialmente valorizado em contextos sensíveis ou de elevado grau de confidencialidade. Esta multiplicidade de canais reflete a necessidade de adaptar as mensagens aos diferentes públicos e contextos de receção, promovendo uma comunicação mais próxima, responsiva e eficaz. Ao mesmo tempo, levanta desafios importantes, como a coerência da narrativa entre plataformas, a gestão do tempo e da reatividade, bem como a preservação da credibilidade institucional. A diplomacia pública digital, para ser bem-sucedida, requer não apenas presença, mas estratégia. Os porta-vozes são centrais nesse equilíbrio entre visibilidade, autenticidade e responsabilidade.

3. A COVID-19 na União Europeia – comunicação de crise

Este capítulo analisa, em detalhe, como a UE operacionalizou a comunicação de crise durante a COVID-19. Com base na literatura e em dados empíricos, mapeiam-se as falhas de coordenação inicial, as respostas corretivas e as práticas que se revelaram eficazes. Segundo Boin et al. (2021, p. 66) a pandemia evidenciou a necessidade de uma abordagem mais ágil e integrada na comunicação de crise: “Public communication is pivotal when societies face a disruptive, disturbing and threatening event.” No caso da UE, a diversidade de sistemas de saúde nacionais e a ausência de um mecanismo centralizado de resposta inicial dificultaram a transmissão de uma mensagem unificada. Martin Wolf (2023, p. 120) alinha nesta ideia de que a “a pandemia da COVID-19 foi decisiva em muitas dimensões. Entre outras coisas, criou intensas divisões políticas sobre o distanciamento social, o recolher obrigatório, o uso de máscaras e a vacinação”. Boin et al. (2021, p. 67) também destacam as falhas de comunicação ao longo de todo o processo: “Some failed miserably or did not even try (it is hard to see the difference from afar). Some leaders shone and were also highly effective in suppressing the virus.”

Damos aqui o exemplo daquilo que muitos chamam de uma ‘coordenação demorada’. A Itália foi um dos primeiros países da União Europeia a ser gravemente afetado pela pandemia da COVID-19. Enfrentou um número alarmante de casos e uma pressão extrema sobre o sistema de saúde. No início da crise, a gravidade da situação não foi imediatamente reconhecida por alguns parceiros europeus e pela UE, levando a uma resposta inicial hesitante e demorada. Com o tempo, e após críticas à sua resposta inicial, a UE mobilizou esforços para apoiar o país, tentando recuperar a narrativa de solidariedade e cooperação europeia (Giammarioli, et al., 2020). Retomando a ‘infodemia’, agora com foco nos seus efeitos na gestão da crise: Emma Briant (artigo publicado no site *Brookings*²², 2020) sublinha a urgência de uma resposta institucional robusta à desinformação digital e mostra como estas práticas minaram a confiança pública durante a pandemia. No contexto da diplomacia pública, a pandemia reforçou o recurso a narrativas estratégicas. A UE procurou projetar unidade e solidariedade. Na prática, decisões unilaterais, como restrições à exportação de vacinas e controlos fronteiriços descoordenados, fragilizaram a coerência da mensagem. Exemplo disso foi a decisão da Alemanha, em março de 2020, de restringir unilateralmente a exportação de equipamentos médicos essenciais, como

²² Artigo de Emma L. Briant “We need tougher action against disinformation and propaganda”.

Ver mais em: <https://bit.ly/4l5p2uT>

máscaras e ventiladores, dificultando a resposta coordenada da UE (Politico, 2020). Da mesma forma, em janeiro de 2021, a Itália bloqueou a exportação de vacinas da *AstraZeneca* para a Austrália, alegando a necessidade de priorizar o fornecimento interno (TSF, 2021). Países como a Hungria e a Polónia adotaram medidas fronteiriças descoordenadas, impondo restrições que afetaram a livre circulação dentro do espaço *Schengen* e causaram disrupções no transporte de mercadorias e suprimentos médicos entre Estados-Membros (Europeu T. d., 2022). Perante este quadro de fragmentação, a resposta comunicacional da UE à COVID-19 pode ser entendida em três dimensões interligadas: (i) coordenação institucional entre Comissão Europeia, Conselho Europeu, Parlamento Europeu e governos nacionais; (ii) combate à desinformação, envolvendo plataformas digitais e campanhas de verificação de factos para conter a ‘infodemia’; e (iii) comunicação com os cidadãos, através de iniciativas de diplomacia pública orientadas para reforçar a confiança nas instituições e incentivar o cumprimento das medidas de saúde pública.

A pandemia expôs limitações estruturais e evidenciou a importância da comunicação institucional para sustentar a confiança pública e apoiar a diplomacia pública. A UE procurou adaptar-se rapidamente, articulando transparência, coordenação e inovação digital para preservar a sua credibilidade junto de cidadãos e parceiros.

3.1. Importância da comunicação e da diplomacia pública na crise sanitária

A comunicação tornou-se um dos eixos centrais da resposta europeia à crise sanitária da COVID-19. Para compreender como estas dinâmicas comunicacionais se materializaram na prática, apresentamos uma análise empírica baseada em questionários aplicados a três grupos diretamente envolvidos na comunicação institucional da UE durante a pandemia: porta-vozes, especialistas de comunicação e jornalistas. Para esta análise, foram desenvolvidos seis questionários distintos, dirigidos a públicos específicos: especialistas de comunicação dos Estados-Membros (25 inquiridos), porta-vozes das Representações Permanentes junto da UE (45 inquiridos, entre COREPER I e COREPER II), Parlamento Europeu (dois inquiridos), Comissão Europeia (40 inquiridos), jornalistas/correspondentes portugueses em Bruxelas (dez inquiridos) e jornalistas estrangeiros igualmente baseados na capital europeia (11 inquiridos). No total, foram enviados 133 questionários, dos quais se obtiveram aproximadamente 40 respostas. Os resultados dos inquéritos permitem traçar um panorama multifacetado da comunicação da UE durante e após a pandemia. A transição para o digital implicou tanto desafios como oportunidades, refletindo-se num aumento da utilização das redes sociais e das plataformas de videoconferência, mas também em mudanças na forma de interação com os

públicos. A figura 1 apresenta a distribuição das respostas por categoria profissional dos inquiridos.

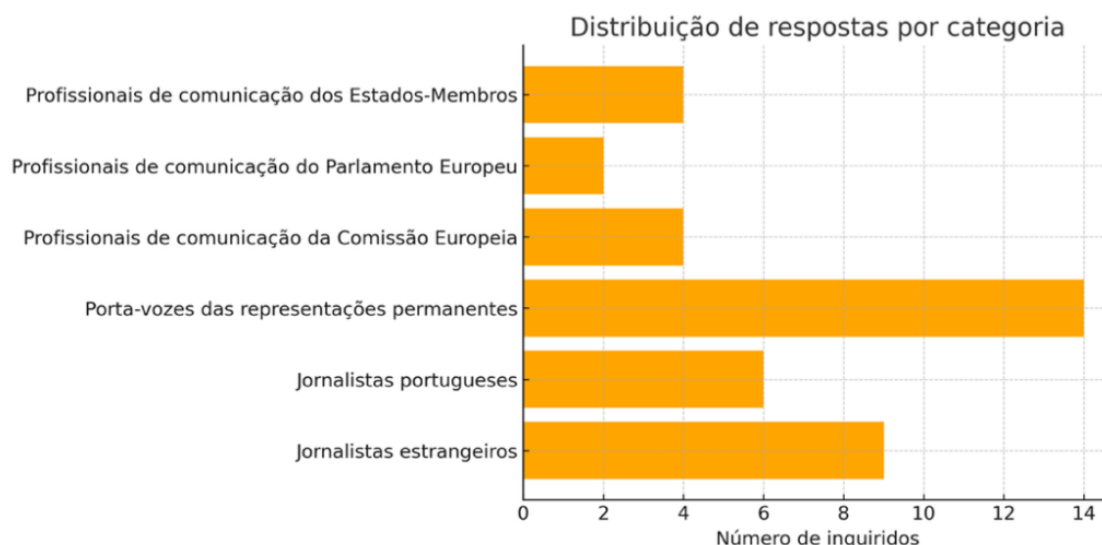


Figura 1- *Número de respostas por categoria profissional*

Fonte: dados recolhidos através de inquérito qualitativo conduzido pela autora (2025)

Passemos à análise destes dados. A maioria das respostas provém dos porta-vozes das Representações Permanentes dos Estados-Membros (14), seguindo-se os jornalistas estrangeiros em Bruxelas (9) e os correspondentes portugueses (6). Os profissionais de comunicação da Comissão Europeia e dos Estados-Membros registam participações mais reduzidas (4 cada) e o Parlamento Europeu contabiliza 2 respostas. Esta distribuição evidencia diferentes perspetivas sobre a comunicação da UE durante a pandemia, permitindo identificar padrões distintos entre jornalistas, porta-vozes e comunicadores institucionais.

Para aprofundar a análise, importa agora compreender como estes diferentes grupos avaliaram as mudanças na comunicação institucional da União Europeia ao longo da pandemia e no período que se lhe seguiu. A Figura 2 apresenta uma visão comparativa dessas perceções, evidenciando os principais desafios e evoluções identificadas pelos inquiridos.

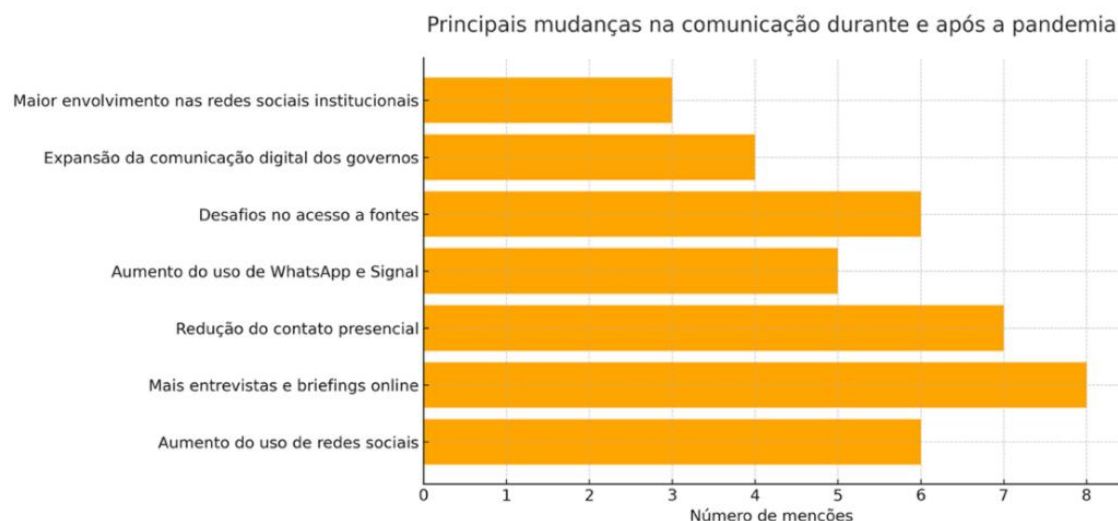


Figura 2- Principais mudanças na comunicação durante e após a pandemia

Fonte: dados recolhidos através de inquérito qualitativo conduzido pela autora (2025)

Numa primeira análise, verificamos um aumento do uso de redes sociais. Muitos dos inquiridos referiram o *Twitter*, *Instagram* e *WhatsApp* como ferramentas-chave para manter a comunicação fluida. Segundo Pascal Hansens (comunicação pessoal, 2025), jornalista do *Investigate Europe*, uma “generalização da comunicação direta via *WhatsApp* iniciou-se nessa altura” (original: “*General communication directly on whatsapp started during that period*”), o que modificou a relação entre as fontes e os jornalistas. Em segundo, o aumento substancial de entrevistas e *briefings* online. A virtualização dos eventos trouxe vantagens, como a flexibilidade e maior alcance, mas também desafios. Susanne Korber, ex-porta-voz da Representação Permanente da Alemanha junto da UE (comunicação pessoal, 2025), afirmou que as conferências de imprensa passaram a ser híbridas, combinando o digital com o presencial (ou seja, um número reduzido de jornalistas permanecia nas salas de imprensa e um número mais alargado marcava presença online). Um facto que nos leva a uma terceira análise que é, inevitavelmente, a redução do contacto presencial. Muitos jornalistas sentiram a dificuldade em estabelecer relações de confiança sem reuniões presenciais. Damien Genicot, jornalista do jornal francês *Contexte* (comunicação pessoal, 2025), apontou que “para os jornalistas, é essencial construir uma relação de confiança com as fontes, o que se torna muito mais difícil quando não podemos ter encontros físicos” (original: “*for journalists it is essential to build a relation of trust with your sources, which is way more difficult when you can't meet physically*”).

Para além da utilização individual, os grupos de *WhatsApp* e *Signal* criados pelas instituições europeias instituíram-se como novos canais informais de comunicação. Reforçaram

a proximidade e a agilidade no contacto entre fontes e jornalistas. Como sublinha Sophie Dupuy, do jornal *Contexte* (comunicação pessoal, 2025): “Senti que o uso de grupos de *WhatsApp* criados pelos porta-vozes da Comissão e Representações Permanentes expandiu-se durante e após a COVID. É muito útil, mas não substitui o contacto direto” (original: “*I have the feeling that the use of WhatsApp groups created by the Commission spokespersons, or by some Perm Reps expanded during and after Covid. I find it useful, but it does not replace a direct contact*”).

A figura 3 apresenta-nos os desafios enfrentados na comunicação institucional da UE e no jornalismo europeu durante e após a pandemia. Passemos à análise destes dados.



Figura 3- Principais desafios na comunicação durante e após a pandemia

Fonte: dados recolhidos através de inquérito qualitativo conduzido pela autora (2025)

Construção de confiança. A redução de interações presenciais fragilizou a relação entre jornalistas e fontes institucionais. Elodie Lamer, jornalista do *Le Soir* (comunicação pessoal, 2025), sublinhou que a mudança de canal “resultou em menor acesso às fontes e numa construção de confiança mais difícil” (original: “*this change of communication channel resulted in reduced access to sources and much needed trust building*”).

Reuniões virtuais. O teletrabalho generalizado levou a uma inflação de reuniões online. Pascal Hansens, do *Investigate Europe* (comunicação pessoal, 2025), descreveu o período como “um pesadelo”, com dezenas de reuniões semanais sem restrições logísticas (original: “*the inflation of formal and informal online meetings/conferences. Without any physical constraints (room booking, transport time, etc., we were having dozens of meetings per week, sometimes from an hour to another. Nightmarish*”).

Desinformação. O aumento das *fake news* exigiu novas estratégias. Mathieu Bion, jornalista do *Agence Europe* (comunicação pessoal, 2025), destacou que “falar com especialistas em saúde foi a melhor forma de combater a ignorância e a desinformação” (original: “*talking to health experts during the pandemic was the best way to combat ignorance and disinformation*”).

Acesso limitado a fontes. Vários jornalistas referiram dificuldades em obter informações detalhadas. Sophie Petitjean, jornalista da *Agence Europe* (comunicação pessoal, 2025), observou que as conferências de imprensa online permitiram às instituições “enquadrar melhor a sua comunicação” (original: “*despite their attempt to continue press conference online, it allows EU institutions to frame their communication*”).

Falta de transparência. Susana Frexes, correspondente em Bruxelas da *SIC* e do jornal *Expresso* (comunicação pessoal, 2025), apontou ainda a insuficiência de *briefings* e entrevistas presenciais, observando que muitas práticas adotadas durante a COVID-19 perduraram. Para esta jornalista, melhorar a qualidade da comunicação exige “mais entrevistas e conferências de imprensa com a presença dos presidentes das instituições e comissários, e não apenas comunicação via redes sociais”.

Sobrecarga de informações. O volume de e-mails, mensagens e reuniões tornou a comunicação mais dispersa e fragmentada. Aparentemente esta prática acabou por se arrastar para o pós-pandemia. Pascal Hansens, do *Investigate Europe* (comunicação pessoal, 2025), conta que atualmente recebe milhares de e-mails: “na semana passada recebi cerca de 4.000 e-mails na minha conta principal e li menos de 5%”, apontando, assim, para a dificuldade de filtrar e priorizar informações essenciais (original: “*last week, I received around 4,000 emails on my main account. I read less than 5%*”).

Estratégia digital. A fragmentação informativa reforça a necessidade de uma estratégia digital unificada. João Francisco Guerreiro, jornalista da *TSF* (comunicação pessoal, 2025), salientou a urgência de “reforçar a presença em meios de comunicação credíveis. A presença de informações oficiais em órgãos de referência ajudará a separar o que é desinformação (nas redes sociais) da informação intermediada pelo jornalismo”.

É, pois, necessário olhar para a figura 4 que nos traz as principais sugestões dos inquiridos para aprimorar a comunicação da União Europeia.



Figura 4- Sugestões para melhorar a comunicação na UE

Fonte: dados recolhidos através de inquérito qualitativo conduzido pela autora (2025)

Transparência e acesso à informação. Vários jornalistas apontaram a necessidade de maior abertura institucional, com acesso facilitado a fontes, decisões e documentos técnicos. Rita Siza, corresponde em Bruxelas do jornal *Público* (comunicação pessoal, 2025), reforçou que “é necessária maior transparência e facilidade de acesso a documentos técnicos, além de mais abertura ao escrutínio jornalístico”.

Interação direta e contacto presencial. Destacou-se a importância de mais *briefings* e entrevistas presenciais, bem como de maior interação com jornalistas acreditados em Bruxelas. Andrea Neves, correspondente da *Antena 1* em Bruxelas (comunicação pessoal, 2025), lembrou que “as redes sociais não podem nem devem substituir os jornalistas, os comunicados oficiais e outras formas de contacto direto”.

Uso estratégico das redes sociais. Fabio Napoli, jornalista da *Europe News Agency* (comunicação pessoal, 2025), defende uma comunicação digital mais direcionada, sublinhando que “explicar o que acontece a portas fechadas é essencial, mesmo em *off the record*” (original: “*explaining what happens behind closed door is essential, even off the record*”).

Apoio ao jornalismo. Pedro Moreira, ex-correspondente da TVI/CNN em Bruxelas e atual porta-voz da REPER Portugal (comunicação pessoal, 2025), destacou a necessidade de “apoio/financiamento público ao jornalismo, além de mensagens mais políticas e ambiciosas para os cidadãos”.

Plano unificado de comunicação de crise. Niels Timmermans, porta-voz da REPER Bélgica (comunicação pessoal, 2025), sugeriu “uma estratégia fixa de comunicação de crise” comum,

evitando mensagens contraditórias (original: “*a fixed EU crisis communication strategy should be common practice, rather than inventing everything on the spot itself*”).

As sugestões dos inquiridos convergem em quatro eixos: mais transparência, interação direta com jornalistas, planeamento estratégico e uso criterioso das redes sociais. Apontam também para um equilíbrio entre formatos digitais e presenciais, de modo a garantir uma comunicação eficaz, acessível e de confiança. É, pois, verdade que a “Covid-19 acelerou muito o uso das tecnologias que facilitam o trabalho remoto...” (Wolf, 2023, p. 129). Os inquiridos apontam para a necessidade de uma diplomacia pública mais ativa e acessível. A transição acelerada para o digital manteve o fluxo informativo, mas expôs fragilidades na condução da comunicação pública e na coordenação. Vários jornalistas referiram respostas insuficientes por parte das instituições: por vezes, limitaram-se a um “sem comentários” (original: “*no comments*”), o que “pode gerar desconfiança” (original: “*It could create ‘défiance’*”), como notaram Elodie Lamer e Sophie Petitjean (comunicação pessoal, 2025). Em paralelo, a desinformação intensificou-se, pressionando a credibilidade institucional; para Lamer, “algumas medidas tomadas pareciam mais políticas do que baseadas na ciência” (original: “*some measures taken appeared political and not science-based*”).

A pandemia expôs desafios comunicacionais na UE e reabriu o debate sobre o papel estratégico da comunicação de crise e da diplomacia pública. A literatura fornece a base para a sua avaliação: Zahariadis et al. (2022, p. 232) mostram que, em crise, a adesão pública depende de mensagens claras, coordenadas e baseadas em evidência científica. No caso da UE, isso exigiu forte coordenação entre Estados-Membros e instituições, como analisam Boin et al. (2021, p. 182) no quadro da governação de crises. A literatura converge em três pilares para a comunicação de crise: processos claros e transparentes, ritmo e adaptação e gestão do ambiente digital. Coombs (2014, pp. 161–162) sublinha transparência, rapidez e ajustamento às dinâmicas sociais e mediáticas; Manor (2019, p. 104) destaca a transformação digital, que exige combinar proximidade online com credibilidade informativa; e Bennett & Livingston (2020, pp. 28–29) mostram que crises potenciam *fake news*, impondo verificação de factos e respostas contra a desinformação. No caso da UE, estes vetores traduziram-se no recurso coordenado a múltiplas plataformas para manter fluxo informativo e interação com jornalistas, porta-vozes e cidadãos. A UE tentou responder a esse desafio com iniciativas como o *EUvsDisinfo*²³, mas os dados dos questionários realizados sugerem que muitos jornalistas ainda enfrentaram

²³ EUvsDisinfo: é um projeto criado em 2015 pela equipa de comunicação (STRAT COM) do Serviço Europeu de Ação Externa. Ver mais em: <https://euvsdisinfo.eu/>

dificuldades, sejam eles no acesso a fontes oficiais ou na obtenção de informações detalhadas. Os resultados do inquérito indicam que a comunicação institucional da UE precisa tornar-se mais narrativa e menos burocrática, uma tendência também identificada por Chadwick (2017, p. 81), na análise da comunicação digital. O autor argumenta que a informação política deve adaptar-se a formatos mais acessíveis e visuais, de modo a aumentar o envolvimento do público e tornar os processos decisórios mais compreensíveis. Desta forma, os desafios e recomendações levantados pelos inquiridos estão alinhados com a literatura sobre comunicação de crise e diplomacia pública. Estudos como os de Zahariadis et al. (2022), Coombs (2014) e Bennett & Livingston (2020) reforçam que a comunicação eficaz depende da coesão das mensagens, transparência e capacidade de adaptação às novas dinâmicas digitais. A pandemia revelou a necessidade de estratégias comunicacionais mais flexíveis e estruturadas, que integrem o uso eficaz de canais digitais com a manutenção da confiança pública, reforçando a capacidade de resposta em contextos de crise. Estas constatações empíricas confirmam que, para além de reformas estruturais, a diplomacia pública da União Europeia exige uma transformação comunicacional mais próxima, transparente e digitalmente competente. Aspetos que serão aprofundados no ponto seguinte.

3.2. O poder da comunicação da UE - que futuro?

A crise da pandemia da COVID-19 funcionou como um verdadeiro laboratório de *stress* para a comunicação da UE, pondo em evidência práticas eficazes, mas também fragilidades estruturais que persistem no seio das instituições.

Os questionários indicam avanços na comunicação da UE durante a pandemia, mas também fraquezas que limitaram a sua eficácia. As prioridades de melhoria são três: coordenação entre instituições e Estados-Membros, combate estruturado à desinformação e adaptação de mensagens a públicos específicos. Consolidou-se, durante esta crise, um modelo híbrido: a ampliação das redes sociais e a manutenção de sessões de informação digitais foram bem recebidas; porém, a mediação tecnológica excessiva e a perda de contacto direto levantaram dúvidas sobre consistência, verificação e proximidade. Como referido, *WhatsApp*, *Signal* e outras redes ganharam centralidade. No entanto, a multiplicação de plataformas reduziu a clareza e intensificou o ruído. Mathieu Bion, da *Agence Europe* (comunicação pessoal, 2025), observou que “as novas ferramentas, como as redes sociais, ajudam a manter contactos com diplomatas e fontes; porém, o elevado número de canais pode tornar-se uma desvantagem.”

Na sua formulação original, Bion acrescentou:

It is true that new communication tools, like social media, help keep contact with diplomats and sources. There are now so many of them that there is a risk that the high number of channels available could become a disadvantage at the end. (comunicação pessoal, 2025)

Esta constatação é ilustrada na Figura 5, que confirma a necessidade de equilibrar a comunicação digital com os formatos tradicionais de diplomacia pública.

Preferência sobre o equilíbrio entre comunicação digital e presencial

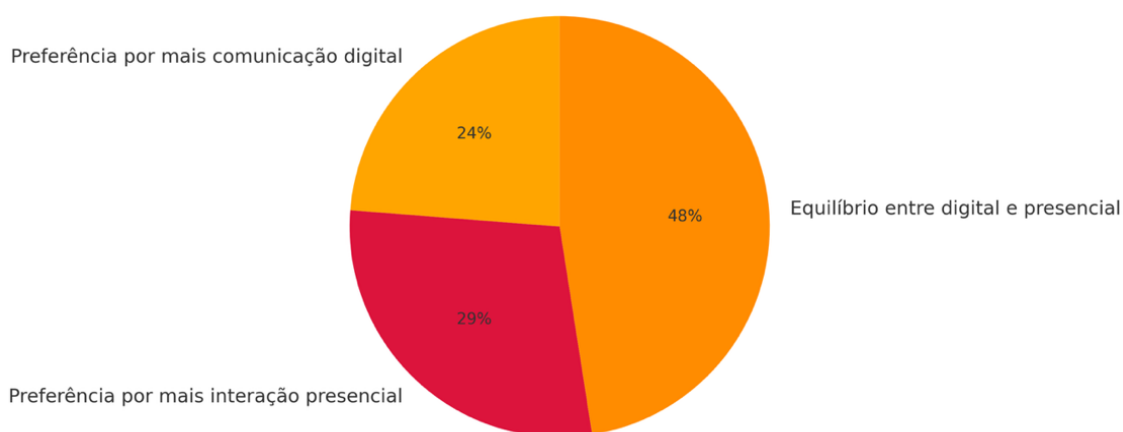


Figura 5- *Preferência sobre o equilíbrio entre comunicação digital e presencial*

Fonte: dados recolhidos através de inquérito qualitativo conduzido pela autora (2025)

Importa notar que os desafios do digital foram além do acesso a fontes, da sobrecarga informativa e da dependência de formatos exclusivamente online. Mathieu Bion, da *Agence Europe* (comunicação pessoal, 2025), assinalou que a flexibilidade laboral durante a pandemia trouxe dificuldades de conciliação entre vida pessoal e profissional; a multiplicação de *briefings* online dificultou não só a gestão da comunicação, mas também a organização do dia a dia.

Os questionários indicam que a diplomacia pública da UE na era digital deve evoluir para ser mais prática, acessível, transparente e, sobretudo, mais envolvente. A Figura 6 ilustra esta perceção.

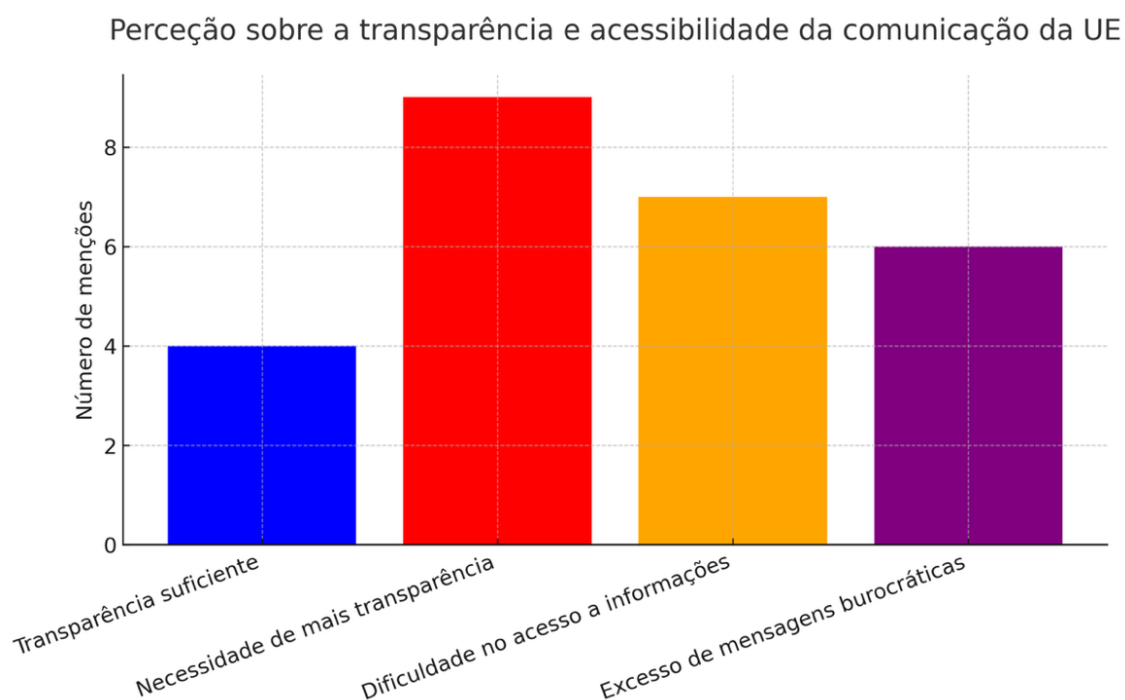


Figura 6- Percepção sobre a transparência e acessibilidade da comunicação da UE

Fonte: dados recolhidos através de inquérito qualitativo conduzido pela autora (2025)

Alguns inquiridos sublinharam a necessidade de maior contacto direto entre as instituições da UE e os jornalistas, lembrando que a diplomacia pública não pode depender exclusivamente do digital. O contacto humano continua a ser decisivo para reforçar a credibilidade e o impacto das mensagens. Defendeu-se, igualmente, uma diplomacia pública mais narrativa e menos burocrática, que permita ao público compreender melhor os processos de decisão. Nesse sentido, Niels Timmermans, porta-voz da REPER da Bélgica (comunicação pessoal, 2025), sugeriu a criação de argumentários comuns para os Estados-Membros, de modo a reduzir a carga de trabalho, já que muitas vezes tinham de responder às mesmas questões (original: *“it would be useful if there would have been suggestions for common LTTs for member states, which could lower the work for each member state, as they often had to reply to the same kind of questions”*). Também Carole Ensich, porta-voz da Representação Permanente do Luxemburgo junto da UE (comunicação pessoal, 2025), destacou a importância de transmitir mensagens mais claras e de reforçar as conferências de imprensa com fichas de informação escritas, para uma melhor compreensão (original: *“give even clearer messages. Underline messages given during press conferences with written factsheets, for a better understanding”*). Estas propostas apontam para a necessidade de um discurso europeu mais unificado, claro e estratégico. Lorenzo Redolfi Tezzat, porta-voz da Representação Permanente da Itália junto da UE (comunicação pessoal, 2025), também alertou para os desafios da

comunicação europeia no ambiente digital, afirmando que “as redes sociais privilegiam atualmente o vídeo e as imagens, que não são adequados para comunicar políticas e decisões complexas.” (original: “*moreover, social media now favors video/pictures, which are ill suited for communicating complex policies and political decisions*”). Este comentário reflete a necessidade de adaptar a comunicação institucional ao novo ecossistema digital, sem perder a profundidade e a credibilidade da informação.

A necessidade de uma diplomacia pública menos burocrática é, particularmente, evidente nas sugestões de maior transparência, estratégias narrativas e adaptação da comunicação a formatos mais acessíveis ao público. Os inquiridos confirmam que a UE precisa explicar melhor os processos de decisão, tornar a linguagem mais acessível e evitar a excessiva formalidade. De acordo com Lilleker (2021, pp. 107–108), a pandemia expôs a fragilidade dos modelos tradicionais de comunicação pública, forçando governos e organizações internacionais a adotar estratégias mais dinâmicas, interativas e orientadas para a transparência. O estudo de Arjen Boin e Mark Rhinard (2023, pp. 661–662), sobre o desempenho da gestão de crises da UE durante a COVID-19, reforça que a coerência e a credibilidade das mensagens institucionais são essenciais para evitar desinformação e resistência do público. Outro ponto crítico também analisado por Lilleker (2021, pp. 2–3) é a confirmação do impacto da hiperconectividade e da sobrecarga informativa durante a pandemia. A exigência de atualizações constantes teve um efeito paradoxal: em vez de reforçar a transparência, gerou confusão e dispersão informativa. Van Dijck et al. (2018, pp. 23–24) observam que a transição para um modelo híbrido de comunicação institucional, requer adaptação da linguagem, dos formatos e dos canais ao novo ecossistema mediático. A pandemia destacou, assim, a necessidade da importância de uma comunicação narrativa, em vez de puramente informativa. Como argumenta Castells (2009, p. 224) as sociedades modernas são fortemente influenciadas por narrativas mediáticas e *frames* políticos, tornando essencial que as instituições não apenas transmitam factos, mas construam discursos estruturados que conectem as políticas públicas às preocupações dos cidadãos. A pandemia demonstrou que o poder da comunicação não está apenas na transmissão de mensagens, mas na sua capacidade de influenciar comportamentos, gerar confiança e fortalecer a legitimidade das instituições. Este novo paradigma exige, no futuro, instituições mais ágeis, narrativas mais conectadas com os cidadãos e estratégias que combinem o melhor da proximidade presencial com o alcance digital. Só assim a comunicação da UE poderá reforçar a sua legitimidade e confiança pública em tempos de crise e de transformação.

4. Estudos de caso: comunicação institucional da UE na crise da COVID-19

Esta secção apresenta uma abordagem empírica que cruza as percepções dos principais intervenientes com os enquadramentos teóricos discutidos anteriormente. O período em análise testou a capacidade técnica e política das instituições e exigiu novas formas de diplomacia pública: mais reativas e adaptadas ao sistema mediático híbrido (Snow, 2020, pp. 5–10).

Neste contexto, a comunicação deixa de ser apenas informativa e torna-se um mecanismo de gestão de legitimidade, confiança e proximidade, crucial para enfrentar a ‘infodemia’ e articular respostas institucionais. Neste contexto, a diplomacia pública ganhou uma visibilidade acrescida, ao colocar os porta-vozes institucionais na linha da frente da mediação entre Bruxelas e as capitais nacionais, entre instituições e cidadãos, entre factos e desinformação. Com base nos dados recolhidos, esta secção analisa três dimensões centrais da comunicação da UE durante a crise sanitária: a percepção mediática, a presença digital e a atuação dos porta-vozes. Estes estudos de caso não pretendem esgotar a complexidade do fenómeno, mas antes ilustrar práticas concretas, padrões de atuação e dinâmicas interinstitucionais vividas no terreno. São também uma oportunidade para articular teoria e prática, evidenciando como os conceitos de diplomacia pública, *soft power*, esfera pública europeia e o tal sistema híbrido dos meios de comunicação social se materializam no quotidiano da informação institucional. Este esforço analítico procura, assim, mapear não apenas os desafios, mas também os espaços de inovação e adaptação que emergiram no seio das instituições europeias. Em particular, interessa compreender como os porta-vozes, enquanto agentes diplomáticos e de comunicação, assumiram um papel decisivo na construção de mensagens credíveis, na resposta a contextos de incerteza e na defesa da integridade informativa da União.

4.1. Comunicação institucional da UE e a percepção na comunicação social

Evidencia-se que, no contexto da COVID-19, foi necessário conciliar a linguagem técnica e a diversidade de públicos. Nas respostas dos jornalistas correspondentes em Bruxelas sobressai um dilema recorrente: o desfasamento entre o discurso institucional e a lógica mediática. Pedro Moreira, na época correspondente da *TVI/CNN* em Bruxelas (comunicação pessoal, 2025), referiu que “o tom comunicacional nem sempre foi ajustado ao momento político e social” e lamentou que “faltasse clareza nas mensagens dirigidas aos cidadãos”. Moreira critica também a “explosão de teorias de conspiração e a aceleração da velocidade comunicacional” nas redes

sociais. João Francisco Guerreiro, jornalista da *TSF* (comunicação pessoal, 2025), acrescentou que “a comunicação através das redes sociais introduziu novos desafios em matéria de verificação de factos”. Deixou a sugestão da necessidade de um “acesso mais direto aos agentes políticos e mais informação *off the record* em tempo real”. Andrea Neves, *Antena 1/RDP* (comunicação pessoal, 2025), salientou a “falta de interação com os jornalistas” e recomendou “menos comunicados oficiais através das redes sociais e mais contacto específico com jornalistas de cada Estado-Membro”.

Estas perceções encontram eco nos relatórios oficiais da Comissão Europeia. O “Relatório Geral sobre a Atividade da UE em 2020” destaca que a pandemia levou à adoção urgente de medidas comunicacionais, mas reconhece que a fragmentação do espaço mediático e a desinformação foram desafios significativos (Comissão Europeia, 2021, p. 30). O relatório de 2020 acrescenta que, embora a Comissão tenha lançado iniciativas como o “Plano de Ação para a Democracia” e promovido medidas para proteger jornalistas, a sobrecarga de informação e a falta de proximidade continuaram a dificultar a eficácia comunicacional (Comissão Europeia, 2021, p. 62)

Nancy Snow (2020, pp. 8–10) argumenta que a diplomacia pública eficaz exige mais do que a emissão de mensagens: implica um esforço dialógico, onde a escuta ativa e a adaptação às rotinas mediáticas são essenciais. Esta crítica teórica é confirmada pela prática comunicacional observada durante a pandemia. Pascal Hansens, jornalista do *Investigate Europe* (comunicação pessoal, 2025), destacou que os profissionais da imprensa se sentiram “sobrecarregados pela abundância de informação” proveniente das instituições europeias, o que dificultava a triagem e a contextualização das mensagens relevantes. Sublinhou ainda, a necessidade de “regressar aos fundamentos da comunicação eficaz”, apelando a uma maior personalização do contacto com os jornalistas.

Na sua formulação original, Hansens declarou:

I would say that the most important thing at a time of exponential diversification of channels is to go back to the fundamentals in order to communicate effectively. I would recommend going out and meeting journalists, getting to know them personally, following up with them personally, calling them, etc. (...) Among colleagues, we are so overwhelmed by the overabundance of information that we call each other whenever necessary. (comunicação pessoal, 2025)

Esta observação aponta para uma comunicação institucional excessivamente centrada na emissão unidirecional de conteúdos, pouco adaptada às exigências do ecossistema mediático contemporâneo. Uma constatação particularmente visível para os jornalistas recém-chegados a

Bruxelas durante o período pandémico. Sophie Dupuy, do *Contexte* (comunicação pessoal, 2025), relatou as dificuldades em estabelecer fontes e construir rotinas jornalísticas num contexto de distanciamento: “*I arrived in Brussels during the pandemic, so I had to build a work routine under the conditions of Covid. For instance, I had to make new sources without meeting them.*” A diversidade de perceções recolhidas nos questionários permitiu identificar padrões comuns entre jornalistas portugueses e jornalistas estrangeiros. A Tabela 1, apresentada abaixo, sistematiza essas opiniões, agrupando-as por tema e perfil dos inquiridos. O quadro evidencia as convergências significativas nas críticas à clareza das mensagens, ao uso das redes sociais e ao acesso direto às fontes.

Tabela 1- *Análise da comunicação digital da UE e o impacto nas redes sociais*

Tema	Jornalistas portugueses	Jornalistas estrangeiros
Clareza das mensagens	Demasiado técnico e pouco claro (Pedro Moreira, TV/CNN)	Falta de clareza e adaptação ao momento (Pascal Hansens, Investigate Europe)
Acesso a fontes	Necessidade de mais off the record e contacto direto (João Francisco Guerreiro, TSF)	Difícil estabelecer fontes; porta-vozes essenciais (Sophie Dupuy, Context)
Uso das redes sociais	Excesso de comunicados; falta de formatos adaptados (Andrea Neves, Antena 1/RTP)	Sobrecarga informativa; falta de triagem (Pascal Hansens)
Propostas de melhoria	Mais contacto específico com jornalistas nacionais	Maior personalização e acompanhamento individual

Fonte: dados recolhidos através de inquérito qualitativo conduzido pela autora (2025).

Neste cenário, os porta-vozes das Representações Permanentes, muitas vezes a comunicar em *background* e/ou em *off record*, tornaram-se pontos de contacto centrais, mais acessíveis e claros. Compensaram, em parte, a ausência de interações informais e a distância imposta pelas restrições sanitárias. A mediação foi decisiva para decifrar o jargão institucional e traduzir politicamente as mensagens da UE para as redações nacionais. Este padrão refletiu-se nos comunicados de imprensa, que passaram a usar linguagem mais concisa, direta e clara. A maior legibilidade das mensagens aumentou a confiança da comunicação social e reforçou a capacidade de contrariar a desinformação. Em coerência, e a título de exemplo, a nota de imprensa “*Coronavirus: EU strengthens action to tackle disinformation*” (Borrell, 2020) reforça esta constatação, sublinhando o papel da diplomacia pública no combate à

desinformação. O Serviço Europeu para a Ação Externa (SEAE) reforçou, assim, os esforços de comunicação estratégica, nomeadamente nos países vizinhos da UE.

Josep Borrell declarou numa nota de imprensa:

Disinformation in times of the coronavirus can kill. We have a duty to protect our citizens by making them aware of false information and expose the actors responsible for engaging in such practices. In today's technology-driven world, where warriors wield keyboards rather than swords and targeted influence operations and disinformation campaigns are a recognised weapon of state and non-state actors, the European Union is increasing its activities and capacities in this fight. (European Commission, 2020)

Os jornalistas inquiridos identificaram também falhas no formato das comunicações. Andrea Neves, jornalista da *Antena 1/RDP* (comunicação pessoal, 2025), criticou o “excesso de comunicados oficiais através das redes sociais”. Sublinhou também a “falta de formatos adaptados às rádios e aos meios digitais”, evidenciando a dissonância entre os formatos institucionais e as rotinas atuais das redações. Esta dissonância entre a produção institucional e as necessidades das redações contemporâneas inscreve-se naquilo que Chadwick (2017, p. 18) descreve como um processo de transformação estrutural nos ambientes de comunicação política das democracias ocidentais. A rápida disseminação das tecnologias digitais alterou profundamente as interações entre atores políticos, comunicação social e públicos. Nestes sistemas, as instituições enfrentam a necessidade constante de repensar as suas estratégias comunicacionais, de modo a responder à complexidade e à fluidez de ambientes digitais e tradicionais que coexistem e se influenciam mutuamente (Chadwick, 2017, p. 19). A análise da comunicação institucional da UE durante a pandemia, do ponto de vista jornalístico, revela práticas, muitas vezes, desconectadas das exigências do escrutínio público em tempo real. As sugestões recolhidas nos questionários apontam para a necessidade de uma comunicação mais empática, adaptada às especificidades dos contextos nacionais e centrada no cidadão. A diplomacia pública, para ser eficaz, exige proximidade, escuta e agilidade.

A perceção crítica da comunicação institucional da UE durante a pandemia é também visível na cobertura jornalística de várias conferências de imprensa realizadas pelas lideranças europeias. Um exemplo paradigmático foi a declaração conjunta de Ursula von der Leyen e Charles Michel, após a Cimeira do Conselho Europeu de 17 de março de 2020, (Michel & Von der Leyen, 2020). Os líderes europeus procuraram transmitir uma mensagem de coesão institucional perante a crise. A conferência foi amplamente mediatizada, mas a ausência de prazos concretos e a linguagem excessivamente genérica foram criticadas pelos jornalistas

como insuficientes para responder à urgência do momento (Boin & Rhinard, 2023, p. 661). De igual forma, a conferência de imprensa do encontro extraordinário do G20, de 26 de março de 2020 (Michel & Von der Leyen, 2020), na qual a Presidente da Comissão e o Presidente do Conselho Europeu participaram por videoconferência, marcou um ponto de viragem na comunicação institucional. Apesar da clareza das medidas anunciadas, vários correspondentes notaram o atraso na reação pública da Comissão, num momento em que os Estados-Membros já adotavam medidas unilaterais (Stockton, Schoen, & Margottini, 2020). Esta crítica está alinhada com observações presentes nos relatórios gerais da Comissão Europeia de 2020 e 2021 (Comissão Europeia, 2021, p. 30 e Comissão Europeia, 2022, p. 26). Também análises académicas, como o estudo *“Crisis management performance and the European Union: the case of COVID-19”* (Boin & Rhinard, 2023, pp. 661–668), referem atrasos na articulação de uma resposta comum e dificuldades na adaptação da linguagem institucional à urgência que se vivia. Outro momento ilustrativo inclui a intervenção da Comissária Stella Kyriakides sobre a aquisição de vacinas, nomeadamente a de 8 de janeiro de 2021 (Kyriakides, 2021). A apresentação técnica foi elogiada pela clareza visual, mas, segundo o estudo *“Covid-19 and public service media: Impact of the pandemic on public television in Europe”*, que analisa a resposta dos meios de comunicação públicos europeus à crise causada pela COVID-19, não conseguiu gerar empatia ou ligação emocional com os cidadãos (Túñez-López, Vaz-Álvarez, & Fieiras-Ceide, 2020, p. 10). Esta perceção reforça a necessidade de complementar a precisão técnica com estratégias comunicacionais empáticas, sobretudo em contextos de crise. Já Josep Borrell, na altura Alto Representante da União para os Negócios Estrangeiros, adotou um tom mais assertivo na conferência de imprensa de junho de 2020, ao alertar para os perigos da desinformação como “arma de guerra híbrida”, destacando o papel da diplomacia pública no combate às campanhas de manipulação (2020). Estes exemplos confirmam que, embora os canais institucionais tenham sido ativados com frequência, faltou adaptar e equilibrar a linguagem técnica e proximidade, assim como acompanhar as rotinas mediáticas. A *scoping review* conduzida por Nour e Kisa (2024, pp. 3–4) identificou seis estratégias principais na comunicação de crise, entre as quais se destacam o uso das redes sociais, a comunicação empática e o controlo narrativo estratégico. Também a combinação de empatia, clareza e envolvimento direto com os cidadãos foi considerada determinante para aumentar a confiança pública e promover o cumprimento das medidas de saúde pública (Nour & Kisa, 2024, pp. 3–4). Segundo os autores, “líderes que demonstraram empatia e compreensão foram mais eficazes a nível emocional, fomentando solidariedade e confiança pública” (Nour & Kisa, 2024, p. 3). Esta constatação reforça a crítica feita por jornalistas inquiridos no estudo empírico desta

dissertação, que assinalaram uma comunicação europeia tecnicamente correta, mas frequentemente distante e impessoal. A experiência internacional mostra que a eficácia comunicacional não depende apenas da transmissão de informação exata, mas também da capacidade dos líderes e das instituições gerarem identificação, proximidade e escuta ativa (Nour & Kisa, 2024, p. 3).

A análise das transformações induzidas pela pandemia na comunicação institucional europeia não pode ignorar o papel desempenhado pelos órgãos de comunicação social, enquanto agentes de confiança e de coesão social. De acordo com Túñez-López et al. (2020, pp. 5–8), os órgãos de comunicação social de serviço público reforçaram o seu papel durante a crise, adaptando os conteúdos a uma lógica mais emocional, próxima e interativa, o que contribuiu para renovar o vínculo com as audiências. A incorporação do público no processo de criação de conteúdos, as campanhas motivacionais com forte carga simbólica e a utilização das plataformas digitais, como extensão da missão de informar e educar, demonstram que a pandemia foi, simultaneamente, uma crise e uma oportunidade para reinventar formatos e aproximar as instituições dos cidadãos. (Túñez-López, Vaz-Álvarez, & Fieiras-Ceide, 2020, p. 13).

Para além das perceções dos jornalistas e das análises institucionais, importa também considerar abordagens mais sistematizadas de avaliação do desempenho comunicacional em contextos de crise. Jong (2020, pp. 962–970) propõe um modelo de análise com 30 critérios distribuídos por cinco domínios: compreensão da crise, liderança pública, atuação dos especialistas de saúde, interação com *stakeholders* e instruções ao público. Este quadro oferece uma grelha robusta para avaliar não só a qualidade da emissão comunicacional, mas também a capacidade de adaptação às exigências contextuais de uma pandemia. No plano da liderança pública, sublinha-se a necessidade de combinar clareza factual com cuidado emocional (Jong, 2020, p. 962). Aspeto frequentemente negligenciado nas comunicações europeias, como apontam vários inquiridos. Quanto à interação com os órgãos de comunicação social e restantes intervenientes, o modelo privilegia o alinhamento entre mensagens, canais e formatos efetivamente usados pelos públicos-alvo (Jong, 2020, p. 963). A compreensão da crise implica tornar explícitas as incertezas, partilhar o racional das decisões e atualizar cenários à medida que a evidência evolui. Condição para a confiança inicial. Já as instruções ao público devem ser simples, acionáveis e consistentes no tempo (o que fazer, porquê, como e quando), articulando autoridade política e validação técnica (Jong, 2020, pp. 965–966). Por fim, a atuação dos especialistas de saúde ganha eficácia quando integrada de forma visível e coordenada com os porta-vozes institucionais, evitando mensagens paralelas (Jong, 2020, pp.

967–970). Persistem fricções entre quem emite e quem recebe, entre coordenação central e proximidade, entre rigor técnico e empatia. À luz destas fricções, analisam-se as redes sociais não apenas como canais, mas como arenas de diplomacia pública digital.

4.2. Análise da comunicação digital da UE e o impacto nas redes sociais

Para compreender o impacto das redes sociais na comunicação institucional da UE, torna-se relevante sistematizar os testemunhos recolhidos junto dos profissionais que acompanharam diretamente este processo. A Tabela 2 resume as principais observações feitas por jornalistas e especialistas de comunicação sobre o uso das plataformas digitais durante a pandemia, revelando tanto boas práticas como limitações estruturais na gestão da presença digital institucional. A análise dos testemunhos recolhidos evidencia uma perceção clara: as redes sociais deixaram de ser canais complementares para se tornarem pilares centrais da comunicação institucional durante a pandemia. Esta centralidade foi reconhecida por quase todos os inquiridos, que destacaram o *Twitter*, o *Facebook* e o *Instagram* como plataformas privilegiadas para a disseminação de informação em tempo real.

Tabela 2- *Perceções sobre a comunicação digital da UE*

Nome do Inquirido (comunicação pessoal, 2025)	Principais Observações
Ana Ascensão (Direção-Geral da Proteção Civil da Comissão Europeia)	Uso regular de vídeos pela Presidente von der Leyen para comunicar diretamente com os cidadãos.
Quentin Cortes (Serviço do Porta-Voz Principal da Comissão Europeia)	Durante a pandemia, a narrativa principal era: 'seguimos a ciência'; pós-pandemia, voltaram à mensagem política.
Pedro Moreira (TVI/CNN)	Consagração da comunicação via redes sociais sem mediação jornalística; aceleração da desinformação.
João Francisco Guerreiro (TSF)	Redes sociais introduziram novos desafios em matéria de verificação de factos.
Andrea Neves (Antena 1/RTP)	Criticou o excesso de comunicados oficiais nas redes sociais; apelou a formatos adaptados às rádios.
Mathieu Bion (Agence Europe)	Pandemia exigiu mais horas de trabalho; maior envolvimento nas redes sociais para alcançar leitores.
Pascal Hansens (Investigate Europe)	Explosão do teletrabalho e da comunicação via <i>WhatsApp</i> ; excesso de informação dificultou filtragem.

Fonte: dados recolhidos através de inquérito qualitativo conduzido pela autora (2025).

A aceleração da comunicação digital na UE trouxe à superfície várias lacunas na articulação entre os comunicadores das instituições e dos Estados-Membros, que foram confirmadas por vários profissionais envolvidos. Katarzyna Szaran, especialista em comunicação do Ministério dos Negócios Estrangeiros da Polónia (comunicação pessoal, 2025), sublinha a importância de “mais cooperação entre os Estados-Membros” (original: “*more cooperation between EM’s*”), enquanto Liisa Toots, da Estónia (comunicação pessoal, 2025), reforça que “deveria haver mais reuniões ou coordenação entre os comunicadores da UE” (original: “*there should be more meetings or coordination between EU communicators*”). Esta crítica ecoa outras observações sobre a fragmentação da presença digital da UE, comprometendo uma resposta unificada e coerente. Ao nível das plataformas utilizadas, Sofia Christaki, do Ministério dos Negócios Estrangeiros da Grécia (comunicação pessoal, 2025), defende a diversificação da atividade nas redes sociais, salientando a importância de adaptar os formatos às preferências de diferentes segmentos de público. Esta ideia é reforçada por Ana Ascensão, da Direção-Geral da Proteção Civil e das Operações de Ajuda Humanitária (comunicação pessoal, 2025), que destaca o uso eficaz de vídeos institucionais durante a pandemia, nomeadamente pela Presidente Ursula von der Leyen: “This has continued until now and evolved to other styles of videos as well, who are more appealing to a younger audience.”

Esta transição para formatos mais visuais e emocionalmente apelativos ilustra a tentativa de humanizar a comunicação institucional e atingir públicos mais jovens, uma tendência que deverá ser reforçada no futuro. Do ponto de vista estratégico, Quentin Cortes, do Serviço de Porta-Voz Principal da Comissão Europeia (comunicação pessoal, 2025), identifica uma mudança no enquadramento discursivo entre o período pandémico e o pós-pandemia: “In terms of spin - during the pandemic, the overarching, drilled narrative was 'we follow the science'. After the pandemic, we went back to more political messaging.” Esta distinção entre mensagens baseadas na autoridade científica e discursos mais políticos levanta questões sobre credibilidade, transparência e adaptação narrativa em contextos de crise. Finalmente, Euthymios Athanasiadis, do Ministério dos Negócios Estrangeiros da Grécia (comunicação pessoal, 2025), introduz uma dimensão prospetiva, alertando para a necessidade de uma comunicação mais ambiciosa e tecnologicamente integrada: “We need to reach out where audiences are — even in other continents, especially the youth — and master (and develop actively) AI technologies. We need to mitigate effects of disinformation and fake news and promote media literacy in the EU.” Esta visão resume os desafios centrais do capítulo: presença digital, literacia mediática e combate à desinformação. Acrescenta ainda, a urgência de apostar

em inteligência artificial e inovação comunicacional para reforçar a diplomacia pública europeia.

No contexto do Parlamento Europeu, os testemunhos recolhidos revelam um esforço significativo para adaptar as práticas diplomáticas ao ambiente digital durante a pandemia, com impactos operacionais e estratégicos. Juan Carlos Jiménez Marín, da Direção-Geral de Políticas Externas do PE (comunicação pessoal, 2025), sublinha que a diplomacia digital “complementa, sem substituir, a diplomacia presencial” (original: “*complements, but does not replace, face-to-face diplomacy*”), permitindo uma comunicação mais frequente, uma coordenação reforçada e uma maior compreensão mútua entre parceiros. Esta abordagem híbrida não só reduziu custos e impactos ambientais, como também facilitou o envolvimento de outras partes interessadas que, de outro modo, não poderiam deslocar-se fisicamente a Bruxelas. Quanto aos desafios, Marín destacou a necessidade urgente de munir os eurodeputados e as equipas com novas ferramentas digitais “a uma velocidade recorde” (original: “*at a record speed*”), um esforço essencial para manter o Parlamento funcional durante a crise. Em termos de envolvimento público, Marín considera que o desempenho foi “muito bom em geral”, embora reconheça “espaço para melhorias progressivas” (original: “*Very good in general, but there is certainly room for progressive improvement*”), sobretudo na estruturação das estratégias de comunicação e na definição de linhas institucionais claras. Já uma especialista da Unidade de Comunicação e Ação Externa do Parlamento Europeu (comunicação pessoal, 2025) reforça que a diplomacia digital se tornou “muito central durante a pandemia” (original: “*Digital diplomacy became very central during the pandemic period, many new modes of work were introduced*”), permitindo maior alcance e interação com parceiros fora de Bruxelas, além de respostas mais rápidas a crises ou acontecimentos políticos. No conjunto, estes testemunhos convergem na ideia de que, após a pandemia, o desafio passa por consolidar os ganhos da diplomacia digital, adaptando regras internas e capacitando parceiros externos para uma comunicação mais equitativa, eficaz e participativa.

A transformação digital da comunicação institucional europeia não pode ser dissociada daquilo que Van Dijck et al. (2018, pp. 1–6) definem como “sociedade de plataformas”. Um ambiente em que as interações sociais, económicas e políticas são mediadas por infraestruturas digitais privadas que impõem as suas próprias lógicas algorítmicas. Neste contexto, a diplomacia pública da União Europeia viu-se obrigada a disputar espaço num ecossistema dominado por empresas como a *Meta* (*Facebook* e *Instagram*), *Twitter*, *YouTube* ou *TikTok*, cujos interesses nem sempre estão alinhados com os valores do serviço público europeu. A pandemia revelou os limites desta dependência tecnológica, obrigando as instituições a

desenvolver parcerias estratégicas com estas plataformas, como os pólos de informação do *TikTok* e os alertas de verificação promovidos pelo *Twitter* (Twitter, 2021, pp. 2;4–5), mas também a reconhecer a dificuldade em manter o controlo das narrativas. Como alerta *Bennett e Livingston* (2020, pp. 4–6), o fenómeno da desinformação nas redes não é um desvio pontual, mas parte integrante de uma nova ecologia mediática marcada por disputas constantes de autoridade e verdade. Para além disso, os relatórios internos das próprias plataformas evidenciam os limites e as potencialidades da diplomacia digital. O relatório do *TikTok*, relativo ao primeiro trimestre de 2021 (TikTok, 2021, pp. 2–3), indica que conteúdos relacionados com a COVID-19 publicados por organismos oficiais somaram mais de 100 milhões de visualizações, em grande parte graças a formatos curtos, apelativos e protagonizados por figuras institucionais. No entanto, o mesmo relatório sublinha que os vídeos com maior alcance continuavam a ser conteúdos sensacionalistas ou teorias da conspiração (TikTok, 2021, p. 11). Facto que evidencia a tensão entre visibilidade e veracidade num ambiente dominado por lógicas de viralização²⁴ (TikTok, 2021, pp. 10-12). Esta constatação reforça a necessidade de desenvolver uma presença institucional nas redes que não apenas informe, mas que também capte a atenção e mobilize os cidadãos, sobretudo os mais jovens, através de narrativas acessíveis, visuais e emocionalmente eficazes.

Empresas como a *Microsoft*, *Google*, *LinkedIn* e *Twitter* desempenharam um papel ativo na promoção de conteúdos verificados e na limitação da disseminação de desinformação. Num relatório datado de 2021, a *Microsoft* (2021, pp. 4–5) detalha como serviços como o *Bing* passaram a destacar proativamente respostas e anúncios de utilidade pública no topo dos resultados de pesquisa, com links para locais de informação, como o da vacinação na UE, tendo registado mais de 14 milhões de utilizadores em fevereiro de 2021, incluindo 2,3 milhões de utilizadores na União Europeia (Microsoft, 2021, pp. 4–5). O *LinkedIn* direcionava automaticamente os utilizadores que procuravam termos como “coronavírus” para páginas oficiais com atualizações confiáveis, e distribuía resumos diários de notícias a jornalistas especializados nos 27 Estados-Membros da UE (Microsoft, 2021, p. 2). No plano publicitário, a *Microsoft* bloqueou mais de 1,7 milhões de anúncios relacionados com a desinformação sobre a COVID-19, dos quais cerca de 258 mil seriam dirigidos ao mercado europeu. (Microsoft, 2021, p. 2). Paralelamente, a *Google* adotou mecanismos similares. Nas suas plataformas *Search* e *YouTube*, elevou fontes autorizadas como a Organização Mundial de Saúde (OMS) e

²⁴ Viralização ou conteúdo viral: é impulsionado pela partilha em massa nas redes sociais e pelo impacto emocional ou social do conteúdo.

autoridades nacionais, com painéis de informação que geraram mais de 400 mil milhões de impressões globalmente (Google, 2021, pp. 5–6). Estes espaços foram complementados com iniciativas como o *#StayHome* (em português *#FiqueEmCasa*), envolvendo influenciadores europeus para reforçar a mensagem de prevenção junto de públicos jovens (Google, 2021, pp. 6–7). Estas medidas revelam a importância de alianças entre instituições públicas e atores privados numa era em que o espaço digital é central para o escrutínio público, mas também para a vulnerabilidade à manipulação informativa. A coordenação entre a UE e as plataformas reforçou a visibilidade de fontes oficiais, mas os questionários aos porta-vozes e especialistas indicam que ainda subsistem desafios quanto à consistência, segmentação e clareza na comunicação digital em contextos de crise.

A Tabela 3 resume as iniciativas adotadas pelas principais plataformas digitais (*Google, Microsoft, Twitter e TikTok*) durante a pandemia da COVID-19, com enfoque na colaboração com instituições públicas, no combate à desinformação e na adaptação dos formatos comunicacionais. A informação foi recolhida a partir de relatórios oficiais das próprias plataformas e de documentos institucionais da União Europeia.

Tabela 3- *Principais plataformas digitais e estratégias adotadas durante a pandemia da COVID-19*

Plataforma	Principais ações durante a Pandemia	Impacto estimado (visualizações, alcance)
Google	Destacou conteúdos da UE e OMS; criou centros de informação COVID-19; aumento de +300% em pesquisas sobre saúde.	Milhões de visualizações em conteúdos promovidos; forte presença nos resultados de pesquisa.
Microsoft	Lançou <i>hubs</i> informativos com dados oficiais; combateu desinformação com verificadores de factos.	Aumento da fiabilidade de fontes oficiais e redução de alcance de conteúdos falsos.
Twitter	Removeu +22.400 tweets com desinformação; reforçou parcerias com instituições da UE.	Grande alcance e visibilidade de tweets institucionais; eficácia nas ações de moderação.
TikTok	Criou centro informativo com +100M de visualizações na UE; promoveu vídeos de autoridades europeias.	+100 milhões de visualizações em conteúdos institucionais durante o pico da pandemia.

Fonte: relatórios oficiais da Google, Microsoft, Twitter e TikTok realizados em 2021.

Para além das medidas institucionais e das colaborações com plataformas digitais, a comunicação pública da União Europeia durante a pandemia contou também com uma dimensão fortemente personalizada, visível na atuação digital de diversos líderes europeus. As redes sociais, sobretudo o *Twitter*, tornaram-se canais privilegiados para a comunicação direta entre líderes políticos e cidadãos europeus, funcionando como extensões simbólicas e operacionais da diplomacia pública da UE. Um exemplo paradigmático foi a utilização ativa do *Twitter* por Charles Michel, na altura Presidente do Conselho Europeu. Em março de 2021, Michel anunciou, através do seu porta-voz, uma cimeira virtual extraordinária devido ao agravamento da pandemia, salientando a necessidade de ação coordenada entre os líderes da UE. Esta comunicação, direta e acessível, teve como objetivo reforçar a confiança pública e assegurar transparência no processo de decisão europeia.



Figura 7- Anúncio do então porta-voz de Charles Michel sobre a convocatória de um Conselho Europeu extraordinário virtual

Fonte Twitter: <https://x.com/BarendLeyts/status/1373536621153374213>

Também Ursula von der Leyen, Presidente da Comissão Europeia, utilizou as redes sociais de modo estratégico. Em abril de 2020, promoveu no *Twitter* uma campanha global de angariação de fundos para apoiar a resposta internacional à pandemia. A ação reforçou a posição da UE como ator global solidário. O conteúdo combinou apelo emocional e mensagem política, demonstrando a utilidade da diplomacia pública digital em contextos de crise.



Figura 8- *Apelo de Ursula von der Leyen durante a COVID-19*

Fonte Twitter: <https://x.com/vonderleyen/status/1253684957249187840>

No plano nacional, líderes como Pedro Sánchez e António Costa integraram igualmente as redes sociais na gestão comunicacional da pandemia. Sánchez, em março de 2020, comunica o compromisso do governo espanhol com a proteção dos cidadãos e das empresas.



Figura 9- *Comunicação de Pedro Sánchez sobre compromisso de Espanha durante a COVID-19*

Fonte Twitter: <https://x.com/sanchezcastejon/status/1239952798097309701>

Por sua vez, António Costa sublinhou, também em março de 2020, a articulação entre Portugal e Espanha na gestão da crise, apelando à confiança mútua e ao espírito europeu de cooperação.



Figura 10- Anúncio de António Costa durante a COVID-19

Fonte Twitter: <https://x.com/antoniocostapm/status/1239632466589167616>

Em Espanha, Pedro Sánchez utilizou intensamente a sua conta de *Twitter* ([@sanchezcastejon](https://twitter.com/sanchezcastejon)) como plataforma para comunicar diretamente com os cidadãos espanhóis durante a crise pandémica. Um estudo publicado na revista *Societies* (García-García & Rodríguez-Díaz, 2023, pp. 2–3) revela que, no período mais crítico da pandemia, nomeadamente em março de 2020, o Primeiro-Ministro espanhol registou um pico de atividade significativa nesta rede social (2023, pp. 2–3; 6–8; 9–11). No dia 17 de março, coincidente com o anúncio de um pacote de medidas económicas de 200 mil milhões de euros, foram publicadas oito mensagens, maioritariamente focadas em providenciar informações sobre a resposta do governo e em apelar à responsabilidade coletiva (2023, pp. 13–15). Esta utilização estratégica do *Twitter* não só visou informar, mas também gerar confiança num momento de grande incerteza (2023, pp. 16–17). O relatório destaca ainda que a comunicação digital de Sánchez se caracterizou por um tom institucional, articulado com apelos à solidariedade nacional, demonstrando como as redes sociais se tornaram uma extensão do discurso político formal, especialmente em contextos de emergência (2023, pp. 10–11). A análise do caso espanhol reforça, assim, a importância das plataformas digitais como instrumentos de diplomacia pública interna, oferecendo visibilidade imediata às decisões governamentais e permitindo um contacto contínuo com a população.

A então eurodeputada e atual Presidente do Parlamento Europeu, Roberta Metsola, demonstrou nas redes sociais uma abordagem transparente ao comunicar, em outubro de 2020, que tinha estado em contacto com uma pessoa infetada, adotando as medidas preventivas recomendadas. A sua comunicação pública reforçou a importância da responsabilidade individual no seio das instituições.



Figura 11- Roberta Metsola anuncia no Twitter que teve contacto direto com uma pessoa infetada

Fonte Twitter: https://x.com/EP_President/status/1314196353724174336

Também Emmanuel Macron, Presidente da República Francesa, utilizou ativamente o *Twitter* para comunicar decisões e coordenar ações internacionais. A 13 de março de 2020, anunciou a realização de uma cimeira extraordinária do G7 por videoconferência para coordenar a resposta global à COVID-19.



Figura 12- Emmanuel Macron anuncia uma cimeira extraordinária do G7 por videoconferência

Fonte Twitter: <https://x.com/EmmanuelMacron/status/1238489208496558080>

Estes exemplos mostram como os líderes políticos europeus não só informaram, mas também procuraram mobilizar e envolver os cidadãos, assumindo, muitas vezes, funções típicas de porta-voz institucional. Neste contexto, é pertinente refletir sobre a relação entre estes protagonistas políticos e os porta-vozes formais das instituições da UE, analisando de que forma estes últimos complementaram, enquadraram ou reforçaram as mensagens veiculadas nas redes sociais. Importa ainda referir o caso de Angela Merkel. A Chanceler Federal da Alemanha, embora não possuísse uma conta pessoal no *Twitter*, comunicou-se com o público através de canais oficiais e conferências de imprensa. Em 18 de março de 2020, fez um discurso televisivo apelando à solidariedade e responsabilidade dos cidadãos, o que teve um impacto positivo na confiança pública e na redução da ansiedade durante a crise (Teufel, et al., 2020, pp. 644–645). Enquanto alguns líderes utilizaram o *Twitter* para anúncios e coordenação internacional, Merkel optou por discursos formais e canais institucionais para transmitir mensagens de solidariedade e responsabilidade. Esta diversidade de estilos comunicacionais, entre a espontaneidade digital de alguns líderes e a formalidade institucional de outros, evidencia a complexidade da

comunicação pública em contexto de crise. Independentemente da via escolhida, as mensagens transmitidas nas redes sociais e nos canais oficiais tiveram de ser contextualizadas, esclarecidas e, muitas vezes, sustentadas por uma estrutura comunicacional mais ampla. É precisamente neste ponto que os porta-vozes das instituições europeias assumem um papel central: enquanto mediadores entre os decisores políticos, os media e a opinião pública, foram chamados a traduzir, reforçar ou até corrigir mensagens em constante circulação e mutação.

4.3. Perspetiva do porta-voz: reflexões a partir da experiência direta

A atuação dos porta-vozes estendeu-se muito para além da mera transmissão de decisões: foram mediadores entre decisores políticos, jornalistas e opinião pública, verdadeiros tradutores institucionais. Esta secção apresenta uma análise qualitativa fundamentada nos testemunhos recolhidos junto de porta-vozes das Representações Permanentes, em literatura e na observação empírica da autora, consolidada ao longo de cinco anos de exercício profissional (incluindo o período da pandemia da COVID-19 e da Presidência Portuguesa do Conselho da UE (PPUE) em 2021). A análise da função dos porta-vozes durante a pandemia, incluindo a experiência direta da autora, pode ser mais bem compreendida à luz da crescente complexidade do ecossistema informativo europeu. Este caracteriza-se por uma sobreposição de canais digitais, meios de comunicação social tradicionais e fluxos informacionais não institucionalizados, exigindo uma atuação estratégica e adaptável por parte dos comunicadores públicos. Como sublinha Thomas Schillemans, ao comentar a obra de Chadwick, “hybrid media systems blur the lines between information and persuasion, journalism and advocacy” (Schillemans, 2014 , p. 1111), os porta-vozes assumem um papel cada vez mais interpretativo e diplomático. Uma ideia alinhada com a perspetiva de Kathy Fitzpatrick, que entende a diplomacia pública como um processo de construção de relações, baseado no entendimento mútuo e no envolvimento ativo: “not merely information dissemination, but relationship-building based on mutual understanding and engagement” (Fitzpatrick K. , 2017, p. 83). A experiência da autora, durante a PPUE, exemplifica esta dinâmica, nomeadamente nos momentos de necessidade de tradução de decisões técnicas para mensagens compreensíveis pelos órgãos de comunicação nacionais, muitas vezes em tempo real e com impacto direto na perceção pública da resposta da UE. A multiplicação de exigências comunicacionais tornou clara a natureza transversal da função do porta-voz. As exigências de comunicação em tempo real, a necessidade de clarificar documentos antes da sua publicação oficial e a pressão por contextualizar mensagens complexas para diferentes audiências exigiram um reposicionamento tático e operativo. Na experiência da Representação Permanente de Portugal, a gestão desta pressão implicou um

trabalho contínuo de articulação a vários níveis institucionais, desde os conselheiros técnicos e políticos até à comunicação com os órgãos de comunicação social nacionais e estrangeiros. Frequentemente, surgia a necessidade de dar resposta imediata ainda antes de existirem orientações consolidadas, exigindo não só precisão linguística, mas também sensibilidade política e capacidade de antecipação. Durante a Presidência Portuguesa do Conselho da UE, foi necessário organizar, em curtos prazos, *briefings* técnicos virtuais com dezenas de jornalistas nacionais e internacionais, em momentos de intensa incerteza sobre o teor final de determinadas decisões. A articulação entre clareza, diplomacia e contenção foi fundamental para evitar ruído e preservar a confiança entre os Estados-Membros. Esta experiência evidenciou o papel do porta-voz como gestor do risco comunicacional, num contexto em que a pressão por visibilidade podia, em certas ocasiões, colidir com a prudência institucional. Como defende Nancy Snow (2020, pp. 28; 34–35), a diplomacia pública em contextos de crise ultrapassa a sua função informativa tradicional, assumindo-se como um instrumento fundamental de construção de legitimidade e de confiança, centrado na superação de mal-entendidos e na promoção de relações duradouras entre governos e públicos. Esta realidade foi amplamente partilhada entre os profissionais inquiridos durante este estudo. Niels Timmermans, porta-voz da Representação Permanente da Bélgica junto da UE (comunicação pessoal, 2025), sublinha que “a velocidade era o fator mais importante durante os tempos da COVID-19, por isso os métodos informais e diretos foram os mais eficazes” (original: “*speed was the most important at Covid times, therefore the methods above were the most effective*”). Uma visão reforçada por Pavol Kucharovic, da Eslováquia (comunicação pessoal, 2025), que salientou a importância de aguardar validação completa antes de divulgar informação: “esperar para partilhar a informação apenas quando esta estivesse validada por todas as partes relevantes” (original: “*Wait with sharing until you have the final information, which have been consulted with all the relevant actors in advance*”). Mais do que logística, foi um mecanismo relacional para reduzir incerteza e reforçar confiança. A Representação Permanente da Alemanha reforçou a presença digital, como explica Susanne Korber (comunicação pessoal, 2025): “as conferências de imprensa foram realizadas online (mais tarde híbridas)” e “introduzimos contas adicionais de porta-vozes no *Twitter* e também novas séries no *Instagram*. Fizemos mais transmissões em direto” (originals: “The regular press conferences were of course held online (later hybrid)”; “We introduced additional spokespersons’ accounts on *Twitter* and also new series on *Instagram*. We live-streamed more”). Esta diversificação visou manter alcance mediático e previsibilidade institucional e aproximar públicos, alinhando-se com a lógica de troca/reciprocidade que sustenta a construção de legitimidade em diplomacia pública.

As figuras apresentadas neste ponto resultam da sistematização das respostas obtidas através de um inquérito qualitativo conduzido pela autora junto de porta-vozes das Representações Permanentes dos Estados-Membros da União Europeia, no contexto desta investigação. As respostas abertas foram agrupadas por temas recorrentes e analisadas segundo os princípios da análise de conteúdo qualitativa, permitindo identificar padrões frequentes sobre canais utilizados, perceções de eficácia e principais desafios enfrentados durante a pandemia. A figura 8 resume os canais mais frequentemente utilizados pelos porta-vozes durante a pandemia, com destaque para plataformas digitais como o *Twitter*, serviços de mensagens instantâneas, *briefings* online e campanhas direcionadas.

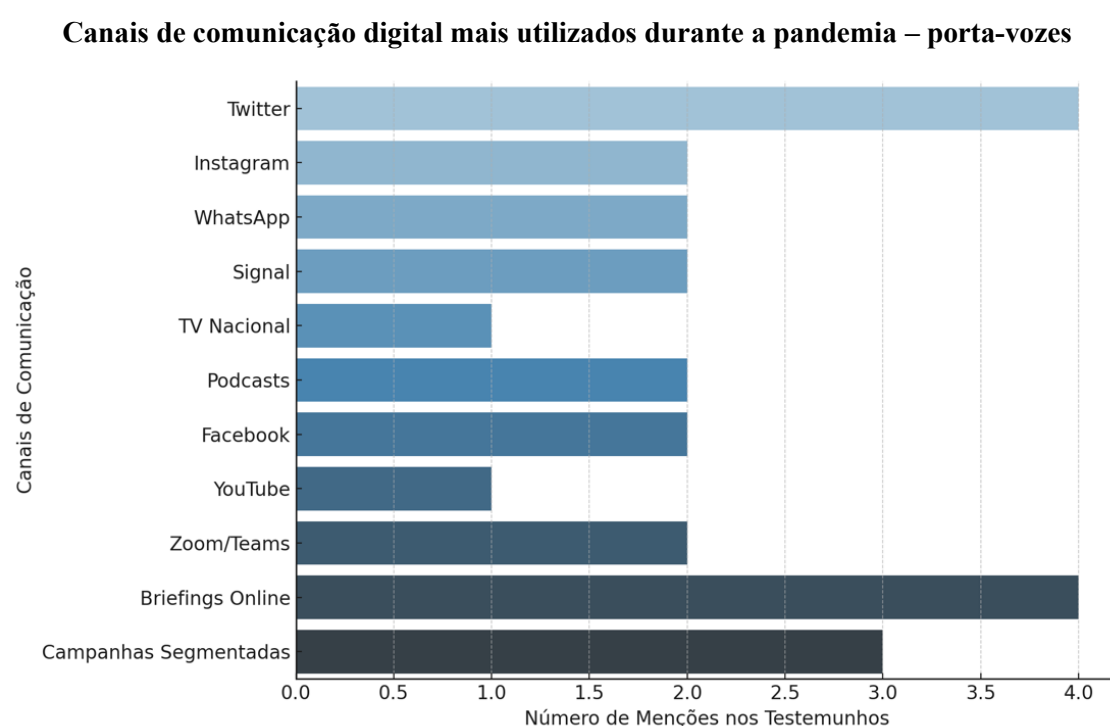


Figura 13- *Canais de comunicação digital mais utilizados na pandemia (segundo os porta-vozes)*

Fonte: dados recolhidos através de inquérito qualitativo conduzido pela autora (2025)

Práticas semelhantes foram confirmadas por Magdalena Buchowska, porta-voz da Polónia (comunicação pessoal, 2025), que destacou “a comunicação via grupos de *WhatsApp* e *Signal*” (original: “*communication via WhatsApp and Signal groups*”), como método preferencial durante a fase mais aguda da pandemia. Pela parte do Chipre, Androniki Antoniou (comunicação pessoal, 2025) defendeu que a digitalização “cobre um vasto espectro” (original: “*covers a vast spectrum*”). Maria Pattoura, também do Chipre (comunicação pessoal, 2025), evidenciou a eficácia de “campanhas para grupos específicos” (original: “*campaigns for targeted groups*”), com uso de formatos inovadores como *podcasts*. A eficácia destas

abordagens dependia, contudo, da sua capacidade de garantir clareza e atualidade. Špela Horjak, porta-voz da Eslovénia (comunicação pessoal, 2025), sublinhou a importância de “clareza, comunicação atualizada e baseada em dados” (original: “*clarity, quicker up to date communication, data based communication*”), e Pavol Kucharovic, da Eslováquia (comunicação pessoal, 2025), reforçou a necessidade de ajustar os canais às especificidades nacionais” (original: “*Counter disinformation; organize more VTC or hybrid press events; be active on social media relevant in your country (in Slovakia mainly: Facebook, Instagram)*”). Para além das adaptações tecnológicas, os testemunhos recolhidos junto dos porta-vozes corroboram o que a secção dedicada à avaliação dos jornalistas já avançara: falhas de coordenação, pressão mediática, circulação de desinformação e ausência de mensagens harmonizadas. Estes obstáculos, sistematizados na Figura 8, refletem a complexidade do papel do porta-voz em tempos de crise.

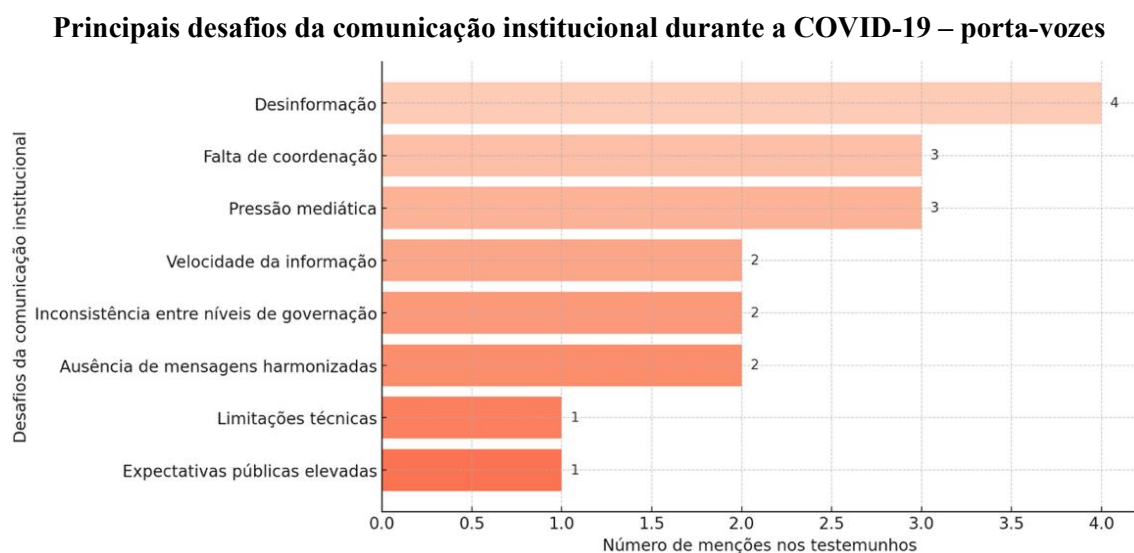


Figura 14- Principais desafios da comunicação institucional na COVID-19 (segundo os porta-vozes)

Fonte: dados recolhidos através de inquérito qualitativo conduzido pela autora (2025)

Para Lorenzo Redolfi Tezzat, porta-voz da REPER de Itália (comunicação pessoal, 2025), a estratégia do seu governo foi eficaz em termos de transparência, mas admite que “talvez uma resposta mais forte à desinformação pudesse ter reduzido os problemas causados pelos negacionistas da vacinação” (original: “*Maybe a stronger rebuttal/contrast of fake news might have reduced the issues caused by novax believers*”). Alice Krutilova, porta-voz da República Checa (comunicação pessoal, 2025), indicou a necessidade de “simplificação, clareza das mensagens e combate à desinformação” (original: “*streamlining, clarity of messages, fighting dezinfo*”), enquanto Dimitar Yaprakov, Bulgária (comunicação pessoal, 2025), apontou a urgência de uma “comunicação mais bem coordenada e menos caótica”

(original: *“We need more well coordinated and less chaotic communication”*). A ausência de uniformidade também foi abordada por Marko Ruonala, ex-porta-voz da REPER da Finlândia (comunicação pessoal, 2025), que afirmou: “a comunicação durante a pandemia foi principalmente nacional. As pessoas tendem a confiar mais nas suas autoridades do que em informações que vêm do estrangeiro” (original: *“Pandemic communication was mainly national. People tend to trust their own authorities more than information coming abroad”*).

No caso da Representação Permanente de Portugal, a ausência de pontos-chave de comunicação comuns e harmonizados obrigou a um trabalho diário de interpretação e adaptação. O porta-voz, neste contexto, não apenas transmitia informação, mas construía enquadramentos ajustados ao contexto nacional, mitigando ambiguidades e antecipando leituras mediáticas potencialmente conflituosas. Esta prática revelou a dimensão estratégica da função, muitas vezes exercida sem visibilidade pública, mas com impacto direto na perceção institucional. Como defende Mark Davis, a comunicação pública em contextos de incerteza pandémica exige liderança emocionalmente inteligente, baseada na transparência e na construção de confiança, elementos indispensáveis para mitigar o risco de desinformação e reforçar a cooperação social em tempos de crise (2019, pp. 30–31). Jale Tosun sublinha (2022, p. 232) que a comunicação de crise deve ser “timely, credible, and coordinated across multiple levels of governance” para reforçar a confiança e promover o cumprimento das medidas institucionais. Esta observação é particularmente relevante para o contexto da UE, onde os porta-vozes das Representações Permanentes operam entre múltiplos centros de decisão, nacionais e europeus. Em contrapartida, os aspetos positivos da diplomacia pública digital foram largamente reconhecidos. Morena Zagar, porta-voz da REPER Croácia (comunicação pessoal, 2025), apontou “o maior alcance global, rentabilidade, envolvimento em tempo real e a capacidade de apresentar sucessos nacionais a públicos diversos” (original: *“increased global reach, cost-effectiveness, real-time engagement, the ability to showcase national successes to diverse audiences”*). Alice Krutilova, da República Checa (comunicação pessoal, 2025), referiu a “redução de custos financeiros” (original: *“cutting financial costs”*), enquanto Dimitar Yaprakov, Bulgária (comunicação pessoal, 2025), destacou a importância de uma “forte presença nas redes sociais” (original: *“Strongest presence in the social media”*). Por sua vez, Maria Pattoura, Chipre (comunicação pessoal, 2025), valorizou a possibilidade de uma “comunicação direta e precisa com cada cidadão individualmente” (original: *“Direct and accurate communication with each citizen individually”*), e Magdalena Buchowska, Polónia (comunicação pessoal, 2025), reiterou que “é possível alcançar diferentes audiências em curtos períodos” (original: *“It's possible to reach different audiences in short time periods”*).

A análise das respostas permitiu identificar um conjunto consistente de benefícios associados à adoção da diplomacia pública digital por parte dos porta-vozes durante a pandemia. Entre as vantagens mais referidas destacam-se o maior alcance global, a rentabilidade, a capacidade de segmentação e a interação em tempo real com diferentes públicos (ver Figura 10).

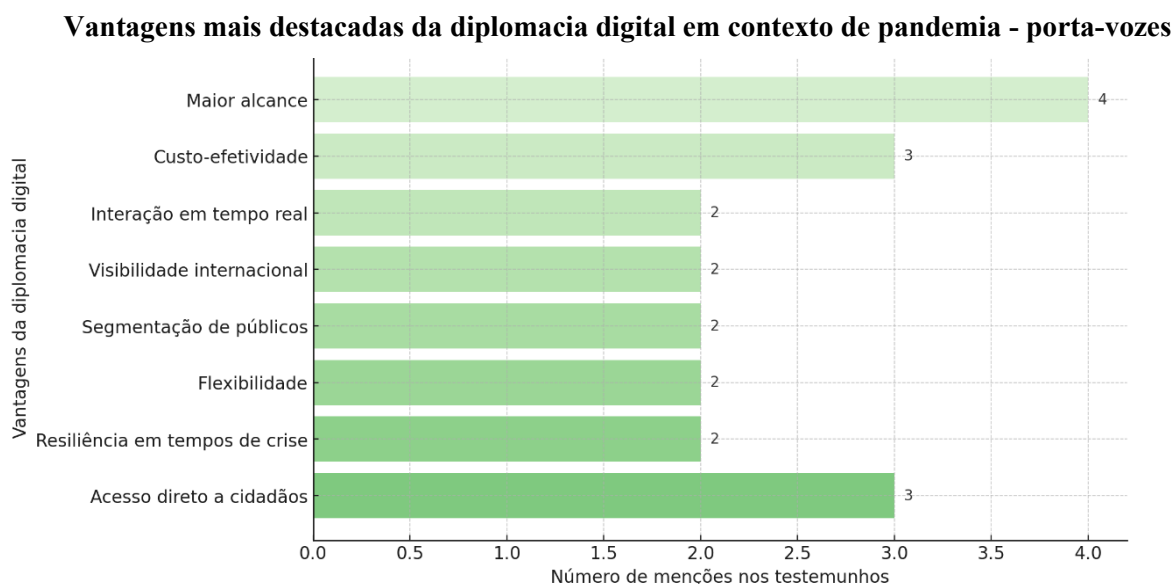


Figura 15- Vantagens mais destacadas da diplomacia digital em contexto de pandemia (porta-vozes)

Fonte: dados recolhidos através de inquérito qualitativo conduzido pela autora (2025)

A Representação Permanente de Portugal confirmou estas dinâmicas no contexto da PPUE, em que se recorreu intensivamente a campanhas segmentadas, transmissões ao vivo e simplificação visual dos conteúdos. Esta adaptação foi essencial para garantir eficácia comunicativa num ambiente de elevada exposição mediática e volatilidade informacional. Como demonstram Xavier et al. (2020, pp. 262–280), as redes sociais, ao monitorizarem sintomas, avaliarem reações e identificarem *fake news*, revelam-se estratégicas. Não só ampliam a visibilidade, como também reforçam a credibilidade institucional. A convergência entre testemunhos e observação direta revela uma prática comunicacional cada vez mais digital e informal, mas também mais exigente. Clareza, coordenação e credibilidade tornaram-se indispensáveis. A experiência da autora, enquanto porta-voz da Representação Permanente de Portugal junto da UE, confirmou na prática muitos dos desafios e oportunidades identificados pelos profissionais. Esta reflexão conjunta aponta caminhos para consolidar a diplomacia pública europeia num novo paradigma marcado pela exigência, pela agilidade e pela maior visibilidade estratégica dos porta-vozes.

5. Conclusões e síntese dos resultados

Esta dissertação demonstrou que a comunicação institucional é um eixo central da governação europeia. O estudo enquadrou a diplomacia pública como *soft power* relacional e mostrou que a função de porta-voz evoluiu da transmissão de mensagens para a mediação estratégica. A análise, combinando literatura e evidência empírica, revelou a coexistência de fragilidades e boas práticas num ecossistema híbrido, digital e exposto à desinformação. Ficou demonstrado que clareza, coordenação e credibilidade sustentam a legitimidade democrática e aproximam instituições e cidadãos. Confirmou-se, ainda, que os porta-vozes articulam níveis de governação, traduzem decisões complexas e estabilizam narrativas em tempo real. A arquitetura criada no início da integração europeia (1959-1964) permanece o alicerce deste trabalho. Em síntese, a comunicação pública europeia é mais eficaz quando os porta-vozes asseguram consistência e inteligibilidade, tornando a União mais compreensível e tangível para os cidadãos. Hoje, num cenário de diplomacia digital em campo, exige-se rigor, agilidade e sentido público.

5.1. Resposta à questão central

Neste quadro, a pergunta que norteou esta investigação adquire plena atualidade: **como contribuíram os porta-vozes dos Estados-Membros da União Europeia para a diplomacia pública da UE durante a crise da COVID-19?** A análise desenvolvida ao longo deste trabalho, com base em fontes teóricas, dados empíricos e experiência direta, permite responder de forma articulada a esta questão central e às várias interrogações que dela derivam. Na ação quotidiana, os porta-vozes traduziram decisões, explicaram políticas, articularam mensagens e esforçaram-se para combater a desinformação. Reforçaram a coesão discursiva da União Europeia. Restabeleceram a confiança pública e projetaram, interna e externamente, os valores de solidariedade, transparência e coordenação. Foram mediadores entre a esfera nacional e a institucional europeia, transformando informação técnica em mensagens compreensíveis, acessíveis e alinhadas com as prioridades comuns. Atuaram num cenário de elevada complexidade, marcado pela pressão mediática, pela urgência nas decisões e pelo escrutínio constante dos cidadãos e dos jornalistas. A sua ação reforçou o *soft power* da União e consolidou uma comunicação de crise mais adaptada, ágil e próxima das pessoas.

5.2. Respostas às questões secundárias

Como adaptaram os porta-vozes as suas estratégias de comunicação durante a crise?

Foram obrigados a abandonar fórmulas tradicionais e a adotar estratégias digitais, diretas e flexíveis. A relação com os órgãos de comunicação social passou a ser virtual; a clareza tornou-se prioridade. Enfrentaram o desafio da ‘infodemia’ com respostas rápidas, linguagem acessível e comunicação visual mais eficaz. Houve também maior atenção ao tom empático e à humanização da mensagem institucional.

Qual o nível de coordenação entre os porta-vozes dos diferentes Estados-Membros?

Verificou-se um aumento significativo da coordenação, sobretudo através do Grupo de Trabalho de Informação, que passou a reunir-se com mais frequência. Os porta-vozes partilharam práticas, anteciparam mensagens e alinharam narrativas, mitigando contradições e reforçando a legitimidade da resposta conjunta. Embora persistam limitações, este esforço de cooperação foi decisivo para a eficácia da comunicação institucional.

Como influenciaram as comunicações dos porta-vozes a opinião pública?

Ao traduzirem as decisões europeias para os contextos nacionais, os porta-vozes ajudaram a promover uma melhor compreensão pública das medidas adotadas. Reforçaram a confiança nas instituições, combateram narrativas falsas e promoveram discursos mais próximos das realidades nacionais. O impacto da sua ação comunicacional contribuiu para a perceção da UE como ator solidário, eficaz e presente.

Qual o papel das instituições da UE na coordenação das comunicações com os Estados-Membros?

A Comissão Europeia, o Parlamento Europeu e o Conselho Europeu desempenharam papéis estruturantes, sobretudo ao nível do apoio técnico e da disseminação de linhas de comunicação conjuntas. Ainda assim, registaram-se momentos de desarticulação, especialmente na fase inicial da pandemia, evidenciando a necessidade de fortalecer os mecanismos de comunicação interinstitucional e investir numa arquitetura comunicacional mais integrada e resiliente.

Como transformou a crise da COVID-19, até aos dias de hoje, a comunicação feita pelos porta-vozes dos Estados-Membros?

A pandemia acelerou a profissionalização da comunicação dos porta-vozes, conferindo-lhe uma dimensão mais estratégica, digital e relacional. Os porta-vozes passaram a ser reconhecidos como fontes credíveis e atores centrais na construção da narrativa europeia. A gestão da crise

reforçou a sua visibilidade, autoridade comunicacional e capacidade de antecipação em contextos de alta pressão.

5.3. Contributos da investigação

Esta investigação oferece um contributo conceptual, empírico e aplicado. No plano conceptual, adota a perspetiva construtivista de Wendt (1999) para sublinhar que narrativas, normas e valores moldam perceções e comportamentos no espaço europeu. Articula essa leitura com o *soft power* de Nye (2004), entendendo a diplomacia pública como capacidade de atração e definição de agendas. Integra Gregory (2011) para evidenciar a dimensão relacional e dialógica da diplomacia pública e mobiliza Gilboa (2008) e Cull (2008) para enquadrar a evolução histórica, as tipologias e as práticas profissionais do campo. Este quadro aplica-se ao caso da União Europeia e à figura dos porta-vozes, clarificando a passagem de uma função predominantemente informativa para uma mediação estratégica em ecossistemas híbridos de comunicação.

No plano empírico, o estudo comporta dados originais recolhidos por questionário a porta-vozes das Representações Permanentes, jornalistas e profissionais de comunicação das instituições europeias e Estados-Membros, oferecendo uma leitura interna, plural e atualizada das rotinas durante a pandemia. A análise identifica três fatores de desempenho com impacto na eficácia comunicacional: capital relacional, tradução política e agilidade comunicacional. A interpretação dos resultados beneficia da dupla ancoragem teórica e operacional. Ganha densidade com a experiência da autora, que triangula evidência e prática e produz conhecimento situado.

No plano aplicado, os resultados traduzem-se em orientações operacionais para a valorização do papel dos porta-vozes: investimento em formação contínua e especializada, integração efetiva nos processos de decisão, reforço das redes de coordenação multilateral, uso de linguagem clara e centrada no cidadão e desenvolvimento de canais digitais, com maior impacto social e alcance estratégico. Estas propostas alinham-se com a literatura sobre mediatização e profissionalização e respondem às necessidades evidenciadas pelos dados.

5.4. Limitações e sugestões para investigação futura

Limitações. Este estudo centra-se no período da crise pandémica da COVID-19. As conclusões descrevem um contexto de crise e podem não transferir-se integralmente para momentos de normalidade institucional. A amostra é não probabilística e concentra-se maioritariamente em profissionais baseados em Bruxelas, pelo que não é representativa do universo de porta-vozes,

jornalistas e comunicadores da UE. A taxa de resposta foi intermédia, o que pode introduzir viés de autoseleção. Regista-se ainda sub-representação do Parlamento Europeu e de algumas Direções-Gerais da Comissão. A recolha e a análise ocorreram, sobretudo, em língua de trabalho europeia (inglês), o que pode suavizar variações nacionais e linguísticas. As perceções dos profissionais constituem a base do estudo; a validação com métricas externas (alcance, compreensão, confiança) permanece em aberto para trabalhos futuros. Estas escolhas foram adequadas aos objetivos e recursos disponíveis, mas delimitam o escopo das inferências.

Sugestões. Recomenda-se alargar o horizonte temporal para comparar rotinas e resultados antes, durante e após a pandemia, contrastar diferentes tipos de crise (sanitária, segurança, energia, clima, desinformação sistémica) e cruzar instituições (Conselho, Comissão e Parlamento), Estados-Membros e culturas políticas. Sugere-se incluir decisores políticos e cidadãos para captar a relação entre produção e receção das mensagens. Do ponto de vista metodológico, a combinação de questionários com entrevistas semiestruturadas e, quando pertinente, grupos de discussão pode aprofundar dinâmicas apenas afloradas. A análise de conteúdo de *briefings*, comunicados e publicações digitais, apoiada por métodos computacionais e análise de redes, permitirá seguir consistência, temporalidade e coordenação. Acresce que os avanços recentes em inteligência artificial alargam o leque metodológico, permitindo análise multilingue em larga escala, deteção de padrões de desinformação e avaliação comparada de formatos e enquadramentos com maior precisão. Estudos experimentais podem testar formatos e enquadramentos em diferentes audiências. Por fim, recomenda-se avaliar programas de formação de porta-vozes e explorar a dimensão multilingue, ligando perceções profissionais a indicadores de resultado como compreensão pública, confiança e participação.

5.5. Consideração final

Compreender e melhorar a forma como a União Europeia comunica com o mundo é mais do que um desafio técnico: é uma condição essencial para o reforço da sua legitimidade democrática. Neste sentido, os porta-vozes não são apenas peças operacionais do sistema comunicacional europeu, mas verdadeiros agentes de coesão política, cuja valorização profissional e estratégica deve ser reconhecida e integrada nas prioridades futuras da construção europeia.

Referências Bibliográficas

- AIM Research Consortium. (2006). *Understanding the logic of EU reporting in mass media: Analysis of EU media coverage and interviews in editorial offices in Europe*. AIM (Adequate Information Management in Europe) Research Consortium.
- Ansell, B. (2024). *Porque falha a política*. Porto: Ideias de Ler.
- Backman, S., & Rhinard, M. (2017). The European Union's capacities for managing crises. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 25(3), 193–203.
<https://doi.org/10.1111/1468-5973.12190>
- Bennett, W. L., & Livingston, S. (2020). *The disinformation age: Politics, technology, and disruptive communication in the United States*. Cambridge University Press.
- Bjola, C., & Holmes, M. (Eds.). (2015). *Digital diplomacy: Theory and practice*. Routledge.
- Blumler, J. G. (2021). *Communication and democracy: media and politics in a digital age*. Routledge.
- Boin, A., & Rhinard, M. (2023). Crisis management performance and the European Union: The case of COVID-19. *Journal of European Public Policy*, 30(4), 655–675.
<https://doi.org/10.1080/13501763.2022.2141304>
- Boin, A., 't Hart, P., Stern, E., & Sundelius, B. (2017). *The politics of crisis management: Public leadership under pressure*. Cambridge University Press.
- Boin, A., McConnell, A., & 't Hart, P. (2021). *Governing the pandemic: The politics of navigating a mega-crisis*. Palgrave Pivot.
- Boulanger, P. (2021). *Planète médias: Géopolitique des réseaux et de l'influence* (2^e éd.). Armand Colin.
- Briant, E. L. (2020, July 15). We need tougher action against disinformation and propaganda. *Brookings*. <https://www.brookings.edu/articles/we-need-tougher-action-against-disinformation-and-propaganda/>
- Campos, P. (2021, January 20). *Faculdade de Economia* [News release]. Universidade do Porto. https://sigarra.up.pt/fep/pt/noticias_geral.ver_noticia?p_nr=34069
- Chadwick, A. (2017). *The hybrid media system: Politics and power* (2nd ed.). Oxford University Press.
- Castells, M. (2009). *Communication power*. Oxford University Press.
- Chen, Y. (2013). *Public diplomacy and international politics: A constructivist analysis*. Palgrave Macmillan.
- Comissão Europeia. (2021). *A UE em 2020*. Serviço das Publicações da União Europeia.

Comissão Europeia. (2022). *A UE em 2021*. Serviço das Publicações da União Europeia.

Communauté européenne du charbon et de l'acier. (1955). *Relations entre la CECA et les Parties Contractantes du GATT* (CM1/1955/336). Archives historiques des Communautés européennes.

Communautés européennes. (1960). *Politique de l'information des institutions des Communautés européennes* (CM2/1960/398). Archives historiques des Communautés européennes.

Communautés européennes. (1963). *Politique des Communautés en matière d'information* (CM2/1963/177). Archives historiques des Communautés européennes.

Conseil des Communautés européennes. (1959). *Service commun de presse et d'information des Communautés européennes* (CM2/1959/292). Archives historiques des Communautés européennes.

Conseil des Communautés européennes. (1964). *Pièces concernant la politique de l'information des Communautés européennes* (CM2/1964/276). Archives historiques des Communautés européennes.

Conselho da União Europeia. (s.d.). *Council configurations*.

<https://www.consilium.europa.eu/pt/council-eu/configurations/>

Conselho da União Europeia. (s.d.). *The Council of the European Union*.

<https://www.consilium.europa.eu/pt/council-eu/>

Conselho da União Europeia. (s.d.). *Preparatory bodies*.

<https://www.consilium.europa.eu/pt/council-eu/preparatory-bodies/>

Coombs, W. T. (2014). *Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding*. SAGE Publications.

Cull, N. J. (2008). Public diplomacy: Taxonomies and histories. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 31–54.

<https://doi.org/10.1177/0002716207311952>

Cull, N. J. (2019). *Public diplomacy: Foundations for global engagement in the digital age*. Polity Press.

Davis, M. (2019). Uncertainty and immunity in public communications on pandemics. In K. Bjørkdahl & K. C. Kremer (Eds.), *Pandemics, publics, and politics* (pp. 29–42). Palgrave Pivot.

Delreux, T., & Keukeleire, S. (2022). *The foreign policy of the European Union* (3rd ed.). Bloomsbury Academic.

Eco, U. (2015). *Como se faz uma tese em ciências humanas* (19.^a ed.). Editorial Presença.

- European Commission, & High Representative of the Union for Foreign Affairs and Security Policy. (2020, June 10). *Coronavirus: EU strengthens action to tackle disinformation* [Press release]. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_20_1006
- European Commission. (2021). *Latest set of reports and way forward in fighting COVID-19 disinformation: Monitoring programme*. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/latest-set-reports-and-way-forward-fighting-covid-19-disinformation-monitoring-programme>
- European Parliament. (2020, June 17). *Tackling COVID-19 disinformation and the impact on freedom of expression* [Video]. Multimedia Centre. https://multimedia.europarl.europa.eu/en/video/tackling-covid-19-disinformation-and-the-impact-on-freedom-of-expression-opening-statements_I191947
- Ferreira Júnior, A. (2015). O papel da diplomacia pública nas relações internacionais contemporâneas. In *Redefinindo a diplomacia num mundo em transformação: 5.º Encontro Nacional* (pp. 3–9). Belo Horizonte, Brasil.
- Fitzpatrick, K. (2017). Public diplomacy in the public interest. *Journal of Public Interest Communications*, 1(1), 78-92.
- García-García, S., & Rodríguez-Díaz, R. (2023). Official information on Twitter during the pandemic in Spain. *Societies*, 13(4), 91. <https://doi.org/10.3390/soc13040091>
- Giammarioli, A. M., Ferrelli, R. M., Falzano, L., De Castro, P., Venerosi, A., Medda, E., Mattioli, B., & Bucciardini, R. (2020, June 19). *The story from Italy: COVID-19 and inequity*. EuroHealthNet Magazine. <https://eurohealthnet-magazine.eu/pt/the-story-from-italy-covid-19-and-inequity/>
- Gilboa, E. (2008). Searching for a theory of public diplomacy. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 55-77. <https://doi.org/10.1177/0002716207312142>
- Google. (2021, February). *EU & COVID-19 disinformation Google report, February 2021* [Report]. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/reports-january-actions-fighting-covid-19-disinformation-monitoring-programme>
- Gregory, B. (2011, March). American public diplomacy: Enduring characteristics, elusive transformation. *The Hague Journal of Diplomacy*, 6(3), 351-372.
- Hall, C. J. (2005). *Essence of diplomacy* (Studies in Diplomacy and International Relations). Palgrave Macmillan.
- Hart, H. (2007). *Successful spokespersons are made, not born*. AuthorHouse.

- Holmes, M. (2015). Digital diplomacy and international change management. In C. Bjola & M. Holmes (Eds.), *Digital diplomacy: Theory and practice* (pp. 35–52). Routledge.
- Jong, W. (2020). Evaluating crisis communication: A 30-item checklist for assessing performance during COVID-19 and other pandemics. *Journal of Health Communication*, 25(12), 962–970. <https://doi.org/10.1080/10810730.2021.1871791>
- Katzenstein, P. J. (Ed.). (1996). *The culture of national security: Norms and identity in world politics*. Columbia University Press.
- Kevin, D. (2003). *Europe in the media*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Kissinger, H. (2014). *A ordem mundial: Reflexões sobre o caráter das nações e o curso da história* (5.^a ed.). Publicações Dom Quixote.
- Kotanidis, S., & Monte, M. D. (2022). *Strengthening citizens' participation: How the European Parliament is responding to citizens' expectations*. European Parliamentary Research Service.
- Kyriakides, S. (2021, January 8). *Statement by Commissioner Kyriakides* [Speech]. European Commission. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/speech_21_165
- Lasswell, H. D. (1971). The structure and function of communication in society. In W. Schramm & D. F. Roberts (Eds.), *The process and effects of mass communication* (pp. 215–228). University of Illinois Press.
- Lilleker, D. G. (Ed.). (2021). *Political communication and COVID-19: Governance and rhetoric in times of crisis*. Routledge.
- Manor, I. (2019). *The digitalization of public diplomacy*. Palgrave Macmillan.
- McCormick, J. (2017). *Understanding the European Union: A concise introduction* (7th ed.). Palgrave Macmillan.
- Melissen, J. (Ed.). (2005). *The new public diplomacy: Soft power in international relations*. Palgrave Macmillan.
- Michel, C., & Von der Leyen, U. (2020, March 17). *Remarks following the video conference of the members of the European Council* [Press remarks]. European Council. <https://www.consilium.europa.eu/en/media-galleries/european-council/meetings/2020-03-17-video-conference-of-the-members-of-the-european-council/>
- Michel, C., & Von der Leyen, U. (2020, March 26). *Statement by President Michel and President Von der Leyen after the G20 video conference on COVID-19* [Press remarks]. European Council. <https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2020/03/26/statement-by-president-michel-and-president-von-der-leyen-after-the-g20-video-conference-on-covid-19/>

- Microsoft. (2021, February). *February update on Microsoft Corporation's efforts to tackle COVID-19 disinformation* [Report]. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/reports-january-actions-fighting-covid-19-disinformation-monitoring-programme>
- Mohamed Nour, M., & Kisa, A. (2024). Political Leaders' Communication Strategies during COVID-19 in Highly Infected Countries: A Scoping Review. *Healthcare*, 12(6), 607. <https://doi.org/10.3390/healthcare12060607>
- Murrow, E. R. (1965). *Murrow Center of Public Diplomacy* [Brochure]. The Fletcher School, Tufts University.
- Neary, J. (2024). *The roots of public diplomacy* (Public Diplomacy in Ireland and Japan). Amsterdam University Press.
- Nye, J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. PublicAffairs.
- Onuf, N. G. (1989). *World of our making*. University of South Carolina Press.
- Parlamento Europeu. (2004). *Draft Treaty establishing a Constitution for Europe*. <https://www.europarl.europa.eu/about-parliament/pt/in-the-past/the-parliament-and-the-treaties/draft-treaty-establishing-a-constitution-for-europe>
- Parlamento Europeu. (s.d.). *Tratado de Roma: O Parlamento e os tratados*. <https://www.europarl.europa.eu/about-parliament/pt/in-the-past/the-parliament-and-the-treaties/treaty-of-rome>
- Politico. (2020, March 16). *Does the EU have the tools to fight the coronavirus outbreak?* <https://www.politico.eu/article/does-the-eu-european-union-have-the-tools-to-fight-the-coronavirus-covid19-outbreak/>
- Princen, H. L. (2023). *The politics of the European Union*. Cambridge University Press.
- Ribeiro, V. (2016). *Assessores de imprensa e jornalistas: Perspetiva teórica sobre o pragmatismo das fontes de informação na indução de notícias*. Edições Afrontamento.
- Schillemans, T. (2014). [Review of the book *The hybrid media system: Politics and power*, by A. Chadwick]. *Public Administration*, 92(4), 1110–1112.
- Sigal, L. (1973). *Reporters and officials: The organization and politics of newsmaking*. D. C. Heath & Co.
- Snow, N. (2020). Public diplomacy in international studies. *Oxford Research Encyclopedia of International Studies*. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190846626.013.518>
- Snow, N. (2020). Rethinking public diplomacy in the 2020s. In N. J. Cull & J. Melissen (Eds.), *Routledge handbook of public diplomacy* (2nd ed., pp. 28–35). Routledge.

- Statham, P., & Trenz, H.-J. (2013). *The politicization of Europe: Contesting the constitution in the mass media*. Routledge.
- Stockton, B., Schoen, C., & Margottini, L. (2020, July 15). Crisis at the Commission: Inside Europe's response to the coronavirus outbreak. *The Bureau of Investigative Journalism*. <https://www.thebureauinvestigates.com/stories/2020-07-15/crisis-at-the-commission-inside-europes-response-to-the-coronavirus-outbreak>
- Tago, A. (2017). Public diplomacy and foreign policy. *Oxford Research Encyclopedia of International Studies*. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228637.013.471>
- Teufel, M., Schweda, A., Dörrie, N., Musche, V., Hetkamp, M., Weismüller, B., ... Skoda, E.-M. (2020, September 1). Not all world leaders use Twitter in response to the COVID-19 pandemic: The impact of Angela Merkel's communication style on psychological distress, behaviour, and risk perception. *Journal of Public Health*, 42(3), 644–646. <https://doi.org/10.1093/pubmed/fdaa060>
- TikTok. (2021, January). *EU Code of Practice on Disinformation: COVID-19 report (January 2021)* [Report]. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/reports-january-actions-fighting-covid-19-disinformation-monitoring-programme>
- Tosun, J. (2022). Crisis communication in multilevel governance. In N. Zahariadis, E. Petridou, T. Exadaktylos, & J. Sparf (Eds.), *Policy styles and trust in the age of pandemics: Global threat, national responses* (pp. 222–236). Routledge.
- Tribunal de Contas Europeu. (2022). *Livre circulação na UE durante a pandemia de COVID-19: Escrutínio insuficiente dos controlos nas fronteiras internas e ações descoordenadas dos Estados-Membros*. Tribunal de Contas Europeu.
- TSF. (2021, March). *Itália bloqueia exportação de vacina AstraZeneca para a Austrália e Bruxelas concorda*. <https://www.tsf.pt/mundo/italia-bloqueia-exportacao-de-vacina-astrazeneca-para-a-australia-e-bruxelas-concorda-13420787.html/>
- Túñez-López, M., Vaz-Álvarez, M., & Fieiras-Ceide, C. (2020). COVID-19 and public service media: Impact of the pandemic on public television in Europe. *Profesional de la Información*, 29(5), e290518. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.18>
- Twitter. (2021, January). *EU Code of Practice on Disinformation: January 2021 report* [Report]. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/reports-january-actions-fighting-covid-19-disinformation-monitoring-programme>
- União Europeia. (s.d.). *Alargamento da União Europeia*. https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/eu-enlargement_pt

- Van Dijck, J., Poell, T., & De Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press.
- Von der Leyen, U. (2024, February 24). *Press remarks at the Extraordinary European Council*. European Council. <https://newsroom.consilium.europa.eu/events/20240201-special-european-council-february-2024>
- Wendt, A. (1999). *Social theory of international politics*. Cambridge University Press.
- World Health Organization. (2024). *Impact of the COVID-19 infodemic on frontline workers and health systems: Analysis of a story-telling approach for infodemic management*. World Health Organization. <https://iris.who.int/server/api/core/bitstreams/6b8e4614-4298-4374-9e95-ae562cd27e0f/content>
- Wolf, M. (2023). *A Crise do Capitalismo Democrático*. Lisboa: Gradiva.
- Xavier, F., Olenscki, J., Acosta, A., Sallum, M., & Saraiva, A. (2020). Análise de redes sociais como estratégia de apoio à vigilância em saúde durante a COVID-19. *Estudos Avançados*, 34(99), 261–282. <https://doi.org/10.1590/s0103-4014.2020.3499.016>
- Zahariadis, N., Petridou, E., Exadaktylos, T., & Sparf, J. (2022). *Policy styles and trust in the age of pandemics: Global threat, national responses*. Routledge.

Apêndices

Apêndice I – Modelos dos Questionários Aplicados

Este apêndice apresenta os modelos dos questionários aplicados no âmbito da investigação, com o objetivo de recolher dados qualitativos e quantitativos junto de diferentes grupos diretamente envolvidos na comunicação institucional da União Europeia durante a crise pandémica da COVID-19. Foram inquiridos porta-vozes dos Estados-Membros, representantes da Comissão Europeia e do Parlamento Europeu, profissionais de comunicação dos Estados-Membros e jornalistas portugueses e estrangeiros fixados em Bruxelas. Os questionários foram distribuídos através da plataforma *Google Forms*, respeitando os princípios de anonimato e de consentimento informado. Optou-se por manter a versão integral dos questionários, o que justifica a extensão ligeiramente superior ao limite referido no regulamento, por se considerar que estes elementos são essenciais para a avaliação da dissertação. Os questionários foram disponibilizados em inglês e em português, consoante o perfil dos inquiridos, preservando-se aqui as versões originais, de forma a garantir o rigor metodológico. Optou-se, igualmente, por manter o formato original dos questionários, assegurando transparência e permitindo a replicabilidade futura da investigação. Nesse sentido, justifica-se que, em alguns casos, o número e o tipo de perguntas varie de acordo com o grupo de inquiridos.

Excerto dos questionários aplicados a peritos da comunicação dos Estados-Membros da UE

Questionnaire on the communication from EU Member States during and after the COVID-19 Pandemic. This questionnaire aims to understand how communication from EU Member States has changed during and after the COVID-19 crisis. Your answers are essential to assessing the impact of this pandemic on EU Public Diplomacy.

1. Name
2. Email
3. Member State
4. How has the COVID-19 crisis affected your work routine and communication?

Tick all that apply:

- ☐ Increased frequency of communication
- ☐ Change in communication channels

☐ Adaptation to new communication tools

☐ Other: _____

5. What were the main communication challenges faced during the pandemic?

Tick all that apply:

☐ Disinformation

☐ Coordination between multiple actors

☐ Travel restrictions and face-to-face meetings

☐ Other: _____

6. How do you rate the effectiveness of EU communication during the pandemic?

Tick all that apply:

☐ Very effective

☐ Moderately effective

☐ Not very effective

☐ Not effective

7. Which communication strategies were most effective during the pandemic?

Tick all that apply:

☐ Real-time communication via social media

☐ Regular press conferences

☐ Written communications (reports, documents)

☐ Other: _____

Excerto dos questionários aplicados a especialistas de comunicação na Comissão Europeia

Questionnaire on communication during and after COVID-19. This questionnaire aims to understand how the European Commission's communication has changed during and after the COVID-19 pandemic. Your answers will be used for research purposes only.

1. Name

2. Email

3. Department

4. How has the COVID-19 pandemic affected the frequency and format of the European Commission's communications?

Tick all that apply:

- ☐ It has increased the frequency of communications
- ☐ It changed the format of communications (e.g. more videoconferences, lives, etc.)
- ☐ Both
- ☐ No significant changes

5. What were the main social media platforms used by the European Commission during the pandemic?

Tick all that apply:

- ☐ Twitter
- ☐ Facebook
- ☐ Instagram
- ☐ LinkedIn
- ☐ Other: _____

6. How has the European Commission dealt with the spread of disinformation and fake news related to COVID-19?

Tick all that apply:

- ☐ Implementing fact-checking measures
- ☐ Partnerships with health organisations
- ☐ Awareness-raising campaigns
- ☐ All of the above
- ☐ Other: _____

Excerto dos questionários aplicados a especialistas de comunicação Parlamento Europeu

Questionnaire on communication during and after COVID-19. This questionnaire aims to gather insights on how the European Parliament's communication strategies have evolved during and after the COVID-19 pandemic, with a focus on public diplomacy and digital diplomacy. Your feedback is valuable for understanding the effectiveness and areas for improvement in future crises.

1. Name
2. Email
3. Department

4. How has the COVID-19 pandemic affected the frequency and format of the European Parliament's communications?

Tick all that apply:

☐ It has increased the frequency of communications

☐ It changed the format of communications (e.g. more videoconferences, lives, etc.)

☐ Both

☐ No significant changes

5. What were the main social media platforms used by the European Parliament during the pandemic?

Tick all that apply:

☐ Twitter

☐ Facebook

☐ Instagram

☐ LinkedIn

☐ Other: _____

6. How has the European Parliament dealt with the spread of disinformation and fake news related to COVID-19?

Tick all that apply:

☐ Implementing fact-checking measures

☐ Partnerships with health organisations

☐ Awareness-raising campaigns

☐ All of the above

☐ Other: _____

Excerto dos questionários aplicados a jornalistas/correspondentes estrangeiros em Bruxelas

Questionnaire to journalists in Brussels on how communication has changed during COVID-19 and after COVID-19. This questionnaire aims to understand how journalists' communication in Brussels has changed during and after the COVID-19 crisis. Your answers are essential to assessing the impact of this pandemic on media coverage and public diplomacy in the European Union.

1. Name

2. Email

3. Media outlet

4. How has the COVID-19 crisis affected your work routine and communication?

Tick all that apply:

☐ Increased frequency of communication

☐ Change in communication channels

☐ Adaptation to new communication tools

☐ Other: _____

5. What were the main communication challenges faced during the pandemic?

Tick all that apply:

☐ Disinformation

☐ Coordination between multiple actors

☐ Travel restrictions and face-to-face meetings

☐ Other: _____

6. How do you rate the effectiveness of EU communication during the pandemic?

Tick all that apply:

☐ Very effective

☐ Moderately effective

☐ Not very effective

☐ Not effective

7. Which communication strategies have been most effective during the pandemic?

Tick all that apply:

☐ Real-time communication via social media

☐ Regular press conferences

☐ Written communications (reports, documents)

☐ Other: _____

Excerto dos questionários aplicados a jornalistas/correspondentes portugueses em Bruxelas

Questionário aos jornalistas em Bruxelas sobre como mudou a comunicação durante e após a COVID-19. Este questionário tem como objetivo entender como a comunicação dos jornalistas em Bruxelas mudou durante e após a crise da COVID-19. As suas respostas são essenciais para avaliar o impacto desta pandemia na cobertura mediática e na diplomacia pública da União Europeia.

1. Nome

2. Email

3. Órgão de Comunicação Social

4. Como a pandemia da COVID-19 afetou a sua rotina de trabalho e comunicação?

Assinale todas as opções aplicáveis:

☐ Aumento na frequência de comunicação

☐ Mudança nos canais de comunicação

☐ Adaptação a novos instrumentos de comunicação

Outro: _____

5. Quais foram os principais desafios de comunicação enfrentados durante a pandemia?

Assinale todas as opções aplicáveis:

☐ Desinformação

☐ Coordenação entre múltiplos atores

☐ Restrições às viagens e ausência de reuniões presenciais

Outro: _____

6. Como avalia a eficácia da comunicação da União Europeia durante a pandemia?

Assinale apenas uma opção:

☐ Muito eficaz

☐ Moderadamente eficaz

☐ Pouco eficaz

☐ Nada eficaz

7. Quais estratégias de comunicação foram mais eficazes durante a pandemia?

Assinale todas as opções aplicáveis:

☐ Comunicação em tempo real nas redes sociais

- ☐ Conferências de imprensa regulares
- ☐ Comunicações escritas (relatórios, documentos, notas oficiais)
- ☐ Outro: _____

Excerto dos questionários aplicados aos Porta-vozes das Representações Permanentes junto da UE

Questionnaire on the Communication from EU Member States during and after the COVID-19 Pandemic. This questionnaire aims to gather insights from spokespersons of the Member States on how their own communication strategies have evolved during and after the COVID-19 pandemic, with a focus on public diplomacy and digital diplomacy. Your feedback is valuable for understanding the effectiveness and areas for improvement in these strategies.

1. Name
2. Email
3. Member State
4. How has the COVID-19 crisis affected your work routine and communication?

Tick all that apply:

- ☐ Increased frequency of communication
- ☐ Change in communication channels
- ☐ Adaptation to new communication tools
- ☐ Other: _____

5. What were the main communication challenges faced during the pandemic?

Tick all that apply:

- ☐ Disinformation
- ☐ Coordination between multiple actors
- ☐ Travel restrictions and face-to-face meetings
- ☐ Other: _____

6. How do you rate the effectiveness of EU communication during the pandemic?

Tick all that apply:

- ☐ Very effective
- ☐ Moderately effective
- ☐ Not very effective

☐ Not effective

7. Which communication strategies have been most effective during the pandemic?

Tick all that apply:

☐ Real-time communication via social media

☐ Regular press conferences

☐ Written communications (reports, documents)

☐ Other: _____

Apêndice II – Respostas e Conclusões dos Inquiridos

Este apêndice apresenta uma seleção de excertos e conclusões retiradas dos questionários aplicados a porta-vozes, jornalistas e profissionais de comunicação da União Europeia. Os testemunhos aqui reunidos foram analisados de forma qualitativa, permitindo identificar padrões, desafios e boas práticas em torno da comunicação institucional da UE durante a pandemia da COVID-19. A inclusão de citações diretas e sínteses por grupo profissional visa ilustrar a diversidade de perceções e o valor da experiência empírica para a investigação. As tendências aqui apresentadas complementam a análise quantitativa desenvolvida no capítulo 4, permitindo uma compreensão mais aprofundada das perceções dos diferentes grupos profissionais.

Respostas ao questionário aos Porta-vozes dos Estados-Membros da UE

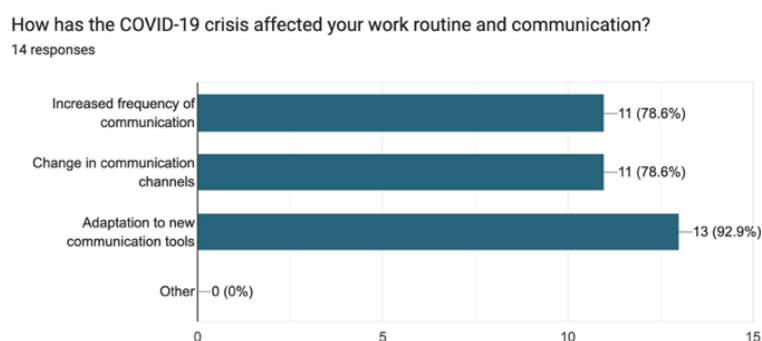


Figura 16- Impacto da pandemia da COVID-19 na rotina e nos métodos de comunicação dos profissionais

Fonte: resultados do questionário elaborado pela autora (2025)

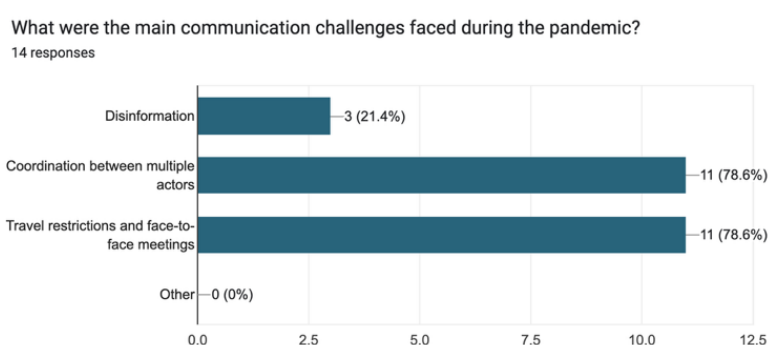


Figura 17- Principais desafios comunicacionais enfrentados durante a pandemia da COVID-19

Fonte: resultados do questionário elaborado pela autora (2025)

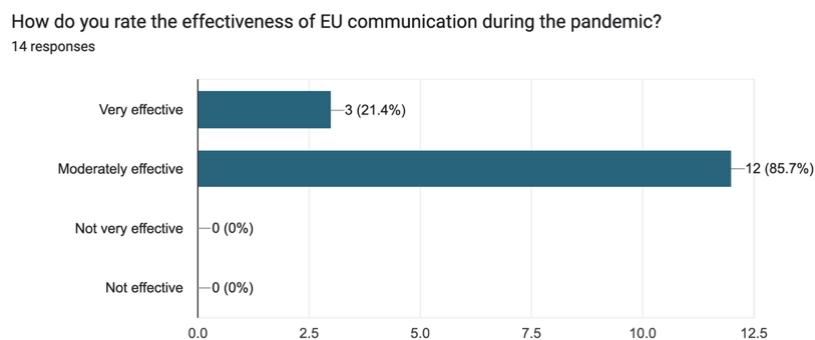


Figura 18- Percepção da eficácia da comunicação da União Europeia durante a pandemia da COVID-19

Fonte: resultados do questionário elaborado pela autora (2025)

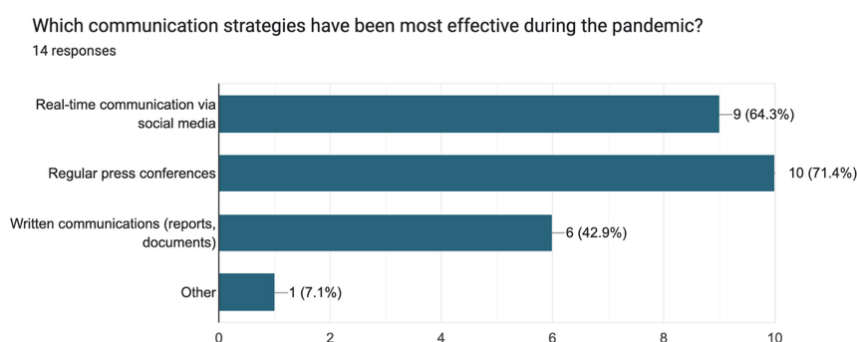


Figura 19- Estratégias de comunicação consideradas mais eficazes durante a pandemia da COVID-19

Fonte: resultados do questionário elaborado pela autora (2025)

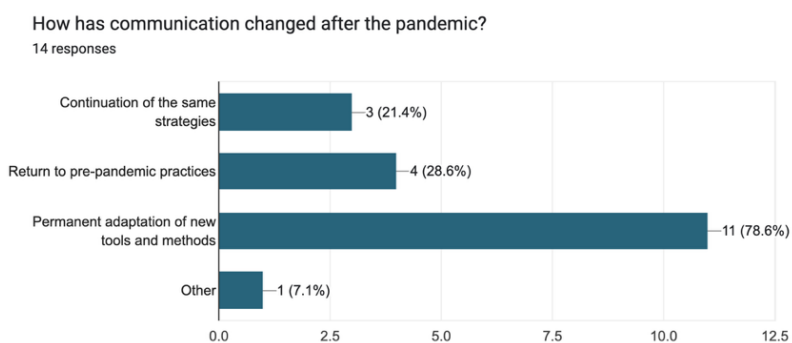


Figura 20- Mudanças na comunicação institucional após a pandemia da COVID-19

Fonte: resultados do questionário elaborado pela autora (2025)

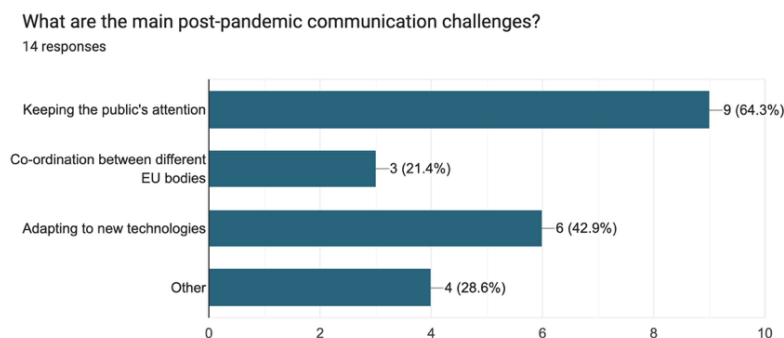


Figura 21- Principais desafios da comunicação institucional no período pós-pandémico

Fonte: resultados do questionário elaborado pela autora (2025)

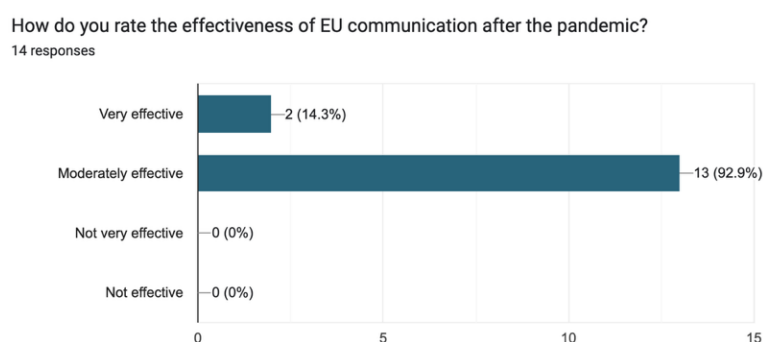


Figura 22- Perceção da eficácia da comunicação da União Europeia após a pandemia da COVID-19

Fonte: resultados do questionário elaborado pela autora (2025)

Respostas ao questionário a especialistas de comunicação na Comissão Europeia

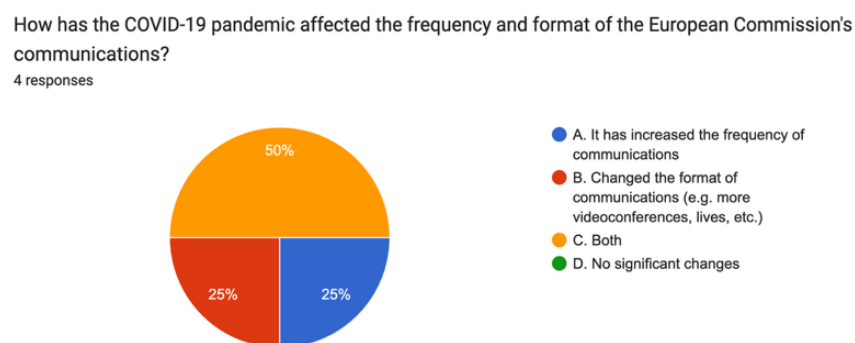


Figura 23- Impacto da pandemia da COVID-19 na frequência e no formato da comunicação da Comissão Europeia

Fonte: resultados do questionário elaborado pela autora (2025)

What were the main social media platforms used by the European Commission during the pandemic?
4 responses



Figura 24- Principais plataformas de redes sociais utilizadas pela Comissão Europeia durante a pandemia da COVID-19

Fonte: resultados do questionário elaborado pela autora (2025)

How has the European Commission dealt with the spread of disinformation and fake news related to COVID-19?
4 responses

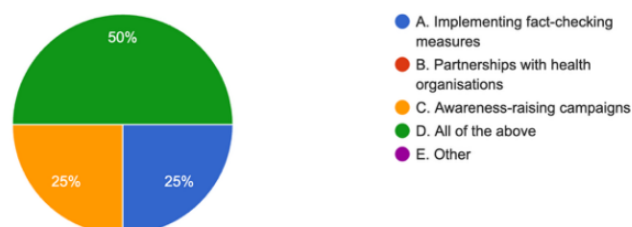


Figura 25- Medidas adotadas pela Comissão Europeia para combater a desinformação relacionada com a COVID-19

Fonte: resultados do questionário elaborado pela autora (2025)

What were the main communication challenges faced during the pandemic?
4 responses

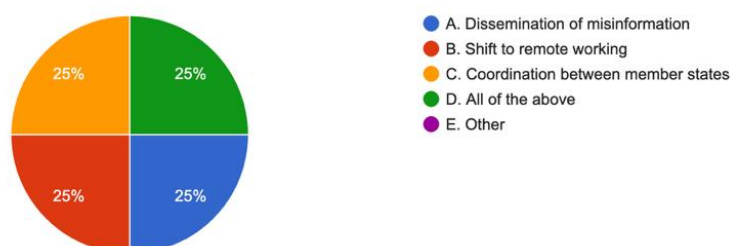


Figura 26- Principais desafios comunicacionais enfrentados durante a pandemia da COVID-19 segundo os inquiridos

Fonte: resultados do questionário elaborado pela autora (2025)

How has the European Commission adapted its communication strategies to meet the needs of different target audiences during the pandemic?
4 responses

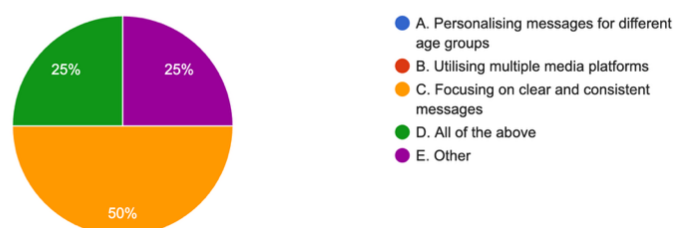


Figura 27- Estratégias de adaptação da comunicação da Comissão Europeia a diferentes públicos durante a pandemia da COVID-19

Fonte: resultados do questionário elaborado pela autora (2025)

How has the European Commission's communication changed after the COVID-19 pandemic?
3 responses

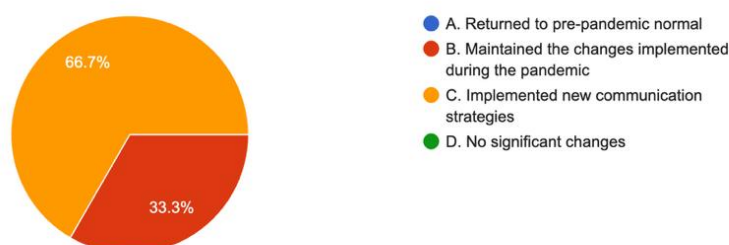


Figura 28- Alterações na comunicação da Comissão Europeia após a pandemia da COVID-19

Fonte: resultados do questionário elaborado pela autora (2025)

Which social media platforms continue to be most used by the European Commission after the pandemic?
4 responses

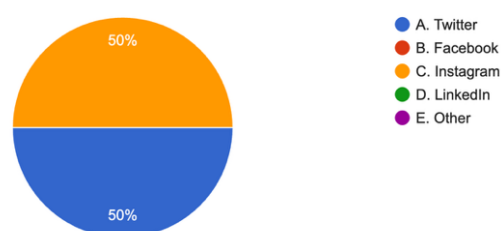


Figura 29- Plataformas de redes sociais mais utilizadas pela Comissão Europeia após a pandemia da COVID-19

Fonte: resultados do questionário elaborado pela autora (2025)

How is the European Commission dealing with disinformation and fake news after the pandemic?
4 responses

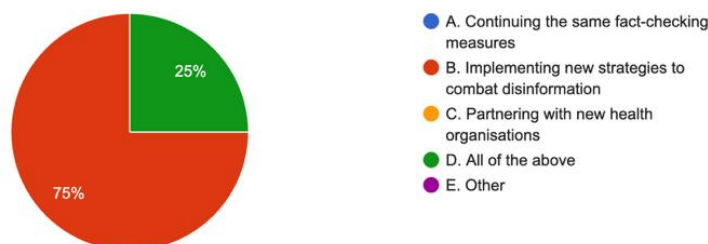


Figura 30- Estratégias da Comissão Europeia para combater a desinformação após a pandemia da COVID-19

Fonte: resultados do questionário elaborado pela autora (2025)

What are the main challenges faced in communicating after the pandemic?
4 responses

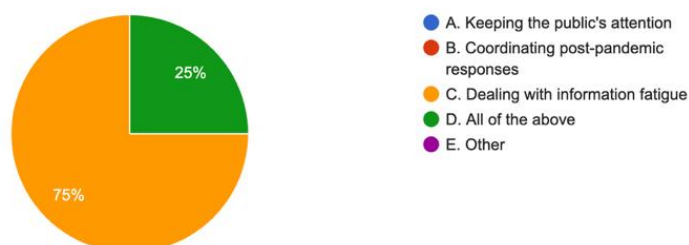


Figura 31- Principais desafios comunicacionais identificados no pós-pandemia da COVID-19

Fonte: resultados do questionário elaborado pela autora (2025)

How is the European Commission adapting its communication strategies to meet the new needs of the different target audiences following the pandemic?
4 responses

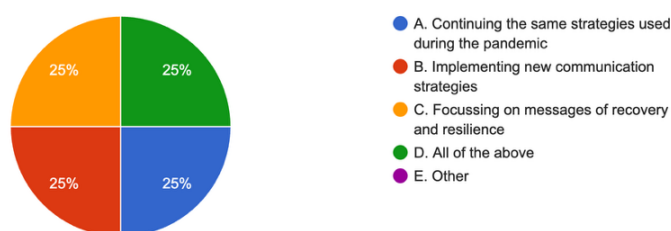


Figura 32- Estratégias comunicacionais da Comissão Europeia após a pandemia da COVID-19

Fonte: resultados do questionário elaborado pela autora (2025)

Respostas mais relevantes ao questionário a especialistas de comunicação no Parlamento Europeu

How has the European Parliament dealt with the spread of disinformation and fake news related to COVID-19?

2 responses

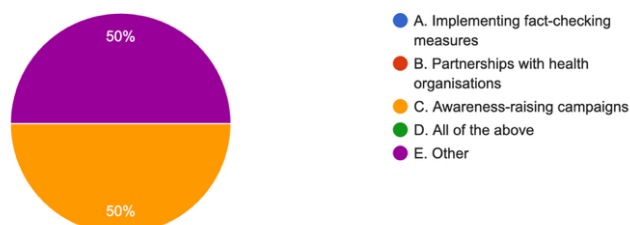


Figura 33- Resposta do Parlamento Europeu à disseminação de desinformação durante a pandemia da COVID-19

Fonte: resultados do questionário elaborado pela autora (2025)

What were the main communication challenges faced during the pandemic?

2 responses

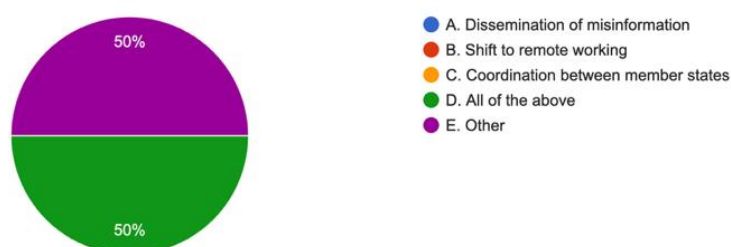


Figura 34- Desafios comunicacionais enfrentados pelo Parlamento Europeu durante a pandemia da COVID-19

Fonte: resultados do questionário elaborado pela autora (2025)

How has the European Parliament adapted its communication strategies to meet the needs of different target audiences during the pandemic?

2 responses

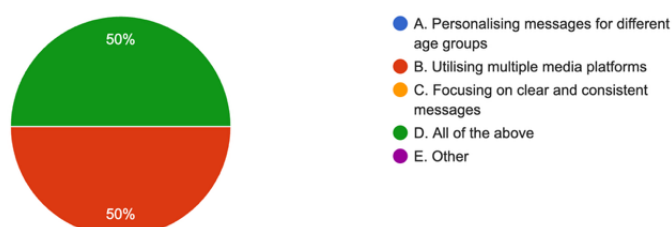


Figura 35- Adaptação das estratégias de comunicação do Parlamento Europeu durante a pandemia da COVID-19

Fonte: resultados do questionário elaborado pela autora (2025)

How has the European Parliament's communication changed after the COVID-19 pandemic?
2 responses

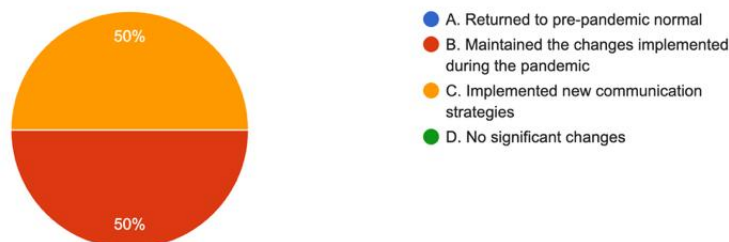


Figura 36- Evolução da comunicação do Parlamento Europeu após a pandemia da COVID-19

Fonte: resultados do questionário elaborado pela autora (2025)

How is the European Parliament dealing with disinformation and fake news after the pandemic?
2 responses

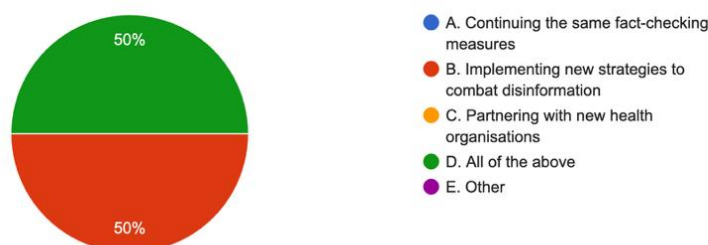


Figura 37- Estratégias do Parlamento Europeu no combate à desinformação após a pandemia da COVID-19

Fonte: resultados do questionário elaborado pela autora (2025)

Respostas ao questionário a jornalistas/correspondentes estrangeiros em Bruxelas

How has the COVID-19 crisis affected your work routine and communication?
10 responses

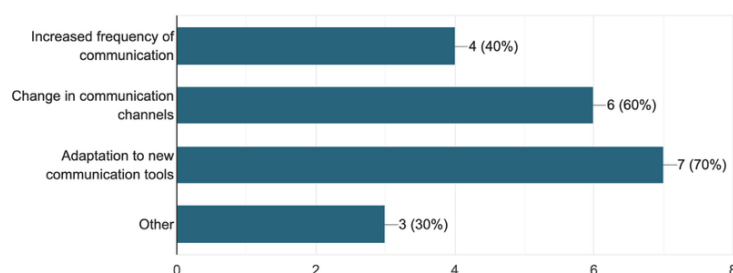


Figura 38- Impacto da crise da COVID-19 na rotina e comunicação de trabalho (segunda amostra)

Fonte: resultados do questionário elaborado pela autora (2025)

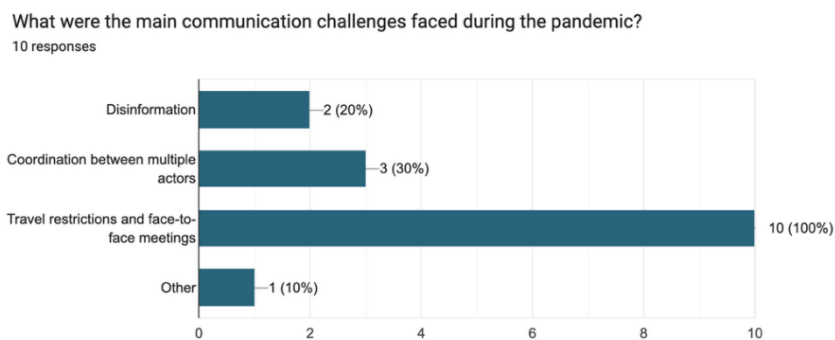


Figura 39- Principais desafios de comunicação enfrentados durante a pandemia (segunda amostra)

Fonte: resultados do questionário elaborado pela autora (2025)

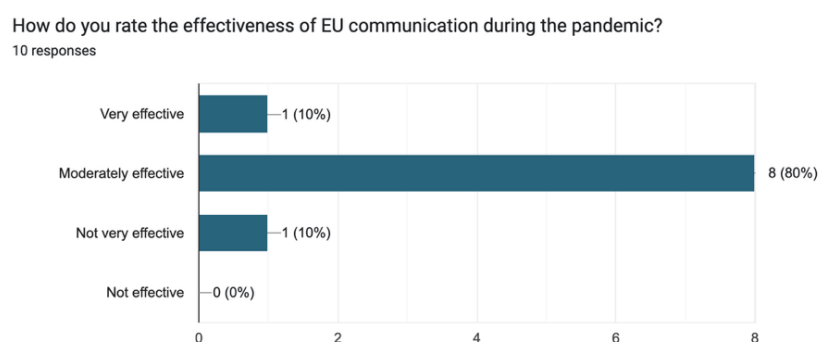


Figura 40- Avaliação da eficácia da comunicação da UE durante a pandemia (segunda amostra)

Fonte: resultados do questionário elaborado pela autora (2025)

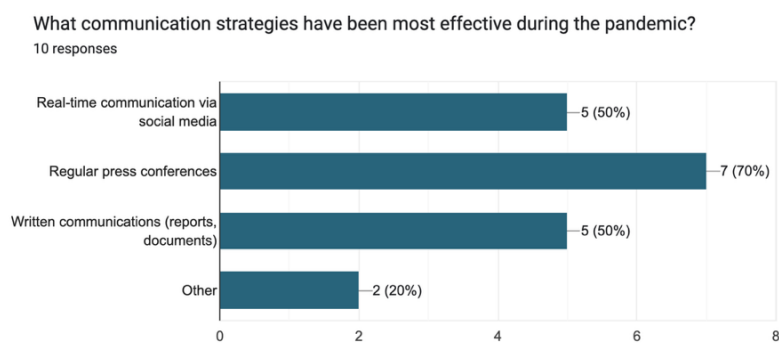


Figura 41- Estratégias de comunicação mais eficazes durante a pandemia (segunda amostra)

Fonte: resultados do questionário elaborado pela autora (2025)

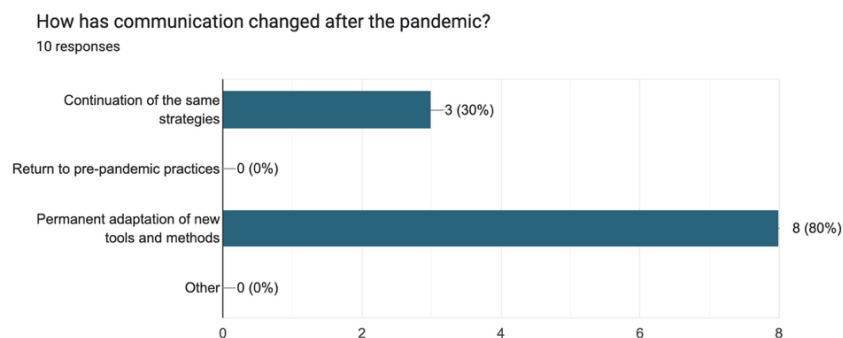


Figura 42- Alterações na comunicação após a pandemia (segunda amostra)

Fonte: resultados do questionário elaborado pela autora (2025)

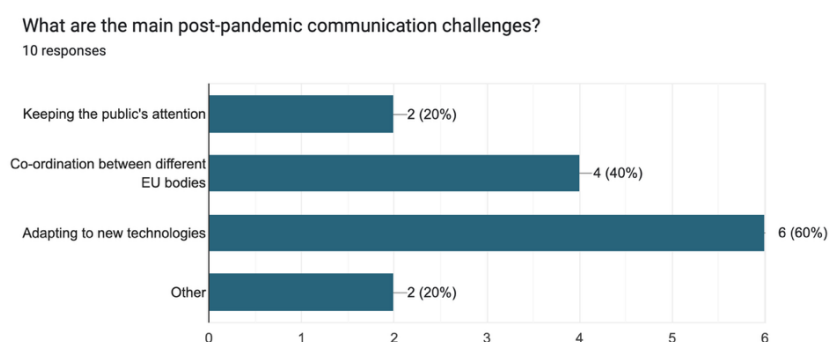


Figura 43- Principais desafios comunicacionais no pós-pandemia (segunda amostra)

Fonte: resultados do questionário elaborado pela autora (2025)

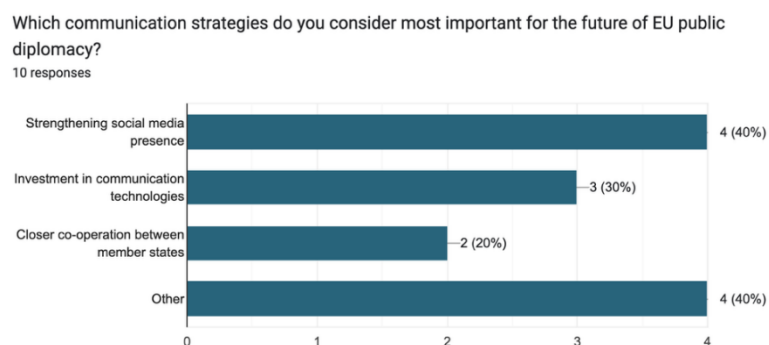


Figura 44- Estratégias comunicacionais mais relevantes para o futuro da diplomacia pública da UE

Fonte: resultados do questionário elaborado pela autora (2025)

Respostas ao questionário a jornalistas/ correspondentes portugueses em Bruxelas

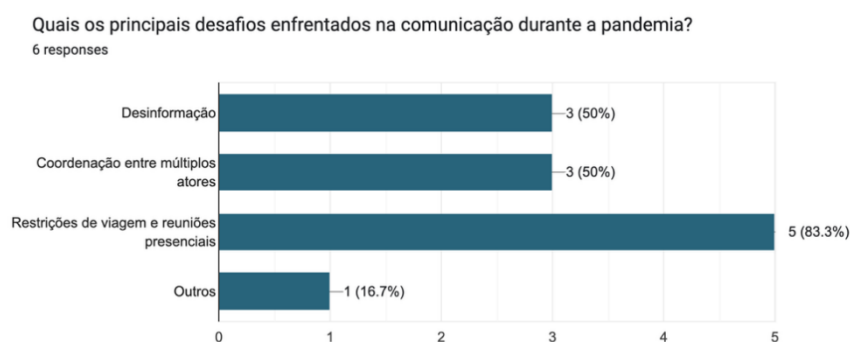


Figura 45- Principais desafios enfrentados na comunicação durante a pandemia

Fonte: resultados do questionário elaborado pela autora (2025)

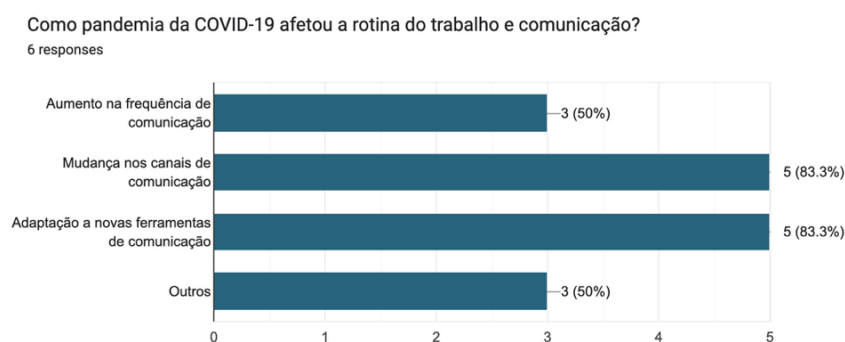


Figura 46- Impacto da pandemia da COVID-19 na rotina de trabalho e comunicação

Fonte: resultados do questionário elaborado pela autora (2025)

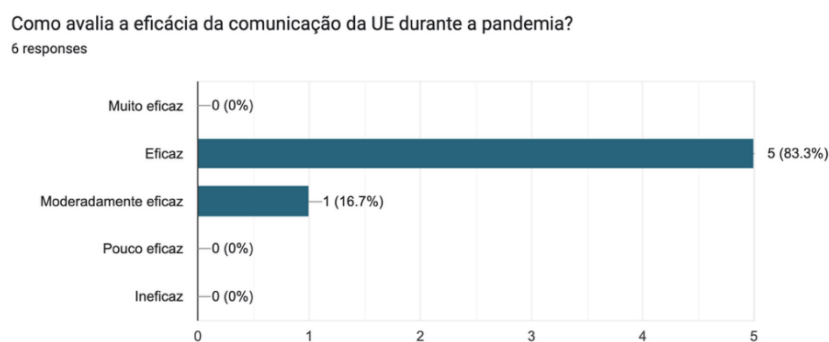


Figura 47- Avaliação da eficácia da comunicação da União Europeia durante a pandemia

Fonte: resultados do questionário elaborado pela autora (2025)

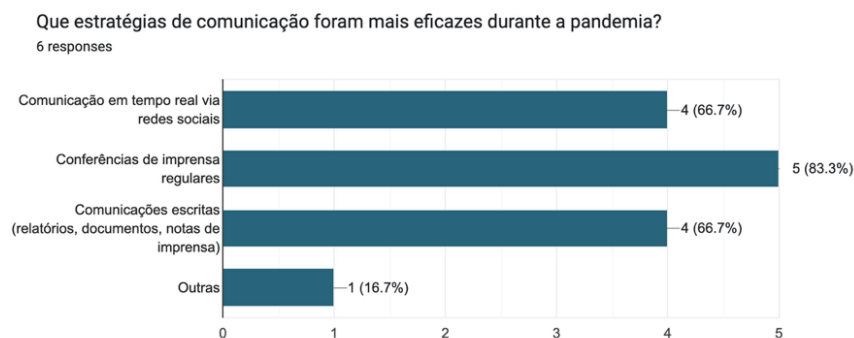


Figura 48- Estratégias de comunicação mais eficazes durante a pandemia, segundo os inquiridos

Fonte: resultados do questionário elaborado pela autora (2025)

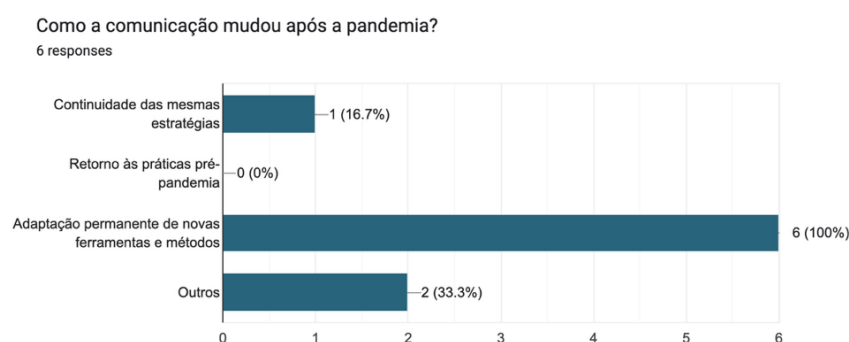


Figura 49- Percepção sobre a evolução da comunicação institucional após a pandemia

Fonte: resultados do questionário elaborado pela autora (2025)



Figura 50- Estratégias de comunicação consideradas prioritárias para o futuro da diplomacia pública da UE

Fonte: resultados do questionário elaborado pela autora (2025)

Respostas ao questionário a especialistas de comunicação dos Estados-Membros

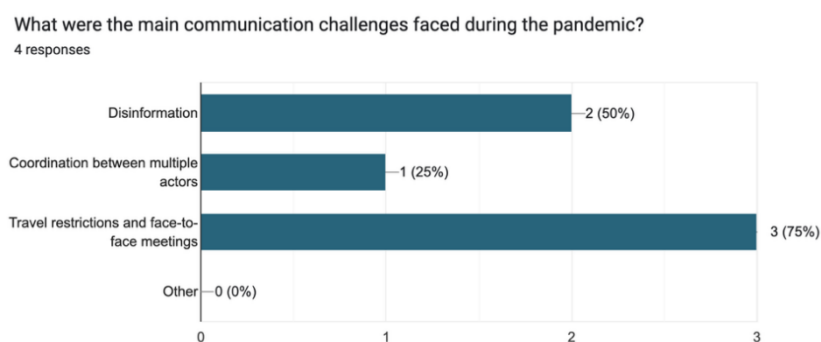


Figura 51- Principais desafios de comunicação enfrentados durante a pandemia

Fonte: resultados do questionário elaborado pela autora (2025)

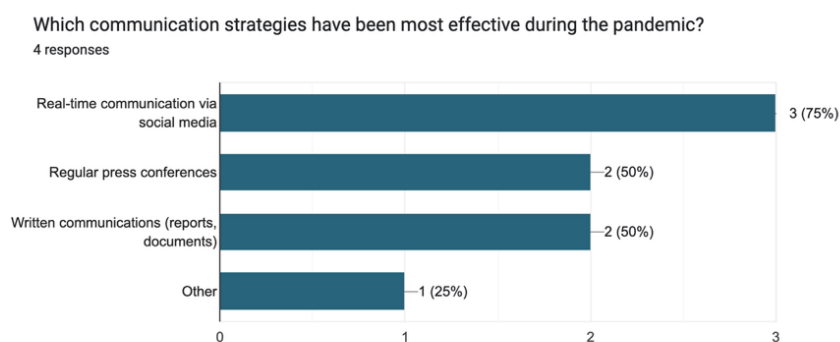


Figura 52- Estratégias de comunicação mais eficazes durante a pandemia

Fonte: resultados do questionário elaborado pela autora (2025)

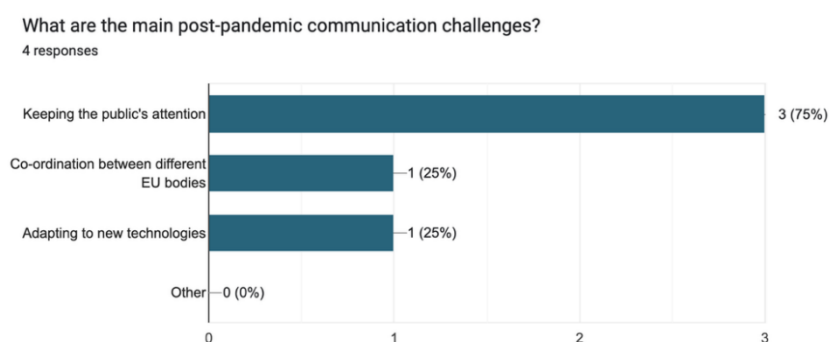


Figura 53- Principais desafios de comunicação no período pós-pandémico

Fonte: resultados do questionário elaborado pela autora (2025)

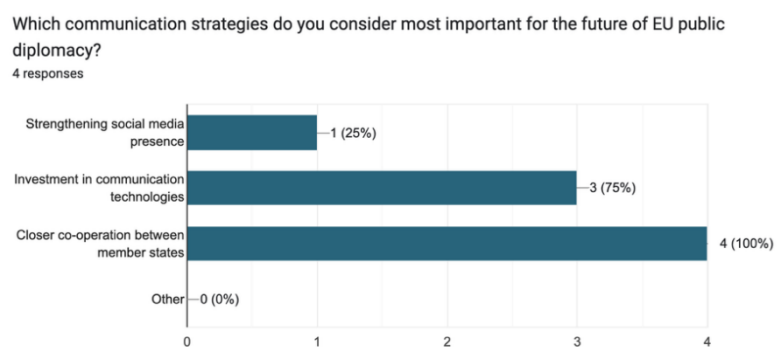


Figura 54- Estratégias de comunicação consideradas mais importantes para o futuro da diplomacia pública da UE

Fonte: resultados do questionário elaborado pela autora (2025)

Anexos

Os documentos que se seguem foram retirados dos Arquivos Históricos do Conselho da União Europeia. São registos institucionais, datados de 1955 a 1964, que ilustram as primeiras abordagens à organização da comunicação institucional e à estruturação do serviço comum de imprensa e informação das Comunidades Europeias, evidenciando as raízes do papel dos porta-vozes no processo de integração europeia. Estes documentos foram selecionados por representarem momentos-chave no debate político e administrativo sobre a necessidade de criar mecanismos de representação pública e coordenação comunicacional entre os Estados-Membros e as instituições europeias. Pela sua relevância para esta investigação, considerou-se fundamental preservá-los no corpo da dissertação, de modo a garantir transparência e compreensão do contexto comunicacional analisado.

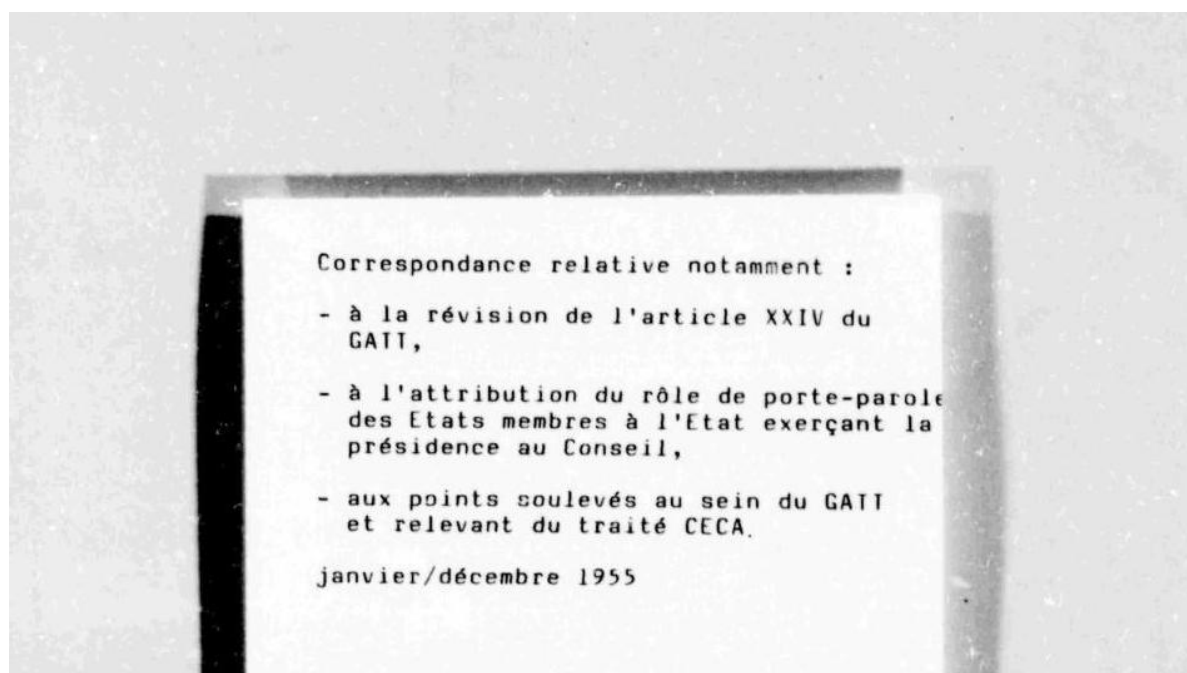
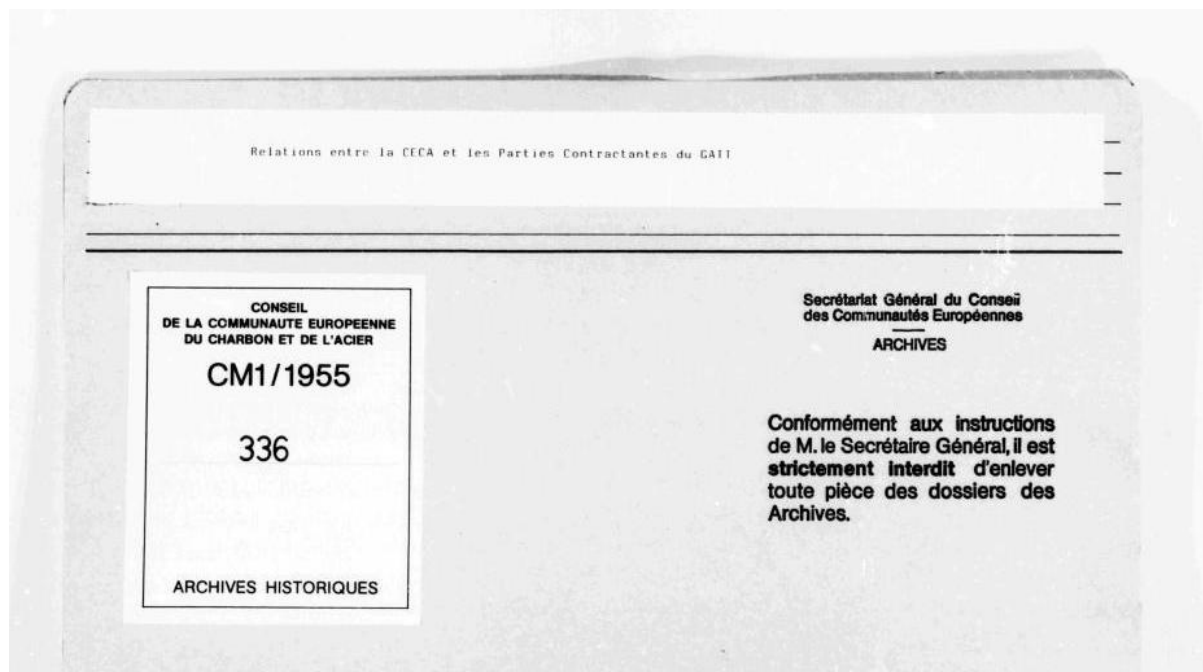
Índice dos anexos:

Anexo	Título	Referência de arquivo	Ano
Anexo I	Nota informativa: Atribuição do papel de porta-voz ao Estado-Membro em presidência	CM1/1955/336	1955
Anexo II	Relatório Parlamentar sobre o Serviço Comum de Informação	CM2/1959/292	1959
Anexo III	Discussão parlamentar sobre o futuro da informação institucional	CM2/1960/398	1960
Anexo IV	Excerto de Documento sobre Comunicação Institucional nas Comunidades Europeias	CM2/1963/177	c.1963
Anexo V	Registos do Grupo de Informação e Juventude	CM2/1964/276	1964

Anexo I – Nota informativa: atribuição do papel de porta-voz ao Estado-Membro em presidência (1955)

Título original: *«Relations entre la CECA et les Parties Contractantes du GATT»*

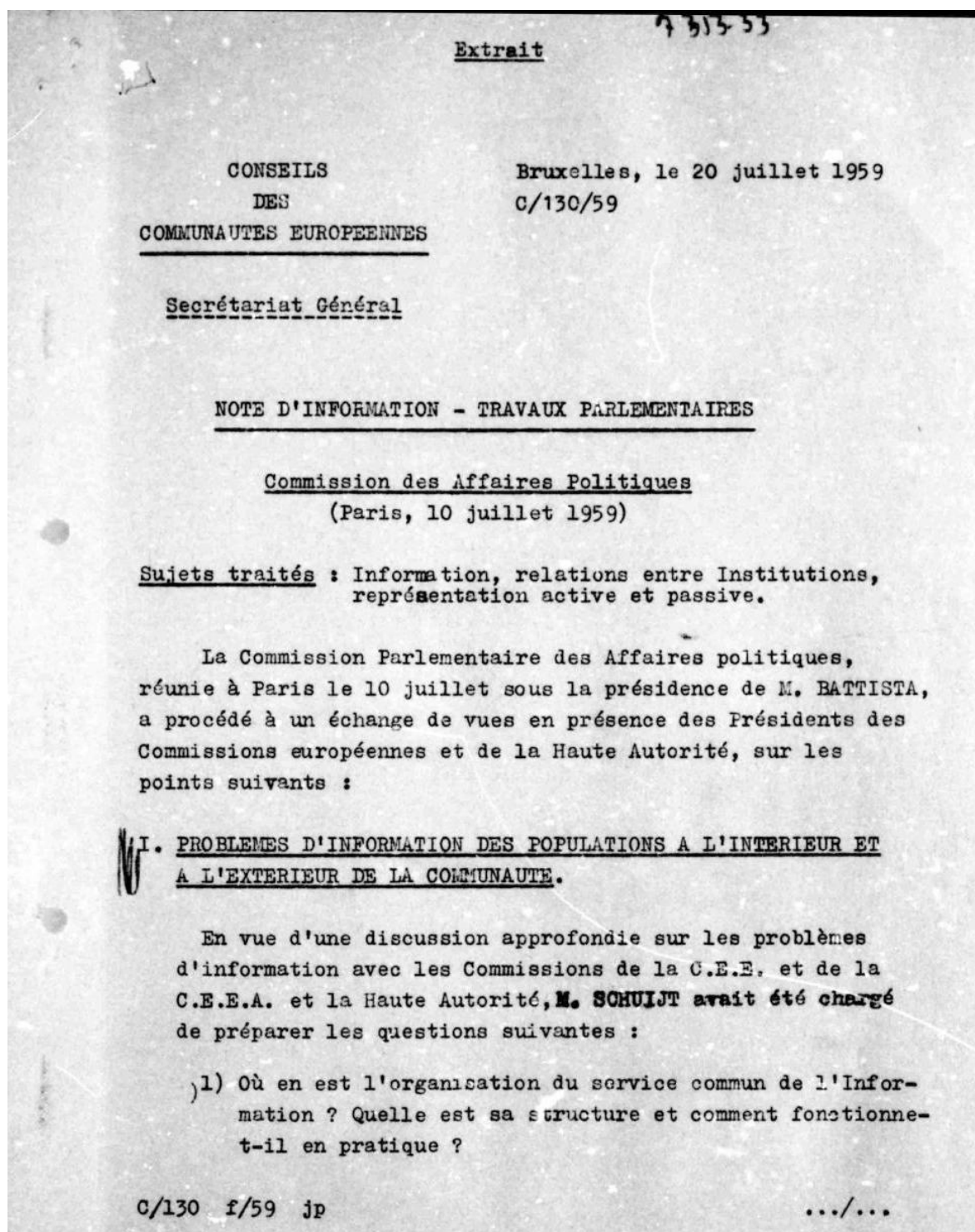
Fonte: Arquivos Históricos do Conselho da União Europeia, ref. CM1/1955/336



Anexo II – Relatório parlamentar sobre o serviço comum de informação (1959)

Título original: «*Service commun de presse et d'information des Communautés européennes*»

Fonte: Arquivos Históricos do Conselho da União Europeia, ref. CM2/1959/292



- 2) Quelle politique d'information les Exécutifs entendent-ils appliquer, tant à court terme qu'à long terme ?
- 3) Quelles sont les activités que les Exécutifs ont spécialement prévues
 - a) dans le domaine de l'information à l'intérieur de la Communauté ?
 - b) pour les territoires d'outre-mer associés ?
 - c) dans les pays tiers ?

L'échange de vues n'a porté que sur le premier point. Afin de poursuivre la discussion avec plus de fruit, la Commission a demandé que les Commissions européennes et la Haute Autorité répondent par écrit aux questions posées.

Au cours de la discussion, M. HALLSTEIN a déclaré qu'aucun effort ne sera négligé pour réaliser un service d'information commun. A son avis, le Groupe de porte-parole dont dispose la Haute Autorité ainsi que chaque Commission européenne revêt une plus grande importance que le service commun parce qu'il est l'élément immédiat de liaison entre les Institutions et l'opinion publique.

Certains parlementaires ont manifesté l'avis que l'information de l'opinion publique telle que pourrait la réaliser un service commun serait plus efficace. Ils ont demandé en conséquence que tout soit entrepris pour donner une vie officielle à ce service d'information commun et de le doter de moyens adéquats.

Anexo III – Discussão parlamentar sobre o futuro da informação institucional (1960)

Título original: «Politique de l'information des institutions des Communautés européennes»

Fonte: Arquivos Históricos do Conselho da União Europeia, ref. CM2/1960/398

- 6 -

IV. PROBLEME DE L'INFORMATION

M. SCHUIJT, désigné comme rapporteur des problèmes de presse et d'information, a fait connaître à la Commission les modifications qu'il compte apporter à son projet de rapport en fonction notamment des discussions budgétaires qui ont eu lieu récemment aux Conseils.

Il a estimé qu'il convenait de demander aux exécutifs comment ils allaient organiser leurs services à la suite du refus des Conseils de ne leur accorder que 90 agents sur les 98 demandés et de questionner les Conseils sur les raisons qui les ont amenés à refuser l'engagement de ces huit agents supplémentaires et notamment du spécialiste prévu pour les problèmes agricoles.

Le rapporteur a, en outre, considéré comme étant inopportune sur le plan politique et malsaine sur le plan budgétaire la décision des exécutifs de créer trois groupes de porte-parole distincts du service de presse et d'information. Il a, d'autre part, proposé qu'à l'occasion de la discussion sur les budgets des Communautés, l'Assemblée insiste sur une meilleure présentation dans les états prévisionnels des divers crédits demandés au titre du service d'information et de presse et des groupes de porte-parole.

Le projet de rapport de M. SCHUIJT ainsi modifié sera examiné par la Commission des Affaires politiques lors de sa réunion qui se tiendra le 7 novembre prochain à Bruxelles.

C/81 f/60 sv

Toutes les dispositions ont été prises en vue de transférer, le siège du Service Commun de Presse et d'Information à Bruxelles, en laissant encore, suivant les accords passés avec la C.E.C.A., un personnel restreint à Luxembourg.

2° - L'organisation du Service de Presse et d'Information comprend :

- a) - Un directeur aidé dans sa tâche par une section dite des "Affaires générales".
- b) - Des sections spécialisées, les unes par milieu à informer (Information syndicale, agricole, outre-mer, universitaire) et les autres par technique d'information (Foire-Expositions, Publications, Radio-Télévision-Cinéma, Visites et Stages).
- c) - Des bureaux extérieurs (BONN, LA HAYE, PARIS, ROME, LONDRES et WASHINGTON).

Dans l'organigramme prévu pour 1960, qui comprend 84 agents, 53 % du personnel ressortit aux six Bureaux extérieurs, 33 % aux sections spécialisées et 14 % à la direction générale.

Les Services des Porte-Parole sont désormais distincts du Service de Presse et d'Information. Dans l'organigramme prévu pour 1961, leur effectif total est de 53 agents, soit un peu plus que l'effectif des six Bureaux extérieurs du Service commun de Presse et d'Information (1).

3° - Le budget du Service de Presse et d'Information s'élève pour 1961 à un peu plus que 98 millions de francs belges non compris les traitements des Porte-Parole.

(1) voir ci-après chapitre IV

27. La décision prise par les Exécutifs de soustraire les porte-parole et leurs collaborateurs, à partir du 1er janvier 1961, de la hiérarchie et du budget du Service commun de presse et d'information ne répond pas pleinement aux vœux de votre Commission. Mais elle comprend que ce compromis pouvait seul permettre aux trois Exécutifs de se mettre d'accord pour créer le Service commun de presse et d'information.

Encore faut-il que les tâches des porte-parole soient clairement définies, que les effectifs de leurs collaborateurs restent raisonnablement limités et que l'unité de gestion fonctionnelle, administrative et budgétaire du Service commun ne soit pas tournée dans les réglementations ni dans les faits. Les assurances que votre Commission a reçues à ce sujet ne lui satisfont pas complètement.

28. En ce qui concerne les tâches, votre Commission croit avoir compris que les porte-parole et leurs collaborateurs doivent essentiellement suivre dans le détail quotidien l'activité de l'Exécutif dont ils dépendent respectivement, et interpréter à tout moment la politique de cet Exécutif. En d'autres termes, ils jugent de l'opportunité de toute communication à l'extérieur et authentifient ces communications. Leurs liaisons avec le Service commun doivent être organisées de telle façon que ces communications au public se fassent toujours dans des conditions telles que l'intention politique d'un Exécutif soit entièrement respectée et correctement illustrée.

29. L'effectif des Groupes de porte-parole prévu pour 1961 est le suivant :

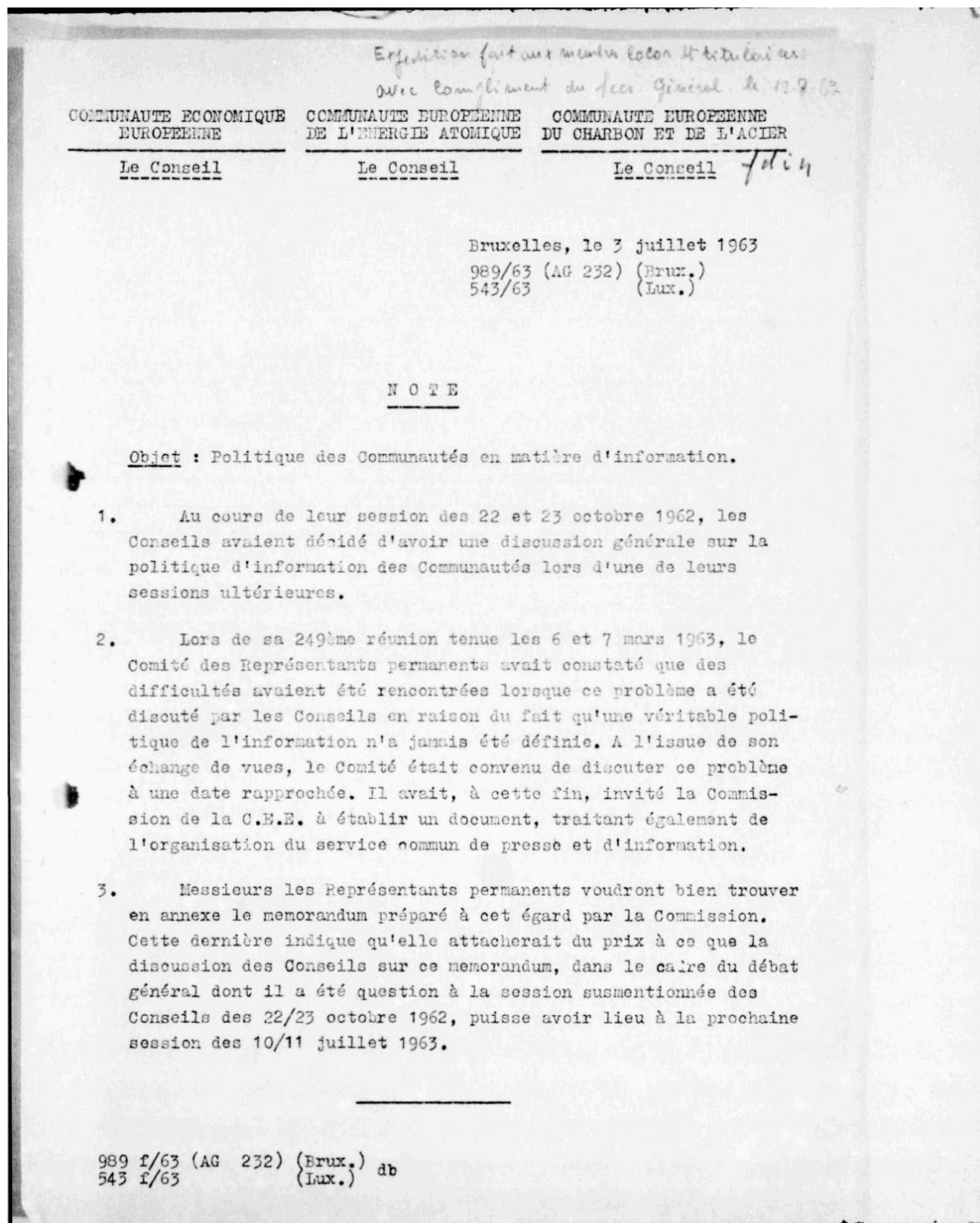
	<u>C.E.E.</u>	<u>Euratom</u>	<u>C.E.C.A.</u>
- agents de catégorie A	11	6	6
- agents de catégorie B	3	-	1
- agents de catégorie C	12	7	7
	26	13	14

APE 4593
définitif

Anexo IV – Excerto de documento sobre comunicação institucional nas Comunidades Europeias (c.1963)

Título original: «Politique des Communautés en matière d'information»

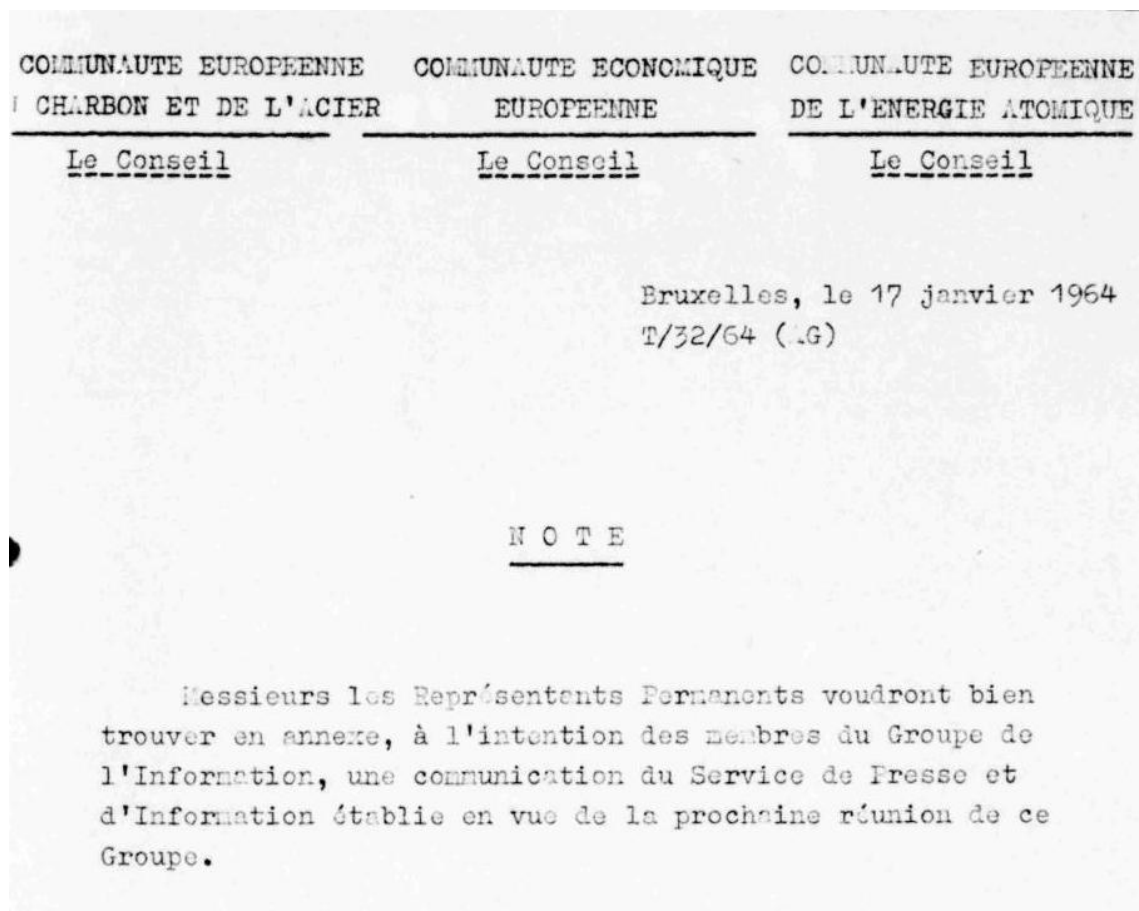
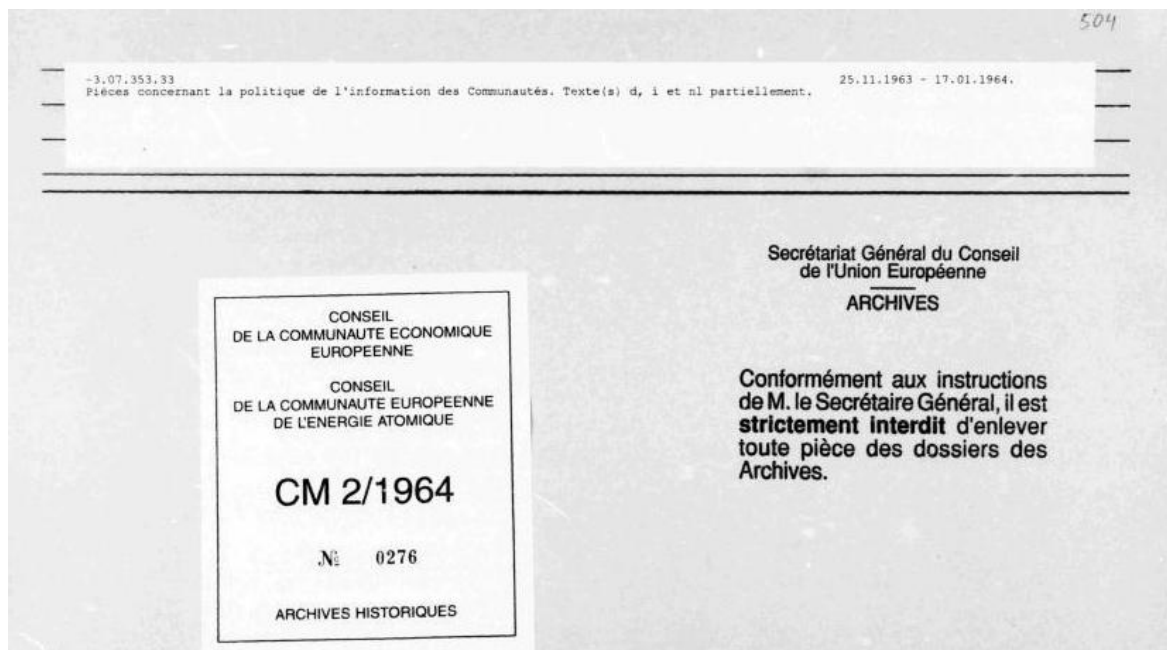
Fonte: Arquivos Históricos do Conselho da União Europeia, ref. CM2/1963/177



Anexo V – Registos do Grupo de Informação e Juventude (1964)

Título original: «*Pièces concernant la politique de l'information des Communautés européennes*»

Fonte: Arquivos Históricos do Conselho da União Europeia, ref. CM2/1964/276



Bruxelles, le 20 décembre 1963

COMMUNICATION DU SERVICE COMMUN DE PRESSE ET D'INFORMATION
EN VUE DE LA PROCHAÎNE RÉUNION
DU GROUPE D'EXPERTS NATIONAUX DE L'INFORMATION

1. MEMORANDUM SUR L'ÉVALUATION DE L'INFORMATION

Au cours de sa réunion du 7 octobre 1963, le Groupe de l'Information a pris connaissance du Memorandum complémentaire présenté aux Conseils des Ministres au nom du Conseil d'Administration du Service commun de Presse et d'Information (doc. COM(63) 384 du 2 octobre 1963).

L'examen de ce document a, en fait, empêché une étude plus approfondie du Memorandum lui-même (doc. COM(63) 242 du 26 juin 1963), notamment en ce qui concerne les développements - unanimement reconnus nécessaires - de l'information sur les problèmes communautaires, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de la Communauté. Cet examen devrait être repris. En particulier, il serait pour nous intéressant de savoir:

- a) quelles sont les parts respectives de leurs crédits d'information que chacun des États membres affecte à l'information à l'intérieur et à l'extérieur;
- b) quels sont les milieux, régions et thèmes, que les Experts nationaux considèrent comme prioritaires pour une action d'information en 1964, à l'intérieur et à l'extérieur de la Communauté.

2. JEUNESSE ET ÉDUCATION DES ADULTES

Étant donné l'importance des actions entreprises, depuis le début de 1960, conformément à une résolution de l'Assemblée Parlementaire Européenne, pour développer l'information et la formation des milieux de la jeunesse et de l'éducation des adultes, le Service commun de Presse et d'Information a

.../...