



Diogo Hernâni Costa Ourique

A União Europeia em Portugal

Limitações comunicacionais de uma
instituição representativa

Relatório de Estágio no âmbito do Mestrado em Comunicação e Jornalismo, orientado pelo Doutor João José Figueira da Silva e apresentado ao Departamento de Filosofia, Comunicação e Informação da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra

2014



UNIVERSIDADE DE COIMBRA

Faculdade de Letras

A União Europeia em Portugal

Limitações comunicacionais de
uma instituição representativa

Ficha Técnica:

Tipo de trabalho	Relatório de Estágio
Título	A União Europeia em Portugal – Limitações comunicacionais de uma instituição representativa
Autor	Diogo Hernâni Costa Ourique
Orientador	Doutor João José Figueira da Silva
Júri	Presidente: Doutor José Carlos Costa Santos Camponez Vogais: 1. Doutora Isabel Maria Guerreiro Nobre Vargues 2. Doutor João José Figueira da Silva
Identificação do Curso	2º Ciclo em Comunicação e Jornalismo
Área científica	Comunicação e Jornalismo
Especialidade	Assessoria e Comunicação Organizacional
Data da defesa	14-7-2014
Classificação	17 valores

Imagem da capa: Fotografia tirada pelo autor, da varanda do edifício da Representação da Comissão Europeia em Portugal



UNIVERSIDADE DE COIMBRA

Agradecimentos

Para um açoriano em Coimbra, seria indispensável rodear-me de pessoas que me garantissem o mesmo ambiente familiar e de companheirismo a que sempre estive habituado. Só assim me poderia sentir verdadeiramente em casa. Quero, por isso, agradecer, no meu parco jeito para estas coisas, a todas as pessoas que fizeram parte desta minha nova vida desde o primeiro ano de universidade: Do Algarve do Francisco até ao Norte da Eliana e da Sara, passando pelo Alentejo do Fábio e pela zona Centro dos dois Daniéis, dos dois Tiagos, da Catarina e do José. Cingindo-me apenas a generalizações geográficas, porque este espaço para agradecimentos não abunda. Coimbra tem esta característica de nos fazer conhecer Portugal inteiro numa única cidade.

Agradecer também, e como sempre o tenho feito, ao Professor Doutor João Figueira pela orientação e pelos conselhos, dentro e fora de aulas. Mesmo longe, por minha exclusiva responsabilidade, foi sempre incansável e fez tudo o que esteve ao seu alcance para não me deixar desamparado. Espero não lhe ter dado muitos cabelos brancos, porque ele não merece.

Um obrigado especial para o Manuel Romano, para a Ana Cabo, para a Sofia Trindade, para a Sara Rocha, para a Dona Fernanda e para todo o *staff* da Representação da Comissão Europeia em Portugal, que me recebeu de braços abertos durante o meu período de estágio e me deu tempo e espaço suficiente para ir conhecendo os cantos à casa, quer no sentido literal quer figurativo.

Aproveito, também, para agradecer ao Vasco, pais, irmã e a toda a família Barcelos por não me deixarem na rua durante a minha estadia em Lisboa. Obrigado pela guarida, mas principalmente pela atenção e pela já duradoura amizade. Prometo deixar tudo como estava antes.

Finalmente, e porque no fim também está a virtude, ao contrário do que muitos pensam, um eterno obrigado à minha família: Aos meus pais que, sempre relutantes e ansiando o meu regresso, lá me deixaram sair do ninho; aos meus irmãos que, apesar de terem ficado contentes com o espaço extra, sei que sempre torceram por mim; e a toda a família Ourique no geral, que é uma família grande e de gente boa, como eu gosto. Ainda, um obrigado especialíssimo à (cada vez menos) pequena criatura que me faz ver a vida com outros olhos, o meu sobrinho Rafael. Que tenhas preenchido esse espaço vazio deixado pela minha ausência e que eu possa estar lá para ti mais frequentemente a partir de agora.

Para todos vocês, o meu eterno obrigado! Espero que, aos poucos, vos consiga retribuir.

Resumo

O presente relatório foi realizado no âmbito do segundo ano do 2º Ciclo em Comunicação e Jornalismo pela Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, dizendo respeito ao estágio curricular de três meses realizado no departamento de Imprensa e *Media* da Representação da Comissão Europeia em Portugal, de Setembro a Dezembro de 2013.

O relatório incidirá, principalmente, sobre as dificuldades e a parca margem de manobra que as instituições representativas, e esta em particular, possuem em termos de estratégia de comunicação, por terem que se cingir muitas vezes às diretivas gerais de comunicação da organização que representam. Neste caso, trata-se de uma organização internacional, o que implicaria a necessidade de múltiplas variantes da estratégia de comunicação principal, adaptadas às especificidades dos diferentes públicos a quem pretende chegar.

À descrição e análise dos trabalhos realizados em estágio, alia-se uma ligeira contextualização histórica acerca da proeminência da União Europeia (UE) em Portugal e um enquadramento dos principais conceitos de comunicação que melhor explicam as ações e os projetos levados a cabo pela Representação (REP). Haverá também uma análise individual de alguns casos mais proeminentes que pautaram o decorrer das atividades da instituição durante estes três meses e evidenciaram a sua habilidade em termos de comunicação e gestão dos *media*.

Este relatório irá conter também dados estatísticos relacionados com a presença do tema UE nos órgãos de comunicação social portugueses, e em direta comparação com a presença deste mesmo tema noutros Estados-membros. Pretende-se, assim, aferir o nível de interesse que os portugueses demonstram pelos desígnios da UE, comparando também com os outros países aderentes.

Palavras-chave: UE; Comissão Europeia; REP; comunicação; *media*.

Abstract

This report was conducted under the second year of the Masters in Journalism and Communications in the Faculty of Letters of the University of Coimbra, concerning the three month curricular traineeship at the Press and Media division of the Representation of the European Commission in Portugal, from September to December 2013.

The report will mainly focus on the difficulties and the lack of maneuvering that the representative institutions, and this one in particular, have in terms of communications strategies by being forced to follow the general communications directives of the organization which they represent. In this case, it is an international organization, which would imply a need for multiple variations of the main communications strategy adapted to the specific characteristics of the different publics it is trying to reach.

Along with the description and analysis of the projects conducted in the traineeship, it will also have a brief historical context about the presence of the European Union (EU) in Portugal and a framework of the main communications concepts that best explain the work and projects conducted by the Representation (REP). It will also contain individual analysis on some of the most prominent cases which structured the actions of the institution during these three months and spotlighted the state of its communications and media management abilities.

This report will also contain statistical data concerning the presence of the EU theme in the Portuguese media, in direct comparison with the presence of this same subject in the other Member-States' media. With this, we can assess the level of interest that the Portuguese show for the wills of the EU, comparing it with that of the other euro countries.

Keywords: EU; European Commission; REP; communications; media.

Índice

1. Introdução	p.8
Parte I: Enquadramento e panorama geral	p.11
2. O Portugal atual no contexto europeu	p.12
2.1. A presença da Europa como elemento constante	p.13
2.2. Fundos e subsídios.....	p.13
2.3. Adesão ao Euro e dependência financeira	p.14
3. A Comissão Europeia em Portugal	p.15
3.1. Apresentação da Representação da Comissão Europeia em Portugal	p.15
3.2. Situação atual da REP – Primeiras observações	p.16
3.3. Descrição de tarefas	P.17
3.3.1. Traduções	p.17
3.3.2. Gestão do sítio <i>Web</i>	p.18
3.3.3. Gestão das redes sociais	p.19
3.3.4. Atualização da lista de contatos	p.20
3.3.5. Revista CAIS	p.21
4. A opinião dos portugueses sobre a UE	p.23
4.1. Dados Eurobarómetro	p.24
4.2. As contradições do FMI e a imagem da <i>troika</i>	p.27
4.3. Eleições europeias de 2014	p.29
4.3.1. O papel da cobertura jornalística	p.32
4.3.2. O papel da campanha política	p.34
4.3.3. A campanha europeia	p.35
5. Os <i>media</i> nacionais em contato com a UE	p.38
5.1. Portugal e os seus pares europeus	p.38
5.1.1. Conselho Europeu de 24 e 25 de Outubro de 2013	p.39
5.1.2. Saída da Irlanda do plano de resgate	p.41

5.2.	Diminuição dos jornalistas afetos à UE	p.43
Parte II: Casos em análise		p.46
6.	Caso em análise – Fuga de relatório político	p.47
6.1.	As reações ao relatório	p.47
6.2.	A (falta de) estratégia de comunicação de crise da REP	p.48
7.	Caso em análise – A vertente <i>online</i>	p.50
7.1.	Modelo padronizado da CE	p.50
7.2.	O Blogue Europa	p.51
8.	Caso em análise – Triagem de conteúdos informativos	p.52
8.1.	Desprendimento voluntário dos jornalistas	p.52
8.2.	Exemplo de RAPID	p.53
Considerações finais		p.54
Bibliografia		p.58
Anexos		p.63

1. Introdução

O seguinte relatório assume-se como resumo explicativo e de complementação das atividades e experiências levadas a cabo no âmbito do estágio curricular realizado na Representação da Comissão Europeia em Portugal (REP), em Lisboa, no início do segundo ano do 2º Ciclo em Comunicação e Jornalismo pela Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra (FLUC), de 16 de Setembro a 13 de Dezembro de 2013.

O presente Relatório de Estágio foi desenvolvido com base na tentativa de aferir o nível de contacto que os portugueses, em geral, mantêm com a União Europeia (**Parte I** do trabalho), uma instituição da qual são parte integrante e com quem é essencial comunicarem e expressarem a sua voz. É relevante salientar que, neste caso, trata-se o ponto de vista da própria organização representativa da instituição, oferecendo uma nova faceta que muitas vezes não é considerada – ou, pelo menos, não tão óbvia – à discussão.

Com uma Licenciatura em Estudos Europeus pela FLUC e frequentando um Mestrado na área de jornalismo que engloba, também, as áreas de assessoria e comunicação organizacional – onde se inserem, entre outras, as vertentes de comunicação de imprensa e as relações públicas –, pareceu-me uma escolha acertada a deste estágio num departamento de Imprensa e *Media* que associa, de certa forma, as minhas duas áreas gerais de formação. Para além disso, possibilitou-me um aprofundamento das noções em comunicação/assessoria de estabelecimento de elos entre uma entidade e um público-alvo, através de uma componente prática e de ação concreta e imediata que me permitiu aplicar os meus conhecimentos teóricos e ter uma maior noção da realidade e do significado de responsabilidade no âmbito do mercado de trabalho. Desta forma, àquilo que se adivinhava como relevante e conciliador do ponto de vista da minha formação académica, aliou-se também uma forte componente de formação e crescimento individual.

Para além de todas as tarefas que desempenhei no decorrer do estágio, desde a organização de conferências e eventos até às traduções diárias de comunicados de imprensa, tive também a oportunidade de lidar com um caso particularmente exemplar de gestão da comunicação em momentos de crise, o que enriqueceu em muito a minha experiência e me deu a conhecer o lado mais imediato e urgente da necessidade de uma boa estratégia de comunicação. Este assunto será tratado mais à frente (**Parte II** do trabalho), com a devida extensão, e servirá para enquadrar as práticas comunicacionais no seio da instituição. Para além disso, serão evidenciadas as principais

dificuldades que a instituição representativa apresenta no que diz respeito à sua vertente *online*, tão importante e agregadora de público nos dias de hoje. Ainda, tratar-se-á a influência que o processo seletivo das notícias provindas da instituição principal tem no contexto da imagem geral que os jornalistas nacionais fazem da qualidade informativa da própria instituição.

A decisão de fazer um relatório centrado no tema das limitações comunicacionais desta instituição, por ser apenas representativa dos preceitos da organização principal, foi tomada desde cedo, após identificação de algumas estratégias de comunicação que se adequavam num plano geral europeu, mas que falhavam na adaptação das suas diretrizes para o plano nacional. Por exemplo, aquando da minha chegada a primeira impressão foi de uma organização muito fechada, séria e taciturna, que não cativa verdadeiramente as pessoas. Sugeri uma maior leveza e simplicidade, principalmente no campo da Internet e das redes sociais, instrumentos bastante importantes nos dias de hoje para se alcançar um público cada vez maior e mais variado.

Aquilo que Isabel Afonso de Sousa nos diz em relação às empresas no contexto de uma comunicação global pode também ser aplicado, neste caso, às instituições europeias: «*Raciocínios, objetivos e todo um discurso centrado sobre a própria empresa [pode] levá-la a um crescente e agudo autismo na sua relação com o exterior*» (1999:2). De facto, o modelo ideal de comunicação global a adotar pela Comissão Europeia (CE), e pelas restantes instituições europeias, não deve ser generalizador e imutável, por consequência de se afastar por completo do raio de atenção das pessoas, mas sim proceder a uma «*progressiva fragmentação da mega estrutura, em pequenos núcleos de projeto, onde cada elemento da equipa tem funções muito menos precisas, mas com muito maior grau de flexibilização e visão global*» (1999:3). Só assim, dividindo tarefas por entre as suas delegações nacionais, conseguirão os organismos europeus comunicar verdadeiramente com o seu vasto público-alvo.

Outra das minhas primeiras impressões foi, também, a de incerteza relativamente ao real propósito da instituição. Se é verdade que considerava este um estágio conciliador das minhas capacidades e conhecimentos adquiridos, não é menos verdade que, ainda assim, encontrei alguma dificuldade em descobrir mais informações sobre a instituição e as suas ações. Não é muito abonatório para a efetividade comunicacional de uma instituição quando se torna difícil aferir quais as principais atividades que esta desenvolve no contexto em que se está inserida.

Por tudo isto, não foi difícil escolher o assunto sobre o qual incide este relatório. No fundo, é um tema que entrou comigo no primeiro dia de estágio e acabou por sair reforçado, pois permiti-

me identificar mais atentamente não só as dificuldades, mas também algum do espaço de manobra, em termos de comunicação, que a instituição, ainda assim, não deixa de ter.

Parte I:

Enquadramento e panorama geral

2. O Portugal atual no contexto europeu

Desde 1 de Janeiro de 1986 que os destinos de Portugal se voltaram a interligar institucionalmente com os da Europa, depois de uma interrupção de 41 anos às mãos de um regime político fechado e autoritário, de carácter corporativista e, portanto, pouco interessado em fazer-se acompanhar por uma Europa (ainda) desorganizada e aparentemente sem rumo.

Na altura da adesão, Portugal passou a fazer parte da então Comunidade Económica Europeia (CEE), uma organização que teve as suas origens com o surgimento da Comunidade Europeia do Carvão e do Aço (CECA) no plano internacional. Por sua parte, esta organização precedente da CEE foi criada como ferramenta de gestão dos fundos disponibilizados pelos Estados Unidos da América (EUA), no pós-Segunda Guerra Mundial, e como meio de proteção do mundo ocidental – tutelado pelos EUA – contra os potenciais avanços da Rússia soviética, no decorrer da Guerra Fria. Para além desta óbvia necessidade de organização, incentivada por pressões externas, havia também a necessidade, expressa pela primeira vez a 9 de Maio de 1950 por Robert Schuman, estadista e ativista francês nascido em Luxemburgo, de regulamentar a nível internacional (europeu) a produção do carvão e do aço, as principais matérias-primas utilizadas para o armamento bélico.

A organização, que começou apenas com seis países signatários (Alemanha Ocidental, Bélgica, França, Itália, Luxemburgo e Países Baixos), tem atualmente 28 Estados-membros, fruto dos sucessivos alargamentos em anos posteriores à sua edificação. Portugal e Espanha fizeram parte do terceiro alargamento, em 1986, tornando-se no 11º e 12º países aderentes à atual União Europeia (UE). Em 2002, Portugal volta a fazer parte da história da UE, aderindo à moeda Euro e tornando-se um dos 18 países constituintes da zona Euro. Em 2007, viria a ter um papel central na assinatura do Tratado de Lisboa, um tratado que reformulou o funcionamento e o *modus operandi* da UE e renovou as formulações dispostas no Tratado de Roma de 1952, que constituiu a CEE, e no Tratado de Maastricht de 1992, que constituiu o modelo inicial da atual UE.

Mas sendo certo que Portugal, ao longo da sua história, quase sempre se manteve em contacto com o resto do continente, talvez nunca tenha estado tão dependente dele como hoje, no atual formato. O que antes era facultativo – havia a possibilidade de se demarcar do percurso europeu em busca de outros trilhos –, tornou-se regulado; o que era opcional, passou a ser necessário.

Formou-se um paradoxo baseado na dependência onde a soberania de Portugal acaba por depender, em parte, dos seus parceiros europeus.

2.1. A presença da Europa como elemento constante

É certo que o contexto de crise em que a Europa, e o Mundo, se encontram, iniciado em 2008, acaba por ter um papel importante neste paradigma, sendo que Portugal é um dos principais países afetados. Com um pedido de ajuda financeira externa oficializado pelo Governo português a 6 Abril de 2011, dirigido ao Presidente da Comissão Europeia em funções José Manuel Durão Barroso, o país reiterou assim a sua dependência perante os seus parceiros europeus. No dia seguinte ao comunicado do então Primeiro-Ministro José Sócrates, o jornal Público trazia o seguinte editorial: «... a data de ontem [6 de Abril de 2011] representará muito mais do que o fim de um estado de negação (...): significará o dia em que o país se despediu de um período de ambição europeia e voltou a assumir a pose do velho Portugal de sempre – frágil, incapaz de se governar, dependente do estrangeiro para curar os seus excessos»¹. Posto isto, vemos que esta situação tem raízes bastante mais profundas, que não se limitam a uma análise do estado da arte atual.

Devemos, portanto, recuar brevemente até aos primórdios da adesão de Portugal à CEE (atual UE), um país ainda em luta contra uma repressão de quatro décadas mas já com aspirações e ambições pós-revolucionárias.

2.2. Fundos e subsídios

Cada vez menos influente, desde algum tempo, nos destinos de África e das suas antigas colónias, Portugal passou a depender de uma quantidade considerável de subsídios e de fundos estruturais advindos da adesão à CEE como forma de equilibrar a economia portuguesa e torná-la mais competitiva e de acordo com os padrões dos seus pares europeus. Cimentou-se, assim, uma política de dependência face aos fundos europeus num país ainda pouco capaz de subsistir por si próprio.

De todas as políticas comunitárias da UE, aquela do qual Portugal mais terá beneficiado em termos de fundos terá sido a Política Agrícola Comum (PAC), pelas características rurais de grande parte do território nacional e pelo importante papel da agricultura como uma das

¹ (2011); *Editorial*; Público, 7 Abril, p.38

principais atividades na época. Ainda hoje, e desde o seu surgimento em 1962, a PAC reveste-se de importância no contexto da UE, até porque partilha muitos dos seus princípios essenciais com a causa europeia; como por exemplo, a abertura e liberalização do mercado de géneros alimentícios ao nível dos países da UE, a preocupação com o ambiente e primazia pelo uso de recursos naturais e a preferência pelos produtos produzidos na UE. É neste contexto que também Portugal se insere, embora a forte dependência em relação aos subsídios da UE ao longo dos anos lhe tenha, de certa forma, deturpado as prioridades.

2.3. Adesão ao Euro e dependência financeira

Apesar de ser considerado um passo importante em prol da consolidação plena da causa europeia, a adesão à moeda única, sabe-se hoje, acabou por ter custos demasiado elevados para os países (como Portugal) ainda aquém dos níveis de desenvolvimento dos restantes parceiros europeus. Se já era necessário haver uma economia competitiva numa fase de pré-adesão ao Euro, com a inserção efetiva de Portugal num mercado comum regulado por uma moeda única tornou-se ainda mais imperativo que o país tivesse capacidade suficiente para competir com os seus pares da zona Euro.

No entanto, sabemos que a falta de capacidade da economia portuguesa para acompanhar o progresso económico de uma determinada parcela dos países europeus levou a que, recentemente, num contexto de crise mundial generalizada, Portugal tivesse que realizar um pedido de ajuda financeira externa na sequência do chumbo, pela oposição da altura, das medidas de contenção e de austeridade internas propostas pelo Governo de então. Juntamente com a Grécia, a Irlanda e o Chipre (sendo que o programa da Irlanda foi, entretanto, finalizado), Portugal viu-se, a partir de 2011, mais uma vez à mercê dos contributos dos seus pares europeus, aprofundando ainda mais a sua dependência face ao financiamento estrangeiro.

3. A Comissão Europeia em Portugal

É com o Tratado de Maastricht, assinado a 7 de Fevereiro de 1992, que a Comunidade Económica passa a ter a designação formal de Comunidade Europeia, extrapolando o seu raio de atuação mais além do que apenas o campo económico. Assistimos, portanto, em 1992, a um alargamento das políticas comunitárias também para outros domínios, aliados às pretensões económicas já consolidadas anteriormente. Áreas como a educação, a saúde, a cultura e os direitos dos consumidores são apenas alguns exemplos do vasto espectro de assuntos que, com Maastricht, e com a edificação de uma Comunidade Europeia mais proactiva, passaram a fazer parte do pensamento comunitário (Martins da Silva, 2010:211).

3.1. Apresentação da Representação da Comissão Europeia em Portugal

A este relatório concerne o estágio curricular de três meses realizado na Representação da Comissão Europeia em Portugal (REP), uma instituição representativa da Comissão Europeia (CE) e que tem o objetivo de espelhar no território nacional os propósitos e os interesses gerais da Comunidade Europeia e de lhes dar algum enfoque no panorama social e de opinião pública portugueses. A esta instituição compete clarificar de que forma as políticas defendidas pela Comissão Europeia, em nome da Comunidade Europeia, afetam o país, em particular, e qual o real papel da UE nos destinos do Portugal comunitário.

A REP situa-se em pleno centro da cidade de Lisboa, no Largo Jean Monnet (assim chamado em honra do diplomata e economista francês com o mesmo nome, grande contribuidor para o projeto europeu), adjacente à Avenida da Liberdade, e partilha o edifício número 1 (Fig.2) com o Gabinete do Parlamento Europeu em Portugal e, também, com a sede do Banco Português de Investimento

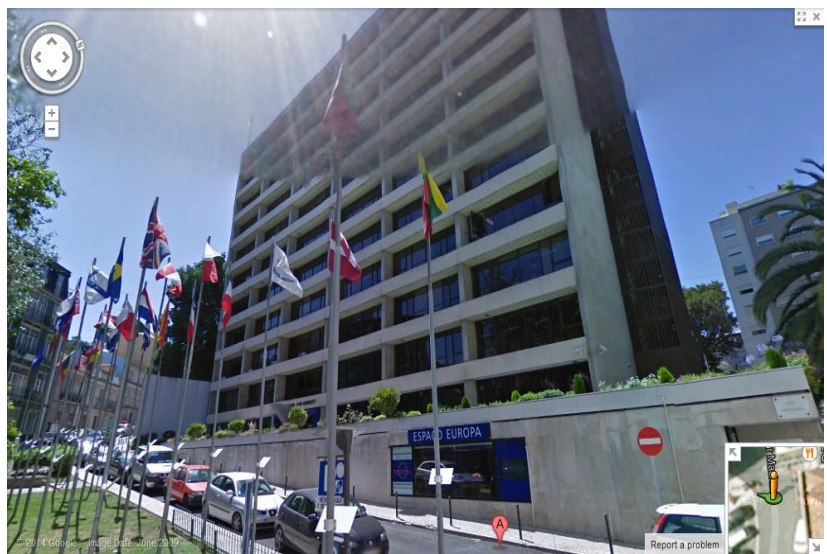


Fig.2 - Imagem retirada do Google Maps

(BPI). Na base do edifício, encontra-se o Espaço Europa, um local público de informação para os cidadãos criado por ambas as instituições representativas dos órgãos da UE. Este é um espaço interativo e dinâmico, que disponibiliza material informático e de documentação acerca do percurso e da história da UE, sendo também um local com propósitos didáticos para as escolas que muitas vezes o visitam. No exterior do edifício, podemos ver as bandeiras de todos os países que fazem parte da UE, bem como uma placa identificadora de cada país e da sua respetiva situação geográfica. Já a situação geográfica do edifício em si, confere-lhe uma centralidade bastante essencial e em acordo com a atual relevância do papel da UE em Portugal.

O estágio foi realizado no departamento de Imprensa e *Media* da REP, que serve de veículo de comunicação entre a própria instituição e a comunicação social portuguesa, quer sejam órgãos com alcance nacional ou regional. São atividades constantes a elaboração, tradução e envio de comunicados de imprensa, bem como a seleção e adaptação de conteúdos informativos relevantes no panorama nacional. Também é frequente o fomento de discussões e debates com os cidadãos e com os jornalistas afetos às várias áreas sociais, para além da organização e promoção de conferências e eventos relacionados com, e patrocinados pela, REP e pela própria CE.

3.2. Situação atual da REP – Primeiras observações

Embora seja um setor essencial para o estabelecimento de laços comunicacionais entre a instituição principal (CE) e os cidadãos, tornando-se assim na efígie do próprio conceito de instituição representativa, o departamento de Imprensa e *Media* encontra algumas dificuldades em termos da plena concretização das suas funções. O problema principal será, talvez, a escassez de recursos humanos suficientes para torná-lo num departamento mais dinâmico e diverso em termos de multiplicidade de trabalhos e de ideias. De facto, tal como a maior parte dos restantes departamentos da REP, o departamento de Imprensa e *Media* apenas possui um Coordenador Geral e uma Assistente, com a adenda esporádica de uma Consultora de imprensa regional que contribui, em parte, para garantir um maior contacto com os *media* regionais do país e para reforçar a importância dos laços destas regiões com a CE, de que também fazem parte.

Vemos, portanto, que num departamento tão crucial para a difusão da mensagem e dos propósitos europeus se encontram apenas dois funcionários a tempo inteiro, e um colaborador. A esta pequena equipa junta-se, periodicamente, um estagiário, que tem como função, dentro do

curto espaço de tempo que caracteriza a condição de estagiário, colmatar algumas falhas ou necessidades nos campos de atuação mais imediatos, ou de menor exigência intelectual.

A REP, no fundo, reflete o atual estado do país, onde muitas vezes é preferível abdicar-se de um maior número de funcionários, que possam garantir um maior dinamismo em termos de multiplicidade de matérias desenvolvidas pela instituição, em prol da redução de custos salariais e da contenção de custos em geral. Mais à frente (**Capítulo 6**, p.47) analisaremos um caso particular que evidencia as desvantagens, em termos comunicacionais, da falta de uma equipa dinâmica o suficiente para a partilha de ideias e para lidar com situações de crise que requerem ações mais imediatas, mas que também necessitam ser mais bem refletidas.

3.3. Descrição de tarefas

3.3.1. Traduções

Parte constante da vida de um estágio numa instituição europeia, e principalmente numa instituição nacional representativa, são as traduções. Se é verdade que, hoje em dia, é aconselhável que haja conhecimento base e mínimo das línguas mais faladas no seio da UE (inglês e francês, principalmente), também não é menos verdade que é necessário adaptar a linguagens comunitárias mais utilizadas às variantes nacionais, para assim conseguir alcançar e comunicar com um maior número de pessoas. Um tradutor serve, assim, como elo de ligação entre uma comunidade alargada e uma identidade nacional particular, que importa preservar.

No caso da UE, existem 24 línguas oficiais a ter em conta aquando da elaboração dos documentos oficiais, sendo que uma grande parte destes costuma estar apenas disponível nas línguas mais recorrentes como forma de albergar um maior público e de forma mais imediata. É parte diária de um estagiário da REP fazer traduções para português de comunicados de imprensa, de notícias, de informações e de estatísticas emitidas pela UE. No entanto, é frequente esbarrar-se com limitações e regras impostas pela CE, e generalizadas a todos os países, onde, na maior parte das vezes, não se pode alterar a estrutura dos artigos provindos de Bruxelas. Esta é uma condicionante externa que afeta muitas vezes o trabalho de um tradutor das REP, sendo que a alteração de algumas expressões, sintaxes e até parágrafos, que tornariam o artigo mais perceptível na língua-alvo, muitas vezes não é permitida, constituindo-se assim um problema de comunicação que seria facilmente evitável.

Faz também parte da vida de um estagiário da REP dar resposta aos pedidos de *feedback* e a quaisquer informações requeridas pelos colegas e responsáveis da CE noutros países, pelo que, muitas vezes, a tradução de informações do português para as línguas mais recorrentes também é necessária. Neste âmbito, auxiliei alguns relatórios e elaborei vários documentos e *clippings* de informações sobre os assuntos mais mediáticos em Portugal, e sobre a forma como os *media* nacionais encaravam e enquadravam determinados assuntos relacionados com a UE. Houve duas ocasiões, em particular, que mereceram especial atenção por parte das entidades internacionais: o tipo de tratamento que foi feito pelos *media* e pela opinião pública portuguesa ao caso do relatório político interno da REP enviado para a imprensa a 18 de Outubro de 2013, que tratarei com maior pormenor mais adiante (**Capítulo 6**, p.47), e as reações e o nível de cobertura dessa mesma comunicação social em relação à cimeira europeia de 24 e 25 de Outubro do mesmo ano (**Capítulo 5.1.1.**, p.39). Neste último caso da cimeira europeia, a curiosidade incidia principalmente sobre as reações dos *media* em relação à Agenda Digital, a estratégia da UE dirigida às tecnologias digitais e à sua utilização por parte dos cidadãos e das empresas, principal tema de discussão do encontro internacional. No entanto, a cimeira foi ensombrada, em grande parte, pelas alegações de atos de espionagem por parte do governo americano, com mão da National Security Agency (NSA), em relação a cidadãos de todo o Mundo e, em particular, a alguns líderes europeus, o que acabou por dominar a maior parte da agenda mediática sobre o encontro.

3.3.2. Gestão do sítio *Web*

Um dos principais problemas de comunicação que notei ainda em pesquisa inicial para o meu estágio foi a fraca manutenção do espaço *Web* da REP², que possui um estilo algo antiquado e pouco apelativo para os padrões atuais. É inegável que a Internet, e a componente informática no geral, se revestem de importância na sociedade atual, e é imperativo procurar que estes espaços se mantenham o mais dinâmico e interativo possível, de forma a captar a atenção e o interesse do público. No entanto, uma das minhas primeiras impressões foi que o sítio *Web* da REP tinha um aspeto algo antiquado e, de certa forma, até desleixado, dando primazia a inúmeras hiperligações e ao texto incessante em vez de se focar mais na imagem e no *design*, que apelam mais às pessoas.

² Ver em: < http://ec.europa.eu/portugal/comissao/index_pt.htm >; Visitado em: Abril de 2014

Contudo, é aquele o modelo padrão definido pela CE para todos os sítios *Web* das REP, pelo que apenas lhes é permitido mudar os conteúdos informativos mas não a estrutura. Vemos, aqui, mais uma consequência de um certo tipo de comunicação institucional generalizada, que não se adapta às várias e diferentes realidades e, conseqüentemente, acaba por tornar ineficiente, ou menos apelativo, o projeto de comunicação geral. Ao não dar liberdade à instituição representativa para aperfeiçoar e adaptar um aspeto tão crucial nos dias de hoje como o seu próprio espaço *Web* à realidade nacional, a instituição principal acaba por lesar a sua pretensão de apelar a uma grande maioria dos vastos públicos europeus.

Como estagiário, uma das minhas responsabilidades era então, muitas vezes, atualizar os conteúdos do sítio *Web* pelo menos duas vezes por mês, com base nos principais acontecimentos do espectro europeu da altura que dissessem respeito, ou pudessem ser de algum interesse, ao público português. Nomeadamente, era comum atualizar a área inicial dos “Destaques” com três temas importantes que dissessem respeito às notícias e projetos mais recentes da CE, para além de proceder à constante manutenção da área de “Agenda” com os eventos e atividades, em Portugal e nos restantes Estados-membros, que pautassem o calendário da CE na altura. Um exemplo mais premente em ambos os espaços do *site* terá sido, por exemplo a realização da European Space Expo (**Anexo 1**, p.64) em Lisboa, no Terreiro do Paço, uma exposição que correu vários Estados-membros e que dizia respeito ao programa espacial da UE e aos benefícios que os cidadãos adquiriam destas políticas espaciais.

3.3.3. Gestão das redes sociais

Se a Internet deve ser, hoje em dia, encarada como um dos principais meios de divulgação de uma mensagem e de contacto com uma grande parte do público, também o propósito específico das redes sociais deve ser tido em conta. Já aqui foi registada alguma falta de proveito por parte da REP em relação ao potencial da Internet como meio difusor do seu percurso e dos propósitos da CE, principalmente no que diz respeito ao sítio *Web* da instituição representativa e ao recentemente encerrado Blogue Europa³ (em Janeiro de 2014), também da sua responsabilidade (**Capítulo 7.2.**, p.51). No entanto, uma área que se poderá considerar suficientemente desenvolvida e relativamente funcional é a área específica das redes sociais. Nomeadamente, a

³ Ver em: < <http://blogs.ec.europa.eu/portugal/> >; Maio de 2014

REP está presente tanto no Facebook⁴ como no Twitter⁵, tendo também uma parceria com a ferramenta Engagor, um sistema de gestão dos *media* sociais que permite a monitorização, o agendamento e a calendarização de várias atividades, baseado na computação em nuvem.

Há uma equipa destacada para trabalhar especificamente esta área das redes sociais, da qual também fiz parte. O seu objetivo primário é o de promover as atividades e novidades da CE, mas também de tentar procurar as respostas do público e receber o seu *feedback* em relação às mais variadas questões sobre a Europa. Nesse âmbito, é sempre uma ferramenta de aproximação com as pessoas, acabando por se tornar também num espaço de teste e de experimentação. Não poucas vezes, faz-se ainda a promoção de eventos organizados pelas instituições europeias e que têm lugar um pouco por todo o país (como as iniciativas Café Europa, que promovem a discussão e o debate sobre os principais temas da UE em várias cidades portuguesas) e dá-se notícia dos mais recentes acontecimentos relevantes em Portugal e relacionados com a CE, desde o desenvolvimento trimestral das finanças e da economia europeia até à atribuição de prémios a projetos portugueses em concursos de nível europeu (**Anexo 2**, p.65).

Deste modo, estabelece-se uma ligação direta com o público, certificando-se assim que a difusão das mensagens e dos conteúdos da UE não ficam apenas dependentes da arbitragem dos órgãos de comunicação social nacionais – pois muitas das notícias institucionais sobre a UE são divulgadas apenas através de comunicados de imprensa –, mas que chegam com toda a certeza, e até de forma mais rápida, a uma grande parte da população.

3.3.4. Atualização da lista de contactos

Durante o estágio, tive a meu cargo a listagem de todos os jornalistas e contactos de imprensa da REP, sendo que durante três meses fiquei incumbido de a reorganizar, atualizar e, no geral, torná-la de mais fácil manuseamento. Sendo o *software* Excel um sistema de uma certa rigorosidade funcional, e sendo este o meio através do qual a REP armazena e dá uso a grande parte dos seus contactos, foi necessário organizar a lista de forma minuciosa e em colunas com designações diversas, como se pode ver no exemplo da **Fig.3**, de forma a facilitar a filtragem de individualidades ou grupos de contactos específicos.

⁴ Ver em: < <https://www.facebook.com/pages/Representa%C3%A7%C3%A3o-da-Comiss%C3%A3o-Europeia-em-Portugal/170400489279> >; Visitado em: Junho de 2014;

⁵ Ver em: < https://twitter.com/CE_PTrep >; Visitado em: Junho de 2014

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	Lista de jornalistas							
2	Nome	Apelido	Media	Especialização	Função	Contactos Telefónicos	Contacto Electrónico	
3	João	Santos	A Bola	Desporto	Chefe Redacção	211111111	911111111	exemplo@abola.pt
4	Ana	Veiga	Agência Lusa	Sociedade	Director	212222222	921111111	exemplo@lusa.pt
5	João	Santos	Antena 1	Imprensa Estrangeira	Director-Adjunto	213333333	931111111	exemplo@rtp.pt
6	Ana	Veiga	Diário de Notícias	Política	Editor	214444444	912222222	exemplo@dn.pt
7	João	Santos	Visão	Ambiente	Editor Executivo-Adjunto	215555555	922222222	exemplo@visao.impresa.pt
8	Ana	Veiga	Expresso	Opinião	Redacção	216666666	932222222	exemplo@expresso.impresa.pt
9	João	Santos	SIC	Internacional	Relações Públicas	217777777	913333333	exemplo@sic.pt
10	Ana	Veiga	Público	Economia	Assistente Editorial	218888888	923333333	exemplo@publico.pt
11	João	Santos	SOL	Cultura	Coordenação	219999999	933333333	exemplo@sol.pt

Fig.3 - Exemplo da lista Excel de jornalistas

À minha responsabilidade esteve, também, a elaboração de uma nova lista de jornalistas dos *media* regionais, uma tarefa de dificuldade bastante agudizada durante uma época de contenção e crise como a que o país atravessa, onde grande parte dos órgãos de comunicação regionais estão a encerrar por falta de verbas e por uma cada vez menor procura por parte dos consumidores. É bastante frequente receber a notícia de encerramento de um jornal ou de uma rádio regionais, e é preocupante vermos uma cada vez maior segregação da comunicação social portuguesa em apenas alguns órgãos informativos de escala nacional, que acabam por não ter meios suficientes para atender e dar resposta a todos os acontecimentos a nível regional no país.

3.3.5. Revista CAIS

Em Dezembro de 2013, o número mensal da revista da Associação CAIS, dedicado ao tema da Europa em contacto com os seus cidadãos, contou com a participação da REP, num projeto no qual também participei como coordenador. A CAIS é uma associação de solidariedade social sem fins lucrativos, com sede em Lisboa e no Porto, que se dedica principalmente às questões da pobreza e da exclusão social em Portugal. Possui uma revista mensal autointitulada, cujo enfoque varia todos os meses. Em Dezembro de 2013, a CAIS focou-se principalmente em tentar perceber qual a relação dos cidadãos em Portugal com a UE e qual a sua opinião relativamente às instituições europeias, com o enquadramento do fim do Ano Europeu dos Cidadãos em 2013, e com um alerta para a importância das eleições europeias de 2014 (Anexo 3, p.66).

Num número que contou, entre outras, com participações por parte do então Chefe da REP e do próprio Presidente da Comissão Europeia, tive a meu cargo a elaboração e estruturação de dois dos textos da revista⁶. Um dos textos era relativo ao findo Ano Europeu dos Cidadãos, fazendo um balanço de todas as atividades e projetos realizados pelas instituições europeias no

⁶ (2013); *Revista CAIS*; Associação CAIS, Dezembro, pp.18/21

plano nacional, sendo que o outro texto dizia respeito à importância das eleições europeias do ano subsequente para a vida dos cidadãos, apelando então ao voto. Contando sempre com alguns espaços e crónicas habituais, a estrutura da Revista CAIS acaba, ainda assim, por ser diferente todos os meses. Daí que tenha participado também na escolha de alguns elementos de conteúdo (fotografia e imagens, por exemplo) e na estruturação geral daquele número em particular.

É claro que uma revista com esta natureza editorial não poderia ser feita sem a participação dos cidadãos, estando os seus contributos perfeitamente identificáveis na revista. Na rubrica “Revelação”⁷, por exemplo, vários cidadãos portugueses e estrangeiros dão a sua opinião, em forma de “*tweet*”, sobre o significado de ser cidadão europeu. Noutra rubrica, intitulada “Repórteres de Rua”⁸, várias pessoas descrevem a forma como encaram o conceito de cidadania europeia.

No fundo, esta parceria entre uma associação nacional e uma instituição de cariz essencialmente internacional vem evidenciar uma faceta mais dinâmica e que é cada vez mais necessária de forma a conseguir-se captar a atenção do público e tentar dar uma garantia de que a sua participação ativa nos destinos da Europa não são nulos, ou menos importantes. Vemos aqui, portanto, uma boa estratégia alternativa de comunicação, que permite estreitar laços entre uma instituição e o seu público-alvo e quebra as barreiras institucionais que muitas vezes são o principal motivo de afastamento.

⁷ (2013); *Revista CAIS*; Associação CAIS, Dezembro, pp.26-49;

⁸ (2013); *Revista CAIS*; Associação CAIS, Dezembro, pp.64/65

4. A opinião dos portugueses sobre a UE

Uma forma de tentarmos aferir o grau de sucesso das estratégias comunicacionais da UE junto do seu público-alvo é analisando a opinião que esse mesmo público tem em relação às instituições europeias e ao cada vez mais importante papel que estas desempenham na sua vida. Para isso, podemos contar com dados oficiais e estudos já realizados anteriormente, como os inquéritos de sondagem Eurobarómetro, por exemplo, que nos dão uma ideia relativamente apurada do que pensam os cidadãos europeus – e, neste caso particular, os portugueses – acerca da envoltura da UE no contexto da sua vida. Para além disso, não é menos útil e interessante fazer-se uma análise dos conteúdos mediáticos que acabam por ter alguma influência, direta ou indireta, na criação e moldagem de opiniões e na estruturação da imagem que os consumidores de informação fazem das instituições que, hoje em dia, são indissociáveis aos seus destinos. É importante, também, conseguirmos obter um grau de comparação entre os diferentes países da UE em termos de cobertura mediática acerca dos assuntos europeus e conseguirmos centrar o caso português no panorama geral da atenção que se dá diariamente ao tema Europa.

Muito do atual mal-estar dos cidadãos portugueses em relação à União Europeia, que será analisado mais a fundo nos pontos seguintes, deve-se, não só ao período de crise económica atual que a Europa atravessa, mas também a uma falta de conhecimento profundo acerca do percurso institucional europeu e a uma compreensão deficitária sobre como a UE realmente funciona. Nas palavras de Daniel Innerarity, *«fala-se muito de um défice democrático mas o problema mais profundo da Europa é um défice cognitivo, a nossa falta de compreensão de o que é que ela representa»* (2011:5).

De facto, persiste a ideia de uma Europa bastante complexa, que utiliza uma linguagem demasiado institucional, desinteressante e pouco clara para apelar aos cidadãos menos familiarizados com o jargão e as tecnicidades europeias. No entanto, continuamos a observar uma UE (e respetivas repartições nacionais) demasiado insistente na divulgação de enormes e vastas quantidades de informação, que se tornam difíceis de digerir, em desprimor por uma quantidade de informação relativamente mais diminuta mas de uma potencial melhor qualidade e de mais fácil compreensão e assimilação.

Num sistema de comunicação fragmentário onde *«cada país informa à sua maneira os seus cidadãos e eleitores dos sucessos e limitações da Europa»* (Rolando, 2011:10), e num modelo

comunitário em que «os governos nacionalizam os êxitos e europeízam os fracassos»⁹, não é assim tão anormal que haja um grande número de cidadãos descontentes, mal informados ou com uma ideia geral errada do que é, e do que faz realmente, a UE.

4.1. Dados Eurobarómetro

O Eurobarómetro Standard 80¹⁰, um estudo encomendado pela Direcção-Geral da Comunicação da Comissão Europeia e elaborado para usufruto das REP nacionais, adapta a vertente da opinião pública portuguesa relativamente à Europa em comparação direta com os restantes países da UE. Este Eurobarómetro foi elaborado no último trimestre de 2013, tendo o seu trabalho de campo sido efetuado de 2 a 17 de Novembro de 2013. Trata-se, portanto, de dados relativamente atuais, quer em termos de contexto social, quer no que diz respeito à conjuntura económica e financeira que se vive atualmente na Europa.

Como nos começa por dizer o próprio Eurobarómetro¹¹, a sua realização coincidiu com alguns acontecimentos políticos relevantes no plano nacional e internacional, que também ajudaram a moldar o seu conteúdo. Por um lado, este estudo seguiu-se às últimas eleições autárquicas portuguesas (que tiveram lugar no dia 29 de Setembro de 2013), e que foram também as primeiras realizadas desde a oficialização do pedido de ajuda financeira externa. Estas eleições ficaram marcadas pelo maior número de abstenção de votos em eleições autárquicas de sempre (47,4%), por um aumento do número de votos em candidatos e listas independentes (6,7%) e por um aumento dos votos brancos e nulos nos boletins (6,8%). Por outro lado, este Eurobarómetro foi também realizado aquando da aprovação do Orçamento de Estado para 2014, que visava cumprir com os objetivos e metas dispostos no Memorando de Entendimento para que, em 2014, se oficializasse o término do Programa de Ajustamento Económico e Financeiro requerido por Portugal em Abril de 2011 e iniciado no mês subsequente. Ainda, e no plano internacional, assistiu-se, em pleno trabalho de campo do presente Eurobarómetro (a 14 de Novembro de 2013), ao anúncio da saída definitiva, e sem recurso a ajudas económicas adicionais, por parte da Irlanda

⁹ Discurso proferido a 7 de Janeiro de 2012, em Lisboa, pelo Presidente da Comissão Europeia José Manuel Durão Barroso, aquando da Grande Conferência Expresso 40 anos;

¹⁰ Ver em: < http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb80/eb80_pt_pt_nat.pdf >; Visitado em: Abril de 2014;

¹¹ (2013); *Eurobarómetro Standard 80*; Comissão Europeia, Direcção-Geral da Comunicação; p.2

em relação ao seu próprio Programa de Ajustamento Económico e Financeiro, o que suscitou bastante interesse por parte da opinião pública portuguesa.

As principais conclusões deste Eurobarómetro baseiam-se, em traços gerais, no descontentamento e na imagem negativa que os portugueses, a par com alguns dos seus congéneres europeus também sujeitos a planos de ajuda financeira externa (Grécia e Chipre, particularmente), demonstram ter em relação à UE. De facto, Portugal encontra-se praticamente no fim da tabela de opinião acerca da imagem que os Estados-membros fazem da UE, estando apenas acima da Grécia e do Chipre (**Fig.4**).

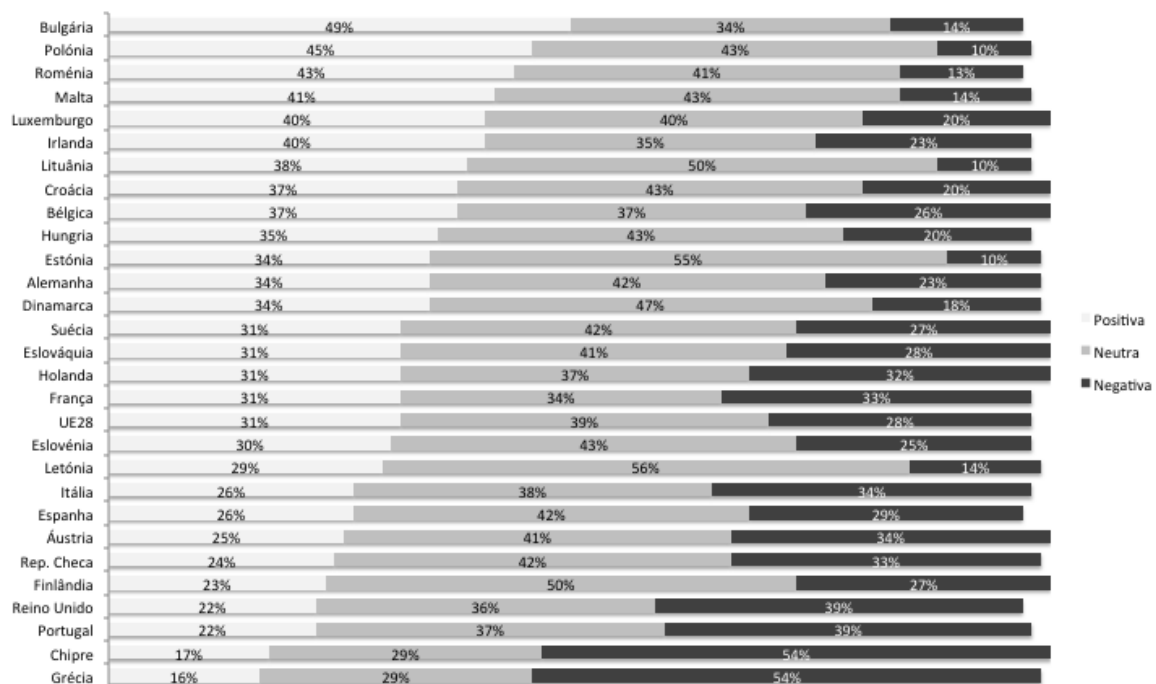


Fig.4 - Imagem geral da União Europeia (por países)¹²

Contudo, é importante salientar que esta situação atual nem sempre se verificou. Aliás, e como nos diz o próprio Eurobarómetro Standard 80¹³, no Outono de 2010, menos de um ano antes do pedido de ajuda financeira externa, a opinião dos portugueses em relação à UE era bastante positiva, chegando a ser uma das mais positivas no contexto geral dos países. No entanto, esta situação foi-se alterando de tal maneira que, hoje em dia, com a adoção e o consecutivo enraizamento das políticas e medidas de austeridade, registamos, em Portugal, um dos piores

¹² (2013); Eurobarómetro Standard 80; Comissão Europeia, Direcção-Geral da Comunicação; p.3;

¹³ (2013); Eurobarómetro Standard 80; Comissão Europeia, Direcção-Geral da Comunicação; p.3

cenários a nível europeu, retratados pela crescente má opinião que os cidadãos portugueses têm das instituições europeias. Conclui-se, portanto, que os portugueses atribuem à UE grande parte das responsabilidades relativas à sua situação económica e financeira atual, uma generalização que bloqueia qualquer tentativa de estratégia de comunicação que possa ser levada a cabo pela UE em relação a este assunto. Assim sendo, vemos que 70% da população portuguesa ainda resiste à tentativa de desmistificação da ideia perpetuada de que a Europa é a principal causadora do atual estado económico e financeiro de Portugal.

Outra informação importante que este Eurobarómetro nos transmite é a de que os grupos sociodemográficos que possuem pior opinião acerca da UE, e que lhe atribuem uma imagem maioritariamente negativa são, em maior número, os indivíduos escolarizados, os desempregados e os reformados. Poderemos associar a negatividade destas camadas populacionais em relação à UE ao facto de serem estes os principais alvos dos cortes e das reduções resultantes da política e das medidas de austeridade impostas no país.

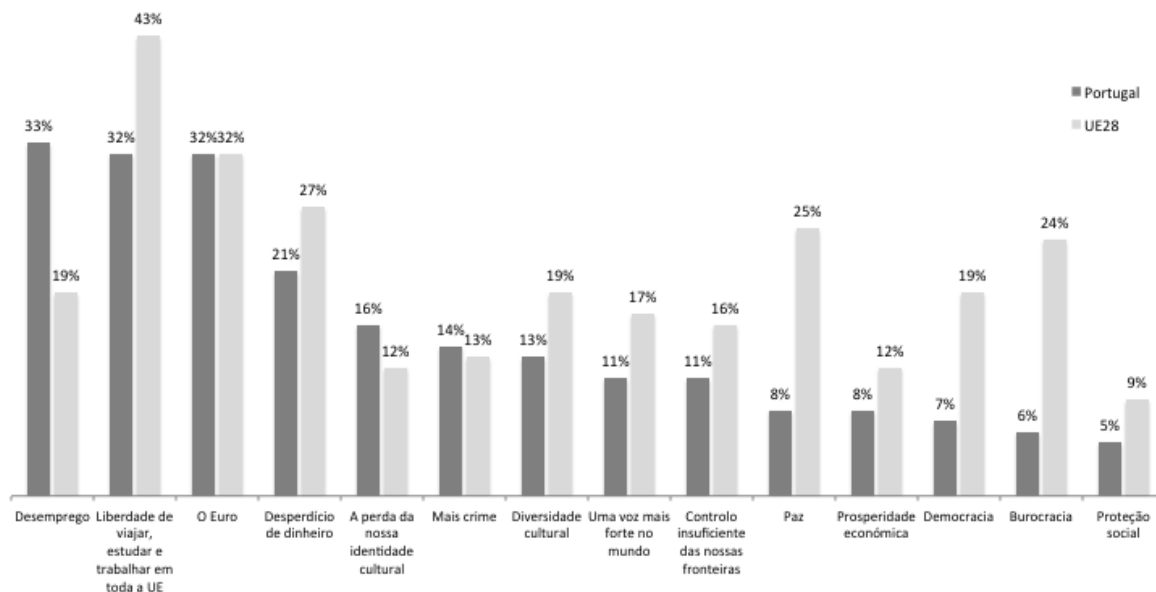


Fig.5 - Associações que os cidadãos fazem da UE¹⁴

No entanto, sabemos também que são estas camadas da população que fazem por manter um potencialmente maior contacto com os meios de comunicação social, quer por maior

¹⁴ (2013); *Eurobarómetro Standard 80*; Comissão Europeia, Direcção-Geral da Comunicação; p.5

disponibilidade, quer por maior procura de informação. Podemos então concluir que, apesar da insatisfação destes grupos sociodemográficos se dever em grande parte às medidas de austeridade a que estão sujeitos, a sua opinião não se torna menos negativa pela maior disponibilidade que têm para consumir informação, podendo assim concluir que também os veículos de informação fazem trespassar uma imagem maioritariamente negativa da Europa e das instituições europeias, o que acaba por influenciar a opinião dos consumidores.

Num país que associa a imagem da UE ao desemprego, à austeridade e à falta de perspetivas de futuro e que discorda, na sua maioria (52% dos inquiridos¹⁵), com o rumo que tem vindo a ser seguido pela Europa, há qualquer coisa que não está a funcionar, em termos de comunicação, por parte da UE.

4.2. As contradições do FMI e a imagem da *troika*

Em Portugal, é frequente atribuir-se as responsabilidades em relação à situação económica do país à tríade de instituições internacionais que foram chamadas pelo Governo nacional em Abril de 2011 para auxílio financeiro, nomeadamente a Comissão Europeia (CE), o Banco Central Europeu (BCE) e o Fundo Monetário Internacional (FMI). Não é, portanto, de admirar que esta chamada *troika*, composta por dois organismos de dimensão europeia e outro de escala global, seja uma entidade com baixos índices de popularidade e, até, de credibilidade no seio do país, arrastando consigo uma imagem negativa do projeto europeu, hoje em dia já bastante fragilizado.

Não melhora também a imagem geral da UE e a credibilidade e confiança nas suas políticas e no seu rumo o facto de dois dos seus principais organismos (CE e BCE) se associarem a uma outra instituição que, frequentemente, entra em conflito ideológico consigo própria, e que tem tendência para contradizer as suas próprias decisões políticas. Têm sido várias as contradições do FMI nos últimos anos, quer em relação ao modelo de austeridade imposto em Portugal quer em relação ao método geral de se lidar com a atual crise europeia, e até mundial.

No seguimento de uma política de austeridade imposta dois anos atrás na Europa, um relatório semestral do FMI¹⁶ acabou por admitir erros nas suas previsões iniciais acerca do nível e do progresso do crescimento da economia mundial. Na sequência deste relatório, o FMI concluiu que as medidas de contenção orçamental adotadas em vários países um pouco todo o Mundo

¹⁵ (2013); *Eurobarómetro Standard 80*; Comissão Europeia, Direcção-Geral da Comunicação; p.4;

¹⁶ (2012); *World Economic Outlook: Coping with High Debt and Sluggish Growth*; Fundo Monetário Internacional; Outubro

naqueles dois anos teriam tido um efeito mais nefasto para o crescimento da economia mundial do que tinham inicialmente previsto.

Num outro exemplo, a 10 de Janeiro de 2013 o sítio *Web* do semanário Expresso noticiava, por via da Agência Lusa, que o presidente do Parlamento Europeu Martin Schulz estranhava «*que o FMI tenha voltado a uma receita para Portugal que já haviam considerado errada*», acrescentando também a opinião de Schulz de que «*os responsáveis desta instituição [FMI] têm primeiro que entender-se sobre o pretendem para os países sob assistência financeira*»¹⁷. Vemos aqui uma clara fricção entre as instituições europeias e esta outra instituição internacional, o que também não abona a favor de um melhoramento dos níveis de confiança dos portugueses em relação às instituições europeias.

Já no final desse mesmo ano, Christine Lagarde, atual diretora-geral do FMI, admitia uma falha nos cálculos relacionados com o período de tempo no qual deveriam ter sido aplicados os programas de ajustamento nos países sob assistência financeira (como Portugal e Grécia). Christine Lagarde assumia então, a 10 de Dezembro de 2013, que a errónea avaliação aos efeitos da austeridade de até então teriam obrigado «*Portugal e Grécia a aplicarem programas de ajustamento num espaço de tempo demasiado curto*»¹⁸.

«... no relatório (...) o FMI viu-se forçado a rever em baixa muitas das previsões económicas que tinha feito há seis meses para a economia mundial em 2013.»; «Entre as vítimas destes erros de cálculo estão os países que, na Europa, têm vindo (...) a apostar em políticas de forte austeridade para resolver os seus problemas orçamentais, como a Grécia e Portugal.»

Ver em:

< <http://www.publico.pt/economia/noticia/fmi-reconhece-que-calculou-mal-o-impacto-da-austeridade-na-economia-1566589> >; Visitado em: Abril de 2014

Já mais recentemente, a 21 de Abril de 2014, um outro relatório elaborado pelo FMI¹⁹, desta feita referente à 11ª avaliação do programa de resgate e assistência financeira aplicado a Portugal, entrou em conflito com algumas das perspetivas futuras do Governo nacional português, mais propriamente com certas afirmações por parte da ministra das Finanças em funções Maria Luís Albuquerque. Para além de constar neste relatório que iria «*haver um novo programa de rescisões para os funcionários públicos menos qualificados*», apesar de declarações recentes por

¹⁷ Ver em: < <http://expresso.sapo.pt/presidente-do-parlamento-europeu-critica-contradicoes-do-fmi-sobre-portugal=f778676> >; Visitado em: Abril de 2014

¹⁸ Ver em: < <http://expresso.sapo.pt/lagarde-admite-erro-na-politica-de-austeridade=f845454> >; Visitado em: Abril de 2014

¹⁹ (2014); *Portugal: Eleventh Review Under the Extended Arrangement, and Request for Extension of the Arrangement and Waivers of Applicability of End-March Performance Criteria*; Fundo Monetário Internacional; Abril

parte da ministra que indicavam o contrário, também se ficou a saber que «o Governo já assumia perante os credores uma nova fórmula de cálculo das pensões»²⁰, apesar do desmentido por parte do Primeiro-Ministro Pedro Passos Coelho em relação a este assunto apenas um dia antes.

Para além deste conflito público e flagrante entre os técnicos do FMI e o Governo nacional português, que acabou por piorar o clima de negatividade por parte da opinião pública nacional em relação à *troika*, também o próprio relatório da instituição internacional em relação a esta 11ª avaliação acabou por contradizer algumas conclusões anteriores que haviam sido formuladas apenas alguns meses antes, no relatório referente à 10ª avaliação do programa

«... no relatório da 10.ª avaliação, o Fundo dizia (...) que “os custos laborais representam apenas cerca de 30% dos custos operacionais” das empresas e, como tal, seria “importante garantir que o peso do ajustamento não recaia demasiado no trabalho e seja contrabalançado com ajustes noutras áreas”. Poucos meses volvidos, o FMI vem dizer precisamente o contrário, ou seja, que o Governo precisar de ir mais além na liberalização do mercado de trabalho.»

Ver em:

< <http://www.publico.pt/economia/noticia/muitas-contradicoes-no-relatorio-do-fmi-1633100> >;

Visitado em: Abril de 2014

de ajuda financeira português. Ou seja, vemos uma instituição que não só contradiz os órgãos de Governo nacionais como, muitas vezes, também vai contra as suas próprias declarações anteriores.

Com todas estas contradições e admissões de erro por parte de tão importante e prestigiada instituição, torna-se muito difícil conceber uma estratégia de comunicação suficientemente forte e coesa para evitar uma generalização inevitável que se estenderá às restantes instituições, neste caso afetas à UE. No caso da *troika*, e da sua imagem perante os cidadãos portugueses, tanto a CE como o BCE acabam também por ficar associados aos erros tantas vezes admitidos pelo FMI, e a sua má imagem perante os cidadãos e a opinião pública portuguesa persiste. Os erros passam a não ser só do FMI, mas sim da tríade, porque se é verdade que uns erram, os outros dão a ideia consentir com os erros.

4.3. Eleições europeias de 2014

A 25 de Maio de 2014 decorreram as quinquenais eleições europeias, um dos maiores atos eleitorais e democráticos do Mundo e que pretendeu envolver os cerca de 400 milhões de cidadãos recenseados na União Europeia. Neste sufrágio, para além de se elegerem os

²⁰ Ver em: < <http://www.publico.pt/economia/noticia/muitas-contradicoes-no-relatorio-do-fmi-1633100> >; Visitado em: Abril de 2014

eurodeputados que durante cinco anos representarão os Governos nacionais na União Europeia, vai também caber a esses mesmos eurodeputados, por sua vez, a tarefa de elegerem o próximo Presidente da Comissão Europeia, cargo atualmente ocupado pelo português José Manuel Durão Barroso. Visa-se, assim, atribuir ao Parlamento Europeu um papel mais relevante no plano das políticas e das tomadas de decisão da União Europeia, pretendendo-se também fazê-lo funcionar em maior proximidade não só com a própria Comissão Europeia, mas também com os 28 Governos nacionais que são parte integrante da UE.

Em teoria, analisando o contexto económico e social no qual estas eleições se realizam, este deveria ser um dos sufrágios mais tidos em atenção por parte dos cidadãos europeus, principalmente daqueles cujo país se encontra num contexto de assistência financeira garantida, em parte, por organismos da própria UE, nomeadamente a Comissão Europeia e o Banco Central Europeu. No entanto, e como já se havia registado nas eleições anteriores – em 2009, num período ainda inicial da atual crise económica –, o desinteresse acabou por se revelar quase geral.

Estimation 25/05/2014 23:58 CEST

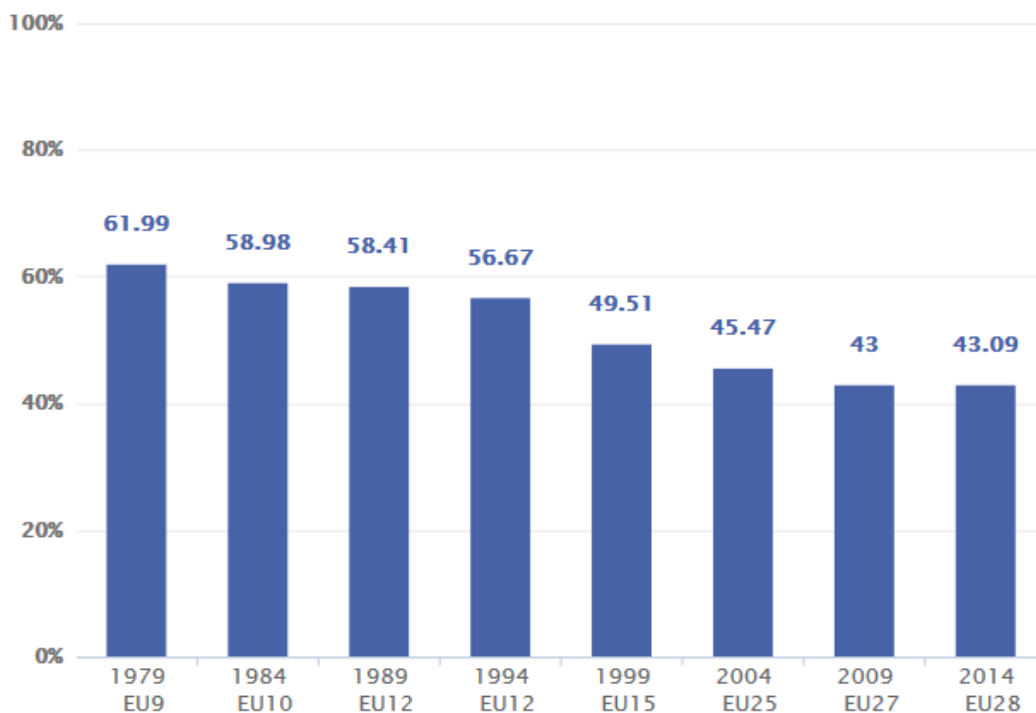


Fig.6 - Média de cidadãos votantes nas eleições europeias ao longo dos anos²¹

²¹ Ver em: < <http://www.results-elections2014.eu/en/turnout.html> >; Visitado em: Maio de 2014

Um pouco por toda a Europa registaram-se taxas de abstenção que poderão ser consideradas demasiado elevadas para aquilo que a situação atual da UE exigia, sendo que, à data de elaboração deste relatório, os resultados provisórios relativos às eleições de 2014 apontavam para uma média europeia de apenas 43,09% cidadãos votantes (**Fig.6**), menos de metade da população total da UE e um número bastante aproximado do das anteriores eleições europeias (43% de votantes em 2009, resultado final).

Analisando os números por países, e de acordo com dados do Jornal i fornecidos pela Agência Lusa²², Portugal foi o oitavo país da UE com maior taxa de abstenção, situando-se essa mesma taxa por volta dos 65,5% (logo, com uma taxa de participação de apenas 34,5% - **Fig.7**). De notar ainda que, dos países sujeitos a assistência financeira, Portugal foi o país que registou a taxa mais baixa de participação, quando se esperaria que a sua situação económica e financeira motivasse uma maior atenção por parte da população portuguesa em relação às decisões acerca da UE.

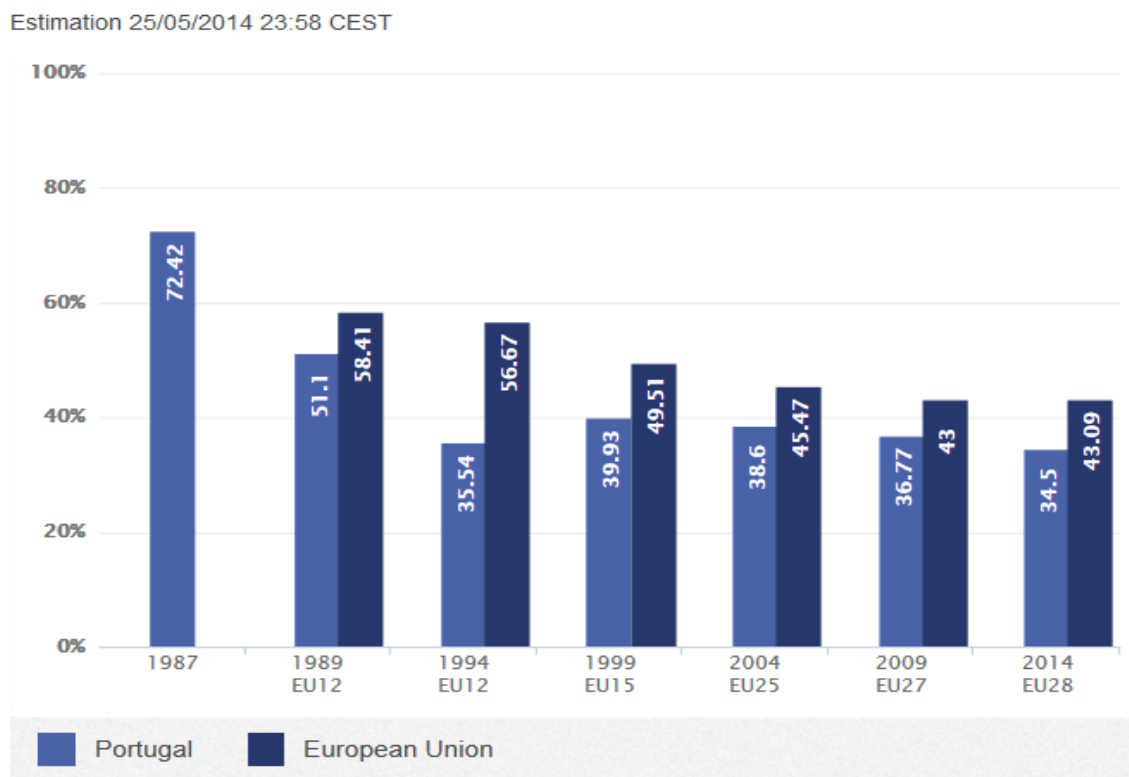


Fig.7 – Comparação entre as médias de votantes na UE e em Portugal²³

²² Ver em: < <http://www.ionline.pt/artigos/portugal-europeias/europeias-taxa-participacao-ue-43-1-portugal-8o-pais-maior-abstencao> >; Visitado em: Maio de 2014

²³ Ver em: < <http://www.results-elections2014.eu/en/country-results-pt-2014.html> >; Visitado em: Maio de 2014;

Observamos então que, num país onde entretanto (a partir de Maio de 2011) se adotou um plano de resgate financeiro, o número de votantes no sufrágio europeu acabou por diminuir face ao sufrágio anterior (de 36,77% em 2009 para 34,5% em 2014), aumentando assim os níveis de abstenção em mais de dois pontos percentuais (de 63,23% em 2009 para 65,5% em 2014). Também os votos brancos e nulos registaram números históricos (7,47% dos votos, o número mais alto de sempre em eleições europeias²⁴), superando mesmo os resultados de alguns partidos (Bloco de Esquerda e Movimento Partido da Terra, por exemplo) e demonstrando assim o descontentamento das pessoas que, embora empenhadas em votar, não se reviam em nenhuma das opções disponíveis nos boletins de voto.

4.3.1. O papel da cobertura jornalística

Interessa-nos, portanto, analisar o porquê deste alheamento por parte dos cidadãos portugueses em relação às principais decisões europeias, em especial aquelas nas quais podem e devem mesmo ter um papel ativo. Já aqui se analisou a posição de desconfiança que a generalidade dos portugueses tem mantido em relação à União Europeia e ao rumo político e estratégico que esta tem vindo a tomar ao longo dos últimos anos. No entanto, e em relação a este caso particular das eleições europeias de 2014, é relevante analisarmos também alguns fatores externos que poderão estar na base deste desprendimento em relação ao projeto europeu.

Nomeadamente, devemos tentar aferir o grau de cobertura jornalística, a nível nacional, feita às mesmas eleições europeias, tanto em termos quantitativos como qualitativos. De facto, parece ser opinião comum que a atenção dada às eleições europeias pelos *media* portugueses acabou por se revelar deficitária, talvez porque também o ramo do jornalismo demonstra desprendimento em relação às questões europeias ou, simplesmente, porque valores conjunturais mais altos se levantaram. Num artigo de opinião no jornal Público, Joaquim Jorge denota uma «*pré-campanha (...) quase invisível*» atribuindo mesmo responsabilidades à conjuntura «*da Páscoa, dos feriados de 25 de Abril e 1º de Maio (...) e do futebol*»²⁵, tudo acontecimentos relativamente próximos da data do sufrágio. No mesmo artigo, é-nos evidenciado que também não houve quaisquer debates

²⁴ Ver em: < http://economico.sapo.pt/noticias/brancos-e-nulos-superam-votos-do-bloco-e-do-mpt_194272.html >; Visitado em: Maio de 2014

²⁵ Ver em: < <http://www.publico.pt/politica/noticia/as-eleicoes-europeias-e-a-abstencao-1637005> >; Visitado em: Maio de 2014

políticos na televisão, quiçá o mais importante órgão de comunicação que ainda se mantém em contato com a maior parte da população votante.

Não é, portanto, de admirar que, com este pano de fundo conjuntural e com o desinteresse generalizado da população portuguesa pelos assuntos europeus, os *media* nacionais tenham acabado por preferir outros conteúdos informativos que fossem ao encontro dos interesses do público. Trata-se não só de uma questão económica (porque o futebol, por exemplo, desperta mais interesse em Portugal do que a política e permite uma maior produção e venda de conteúdos jornalísticos) mas também de uma questão de desinteresse até dos próprios órgãos de comunicação social nacionais em relação à UE, como veremos mais à frente (**Capítulo 5**, p.38).

Para além de provocar um óbvio alheamento por parte da população votante em relação às eleições, uma fraca cobertura jornalística pode até influenciar o resultado dessas mesmas eleições, como nos diz o historiador e comentador político José Pacheco Pereira num artigo de opinião do jornal Público²⁶. Para ele, a comunicação social portuguesa «*responde às deliberações da CNE [Comissão Nacional de Eleições] agravando ainda mais a já baixa qualidade da cobertura da campanha introduzindo critérios que favorecem as candidaturas dos grandes partidos*». Pacheco Pereira é, portanto, contra a atual standardização jornalística das campanhas políticas, onde é dada igual atenção a todos os partidos políticos. Ao invés, defende a necessidade de «*uma competição pelo interesse e pela atenção dos media, que (...) pode favorecer quem tenha alguma coisa para dizer*». Desta forma, e substituindo-se o teimoso modelo igualitário em vigor imposto pela CNE, a entidade política que mais se esforçar por captar a atenção dos jornalistas merece ter uma maior cobertura jornalística. Ainda neste âmbito, Pacheco Pereira dá-nos o exemplo da campanha do candidato do MPT (Movimento Partido da Terra), António Marinho e Pinto, ao Parlamento Europeu, que apesar de ter conseguido um resultado final de 7,14% dos votos (**Anexo 4**, p.67), acabou mesmo por sair lesada da deficitária cobertura jornalística que foi feita às eleições europeias, sendo que «*por puros critérios jornalísticos, devia ter uma muito maior cobertura, até porque o seu populismo é uma “fruta da época” que exige atenção*».

Também o cabeça de lista do partido Portugal Pro Vida, Acácio Valente, culpabilizou a comunicação social pelos parcos resultados do seu partido nas eleições europeias de Maio de

²⁶ Ver em: < <http://www.publico.pt/politica/noticia/o-dia-da-censura-1637164?page=1> >; Visitado em: Maio de 2014;

2014, afirmando que «A comunicação social passou para a opinião pública aspetos secundários, meramente acessórios da nossa mensagem. O essencial, o núcleo, foi mesmo desprezado»²⁷. O líder partidário comentou também a elevada taxa de abstenção, justificando que «as pessoas não foram votar porque a comunicação social deu cobertura aos mesmos de sempre e o povo já está farto dos mesmos de sempre».

Ainda em Setembro de 2013, aquando das eleições autárquicas em Portugal, o próprio Presidente da República Portuguesa em funções, Aníbal Cavaco Silva, tinha questionado também a anteriormente referida deliberação por parte da CNE que garante igual cobertura noticiosa a todos os candidatos eleitorais, afirmando então, na altura, em mensagem transmitida pela estação televisiva RTP, que «o esclarecimento dos eleitores foi prejudicado pela falta de clareza da legislação aplicável (...) à cobertura da campanha eleitoral por parte da comunicação social, limitada por condicionantes consideradas anacrónicas no contexto da sociedade da informação contemporânea»²⁸. Este é, como podemos ver, um problema transversal a todos os atos eleitorais realizados no plano nacional.

Concluimos, portanto, e através de todos os anteriores exemplos, que a opinião pública é bastante consensual quando atribui à comunicação social portuguesa um papel decisivo no desinteresse que a população votante do país demonstrou pelas eleições europeias de 2014, um panorama que também se registou nas eleições europeias de 2009 (Casal da Silva, 2011) e que, a continuar assim, em nada abona a favor da futura participação dos portugueses no projeto europeu.

4.3.2. O papel da campanha política

Verdade seja dita que o cariz fortemente demagogo das campanhas políticas para as eleições europeias de 2014 não abonaram muito a favor quer do já reduzido público interessado, quer da disponibilização de material útil à comunicação social para tentar fomentar o interesse por parte das massas. Significa isto que, aliado a uma estratégia de comunicação nacional já de si deficitária, o período de campanha para as eleições europeias caracterizou-se também por um atrofio do próprio sistema de campanha política, baseado principalmente em ataques pessoais

²⁷ Ver em: < <http://www.dnoticias.pt/actualidade/politica/449846-europeias-portugal-pro-vida-lamenta-fracos-resultados-e-culpa-comunicaca> >; Visitado em: Maio de 2014

²⁸ Ver em: < <http://www.dnoticias.pt/actualidade/pais/408474-cavaco-silva-apela-a-reflexao-ponderada-da-lei-eleitoral> >; Visitado em: Maio de 2014;

entre dirigentes e figuras partidárias em vez de apresentações de propostas e definições de estratégias políticas verdadeiramente úteis e de cariz europeu.

É o que nos diz Nuno Sá Lourenço num artigo que assina no jornal Público²⁹, ao afirmar que o desporto predileto neste período de campanha para as eleições europeias de 2014 foi o «*pingue-pongue de insultos*». O jornalista vai descrevendo então, de forma irónica, as picardias entre algumas das principais figuras dos três partidos do arco da governação português (PS/PSD/CDS-PP), que pouco dizem acerca do essencial da sua campanha política efetiva.

Se voltarmos ao artigo de opinião anteriormente referido (**Capítulo 4.3.1.**, p.32) de Joaquim Jorge ao mesmo jornal³⁰, vemos que o autor afirma também que naquela campanha «*só há espaço para insultos e pedir o voto com dramatismo com a máxima desclassificação do adversário*», uma forma de fazer política que talvez tenha atingido o seu apogeu quando o anterior Primeiro-Ministro José Sócrates acusou a coligação PSD/CDS de fazer uma campanha de «*ódio*» e de «*imbecilidade*», acrescentando ainda que teria perdido «*a vergonha, a decência a educação e o respeito democrático*»³¹.

Não é muito salutar para o fomento do interesse do público em relação a um sufrágio europeu quando os líderes dos principais partidos do país se desdobram em conflitos internos e de plano político e ideológico nacional, em vez discutirem o panorama europeu mais amplo que está realmente em jogo.

4.3.3. A campanha europeia

Não se poderá afirmar, em boa verdade, que a culpa do desinteresse generalizado dos eleitores europeus em relação às eleições de Maio de 2014 tenha residido na escassez de uma estratégia de comunicação por parte da própria UE. De facto, a campanha de informação da UE acerca das eleições europeias foi iniciada ainda em Setembro de 2013, cerca de oito meses antes do próprio sufrágio. Com o *slogan* em português «*Agir. Reagir. Decidir.*», e com o *branding* visual que vemos na **Fig.11**, a mensagem começou a ser divulgada desde bastante cedo. Contribuiu também para esta prontidão a necessidade de se informar a população votante acerca do reforçado papel

²⁹ Ver em: < <http://www.publico.pt/politica/noticia/assis-recomenda-a-rangel-que-tenha-juizo-1636771> >; Visitado em: Maio de 2014;

³⁰ Ver em: < <http://www.publico.pt/politica/noticia/as-eleicoes-europeias-e-a-abstencao-1637005> >; Visitado em: Maio de 2014

³¹ Ver em: < http://diariodigital.sapo.pt/news.asp?id_news=704327 >; Visitado em: Junho de 2014

do Parlamento Europeu no que diz respeito às tomadas de decisão no seio da UE, nomeadamente o seu novo papel preponderante no processo de eleição do Presidente da Comissão Europeia.



Fig. 8 – Branding para as eleições europeias de Maio de 2014 (versão em português³²)

Depois deste período inicial de divulgação da mensagem-base da campanha, houve ainda um período de debate e discussão de cinco temas essenciais (economia, emprego, qualidade de vida, dinheiro e o papel da UE no Mundo), que durou de Outubro de 2013 a Fevereiro de 2014 e que se baseou numa «*série de eventos interativos em várias cidades europeias*» (Anexo 5, p.68), incluindo em Portugal. Com efeito, 200 jornalistas de todo o país tiveram oportunidade de participar nas «*13 sessões de formação sobre as Eleições Europeias de 2014 organizadas pelo Gabinete de Informação do Parlamento Europeu (PE) em Portugal*» (Anexo 6, p.69), sendo de registar que a maior parte dos jornalistas aderentes eram profissionais de órgãos de comunicação regionais.

No rescaldo das eleições, houve ainda tempo para se analisar o real impacto que as redes sociais tiveram na promoção do evento. Segundo números do próprio Parlamento Europeu (Anexo 7, p.70), ao longo desta campanha de informação «*O vídeo oficial das eleições do Parlamento Europeu foi visto mais de 11 milhões de vezes*», a hashtag oficial do evento (#EP2014) foi utilizada «*mais de um milhão de vezes*» na rede social Twitter apenas entre 19 e 25

³² Ver em: < <http://www.ccdr-alg.pt/site/info/centro-europe-direct-do-algarve-promove-sessoes-debate-sobre-eleicoes-europeias> >; Visitado em: Junho de 2014;

de Maio e a iniciativa “Eu votei” (baseada na iniciativa americana de apelo ao voto “*I VOTE*”³³) foi partilhada na rede social Facebook «*mais de 2,7 milhões de vezes e foi vista por 88 milhões de pessoas*» (o que perfaz um total de um em cada cinco eleitores europeus).

Vemos aqui uma estratégia de comunicação e uma campanha de informação de peso a nível internacional, sendo que a nível nacional também contamos com projetos meritórios de alguma atenção. A edição da Revista CAIS de Dezembro de 2013, por exemplo, já atrás referida (**Capítulo 3.3.5.**, p.21), foi um exemplo da participação efetiva da REP nesta campanha política europeia. A parceria entre a REP e a Associação CAIS foi uma demonstração da utilização de recursos próprios para criação de novos conteúdos de comunicação e que tenham em conta o panorama nacional. Assim, a REP não se limitou apenas a dar eco à campanha institucional organizada pela UE, tendo contribuído efetivamente para a sua adaptação no plano e na realidade nacional, através dos meios de que dispunha.

Ao analisarmos todo este esforço por parte da UE em tentar levar os eleitores europeus às urnas, concluímos facilmente que a falta de cobertura dos órgãos de comunicação social portugueses não se deveu tanto à falta de material e de conteúdo informativo para utilizar, mas sim a um agudizar do progressivo desinteresse da opinião pública portuguesa pelos assuntos europeus.

³³ Ver em: < <https://www.facebook.com/ivotenation> > Visitado em: Junho de 2014

5. Os *media* nacionais em contato com a UE

Os problemas de comunicação de uma instituição podem, muitas vezes, ver-se refletidos no nível de interesse que o público demonstra em relação a essa mesma instituição. Assim, e no caso da Comissão Europeia, sendo que esta pretende abranger um público bastante vasto, é pertinente analisar-se os veículos que estão mais próximos dos cidadãos e através dos quais lhes chega a maior parte da informação acerca da Europa. Ora, na grande maioria dos casos, esse veículo principal de transmissão de informações sobre a Europa representa-se através dos *media*.

5.1. Portugal e os seus pares europeus

Uma forma de se aferir a importância que os órgãos de comunicação social portugueses atribuem aos assuntos europeus é comparando-os diretamente com a máquina mediática dos restantes Estados-membros da UE. Ao analisar os conteúdos jornalísticos de Portugal em relação à UE, e estabelecendo um paralelo com os outros países aderentes, conseguimos perceber até que ponto os *media* influenciam ou não a opinião pública portuguesa no que diz respeito ao seu interesse (ou desinteresse) pelos temas europeus.

É claro que uma tarefa deste tipo só traduziria resultados justos e coesos se analisados os conteúdos mediáticos dos países com dimensões geográficas e populacionais semelhantes a Portugal. Isto porque em países com a dimensão da França ou da Alemanha, por exemplo, é expectável que a cobertura mediática em relação à UE seja mais vasta, não só pela maior quantidade de empresas e de órgãos de comunicação de que dispõem mas também pelo papel preponderante que desempenham no seio das instituições europeias, por razões históricas e conjunturais diversas.

Procedi, portanto, à análise dos *clippings* e dos resumos mediáticos diários de alguns países europeus, disponibilizados pela REP durante o meu período de estágio, como forma de analisar o panorama mediático em relação a alguns temas europeus em discussão na altura. Este estudo incide, assim, sobre seis países europeus que possuem uma dimensão geográfica e populacional relativamente aproximada à de Portugal: Áustria, Bélgica, Bulgária, Grécia, Hungria e República Checa. Num outro caso em particular (**Capítulo 5.1.2.**, p.41), constarão também a Croácia e a Irlanda.

5.1.1. Conselho Europeu de 24 e 25 Outubro de 2013

O Conselho Europeu é o principal órgão político da atual União Europeia, existindo de forma informal desde 1961, por iniciativa do então presidente francês Charles de Gaulle, mas apenas oficializado a 1 de Dezembro de 2009, aquando da aprovação do Tratado de Lisboa. É composto pelos chefes de Estado ou de Governo de todos os Estados-membros, bem como pelo Presidente da Comissão Europeia. A partir do Tratado de Lisboa, o Presidente do Conselho Europeu passou a ser eleito num regime de «*maioria qualificada, por um mandato de dois anos e meio, renovável uma vez*» (Tratado de Lisboa; Título III, Artigo 15º - Ponto 5), substituindo-se assim o anterior regime de presidência rotativa entre os vários Estados-membros, a cada seis meses. O Conselho Europeu tem como principal palco de atuação as duas reuniões semestrais convocadas pelo seu Presidente (Tratado de Lisboa; Título III, Artigo 15º - Ponto 3), cuja ordem de trabalhos acaba por ditar, no fundo, o percurso futuro de toda a UE, moldando e dando rumo às orientações e prioridades políticas gerais da organização. O Conselho acaba por ser, então, o motor principal da máquina institucional da UE.

Nos dias 24 e 25 de Outubro de 2013 teve lugar uma das duas cimeiras semestrais do Conselho Europeu, que teve como ordem de trabalhos, em primeiro lugar, a discussão e o aprofundamento da economia digital, dos serviços e da inovação, tudo com o pano de fundo da Agenda Digital europeia. Teve também em atenção o atual contexto de crise mundial, no qual a Europa se insere, dedicando-se aos temas do crescimento, da competitividade e do desemprego nos países europeus, aprofundando também a discussão acerca dos atuais moldes da União Económica e Monetária europeia e tentando projetar o seu futuro mais imediato. Teve ainda em especial consideração a questão da imigração na Europa, após a tragédia do naufrágio de Lampedusa que, cerca de duas semanas antes da cimeira, havia colhido a vida a mais de 300 refugiados provindos da Líbia, mas originários de vários outros países africanos.

Se esta cimeira, só por si, já seria um assunto merecedor de um interesse generalizado por parte de todos os países da UE e dos seus respetivos órgãos de comunicação social, mais importante se tornou devido às suspeitas de atos de espionagem por parte do governo americano e por via da National Security Agency (NSA, órgão constituinte do Departamento de Defesa dos Estados Unidos) a várias figuras políticas europeias. A tomada de consciência desta informação, que acabou por condicionar, de certa forma, o plano de trabalhos do Conselho Europeu, garantiu-lhe então uma ainda maior carga mediática.

De uma forma geral, foi notório um relativo interesse no que diz respeito a este evento no panorama mediático de todos os países europeus. Observando os *clippings* de notícias dos dias 25 e 28 de Outubro de 2013 (respetivamente, o último dia da cimeira e o dia útil subsequente), disponibilizados pela REP durante o meu período de estágio, que dizem respeito aos sete países em estudo atrás referidos (incluindo Portugal), pode-se concluir que, como seria de esperar, os órgãos de informação belgas foram os que deram maior cobertura à cimeira europeia (com um número total de 64 artigos e peças noticiosas – **Fig.6**). À máquina noticiosa da Bélgica, seguiram-se os *media* gregos (com 52 notícias, ao todo), algo que também acaba por não ser de todo inesperado pois, na condição de país sob assistência financeira, este Conselho Europeu também era do interesse da população grega. Destaque ainda para a Bulgária que, apesar de não ser, geralmente, um dos países mais atentos aos temas europeus, acaba por dar bastante destaque ao tema da cimeira europeia (com um total de 40 notícias).

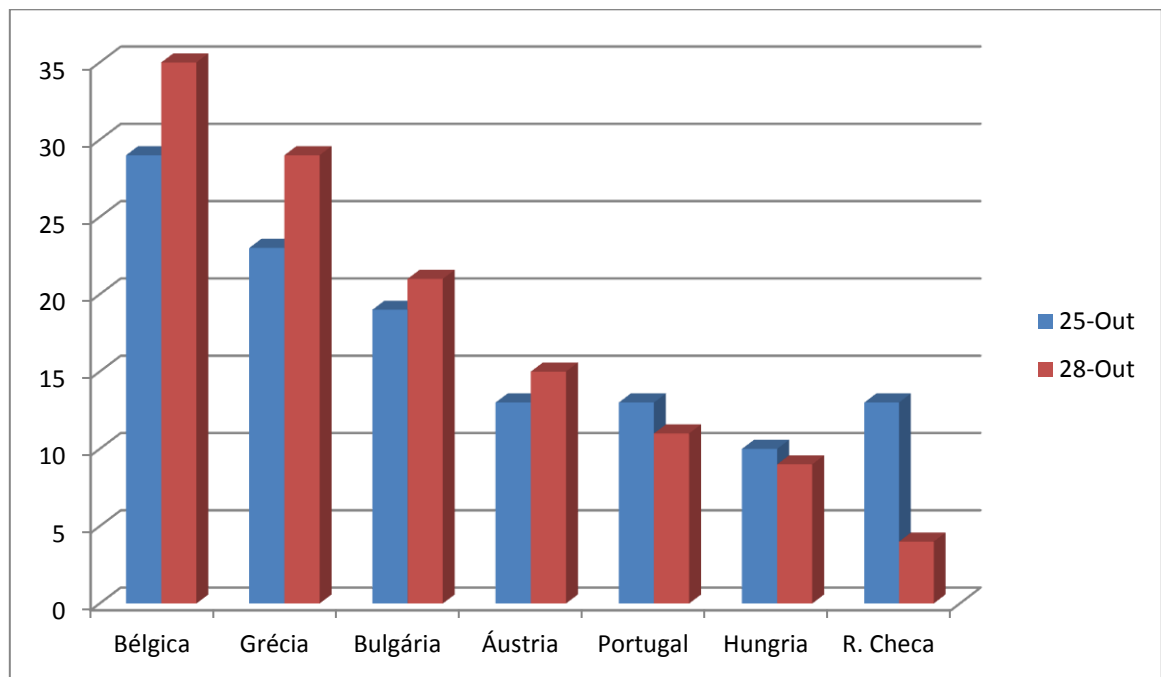


Fig.9 – Número de peças noticiosas relativas ao Conselho Europeu (por países)

Já Portugal, por outro lado, apresenta números excessivamente baixos para um país na sua conjuntura económica e financeira atual. Tal como a Grécia, Portugal também se encontra na condição de país sob assistência financeira externa, pelo que se podia concluir que algo tão importante como um Conselho Europeu conseguisse ganhar mais expressividade mediática no território nacional. No entanto, nos dias 25 e 28 de Outubro de 2013 Portugal apenas somou um

total de 24 peças noticiosas relativas ao tema da cimeira europeia, um número que, sendo razoável num panorama geral da UE, acaba por não ser significativo, e vem mais uma vez demonstrar o atual estado de negatividade – ou, apenas, de desinteresse – da opinião pública portuguesa em relação aos temas europeus.

5.1.2. Saída da Irlanda do plano de resgate

A 15 de Dezembro de 2013, a Irlanda saiu da sua condição de país sob assistência financeira externa, um cenário que se mantinha desde 21 de Novembro de 2010 aquando da elaboração da candidatura formal por parte do conselho de ministros irlandês³⁴. A grande escala e o forte significado deste acontecimento para toda a estrutura europeia, e principalmente para os restantes países-alvo dos pacotes de ajuda financeira externa, tornaram este acontecimento num dos assuntos mais potencialmente mediáticos para toda a Europa, que viu assim os frutos das suas mais recentes políticas e do seu *modus operandi* no que diz respeito à forma de lidar com a atual problemática económica europeia.

Nesta situação, e porque este foi um dos acontecimentos mais relevantes a nível europeu durante o meu período de estágio na REP, vai ser feito o mesmo exercício de análise que foi feito no ponto anterior, mas acrescentando agora ao lote de países analisados a Irlanda, por ser o principal país visado, e a Croácia, por se tratar de um país também sob um plano de ajuda financeira externa. Então, e analisando, mais uma vez, os *clippings* de notícias relativas aos assuntos europeus, desta feita do dia 13 a 16 de Dezembro de 2013 (dia útil anterior e dia útil imediatamente posterior à oficialização da saída da Irlanda do plano de resgate), vemos um cenário manifestamente diferente do registado anteriormente (**Fig.9**).

³⁴ Ver em: < http://economico.sapo.pt/noticias/irlanda-deve-formalizar-pedido-de-resgate-amanha_104904.html >; Visitado em: Maio de 2014

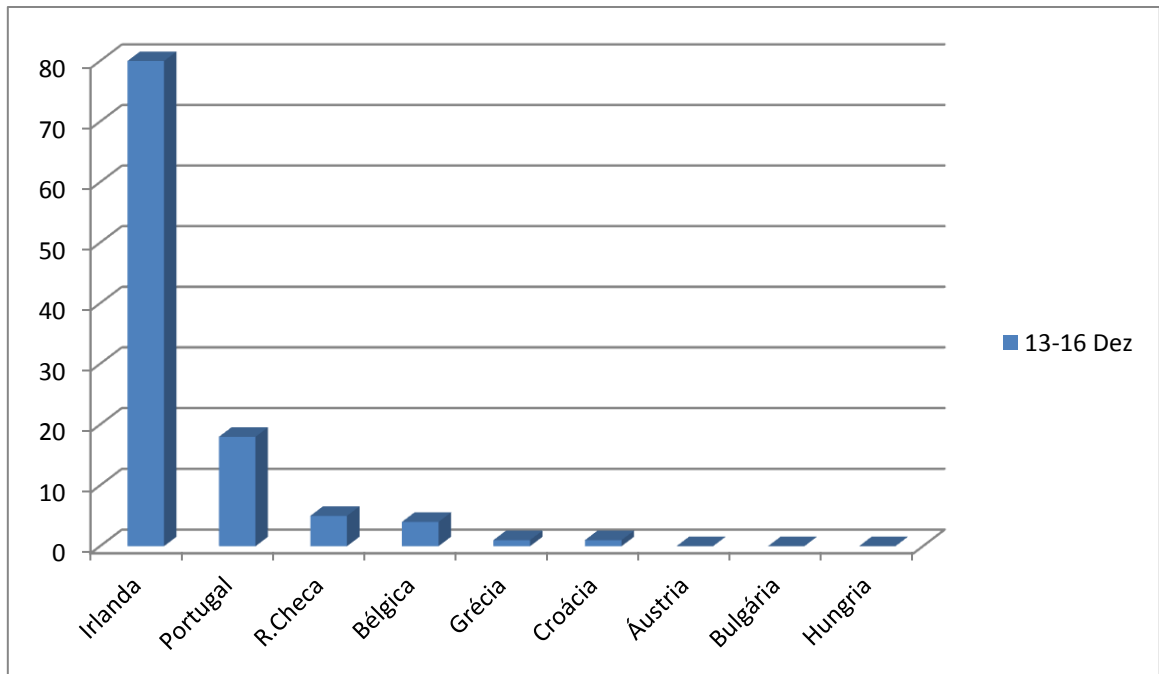


Fig.10 – Número de peças noticiosas relativas ao caso irlandês (por países)

Sem surpresas, vemos uma cobertura mediática de grande escala por parte dos *media* irlandeses durante todo o fim-de-semana e, principalmente, nos dias 15 e 16 de Dezembro (com um total de 80 peças noticiosas ao longo dos quatro dias). Portugal encontra-se na posição seguinte com um nível de atenção mediática bastante mais reduzido (um total de 18 notícias) mas, ainda assim, positivo face aos restantes países em análise. Destes, é de registar a R. Checa com cinco notícias, a Bélgica com quatro (algo surpreendente, considerando o papel centralizador de Bruxelas em questões europeias) e a Grécia e a Croácia com apenas uma notícia cada (o que também acaba por ser inesperado pois, tal como Portugal, deveriam ter um especial interesse por este assunto).

Também neste caso em particular podemos identificar uma certa falha de comunicação por parte da UE, que podia muito bem servir-se deste exemplo positivo da Irlanda para solidificar a importância das suas políticas e estratégias junto dos cidadãos europeus, mas que, ao invés, não fez qualquer esforço no sentido de propagar esta boa notícia e espelhar nela uma mensagem de esperança que pudesse melhorar a sua imagem relativamente aos mais eurocéticos. O fraco fomento da atenção mediática em relação aos aspetos positivos e aos melhoramentos realmente relevantes provindos do trabalho da UE perpetua a imagem negativa subsistente de uma instituição sem rumo.

5.2. Diminuição dos jornalistas afetos à UE

Se o panorama mediático de alguns Estados-membros já não abona muito a favor de uma maior e mais eficaz divulgação da mensagem e das atividades da UE, então os recentes cortes no número de jornalistas nacionais sediados nas principais zonas de atuação da UE apenas vêm piorar esta situação. Nas palavras de um membro da REP em Lisboa: «*Num contexto de crise, onde primam as políticas de contenções de custos, muitos jornais acabam por não ter disponibilidade financeira para enviar jornalistas para Bruxelas*». De facto, números divulgados pela Association de la Presse Internationale (API) – organização sem fins lucrativos com sede na Bélgica, composta por jornalistas estrangeiros dedicados aos assuntos europeus e afetos a órgãos de comunicação dos respetivos países – indicam que houve um decréscimo de, pelo menos, 159 jornalistas e 83 técnicos de audiovisual nos seus quadros, apenas entre os anos de 2009 e 2010³⁵.

Sendo verdade que este decréscimo no número de jornalistas acreditados coincide com um dos períodos de maior agudização da atual crise económica e que os parcos meios financeiros condicionam bastante o raio de atuação dos órgãos de comunicação social nacionais, não deixa de ser verdade, também, que, tal como observamos anteriormente, há um cada vez menor interesse por parte dos *media* nacionais – e, conseqüentemente, da população geral – em relação a Bruxelas, e aos restantes centros de decisão da UE.

Segundo a API, e como já aqui havíamos visto no que diz respeito também às delegações nacionais dos órgãos institucionais da UE, o principal problema tem a ver com a natureza demasiado institucional da comunicação levada a cabo pelos organismos europeus. A informação que é divulgada aos órgãos de comunicação social chega, quase sempre, como resolução, como dado adquirido, não deslindando por completo o processo anterior de *decision making* que esteve na génese de, por exemplo, uma nova política. Nesse sentido, a API atenta ainda para a possibilidade de este tipo de informações divulgadas pela UE (por via da Internet, do seu serviço de audiovisual EbS ou por estratégias de relações públicas à escala nacional) serem vistas apenas como propaganda política, em vez de conteúdo informativo realmente útil.

Contudo, este problema poderia ser minimizado com a permanência de jornalistas especializados em assuntos europeus nas principais instâncias de ação governativa da UE, e que pudessem traduzir ou clarificar as informações mais crípticas e tecnicistas para o público geral,

³⁵ Ver em: < http://www.api-ipa.eu/index.php?option=com_content&task=view&id=146&Itemid=35 >; Visitado em: Maio de 2014

normalmente menos entendido em matéria de política europeia. No entanto, o que se tem observado cada vez mais é uma inversão completa destas regras: Os jornalistas mantêm-se em território nacional – por razões económicas, logísticas, etc. – e, em vez de contribuírem no terreno para uma reportagem mais minuciosa, detalhada e devidamente explicativa das ações institucionais europeias, limitam-se apenas a fazer uso das informações genéricas que lhes são transmitidas à distância pelas próprias instituições. Perde-se, portanto, a plena inserção do método jornalístico naquilo que mais interessa averiguar e investigar, que é o processo de criação e não o resultado em si.

Este acaba por ser, portanto, um modelo de jornalismo que se baseia numa dependência incapacitante face às fontes oficiais de informação, que muitas das vezes obedecem a «*objetivos específicos e predeterminados, no âmbito de uma estratégia eminentemente política*» (Ribeiro, 2006:7). Com efeito, o facto de os jornalistas responsáveis pelos assuntos europeus se limitarem a recolher e a transmitir as informações providas das instâncias de poder, normalmente tratadas e limadas por profissionais da área das Relações Públicas de forma a conter apenas mensagens que vão ao encontro dos seus interesses e ângulos relativamente positivos e lisonjeiros para a sua imagem, acaba por perverter a qualidade da informação e o fator verdade que se exige até deontologicamente. Trata-se, portanto, de um tipo de jornalismo de integridade questionável, em grande parte devido à qualidade informativa das suas fontes.

Leon V. Sigal classifica este tipo de recolha e transmissão informativa como um “canal de rotina”, em que o jornalista apenas recolhe e divulga «*informação idêntica à dos seus colegas*» (1973:130) pois não possui capacidades ou meios suficientes para tentar melhorar a qualidade da sua informação e tentar trazer algo de novo para cima da mesa. Poder-se-á, portanto, aceitar a designação deste tipo de jornalismo como um jornalismo preguiçoso, que não arrisca saber mais do que aquilo que lhe é transmitido e que prefere apenas reciclar, de forma inalterada, as informações que lhes são transmitidas pelas fontes oficiais de informação, deixando «*às fontes a tarefa de seleccionar as notícias*» (1973:130).

É necessário, portanto, abandonar-se esta forma algo leviana de fazer jornalismo, para bem até da profissão em si. Com a proliferação dos meios tecnológicos e com a generalização da capacidade de produção e difusão de conteúdos que a Internet, por exemplo, oferece ao cidadão comum, torna-se essencial que um jornalista não seja apenas um veículo de transmissão de uma mensagem, mas que a trabalhe e a trate como um produto inacabado, que necessita ser

investigado. Esta é a diferença entre a noção francesa de “jornalista sentado” (*journaliste assis*), aquele que apenas trata e/ou reformata as informações de outras fontes, e a de “jornalista de pé” (*journaliste debout*), aquele que interage diretamente com as fontes e acaba por conferir verdadeiro conteúdo às informações (Neveu, 2001:7).

Torna-se, portanto, necessário, e até essencial, procurar recorrer àquilo que podemos classificar como “fontes sofisticadas de informação”, que acabam por ser veículos informativos dotados de «*um maior profissionalismo, de um maior apuro técnico, de uma melhor compreensão das necessidades jornalísticas e de uma mais eficaz gestão da informação*» (Ribeiro, 2006:9). Trata-se, no fundo, de uma maior rigorosidade na escolha das fontes, sempre à luz de um sistema de trocas onde deve persistir um equilíbrio justo entre a imprescindibilidade que os jornalistas têm em encontrar fontes com informações relevantes e a necessidade que as próprias fontes têm de encontrar profissionais do jornalismo acreditados que aceitem dar voz aos conteúdos de que elas dispõem (McQuail, 2003:291).

Em conclusão, a cada vez mais diminuta presença do número de jornalistas internacionais acreditados junto das instituições europeias, para além de lesar ambas as partes a partir de um ponto de vista da comunicação (os jornalistas não transmitem informação de qualidade e a mensagem das instituições acaba por não se fazer compreender), acaba também por prejudicar a imagem – ou, neste caso, a falta dela – que os cidadãos europeus, cada vez menos informados e mais alheios aos trajetos europeus, fazem das instituições que os representam, e das quais também são parte integrante.

Parte II:

Casos em análise

6. Caso em análise - Fuga de relatório político

A 18 de Outubro de 2013, a estação radiofónica portuguesa TSF disponibilizava no seu sítio *Web* um relatório político interno elaborado pela respetiva divisão da REP (departamento de Relatórios Políticos e Análise das Políticas) e assinado pelo então Chefe da Representação interino Luiz Sá Pessoa. A disponibilização deste documento tratou-se de uma fuga para a imprensa, sendo que as principais conclusões deste relatório seriam primeiramente para análise interna, por parte da CE, e nunca para divulgação ao exterior.

O caso tornou-se particularmente mediático devido às observações feitas no relatório relativamente a um potencial chumbo do Tribunal Constitucional (TC) português ao Orçamento de Estado que estava em avaliação para 2014, onde se resumia que «*esta não é a altura para o Tribunal Constitucional se envolver em ativismos políticos*» (tradução do autor; **Anexo 8**, p.71) e se alertava para um eventual segundo resgate caso o chumbo do TC às novas medidas de austeridade presentes no Orçamento se verificasse.

Para além disso, este relatório político interino enviado a Bruxelas apresentava duas hipóteses possíveis, no caso de um eventual chumbo das novas medidas: ou o TC estaria a fazer uma interpretação bastante restritiva da Constituição, ou poderia ser tido como uma força de bloqueio à governação do Primeiro-Ministro Pedro Passos Coelho. Na sequência disto, o relatório alertava até para uma eventual queda do Governo nacional, por impossibilidade de consolidação das suas políticas orçamentais.

6.1. As reações ao relatório

Estas observações foram maioritariamente encaradas como um elemento de pressão externa sobre o TC, e em clara violação da soberania nacional portuguesa. Nuno Saraiva, jornalista do Público, classificou este acontecimento como «*um dos mais traiçoeiros e despidorados ataques feitos ao estado de direito, à soberania (...) e à democracia e suas instituições de que há memória em tempos recentes*»³⁶, adjectivando ainda o episódio como uma chantagem e uma ameaça claras a um órgão soberano fundamental para a democracia do país. Já António José Seguro, à altura Secretário-Geral do Partido Socialista (PS), principal partido da oposição, considerou em declarações ao semanário Expresso que a CE teria revelado uma enorme «*falta de*

³⁶ SARAIVA, Nuno (2013); *Em defesa do Constitucional*; Público, 19 Outubro, pp.6/7

respeito pelas instituições e órgãos de soberania do (...) país», entrando em conflito com «os tratados europeus que proíbem expressamente a intromissão da UE na vida interna dos seus Estados-membros»³⁷. Um outro artigo não assinado, desta feita do Diário de Notícias, também condenava esta tentativa de pressão sobre o TC, afirmando que “Não são (...) admissíveis quaisquer tentativas de interferência vindas de fora, mesmo de quem tenta ajudar-nos a sair da crise financeira»³⁸.

No geral, foram vários os entendidos e os *opinion makers* que condenaram as conclusões dispostas neste relatório, partilhando todos a ideia geral de que se tratava de um instrumento claro de pressão por parte das instituições europeias ao TC português e que desrespeitava flagrantemente a soberania e liberdade de decisão dos órgãos políticos e de regulamentação da democracia portuguesa. O líder sindical da Confederação Geral dos Trabalhadores Portugueses (CGTP), Arménio Carlos, condenou o silêncio do Governo nacional e do Presidente da República Portuguesa perante as chantagens anteriores providas do Presidente da Comissão Europeia José Manuel Durão Barroso e da diretora-geral do FMI Christine Lagarde³⁹, sendo que também o constitucionalista Jorge Reis Novais «lamenta que Portugal seja tratado como uma “colónia” pela Comissão Europeia»⁴⁰, ao mesmo tempo que considera esta pressão mais chocante e atrevida do que as anteriores por parte do Presidente da CE e da dirigente do FMI.

Por sua vez, o eurodeputado Rui Tavares tomou medidas mais práticas e fez menção ao Artigo 4º do Tratado da União Europeia, que estabelece claramente que a UE é obrigada a respeitar as estruturas políticas e constitucionais de qualquer Estado-membro⁴¹. Também o constitucionalista Jorge Reis Novais «lamenta que Portugal seja tratado como uma “colónia” pela Comissão Europeia», ao mesmo tempo que considera esta pressão mais chocante e atrevida do que as já referidas anteriormente por parte do Presidente da CE e da dirigente do FMI.

6.2. A (falta de) estratégia de comunicação de crise da REP

Já aqui foi mencionada a escassez de recursos humanos que afeta a atuação da Representação da CE em Portugal, nomeadamente a presença (até ao momento de escrita deste relatório) de

³⁷ (2013); *Seguro: Comissão faltou-nos ao respeito*; Expresso, 19 Outubro, p.40;

³⁸ (2013); *Direito à não ingerência*; Diário de Notícias, 19 Outubro, p.6;

³⁹ CRISÓSTOMO, Pedro (2013); *Lançar pontes e «juntar forças», a promessa de Arménio Carlos para novas ações de protesto*; Público, 20 Outubro, p.8;

⁴⁰ SÁ, Paula (2013); «É chocante este nível de pressão ao Constitucional»; Diário de Notícias, 20 Outubro, p.15;

⁴¹ TAVARES, Rui (2013); *Um caso exemplar*; Público, 21 Outubro, p.48

apenas duas a três pessoas no departamento de Imprensa e *Media*. Também já aqui se constatou a necessidade de uma equipa mais vasta, que lhe garanta uma maior pluralidade e dinamismo de atuação.

Não é, portanto, de admirar que, num contexto de comunicação de crise, como aquele que resultou da fuga do relatório político interno elaborado pela REP, a resposta da instituição talvez não tenha sido suficientemente eficaz, ou sequer convincente. De facto, apesar da relativa rapidez de resposta por parte da REP em relação a este caso (que acabou por ser endereçado ainda no mesmo dia), desmentindo-se alegações de pressão sobre o TC e assegurando-se

«A Comunicação de Crise ocorre quando a imagem de uma instituição é – ou corre o risco de ser – atingida de forma muito negativa. (...) Qualquer falha nessa comunicação pode agravar a crise ou gerar novas crises, danificando a reputação. A rapidez da resposta, a experiência e o número de recursos humanos disponíveis é essencial para acorrer - mediaticamente - a este tipo de ocorrências.»

Descrição do conceito de comunicação de crise, pela empresa LPM Comunicação (Anexo 9, p.73).

que *«o documento [apresentava] apenas, de “forma analítica”, diversas posições sobre a questão»*⁴², nem por isso as críticas diminuíram. Também a porta-voz da CE, Leonor Ribeiro da Silva, se pronunciou sobre o assunto, demarcando a posição da CE em relação ao relatório elaborado pela REP mas acrescentando também que o mesmo não possui qualquer tipo de pressão ao TC, apenas constatações gerais acerca do estado do país⁴³.

No entanto, todos estes esforços de última hora tornaram-se infrutíferos apenas algumas semanas depois, com a corroboração por parte da própria CE de algumas conclusões presentes no relatório. Vemos aqui, portanto, um certo desconcerto em termos de declarações e de tomadas de posição, que acaba por ser fruto da falta de diálogo e de uma estratégia de comunicação comum entre a representação nacional da instituição e a instituição principal em si. De facto, o que se assistiu foi àquilo que Isabel Afonso de Sousa classifica como ”agenciamento de vão de escada”, *«onde, alimentada pela carolice de quem julga que o importante é “desenrascar”, cada pessoa acaba por fazer de tudo um pouco»* (1999:3). Apesar de ser uma designação que a autora atribui principalmente aos ramos do *marketing* e da publicidade, acaba por não perder o significado quando encaixada no presente caso em análise.

⁴² MARTINS, Paulo (2013); *“Relatório da Comissão Europeia desencadeia tempestade”*; Jornal de Notícias, 19 Outubro, p.2;

⁴³ (2013); *“Durão Barroso nega qualquer tipo de pressão sobre o TC”*; Público, 19 Outubro, pp.2/3

7. Caso em análise – A vertente *online*

Já aqui foram mencionadas algumas das dificuldades que a REP encontra em afirmar-se no âmbito informático e de conteúdos *online* (**Capítulo 3.3.2.**, p.18; **Capítulo 3.3.3.**, p.19). De facto, e mais uma vez, vemos nos espaços *online* reservados à REP apenas um veículo de difusão dos conteúdos, informativos ou outros, provindos da própria CE, notando-se uma clara padronização da divulgação de informações em conformidade com os destaques informativos da instituição principal. O próprio sítio *Web* da REP é uma extensão do domínio do portal da CE, o que, fazendo sentido do ponto de vista da coesão estrutural entre instituição principal e instituição representativa, implica uma menor liberdade de produção de conteúdos por parte da última.

Existe, no sítio *Web* da REP, uma quantidade excessiva de hiperligações e de blocos de texto que acabam muitas vezes por nos direcionar apenas para a página *Web* da CE, seja para saber mais informações acerca de determinado assunto ou para ver os conteúdos na íntegra. Para além disso, contribuem muito pouco para o bom aspeto visual da página apresentando ao usuário uma estrutura pesada e antiquada.

7.1. Modelo padronizado da CE

Apesar de haver na REP um departamento destinado a Comunicação, Parcerias e Redes, que tem a seu cargo a manutenção e dinamização do sítio *Web* da instituição, a verdade é que a sua margem de manobra é escassa no que diz respeito à alteração da disposição e do *design* da página. Com efeito, a UE definiu um modelo padrão para todos os portais *Web* das suas instituições representativas, acabando por não lhes dar liberdade suficiente para alterarem a estrutura e a organização geral da página mas apenas os seus conteúdos informativos.

Podemos, por isso, associar também às páginas *Web* das instituições representativas dos restantes países europeus os mesmos defeitos que atribuímos à versão portuguesa, pois é este o plano generalizado em vigor na CE atualmente. Há, no entanto, uma diferenciação em relação à instituição representativa da Croácia que, por este ter sido o último país a aderir à UE, foi brindada com uma versão mais modernizada do seu sítio *Web*. De facto, se compararmos as duas imagens do **Anexo 10** (p.73), vemos uma clara diferenciação entre a estética dos sítios *Web* de Portugal e da Croácia. Espera-se que o modelo croata seja alargado a todas as outras REP,

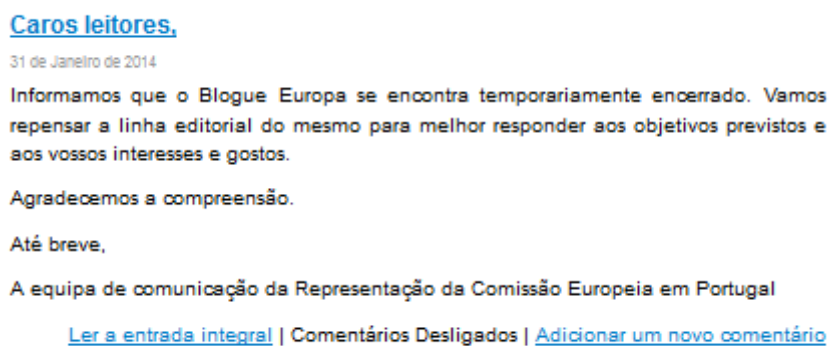
modernizando-se assim o aspeto das páginas em geral mas mantendo-se a estratégia comunicacional de um único modelo comum a todas.

Ao querer generalizar-se a estratégia de comunicação da CE no que diz respeito aos domínios informáticos não se atende, mais uma vez, às especificidades de cada país e às exigências das múltiplas realidades, distanciando-se mais uma vez a instituição principal do público-alvo com quem pretende comunicar.

7.2. O Blogue Europa

Até à data da elaboração do presente relatório, a REP contava com o auxílio de uma profissional de relações públicas que, não sendo parte integrante do quadro de funcionários da instituição, desenvolvia um trabalho conjunto no âmbito do projeto-piloto Share Europe Online. Graças a esta parceria, a área das redes sociais no plano de comunicação da REP tem sido dinâmica e multifacetada, com a presença efetiva da instituição em várias redes informáticas de contato direto com o público.

No entanto, poder-se-á dizer que a aposta nas redes sociais mais dinâmicas e de contato mais imediato terão resultado num progressivo abandono do Blogue Europa, um espaço onde se dá primazia ao texto corrido e a uma maior densidade de informações, características às quais o público se tem vindo a desabituar. Com efeito, a falta de artigos para publicação e o progressivo desinteresse do público em relação aos conteúdos daquele espaço fizeram com que, a 31 de Janeiro de 2014, fosse publicada uma mensagem relativa ao encerramento do espaço (**Fig.10**).



Caros leitores.
31 de Janeiro de 2014
Informamos que o Blogue Europa se encontra temporariamente encerrado. Vamos repensar a linha editorial do mesmo para melhor responder aos objetivos previstos e aos vossos interesses e gostos.
Agradecemos a compreensão.
Até breve,
A equipa de comunicação da Representação da Comissão Europeia em Portugal
[Ler a entrada integral](#) | [Comentários Desligados](#) | [Adicionar um novo comentário](#)

Fig.11 – Mensagem publicada no Blogue Europa, no início deste ano⁴⁴

⁴⁴ Ver em: < <http://blogs.ec.europa.eu/portugal/caros-leitores/> >; Visitado em: Junho de 2014

8. Caso em análise – Triagem de conteúdos informativos

É notória a dependência comunicacional da REP em relação à sua instituição principal (CE) quando, na receção, reorganização e tradução das notícias diárias e dos comunicados de imprensa para o português, muitas vezes se dá primazia a temas que, em circunstâncias normais, não seriam de extrema importância para o panorama nacional.

O chefe do departamento de Imprensa e *Media* da REP tem a responsabilidade de analisar diariamente a base de dados dos comunicados de imprensa da CE (chamados de RAPID⁴⁵) e selecionar as notícias do dia que serão enviadas para os jornalistas nacionais. Esta tarefa, a que lhe assistem os restantes membros do departamento (incluindo estagiários), é de relativa autonomia institucional, mas ainda assim deve estar em conformidade com a estratégia geral de comunicação por parte da CE. Assim sendo, é frequente incluir-se na listagem de notícias diárias enviadas aos jornalistas algumas temáticas que não são, por vezes, proveitosas a nível de cobertura mediática nacional, mas que ainda assim são incluídas por dizerem respeito a uma política ou a uma tomada de posição que a CE pretende ver mais mediatizada a nível geral.

Ora, esta é uma estratégia que, muitas vezes, lesa o próprio objetivo comunicacional da CE de atrair mais atenção mediática para determinado assunto, pois ao usar as instituições representativas nacionais como meros veículos de difusão das suas mensagens generalizadas, estas acabam por inundar as caixas de correio eletrónico dos jornalistas com notícias de menor interesse e que afetarão diretamente a forma como os próprios percecionam a instituição. Assistimos, portanto, a um resultado contrário ao pretendido, onde a insistência sobre um determinado assunto menos útil ou pouco relevante no plano nacional pode torna-lo desinteressante e, até, influenciar a opinião dos jornalistas em relação à pertinência do conjunto das informações divulgadas habitualmente pela instituição.

8.1. Desprendimento voluntário dos jornalistas

Não é, portanto, de admirar que, criada uma ferramenta de cancelamento de subscrição, se registre várias desistências por parte de jornalistas nacionais. Ainda durante o meu estágio na instituição, iniciou-se um procedimento de dar aos jornalistas a opção de deixarem de receber os RAPIDs enviados pela REP, caso o desejassem, bastando para isso clicarem numa hiperligação

⁴⁵ Ver em: < <http://europa.eu/rapid/midday-express.htm> >; Visitado em: Junho de 2014

que retiraria o seu nome da *mailing list* da instituição. Esta nova ferramenta, bastante utilizada noutros meios, para além de conferir alguma equidade à relação entre os jornalistas e a própria instituição, acabou também por revelar alguma urgência de desprendimento por parte dos jornalistas que, diariamente, recebiam conteúdos noticiosos por parte da REP que provavelmente não seriam do seu interesse.

De facto, a partir da implementação deste sistema foram vários os jornalistas (pelo menos um por dia) que optaram por deixar de receber os conteúdos noticiosos enviados pela REP. Havia ainda a adenda de os poderem ir consultar por iniciativa própria, através do portal *Web* da CE.

Registamos então, em termos práticos, as possíveis consequências de uma insistência em informações acerca da UE pouco relevantes num plano mediático nacional que, no fundo, se interessa mais por aquilo que lhe possa afetar diretamente. É por isto, portanto, que se deve garantir à própria instituição representativa a capacidade de divulgar as notícias que ela ache mais pertinentes no contexto mediático em que está inserida, pois é ela quem possui um contato mais direto com os órgãos de comunicação e com os agentes noticiosos daquele país.

8.2. Exemplo de RAPID

Através do **Anexo 11** (p.74), podemos observar um exemplo de um RAPID (datado de 4 de Dezembro de 2013) estruturado de forma a dar-se destaque à notícia «*Durão Barroso recebe prémio do Centro para o Diálogo Global e Cooperação entregue por Clinton*». Ora, de um ponto de vista do interesse informativo e da seleção criteriosa da informação, esta não seria talvez a escolha mais óbvia para figurar no topo de prioridades do RAPID. No entanto, como se trata de uma notícia referente à principal figura da CE (o Presidente Durão Barroso) e à atribuição de uma distinção de mérito, achou-se conveniente colocar esta informação em primeiro lugar, de forma a promover-se positivamente a imagem da CE.

No entanto, e contrariamente ao pretendido, poderíamos imaginar um cenário onde o jornalista recetor deste RAPID achava desinteressante a notícia inicial e acabava por ignorar os restantes conteúdos noticiosos do documento. Este não é, de todo, um cenário desejável, e pode ser evitado caso a CE deixe de lado esta política de autopromoção algo invasiva. Ao invés, aconselhar-se-ia atribuir à instituição nacional representativa, mais em contato com as ambições e os objetivos informativos dos órgãos de comunicação do país, o poder de decidir quais as notícias que merecem realmente maior destaque naquele panorama mediático específico.

Considerações finais

Num país bastante dependente, em termos económicos e financeiros, do contexto internacional em que está inserido (como é o caso de Portugal atualmente) é indispensável, para bem da ordem pública, tentar comunicar-se de forma positiva – ou, pelo menos, apaziguadora – esta relação de influências e de necessidades que, muitas vezes, causa desconforto e fere o “orgulho nacional” de quem se vê na necessidade de se sujeitar aos ditames das organizações internacionais. Neste âmbito, uma boa estratégia de comunicação é do interesse tanto do país assistido como da organização internacional que o assiste, tendo sido este último o aspeto em foco neste trabalho.

É comum, e até aconselhável, a existência de uma forma de descentralização parcial que permita a uma organização internacional com a escala da UE relacionar-se com a larga diversidade populacional que dela faz parte. Daí a necessidade de instituições como as REP, que servem como meio de comunicação entre a entidade institucional principal e o público (e vice-versa) e estabelecem um elo de contato e de informação entre as duas partes. Porém, de um ponto de vista da assessoria e das relações públicas, esta descentralização institucional deve vir acompanhada por um plano e uma estratégia de comunicação igualmente adaptados à realidade do país visado, e é aqui que podemos apontar o dedo a algumas deficiências demonstradas pela UE, no geral, e pela CE em particular.

Com efeito, o que vemos realmente é um plano de comunicação demasiado amplo e generalizado por parte da CE, cuja ineficácia se traduz, em Portugal e nos outros países de contexto económico e financeiro adverso (Grécia e Chipre), numa opinião menos positiva acerca da imagem da UE do que aquela que se registava num período anterior ao pedido de ajuda financeira externa. Se até finais de 2010 Portugal era um dos países mais entusiastas e defensores do rumo e do trajeto europeu, esta situação alterou-se significativamente nos últimos anos quando grande parte da população portuguesa passou a associar a imagem da própria instituição internacional que lhe presta auxílio ao desemprego e aos cortes cegos nos rendimentos que lhe impede de ter perspetivas de futuro. Ora, este claramente não poderá ser considerado um caso de sucesso em termos de comunicação, quer por parte da instituição principal quer por parte da instituição representativa. Mais, se considerarmos este recente período de austeridade como uma espécie de situação de crise comunicacional generalizada, a nível internacional, então também notamos uma gritante falta de preparação e de estruturação, em termos de gestão de crise, por

parte da UE e das suas instituições representativas, no sentido de tentar melhorar a sua imagem e fazer face à má fama que lhes tem vindo a perseguir nos últimos tempos.

Não é, portanto, de estranhar que, a par com o descontentamento em relação às instituições europeias, haja também um clima de desinteresse generalizado em relação aos seus percursos futuros. Neste sentido, a falta de preparação e de liberdade comunicacional das instituições representativas não só torna ineficaz o contato que se pretende manter com o público mais imediato como possibilita até o risco de este contato deixar mesmo de existir. É este o cenário que observamos em Portugal quando, nas mais recentes eleições europeias (em Maio de 2014), os níveis de abstenção de voto atingiram um máximo histórico (65,5%) no país, aliando-se a um desinteresse generalizado por parte dos órgãos de comunicação nacionais e a uma campanha política muito pouco politizada. Apesar de alguns esforços por parte das instituições europeias no sentido de tentar comunicar as novidades estruturais adjacentes ao sufrágio, e a conseqüente necessidade de levar o maior número possível de europeus às urnas, acabou por não se registar, em Portugal, uma adesão nem da massa populacional, nem da massa mediática.

Em termos práticos, e de acordo com a pesquisa realizada durante o meu período de estágio, o alheamento português em relação aos temas europeus vai-se revelando aos poucos também quando analisamos alguns dos principais acontecimentos que ocorreram na Europa durante aquele período de tempo. Com efeito, nem o vasto leque de acontecimentos que pautaram o Conselho Europeu de 24 e 25 de Outubro de 2013 nem a saída da Irlanda do seu programa de resgate financeiro (em Dezembro do mesmo ano) despertaram grande interesse por parte da população portuguesa, quando seria de esperar que qualquer um desses acontecimentos – principalmente o último, pelas características análogas à atual situação de Portugal – ecoasse de forma generalizada por todo o território nacional. No fim, vimos uma UE curiosa em relação ao grau de atenção dado a estes temas mas pouco interessada em promove-los efetivamente no contexto mediático.

Esta é uma UE de tal forma alheia às suas necessidades comunicacionais mais urgentes que chega mesmo a propiciar a diminuição do número de jornalistas e de profissionais da comunicação afetos aos seus principais centros de atuação. A falta de disponibilidade financeira por parte dos órgãos de comunicação nacionais para enviar jornalistas para perto das instituições europeias alia-se a uma falta de interesse por parte do público consumidor que, cada vez mais, faz por ignorar os conteúdos informativos relativos à UE e aos seus desígnios.

Mas uma descentralização efetiva da estratégia de comunicação da UE não pode ser plenamente concretizada quando são impostos limites claros à atuação das instituições representativas que lhe pretendem servir. Neste trabalho, analisaram-se três casos demonstrativos do papel nocivo que uma política de “rédea curta” em relação ao tipo de comunicação feita pelas REP pode ter no que diz respeito à perceção que o público-alvo tem da instituição principal. Num primeiro caso (**Capítulo 6**, p.47), a falta de recursos humanos e, conseqüentemente, de uma equipa de comunicação dinâmica e autossuficiente obrigou à elaboração de uma resposta comunicacional medíocre no contexto de uma situação de crise, não só pela sua timidez argumentativa mas também pela contrariedade dos próprios argumentos com as declarações posteriores da instituição principal. Num segundo caso (**Capítulo 7**, p.50), regista-se um subaproveitamento de uma ferramenta de extrema importância comunicacional nos dias de hoje, a Internet, e que resulta numa simples apropriação de conteúdos informativos generalistas – provindos da instituição principal –, e até algo redundantes do ponto de vista dos variados públicos, que não são sujeitos a um tratamento particularizado e específico que os torne mais apelativos para os vários contextos sociais a que se destinam. Num terceiro e último caso (**Capítulo 8**, p.52), vemos, mais uma vez, uma mera serventia dos recursos de contato direto que a instituição representativa mantém com os jornalistas nacionais como veículo para impor a agenda comunicacional da instituição principal, em vez de se delegar à instituição representativa a seleção dos conteúdos informativos e potencialmente noticiosos que ela julgue mais relevantes no panorama mediático daquele território específico. No fundo, a imposição de barreiras comunicacionais à instituição representativa implica que essas mesmas barreiras se reflitam e se manifestem, conseqüentemente, no contato que essa mesma instituição terá com o seu público. Assim, e de acordo com os três exemplos anteriores, acaba por se adotar uma estratégia comunicacional que concerne a todos mas que, no fundo, não interessa a ninguém, pois os cidadãos não sabem como aplicar ao seu contexto particular as informações divulgadas pelos distantes e distanciados vultos internacionais.

É difícil prever qual a estratégia a adotar que trará mais resultados à UE do ponto de vista do seu projeto comunicacional. No entanto, sem dúvida que terá que passar, em grande parte, por confiar às suas instituições representativas um papel mais ativo e preponderante – criativo, se quisermos – no que diz respeito à forma como divulgam a mensagem da instituição principal a uma realidade populacional específica. Para isso, é preciso ter confiança nos funcionários que lá

trabalham e prepará-los convenientemente no domínio das relações públicas e do *media management*, que mais não são do que termos técnicos para designar as capacidades necessárias a qualquer organização devidamente profissionalizada de contatar, de forma inteligente, estratégica e persuasiva, com o seu público-alvo e com quem é diretamente responsável por informá-lo.

Bibliografia

• Livros/Artigos

CAMPONEZ, Carlos (2011), *Deontologia do Jornalismo – A autorregulação frustrada dos jornalistas portugueses (1994-2007)*; Almedina, Coimbra;

CAROYEZ, Philippe (2011), *Club of Venice, 1986-2011: 25 Years of Public Communication in Europe*; Club of Venice, Bélgica, Bruxelas;

DEMILTO, Lori (2007), *Evaluating Communication Campaigns*; Robert Wood Johnson Foundation; EUA, Princeton – Nova Jérquia;

FONTAINE, Pascal (2004), *Europe in 12 lessons*; Office for Official Publications of the European Communities; Luxemburgo, Luxemburgo;

HOLDER, H.D., TRENO, A.J. (1997), *Media advocacy in community prevention: News as a means to advance policy change*; In: *Addiction*, nº92 (Suplemento 2), S189-S199;

INNERARITY, Daniel (2011), *Considerações sobre a identidade Europeia*; In: *Conferência Internacional: 25 anos da adesão de Portugal e Espanha à Comunidade Europeia*; Comissão Europeia, Representação em Portugal, Lisboa;

MCQUAIL, Denis (2003), *Teoria da Comunicação de Massas*; Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa;

NEVEU, Erik (2001), *Sociologie du journalisme*; La Découverte, França, Paris;

NICOLAS, Jean-Yves (2011), *The role of the internet in the referendum campaign on the Constitutional Treaty*; In: *Club of Venice, 1986-2011: 25 Years of Public Communication in Europe*, Club of Venice, Bélgica, Bruxelas;

OLIVEIRA, José Manuel Paquete de (1992), *A integração europeia e os meios de comunicação social*; In: *Análise Social*, vol. XXVII (118-119), 995-1024, Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa, Lisboa;

PEREIRA, Fábio Henrique (2003), *O jornalista online: um novo status profissional? – Uma análise sobre a produção da notícia na internet a partir da aplicação do conceito de ‘jornalista sentado’*; Universidade de Brasília, Brasil, Brasília;

RIBEIRO, Fernando Vasco Moreira (2006), *Fontes Sofisticadas de Informação – Análise do produto jornalístico político da imprensa nacional diária de 1995 a 2005*; Universidade do Porto, Porto;

ROLANDO, Stefano (2011), *25 years of the Club of Venice: an essential, informal, experimental project*; In: CAROYEZ, Philippe (2011), *Club of Venice, 1986-2011: 25 Years of Public Communication in Europe*, Club of Venice, Bélgica, Bruxelas;

SIGAL, Leon V. (1973), *Reporters and Officials - the Organization and Politics of Newsmaking*; D.C. Heath and Company, EUA, Lexington - Massachusetts;

SILVA, António Martins da (2010), *História da Unificação Europeia - A integração comunitária 1945-2010*; Imprensa da Universidade de Coimbra, Coimbra;

SILVA, António Martins da (2005), *Portugal e a Europa, distanciamento e reencontro*; Palimage Editores, Viseu;

SILVA, Tiago André Casal da (2011), *Europa esquecida? A cobertura mediática das eleições europeias de 2009*; Universidade de Aveiro, Aveiro;

SOUSA, Isabel Afonso de (1999), *Comunicação global – Quando a prática ultrapassa as mentalidades*; Biblioteca Online de Ciências da Comunicação;

TAVARES, Rui (2012), *A ironia do projeto europeu*; Tinta da China, Lisboa.

• **Publicações referenciadas (por data ascendente de publicação)**

(2012), *World Economic Outlook: Coping with High Debt and Sluggish Growth*; Fundo Monetário Internacional, Outubro;

(2013), *Eurobarómetro Standard 80*; Comissão Europeia, Direcção-Geral da Comunicação;

(2013), *Revista CAIS*; Associação CAIS, Dezembro;

(2013), *Will the Constitutional Court put at risk the MOU implementation?*; Comissão Europeia, Representação em Portugal, Lisboa;

(2014), *Portugal: Eleventh Review Under the Extended Arrangement, and Request for Extension of the Arrangement and Waivers of Applicability of End-March Performance Criteria*; Fundo Monetário Internacional, Abril.

- **Artigos noticiosos (por data ascendente de publicação)**

(2011), *Editorial*; Público, 7 Abril, p.38;

(2013), *Direito à não ingerência*; Diário de Notícias, 19 Outubro, p.6;

(2013), *Durão Barroso nega qualquer tipo de pressão sobre o TC*; Público, 19 Outubro, pp.2/3;

(2013), *Seguro: Comissão faltou-nos ao respeito*; Expresso, 19 Outubro, p.40;

MARTINS, Paulo (2013), *Relatório da Comissão Europeia desencadeia tempestade*; Jornal de Notícias, 19 Outubro, p.2;

SARAIVA, Nuno (2013), *Em defesa do Constitucional*; Público, 19 Outubro, pp.6/7;

CRISÓSTOMO, Pedro (2013), *Lançar pontes e «juntar forças», a promessa de Arménio Carlos para novas ações de protesto*; Público, 20 Outubro, p.8;

SÁ, Paula (2013), *«É chocante este nível de pressão ao Constitucional»*; Diário de Notícias, 20 Outubro, p.15;

TAVARES, Rui (2013), *Um caso exemplar*; Público, 21 Outubro, p.48.

- **Artigos noticiosos online**

< <http://www.ccdr-alg.pt/site/info/centro-europe-direct-do-algarve-promove-sessoes-debate-sobre-eleicoes-europeias> >

Visitado em: Junho de 2014;

< http://diariodigital.sapo.pt/news.asp?id_news=704327 >

Visitado em: Junho de 2014;

< <http://www.dnoticias.pt/actualidade/pais/408474-cavaco-silva-apela-a-reflexao-ponderada-da-lei-eleitoral> >

Visitado em: Maio de 2014;

< <http://www.dnoticias.pt/actualidade/politica/449846-europeias-portugal-pro-vida-lamenta-fracos-resultados-e-culpa-comunicaca> >

Visitado em: Maio de 2014;

< http://economico.sapo.pt/noticias/brancos-e-nulos-superam-votos-do-bloco-e-do-mpt_194272.html >

Visitado em: Maio de 2014;

< http://economico.sapo.pt/noticias/irlanda-deve-formalizar-pedido-de-resgate-amanha_104904.html >

Visitado em: Maio de 2014;

< <http://expresso.sapo.pt/lagarde-admite-erro-na-politica-de-austeridade=f845454> >

Visitado em: Abril de 2014;

< <http://expresso.sapo.pt/presidente-do-parlamento-europeu-critica-contradicoes-do-fmi-sobre-portugal=f778676> >

Visitado em: Abril de 2014;

< <http://www.ionline.pt/artigos/portugal-europeias/europeias-taxa-participacao-ue-43-1-portugal-8o-pais-maior-abstencao> >

Visitado em: Maio de 2014;

< <http://www.publico.pt/economia/noticia/fmi-reconhece-que-calculou-mal-o-impacto-da-austeridade-na-economia-1566589> >

Visitado em: Abril de 2014;

< <http://www.publico.pt/economia/noticia/muitas-contradicoes-no-relatorio-do-fmi-1633100> >

Visitado em: Abril de 2014;

< <http://www.publico.pt/politica/noticia/as-eleicoes-europeias-e-a-abstencao-1637005> >

Visitado em: Maio de 2014;

< <http://www.publico.pt/politica/noticia/assis-recomenda-a-rangel-que-tenha-juizo-1636771> >

Visitado em: Maio de 2014;

< <http://www.publico.pt/politica/noticia/o-dia-da-censura-1637164?page=1> >

Visitado em: Maio de 2014.

- **Outros *links* referenciados**

< http://www.api-ipa.eu/index.php?option=com_content&task=view&id=146&Itemid=35 >

Visitado em: Maio de 2014;

< <http://blogs.ec.europa.eu/portugal/> >

Visitado em: Maio de 2014;

< <http://blogs.ec.europa.eu/portugal/caros-leitores/> >

Visitado em: Junho de 2014;

< http://ec.europa.eu/croatia/index_hr.htm >

Visitado em: Junho de 2014;

< http://ec.europa.eu/portugal/comissao/index_pt.htm >

Visitado em: Abril de 2014;

< http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb80/eb80_pt_pt_nat.pdf >

Visitado em: Abril de 2014;

< <http://europa.eu/rapid/midday-express.htm> >

Visitado em: Junho de 2014;

< <https://www.facebook.com/ivotenation> >

Visitado em: Junho de 2014;

< <https://www.facebook.com/pages/Representa%C3%A7%C3%A3o-da-Comiss%C3%A3o-Europeia-em-Portugal/170400489279> >

Visitado em: Junho de 2014;

< <http://www.lpmcom.pt/index.php/servicos/comunicacao-de-crise> >

Visitado em: Junho de 2014;

< <http://www.results-elections2014.eu/en/turnout.html> >

Visitado em: Maio de 2014;

< <http://www.results-elections2014.eu/en/country-results-pt-2014.html> >

Visitado em: Maio de 2014;

< https://twitter.com/CE_PTrep >

Visitado em: Junho de 2014.

Anexos

Anexo 1 – Comunicado de Imprensa CE – *European Space Expo de visita a Lisboa*; 27-11-2013;

Anexo 2 – Comunicado de Imprensa CE – *Projeto português «Pastagens Semeadas Biodiversas» vence concurso europeu para a melhor solução contra as alterações climáticas*; 7-11-13;

Anexo 3 – Capa da Revista CAIS; Edição de Dezembro de 2013;

Anexo 4 – Eleições europeias 2014 – Resultados nacionais por partidos (Ver em: < <http://www.results-elections2014.eu/en/country-results-pt-2014.html> >; Visitado em: Maio de 2014);

Anexo 5 – Comunicado de Imprensa PE – *Parlamento Europeu lança campanha de informação sobre as Eleições Europeias de 2014*; 10-09-2013;

Anexo 6 – Comunicado de Imprensa PE – *Eleições Europeias: 200 jornalistas sabem porque “desta vez foi diferente”*; 04-06-2014;

Anexo 7 – Comunicado de Imprensa PE – *Eleições europeias e as redes sociais: campanha virtual, impacto real*; 03-06-2014;

Anexo 8 – Relatório político da REP – *Will the Constitutional Court put at risk the MOU implementation?*; 15-10-2013;

Anexo 9 – Conceito de comunicação de crise explicado no sítio *Web* da empresa LPM Comunicação (Ver em: < <http://www.lpmcom.pt/index.php/servicos/comunicacao-de-crise> >; Visitado em: Junho de 2014);

Anexo 10 – Página *Web* da REP em Portugal e página *Web* da REP na Croácia;

Anexo 11 – Exemplo de RAPID; 04-12-2013.

Anexo 1

Comunicado de Imprensa CE –
European Space Expo de visita a
Lisboa
27-11-2013

COMUNICADO DE IMPRENSA

European Space Expo de visita a Lisboa

Lisboa, 27 de novembro de 2013

Entre 28 de novembro e 9 de dezembro, Lisboa irá acolher uma exposição itinerante sobre o Espaço que mostra como as atividades e aplicações espaciais têm um impacto direto na vida quotidiana dos cidadãos. Mais de 30 000 aplicações dependem de tecnologias espaciais que podem contribuir para otimizar os transportes, aumentar a eficiência da agricultura e das pescas, proteger o ambiente e melhorar a segurança. A entrada para a *European Space Expo* é gratuita, para o público em geral, e as informações serão apresentadas em várias línguas.

Após ter visitado 17 cidades europeias, a exposição fixar-se-á agora em Lisboa, na Praça do Comércio. Visitantes de todas as idades podem ver, interagir e experienciar a vasta gama de tecnologias e serviços inovadores que o Espaço lhes oferece. Através de divertidas exposições interativas e educacionais, a Expo destacará os vários benefícios que advêm do investimento no espaço.

A participação de Portugal na indústria espacial europeia e internacional marca lugar na *European Space Expo*. O *kiosk* interativo “Espaço fabricado em Portugal” identifica os principais atores e atividades desenvolvidas a nível nacional, em áreas como a Tecnologia Espacial, a Observação da Terra, Navegação e Telecomunicações, Ciência Espacial e Exploração e Transferência de Tecnologia, numa participação coordenada pela **Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT)**.

A *European Space Expo* em Lisboa conta ainda com a colaboração da Câmara Municipal de Lisboa, a Ciência Viva, o Planetário Calouste Gulbenkian (Centro Ciência Viva) e o Turismo de Lisboa.

Associada a esta exposição estará a visita do astronauta italiano da Agência Espacial Europeia (AEE) Paolo Nespoli, que se desloca a Portugal a convite da Ciência Viva e com o apoio da AEE. Na sua conferência, intitulada «6 Meses fora deste Mundo», Paolo Nespoli partilha com o público, através de extraordinárias fotografias a sua experiência como engenheiro de voo na missão [MagISStra](#). Este evento terá lugar às 16h do dia 7 de dezembro no Cinema São Jorge, sala Manoel de Oliveira.

É importante salientar o papel dos programas relacionados com o espaço na Europa. Através do investimento em programas espaciais emblemáticos como o Galileo e o Copernicus (anteriormente conhecido como o GMES — vigilância global do ambiente e da segurança), os cidadãos europeus beneficiarão dos muitos serviços e aplicações que deles resultam, que estão a criar oportunidades para um mercado mundial e a contribuir para a criação de emprego e o crescimento económico.

O evento conta ainda com uma visita guiada para a imprensa com dois representantes da Comissão Europeia especialistas nos programas Galileo, EGNOS e Copernicus. A visita inicia-se às 9h00 no dia 29 de novembro, imediatamente antes da cerimónia de abertura da *European Space Expo*.



Mais informações úteis:

[European Space Expo](#) na Internet;

Biografia de [Paolo Nespoli](#);

Hashtag oficial: #euspaceexpo;

Página *web* do Comissário responsável pelas Empresas e Indústria, [Antonio Tajani](#).

Contactos:

Representação da Comissão Europeia em Portugal

Tel.: Geral (+351) 213 509 800; direto (+351) 213 509 820 / (+351) 213 509 833

E-mail: comm-rep-lisbonne@ec.europa.eu

Web: <http://ec.europa.eu/portugal>

Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT)

– Gabinete de Comunicação

Ana Godinho

Tel: 213 911 546 / 964 681 762

E-mail: ana.godinho@fct.pt

Web: <http://www.fct.pt>

Anexo 2

Comunicado de Imprensa CE –
*Projeto português «Pastagens
Semeadas Biodiversas» vence
concurso europeu para a melhor
solução contra as alterações
climáticas*

07-11-13



COMISSÃO EUROPEIA

COMUNICADO DE IMPRENSA

Bruxelas, 7 de novembro de 2013

Projeto português «Pastagens Semeadas Biodiversas» vence concurso europeu para a melhor solução contra as alterações climáticas

A Comissão Europeia anunciou hoje o grande vencedor do concurso europeu «Um mundo que me agrada» para a melhor solução contra as alterações climáticas. O projeto português «Pastagens Semeadas Biodiversas» foi coroado vencedor do concurso por preconizar uma solução inovadora para a redução das emissões de CO₂, a erosão dos solos e os riscos de incêndios florestais, aumentando simultaneamente a produtividade das pastagens.

A Comissária Europeia para a Ação Climática, Connie Hedegaard, anunciou hoje o vencedor do prémio na cerimónia de entrega dos prémios Sustainia realizada em Copenhaga: *«As Pastagens Semeadas Biodiversas estão de parabéns! Este projeto é o exemplo perfeito de como uma solução prática contra as alterações climáticas pode também poupar dinheiro, criar emprego e gerar crescimento. O facto de o concurso «Um mundo que me agrada» ter atraído tantos projetos inovadores de toda a União Europeia é muito encorajador. Há que desenvolver mais estas soluções para construirmos um mundo que nos agrada com um clima de que gostamos.»*

O projeto «Pastagens Semeadas Biodiversas» envolve mais de 1000 agricultores portugueses, proporcionando-lhes variedades de sementes adaptadas a cada tipo de solo, que ajudam a aumentar a resistência dos solos à instabilidade ambiental. O projeto, promovido pela organização Terraprima, permitiu obter uma maior fertilidade dos solos, bem como uma maior retenção de água e resistência à erosão, ajudando a aumentar a produtividade das pastagens em muitas regiões de Portugal.

O concurso faz parte integrante da campanha de sensibilização pública da Comissão Europeia «Um mundo que me agrada com um clima de que gosto», que promove soluções práticas, inovadoras e eficazes em termos de custos, para as alterações climáticas.

O projeto «Pastagens Semeadas Biodiversas» terá a oportunidade de gravar um vídeo profissional e receberá apoio para a sua promoção nos meios de comunicação social europeus.

Dois outros concorrentes foram também agraciados na cerimónia:

- **Airport Carbon Accreditation:** este projeto europeu, sediado em Bruxelas, é fruto de uma colaboração entre 75 aeroportos europeus que visa melhorar a

eficiência energética e baixar as emissões de CO₂. O programa foi lançado pelo ACI EUROPE, Conselho Internacional dos Aeroportos, em 2009.

- **«Habitações de Baixo Consumo Energético para Todos»**: este projeto, da autoria da organização polaca Dworek Polski, constrói casas tradicionais polacas a preços acessíveis e de baixo consumo energético.

O vencedor do concurso foi selecionado pelo Comité dos Prémios Sustainia, composto pela Comissária Connie Hedegaard, pelo ex-governador da Califórnia Arnold Schwarzenegger, pela ex-Primeira Ministra norueguesa Gro Harlem Brundtland e pelo Presidente do Painel sobre as Alterações Climáticas da ONU Rajendra Pachauri.

A Sustainia, parceira da campanha europeia, é uma plataforma internacional de defesa da sustentabilidade, liderada por Arnold Schwarzenegger.

O concurso e a campanha «Um mundo que me agrada»

O concurso «Um mundo que me agrada» visava pôr à prova ideias criativas oriundas de toda a Europa em matéria de inovações com baixo teor de emissões de carbono. Foram apresentados 269 projetos, votados depois em linha pelos cidadãos. Os melhores de entre eles foram apresentados ao Comité Sustainia.

Desde o seu lançamento em outubro de 2012, a campanha «Um mundo que me agrada com um clima de que gosto» já alcançou milhões de europeus, sendo seguida por mais de 65 000 pessoas nas redes sociais. Tem também o apoio de mais de 230 organizações parceiras de toda a UE e de várias personalidades célebres, como o ex-Secretário-Geral da ONU, Ban Ki-moon, e o ator multipremiado Colin Firth.

Concursos nacionais

Para além do grande vencedor do concurso, foram selecionados os vencedores nacionais em cada um dos países participantes na campanha – Bulgária, Itália, Lituânia, Polónia e Portugal.

Os vencedores nacionais foram anunciados em 1 de outubro de 2013. «Pastagens Semeadas Biodiversas» e «Habitações de Baixo Consumo Energético para Todos» foram também os vencedores nacionais em Portugal e na Polónia. Entre os vencedores dos outros países incluem-se:

- Na Bulgária, uma iniciativa comunitária de compostagem que sensibiliza os cidadãos para as questões ambientais.
- Na Lituânia, um projeto que contribui para reduzir os resíduos, transformando objetos e materiais, que de outro modo acabariam no lixo, em bonitas joias e acessórios.
- Em Itália, um projeto de complexo residencial que utiliza exclusivamente fontes de energia renováveis ao mesmo tempo que mantém baixos os preços de aquisição.

Os vencedores nacionais são recompensados com a afixação de cartazes publicitários nas capitais dos seus países ao longo deste mês.

Para mais informações sobre o concurso e a campanha «Um mundo que me agrada» consultar:

<http://world-you-like.europa.eu/en/>

<https://www.facebook.com/EUClimateAction>

<https://twitter.com/EUClimateAction> #worldulike

Para mais informações sobre a cerimónia de entrega dos prémios Sustainia consultar: <http://www.sustainia.me/>

Contactos :

[Isaac Valero Ladrón](#) (+32 2 296 49 71)

[Mirna Bratoz](#) (+32 2 298 72 78)

Anexo 3

Capa da Revista CAIS Edição de Dezembro de 2013

CAIS

desperta consciências

PREÇO
2€

CAIS#190
DEZEMBRO'13

www.cais.pt

70% DO
PREÇO DE
CAPA É DO
VENDEDOR

CAIS#190 DEZEMBRO'13
www.cais.pt

TWEET CIDADANIA

#EYCPORUGAL

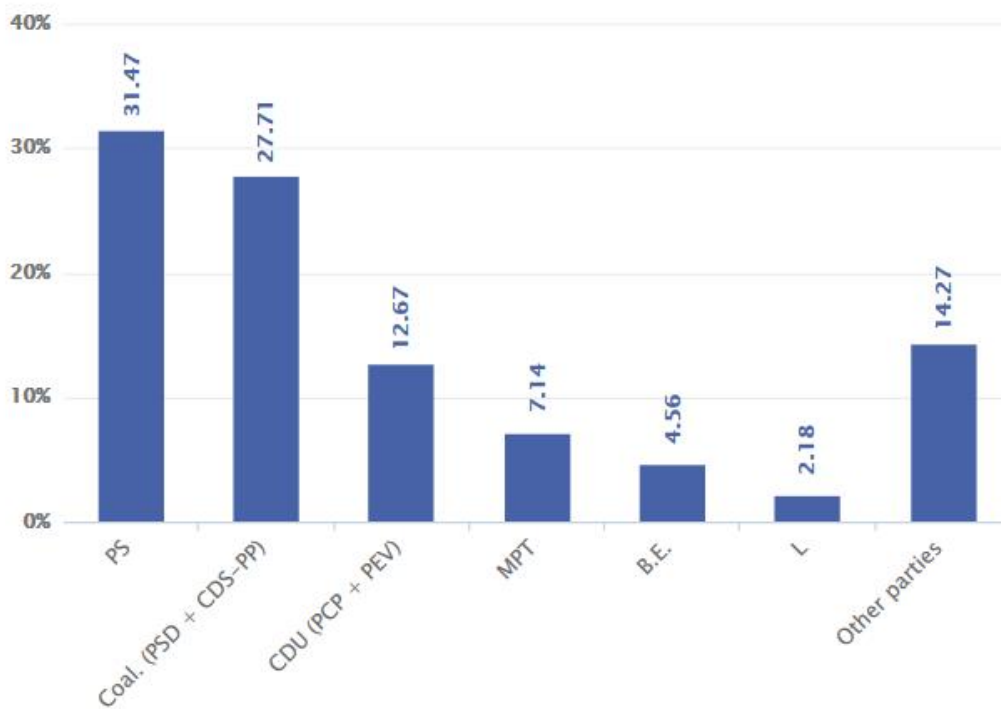
ANO EUROPEU DOS CIDADÃOS 2013

Anexo 4

Eleições europeias 2014 – Resultados nacionais por partidos

(Ver em: < <http://www.results-elections2014.eu/en/country-results-pt-2014.html> >;
Visitado em: Maio de 2014)

27/05/2014 12:13 CEST



PS : Partido Socialista

Coal. (PSD + CDS-PP) : Coalition (Partido Social Democrata + Centro Democrático Social/Partido Popular)

CDU (PCP + PEV) : Coligação Democrática Unitária (Partido Comunista Português + Partido Ecologista os Verdes)

MPT : Partido da Terra | B.E. : Bloco de Esquerda | L : Livre | Other parties

Anexo 5

Comunicado de Imprensa PE –
*Parlamento Europeu lança campanha
de informação sobre as Eleições
Europeias de 2014*
10-09-2013



Parlamento Europeu lança campanha de informação sobre as Eleições Europeias de 2014

[10-09-2013 - 11:30]

A "corrida" oficial para as Eleições Europeias 2014 começa hoje, 10 de setembro, com o lançamento da campanha de informação e de sensibilização do Parlamento Europeu. A campanha continuará para além das eleições, até à eleição do próximo presidente da Comissão Europeia pelo recém-eleito Parlamento.

"A única forma de legitimar e influenciar o processo de decisão da UE é através do Parlamento Europeu", sublinhou Anni Podimata (Socialistas & Democratas, Grécia), um dos dois vice-presidentes do PE responsáveis pela comunicação.

"Com a atual crise económica, existe a perceção de que o processo de tomada de decisão da UE carece da devida legitimidade. As pessoas, os eleitores da UE, têm a possibilidade exclusiva de determinar as maiorias no Parlamento, que estabelecerão o caminho para forjar nova legislação, contrariando as más políticas e liderando o debate nos cinco anos após as eleições", acrescentou.

"O Parlamento Europeu é a Câmara dos cidadãos europeus - nós somos a voz dos cidadãos no processo de decisão da UE", afirmou Othmar Karas (Partido Popular Europeu, Austria), o outro vice-presidente responsável pela comunicação. "Mas desta vez é diferente. Esta campanha levar-nos-á até às Eleições Europeias, que se realizam entre 22 e 25 de maio de 2014, e para além disso, até o Parlamento eleger o presidente da Comissão Europeia e aprovar o programa político da nova Comissão".

Muita da legislação tem origem na UE, o que faz do Parlamento Europeu uma instituição pelo menos tão poderosa como qualquer outro parlamento nacional. Os eleitores precisam, por isso, de saber que decisões são tomadas em "Bruxelas" (ou Estrasburgo) e como podem influenciar essas decisões.

A campanha terá quatro fases. A primeira começa agora, com a apresentação do slogan **AGIR. REAGIR. DECIDIR.** Esta fase visa explicar os novos poderes do Parlamento Europeu e as suas implicações para as pessoas que vivem na UE.

A segunda fase, entre outubro de 2013 e fevereiro de 2014, concentrar-se-á em cinco tópicos - economia, emprego, qualidade de vida, dinheiro e a UE no mundo - através de uma série de eventos interativos em várias cidades europeias.

A terceira fase, com a campanha eleitoral propriamente dita, começa em fevereiro de 2014. Será focada nas datas das eleições (entre 22 e 25 de maio). Estas datas serão acrescentadas ao logótipo à medida que as eleições se aproximam.

A fase final, depois das eleições, concentrar-se-á no recém-eleito Parlamento Europeu, na eleição do próximo presidente da Comissão Europeia pelo Parlamento e na entrada em funções da nova Comissão.

O logótipo com o slogan AGIR. REAGIR. DECIDIR. sublinha que os eleitores europeus

Comunicado de imprensa

podem exercer o seu poder, através das urnas, para determinar a futura direção da Europa.

Contacto

Jaume DUCH GUILLOT

BXL: (+32) 2 28 43000

STR: (+33) 3 881 74705

PORT: (+32) 496 59 94 76

EMAIL: jaume.duch@europarl.europa.eu

Isabel Teixeira NADKARNI

BXL: (+32) 2 28 32198

STR: (+33) 3 881 76758

PORT: (+32) 498 98 33 36

EMAIL: imprensa-PT@europarl.europa.eu

Teresa COUTINHO

STR: (+33) 3 881 72673

PORT: (+351) 917 683 430

EMAIL: Imprensa-pt@ep.europa.eu

EMAIL: teresa.coutinho@ep.europa.eu

Anexo 6

Comunicado de Imprensa PE –
*Eleições Europeias: 200 jornalistas
sabem porque “desta vez foi
diferente”*
04-06-2014



Eleições Europeias: 200 jornalistas sabem porque "desta vez foi diferente"

Portugal - [04-06-2014 - 12:24]

Cerca de 200 jornalistas de todo o país participaram nas 13 sessões de formação sobre as Eleições Europeias de 2014 organizadas pelo Gabinete de Informação do Parlamento Europeu (PE) em Portugal.

O Gabinete de Informação em Portugal percorreu o país de Norte a Sul - de Bragança a Faro, passando pela Madeira -, para explicar aos jornalistas o que "desta vez foi diferente". Nas formações, participaram sobretudo meios de comunicação regionais, mas também nacionais, que ficaram a conhecer melhor a campanha institucional para as Eleições Europeias e as ferramentas disponibilizadas pelo PE para o seu trabalho.

Os jornalistas foram informados sobre os poderes do PE - reforçados com o Tratado de Lisboa -, e sobre o processo de eleição do Presidente da Comissão Europeia, bem como sobre as fontes de informação, contactos úteis e ferramentas audiovisuais disponíveis.

Os seminários para jornalistas foram organizados em parceria com os Centros de Informação Europe Direct e contaram com a presença de representantes da Comissão Nacional de Eleições (CNE) e da Representação da Comissão Europeia em Portugal. A participação da CNE foi especialmente relevante para os jornalistas esclarecerem dúvidas sobre a lei eleitoral portuguesa e a cobertura mediática das candidaturas.

As sessões decorreram entre Janeiro e Maio, em Aveiro, Beja, Bragança, Câmara de Lobos (Madeira), Coimbra, Estremoz, Fundão, Leiria, Lourinhã, Faro, Paços de Ferreira, Porto, Viseu. No início de Abril, decorreu também um seminário em Bruxelas que permitiu aos jornalistas conhecer *in loco* o local de trabalho dos eurodeputados.

A formação foi considerada "muito útil" para perceber as questões europeias, de acordo com um questionário de satisfação distribuído no final de várias sessões.

Contacto

Teresa COUTINHO

STR: (+33) 3 881 72673

PORT: (+351) 917 683 430

Anexo 7

Comunicado de Imprensa PE –
*Eleições europeias e as redes sociais:
campanha virtual, impacto real*
03-06-2014



Eleições europeias e as redes sociais: campanha virtual, impacto real

[03-06-2014 - 19:29]

Qual o impacto das redes sociais nas eleições europeias de 2014? O tempo e os estudos o dirão. Este artigo enumera algumas das atividades mais importantes organizadas durante a campanha de informação e a noite das eleições #EP2014 na Internet.

O Parlamento Europeu dedicou uma atenção especial aos jovens e produziu um vídeo que obteve mais de 2,5 milhões de visualizações. O vídeo, que pode ser encontrado no Youtube e no Facebook, conta a aventura de um rapaz que apesar dos imprevistos consegue votar pela primeira vez.

O vídeo oficial das eleições do Parlamento Europeu foi visto mais de 11 milhões de vezes.

Um milhão de tweets

A hashtag #EP2014 foi utilizada mais um milhão de vezes entre 19 e 25 de maio.

O painel desenvolvido pela equipa Web do Parlamento Europeu permitiu acompanhar a noite das eleições em direto no Twitter. Projetado no hemiciclo do Parlamento Europeu em Bruxelas foi utilizado mais de 15 mil vezes durante a noite.

Pela primeira vez, o Twitter publicou uma mensagem para incentivar a participação nas eleições. A mensagem era visível a todos os que acedessem a sua própria conta Twitter durante os dias das eleições através do telemóvel. A mensagem não foi visualizada nem no Reino Unido, nem nos Países Baixos.

As eleições no Facebook

Uma iniciativa semelhante foi lançada pelo Facebook. O botão “Eu votei”, utilizado pela primeira vez durante as eleições americanas de 2008, permitiu aos utilizadores mobilizar os seus amigos. A mensagem foi partilhada mais de 2,7 milhões de vezes e foi vista por 88 milhões de pessoas, ou seja, um em cada cinco eleitores europeus.

O Parlamento também desenvolveu aplicações na rede social mais utilizada na Europa. Uma delas “I am a voter” permitia enviar balões virtuais a amigos com mensagens sobre as eleições. O balão com a viagem mais longa percorreu 261 404 km. A aplicação “Taste of Europe” convidava os europeus a partilharem as suas receitas e a conviverem com amigos e família na noite das eleições. Mais de 20 mil pessoas “aprovaram” a salada búlgara *shopska*.

O motor de busca Google também participou nas eleições europeias exibindo um Doodle criado para a ocasião.

Anexo 8

Relatório político da REP – *Will the
Constitutional Court put at risk the
MOU implementation?*

15-10-2013



Representation in PORTUGAL

DG COMMUNICATION

POLITICAL REPORT

Lisbon, 15/10/2013 17:25:14

Internal document

Katalin Gönczy

WILL THE CONSTITUTIONAL COURT PUT AT RISK THE MOU IMPLEMENTATION?

In the final phase of the Assistance Programme, the Portuguese Government is putting all its efforts in complying with the MoU. However, following the presentation of the 2014 budget, a negative ruling of the Constitutional Court (CC) could put at risk the MoU implementation.

The CC successive rejections of fiscal adjustment measures agreed with the Troika are being object of lively debates in Portugal and worrying international creditors. Doubts about the CCs' political impartiality were raised since its creation but, in the current political and financial situation, any political activism of this jurisdiction could have very heavy consequences for the country. The budget laws' constitutionality control will influence the outcome of the Assistance Programme: in case of rejection of measures that contribute to achieve the targets laid down in the MoU, a second rescue programme could be necessary, with serious economic and social costs for the country.

In July 2013, the Portuguese Government just avoided collapse. The deep crisis was caused by the resignation of the Minister of Finance, Vitor Gaspar, number 2 of the Government, followed by the Minister for Foreign Affairs, Paulo Portas, leader of the minor coalition party and number 3 of the executive. One of the main reasons for Minister Gaspar's resignation, as highlighted in a letter he addressed to the Prime Minister Passos Coelho, was the successive rejections of the Constitutional Court (CC) of some fiscal adjustment measures undermining the fulfilment of obligations signed with the Troika. According to several opinion makers, the reaction of the CC concerning some fiscal adjustment measures proposed by the Government can be determinant for the success of the adjustment programme implementation.

In Portugal, there is a lively debate on CCs' role in the definition of the current major policy options. Opinion makers diverge between those who think that the CC is defending the interest of the nation and citizens' rights foreseen in the Constitution, and those who consider that the CC exercises more than a judicial power accusing it of being "activist" and politically engaged. On the other hand, some opinion makers note that the CC rulings are always negative in cases where the CC judges have their own interests at stake, e.g. in case of public servants pension or salary reductions. The discussions about the nature of the CC as a non-traditional judicial power exist since its creation, but as it currently influences deeply the implementation of the Assistance Programme, this debate became even more important. The possibility of a second rescue is seen in Portugal as a threat, as it can bring additional financial constraints and new, even harder, fiscal adjustment measures.

The Government is committed to comply with the conditions agreed with the Troika. However its' room for manoeuvre becomes more limited after each CC rejection and the decreasing public opinion support.

Are there any alternative measures that the Government could implement without touching the measures that risk to be declared unconstitutional? Is the CC undermining the Assistance

Programme's successful implementation because of intrusion of political considerations in its rulings? Is the supremacy of the Fiscal Pact respected by the CC rulings? These are the main elements that cause division and strong debates among politicians, constitutional lawyers, opinion makers and that recently even involved international entities.

Do not touch these rights, find another way to fill the gap!

In the framework of the implementation of structural reforms to comply with the Assistance Programme, several proposals to reduce State expenditure were presented by the Government. These measures were severely criticised by the opposition and some of them were rejected by the Constitutional Court.

Already in July, Vitor Gaspar mentioned in his resignation letter that the successive rejections of the CC and the erosion in public opinion support to the measures undertaken in the framework of the fiscal adjustment policy were the main elements that lead to his resignation.

The analysis of the initial proposals made by the Government that were rejected by the CC and of alternative solutions found afterwards demonstrate that the new measures were less effective from the MoU implementation point of view. This trend is likely to worsen as throughout the screening of the legislation, the room for manoeuvre for new fiscal consolidation measures after each rejection become reduced. With another setback from the Constitutional Court, the Portuguese government has narrower choices every time.

A second rescue at stake - an "ordeal" for the Portuguese?

After a rejection by the CC of a law introducing a state officials' requalification scheme, PM Passos Coelho left clear that, without complying with the MoU, Portugal risks to be obliged to ask a second rescue with very painful financial consequences for the population.

Portugal's international credibility and attractiveness for investors are closely linked to the predictability of its policy implementation. Each time the CC took a decision declaring unconstitutional a fiscal consolidation measure agreed with the Troika, the financial markets reacted immediately.

It is clear that a consensus among political and institutional actors is crucial for the implementation of the Programme and for political stability, which is necessary for Portugal to regain the investors and the international creditors' confidence.

Are the criticisms on the CC well founded?

The CC is composed by 13 constitutional judges (10 elected by the Parliament, 3 chosen by the elected judges) appointed for 9 years. At least the 10 elected judges are easily identified with a political party for each term in office. An agreement between the main parties establishes six judges for each block that tends to reflect the political composition of the Parliament at the time of the election.

Is the Portuguese CC a "negative legislator"^[1] - _ _ ?:

A study published in the Illinois Law and Economics Research Paper concluded that the CC judges in Portugal nominated by right-wing parties are much more likely to vote in favour of constitutionality of norms adopted by a left-wing Government than judges from left-wing parties to do the inverse. They are much more sensitive to the party in power. The researchers' interpretation is also that not only party affiliation matter in terms of preferences, but political opportunism can also play its role, especially when stakes are higher.

If we analyse the current CC decisions, we can conclude that the judges nominated by the right-wing party also voted against the most polemic fiscal adjustment measures (that were, consequently declared unconstitutional). This, almost unanimous rejection, of those measures can have two readings: we can consider that the CC made a pure and strictly legalistic interpretation of the Constitution or the CC through this rejection can be seen as interfering in the Governments fiscal policy by acting as a "negative legislator".

Criticisms about the Constitutional Court

Stone Sweet, an eminent international law specialist raises a possibility of the CC in some circumstances being used as a political weapon. He considers that the preventive or successive control of constitutionality is a non-risky way for a politician to reach a solution that is, perhaps, against its political engagements. Prof. Eduardo Vera-Cruz, Director of the Faculty of Law of Lisbon (FLL), considers that the CC is a politically influenced and not a merely judicial body. According to Prof. Vera-Cruz, if in the current situation the decisions of the CC don't reflect clearly the political engagement of the judges, is because the polemic measures collide with social values that are at the core of the left-wing parties and are also defended by the socially-minded judges nominated by the center-right. The "only way to have politically neutral constitutional jurisdiction would be to place this area under the Supreme Court of Justice" said the Director of the FLL.

Re-enacting an old power game: a similar challenge in the past

In 1983, the government was obliged to adopt a package of strong fiscal consolidation measures required by the IMF to fill in a budgetary gap. The President of the Republic, Eanes, according to suggestions of political and economic commentators also very active nowadays (Jorge Miranda, Medina Carreira, António Vitorino), sent the law package for preventive constitutionality control to the CC, arguing that the tax would breach the principle of non-retroactivity of taxation. The CC decided that, taking into account the economic and financial crisis and the temporary nature of the measure to be implemented, the retroactivity was not arbitrary or oppressive. Averting any doubts on the constitutionality of the law, the CC concluded that the implementation of the new tax doesn't breach neither the principle of the budgetary unity nor the fiscal systems' constitutional objectives.

During the implementation of the current assistance programme, the CC in some cases, concerning the same package of measures, decided in favour, in other cases, rejected the measures proposed by the Government. Therefore, several Constitution specialists (e.g. Prof. Jorge Miranda-one of the redactors of the PT Constitution) consider that the CCs' jurisprudence cannot be seen as being against the Governments' austerity policy.

The CC seen in Portugal as a risk to the MoU implementation

Following the 8th and 9th Troika review, Minister of Finance, Maria Luis de Albuquerque, in a joint communication with the Troika institutions, left a word of warning. The message was clear: if any of the proposed measures will be considered unconstitutional, alternative solutions will have to be found with increased risks concerning employment, and jeopardising the sustainable return to the financial markets.

At the time of the coalition crisis, Europe as a whole was concerned with the lack of political consensus inside the Government and now the Constitutional Court's decisions are also perceived as a potential problem, with international implications.

The CC seen outside Portugal as a risk to the MoU implementation

The tension caused by the conflict between the Government and the CC is having echo among the international partners and rating agencies as well. Statements from high representatives of

all institutions involved in the Assistance Programme are being commented in the media. Some Portuguese political commentators and lawyers consider the international body's messages to the CC like a pressure and as intrusion in national competences.

The non-respect of the fiscal treaty wouldn't be unconstitutional?

Some days before the presentation of the budget (containing some key measures for the MoU implementation), the Government used the last argument in order to convince the CC to pass the measures in question. The argument based on European Law and its transposal in national law is that the Fiscal Treaty that foresees the implementation of measures contained in the budget law was signed by the Government, transposed into national law and consequently the CC should take into account as element of the national legislation.

Presentation of the 2014 Budget by the Government

Today (15/10/2013) the 2014 years' Budget is being presented by the Government and will likely be sent by the President of the Republic for successive control of constitutionality to the CC in November, after the final approval by the National Parliament (scheduled for 26th of November). Opposition party's members expressed already their negative opinion on some of the announces measures that they consider unconstitutional. A report on the 2014 budget will be drafted.

Conclusion

The last two years were a difficult period for the Government and for the Country's citizens. The sacrifices made by the population throughout the implementation of the strong fiscal adjustment procedure start now to show encouraging economic results. The positive outcome of the Assistance Programme is important for Portugal and for Europe. A second rescue would have serious consequences for the economy and could lead to weaken, and in the last result, to the collapse of the Government.

[1] In Kelsen's view, the constitutional court is supposed to function as a "negative legislator" charged with setting aside enacted laws that are inconsistent with the constitution. So long as the constitution is exclusively structural, constitutional review seems amply compatible with the function of the court as a negative legislator.

The access to the political reporting website is restricted. The information contained in the report is intended solely for the attention and use of the intended user (within the Commission). It should not be circulated. Any disclosure of this information violates article 17 of the Staff Regulation.

Anexo 9

Conceito de comunicação de crise
explicado no sítio *Web* da empresa
LPM Comunicação

(Ver em: <
[http://www.lpmcom.pt/index.php/servicos/comunicacao-
de-crise](http://www.lpmcom.pt/index.php/servicos/comunicacao-de-crise) >; Visitado em: Junho de 2014)

A Comunicação de Crise ocorre quando a imagem de uma instituição é - ou corre o risco de ser - atingida de forma muito negativa. Acidentes operacionais, desastres naturais, diferendos laborais, problemas bolsistas, boatos, fugas de informação, crimes contra a empresa, contenciosos judiciais, alterações de legislação, são apenas alguns exemplos de situações que podem vulnerabilizar a organização e afetar os seus principais públicos.

Durante uma crise ou situação de contingência que se tornou pública, a boa cooperação com a Comunicação Social pode ajudar a organização a manter os colaboradores, clientes, acionistas, fornecedores, grupos de interesse, sociedade civil e autoridades, informados sobre o problema e as ações em curso para solucioná-lo.

Qualquer falha nessa comunicação pode agravar a crise ou gerar novas crises, danificando a reputação. A rapidez da resposta, a experiência e o número de recursos humanos disponíveis é essencial para acorrer - mediaticamente - a este tipo de ocorrências. Por isso, os Clientes da LPM, se assim o entenderem, podem recorrer às equipas da LPM Comunicação (com mais de 75 gestores, técnicos de comunicação, analistas e assessores de imprensa) para lidar com eventuais situações de Comunicação de Crise.

Anexo 10

Página *Web* da REP em Portugal

(Ver em: <

http://ec.europa.eu/portugal/comissao/index_pt.htm >;

Visitado em: Abril de 2014)

e

Página *Web* da REP na Croácia

(Ver em: < http://ec.europa.eu/croatia/index_hr.htm >;

Visitado em: Junho de 2014)

REPRESENTAÇÃO EM PORTUGAL

Comissão Europeia > Portugal > Comissão Europeia em Portugal



Comissão Europeia em Portugal

- ▶ Bem-vindo
- ▶ Destaques
- ▶ Parceria de gestão com Governo Português
- ▶ 9 de Maio - Dia da Europa: Comemorações
- ▶ Organograma
- ▶ Comentários

Espaço Europa ▶

Sala de Imprensa ▶

Temas Atuais ▶

Redes de Informação ▶

Informação às Empresas ▶

Informação ao Cidadão ▶

Queixas ▶

Ligações ▶

Comissão Europeia em Portugal

[Enviar esta página por correio eletrónico](#) [Imprimir](#)

Noite da Literatura Europeia

Noite da Literatura Europeia - **7 de junho** das 18h00 às 23h00 - Príncipe Real - vários locais | Entrada livre



Depois do sucesso da primeira edição, a Noite da Literatura Europeia está de volta e convida de novo para um longo e criativo Serão literário. Inserida nas Festas de Lisboa e com o intuito de voltar a divulgar a literatura europeia de forma criativa e num formato invulgar, a segunda edição da Noite da Literatura...

▶ [Mais...](#)

Redes de informação



MADERA | AÇORES

Governança económica da UE

A recente crise económica, financeira e da dívida soberana estiveram na origem das sucessivas reformas das regras europeias, que introduziram nomeadamente novos mecanismos de supervisão das políticas orçamentais e económicas, bem como um novo calendário orçamental para a área do euro.



▶ [Mais...](#)

Iniciativa de Cidadania «Um de nós»

Depois de ter reunido com os organizadores desta Iniciativa e estudado o seu pedido, a Comissão Europeia respondeu que decidiu não apresentar uma proposta legislativa uma vez que os Estados-Membros e o Parlamento Europeu tinham muito recentemente debatido e decidido a política da UE neste domínio.



▶ [Mais...](#)

Siga-nos nas redes sociais



Compreender a economia europeia



Comunicados de Imprensa em Português

Raport

Bolsa de Emprego



What's Coming



Agenda

2014 - Lisboa
[Visitas de escolas ao Espaço Europa](#)

2014 - União Europeia
Eventos no âmbito do [Ano Europeu dos Cidadãos](#)

2014 - Portugal
[2ª Edição da Volta a Portugal de Apoio ao Emprego](#)

03-05/06/2014 - UE
[Semana Verde 2014: Semana Verde ao Vivo](#) | Eventos em Portugal organizados por "Formato Verde" e "Lipor".

04/06/2014 - Lisboa
3ª Sessão do Ciclo de Debates "Portugal e a União Europeia no pós-eleições. E agora?"

▶ [Mais...](#)

Participe!



Direitos de guarda e de visita dos filhos

▶ [Mais vídeos...](#)

[>> Mais destaques](#)

Onde estamos

Representação da Comissão Europeia em Portugal

Largo Jean Monnet,
1-10º
1269-068 Lisboa
Tel.: (+351) 213 509 800



Presidente da Comissão Europeia
José Manuel Durão Barroso

Viviane Reding



PARLAMENTO EUROPEU
Gabinete em Portugal

europe direct

Em destaque

Empresas e indústria - [Subsídios públicos para a indústria - novas regras da UE visam fomentar a I & D](#)

Países em desenvolvimento - [Programas de vacinação a nível mundial: UE irá disponibilizar 25 milhões de euros por ano](#)

Pescas - [UE propõe proibição total da pesca com redes de deriva para ajudar espécies protegidas](#)

Desenvolvimento e países em desenvolvimento - [Incentivar o crescimento do setor privado nos países em desenvolvimento](#)

Recursos naturais - [Os oceanos como fonte de crescimento sustentável](#)

Estratégia Europa 2020 - [Consulta pública na Internet sobre a Estratégia Europa 2020](#)

Cultura - [UE recompensa 27 projetos de defesa do património cultural](#)

Economia e políticas económicas - [Previsões económicas da UE - crescimento começa a generalizar-se](#)

Alargamento da UE - [Comemorar o décimo aniversário da reunificação da Europa](#)

A União Europeia em poucas palavras - [Nova Geração dos Centros Europe Direct](#)

▶ [Mais...](#)

TEM A VER, COM A EUROPA TEM A VER **CONSIGO**

Participa no debate

www.europa.eu/09marco_2014

GR 2014 EU

Portugal
O orçamento da UE no meu país

Europa 2020

Registo de Transparência

EU Immigration Portal



PREDSTAVNIŠTVO U HRVATSKOJ

Europska komisija > Hrvatska

Početna stranica

O nama

Usluge

Vijesti

Događanja

Poduzeća i financiranje

Obrazovanje

26/05/2014

Najava događanja - Moja Europa, moja prava!

Predstavništvo Europske komisije u Hrvatskoj, u suradnji s partnerima, organizira događanje koje ima za cilj educirati i informirati građane o pravima koja imaju zahvaljujući članstvu u Europskoj uniji. Pridružite nam se na Cvjetnom trgu, 13. lipnja 2014.



Trži

Podijeli

BUDITE U TIJEKU

Facebook Twitter

Naslovi



Europa 2020 - zaštita zdravlja i sigurnost na radu

Europska komisija danas je predstavila novi strateški okvir o zaštiti zdravlja i sigurnosti na radu za razdoblje od 2014. do 2020., u kojem su navedeni najveći izazovi i strateški ciljevi u području zaštite zdravlja i sigurnosti na radu te predstavljene glavne mjere i instrumenti za njihovo ostvarenje.



Pad stope nezaposlenosti u EU-28 i u europodručju nastavlja se

Europski povjerenik za zapošljavanje, socijalna pitanja i uključenosť László Andor o padu nezaposlenosti u državama članicama EU-a i u europodručju, o radnim mjestima i ulaganjima u ljudski kapital



Komisija objavila godišnje preporuke za države članice

Europska komisija prihvatila je danas seriju preporuka gospodarske politike za pojedine države članice s ciljem jačanja oporavka gospodarstava zemalja članica Europske unije.

INFORMACIJSKE TOČKE



- EK Hrvatska** @EK_Hrvatska (PSAO) Jeste li provjerili kakav je plan zapošljavanja u #EU institucijama ove godine? @EU_Careers je prava adresa: bit.ly/1ajsBcj 10h
- EK Hrvatska** @EK_Hrvatska 13.6. na Cvjetnom trgu građani će kroz kratki kviz znanja o #EU imati priliku osvojiti i zanimljive nagrade! #EUpravo bit.ly/1lgtXZd 13h
- EK Hrvatska** @EK_Hrvatska Biste li mogli biti govornik/ica na @EuroPCom2014? Evo uputa kako: europa.eu/INY89wU #Talkdigital pic.twitter.com/DgPOzTBI18 16h

Više vijesti →

DOGAĐANJA



11/06/2014

Zatvaranje IPA projekta: "Jačanje kapaciteta za provedbu strateške procjene utjecaja na okoliš (SPUC) na regionalnoj i lokalnoj razini" U srijedu 11. lipnja 2014., u organizaciji Ministarstva zaštite okoliša i prirode i Predstavništva Europske komisije u Republici Hrvatskoj održana je svečanost zatvaranja projekta: "Jačanje kapaciteta za provedbu strateške procjene utjecaja na okoliš (SPUC) na regionalnoj i lokalnoj razini" financiranog u sklopu IPA programa Europske unije za Hrvatsku.

Ostala događanja →

PUBLIKACIJE

Živjeti dobro unutar granica našeg planeta

Upravljanje stresom - zdrava radna mjesta

Na putu do pobjede

Više publikacije →

Pratite Odissejeva lutanja od Zagreba do Atene



POMOGNITE NAM POBOLJŠATI

Jeste li pronašli ono što ste htjeli?

Da Ne

Što ste tražili?

Imate li prijedloge?

Pošalji

VIDEOZAPISI



"Odissej ponovno plovi" otvorenje izložbe 5. svibnja 2014.



Nova priča za Europu - od Bruxellesa do Berlina



Biraj tko odlučuje u Europi

Više videozapisa →

Anexo 11

Exemplo de RAPID

04-12-2013



RAPID

EDIÇÃO DA REPRESENTAÇÃO DA COMISSÃO EUROPEIA EM PORTUGAL

Lisboa, 4/12/2013

- **Durão Barroso recebe prémio do Centro para o Diálogo Global e Cooperação entregue por Clinton**

O Presidente da Comissão Europeia, José Manuel Durão Barroso, recebe hoje o prémio do Centro para o Diálogo Global e Cooperação 2013 por «fomentar a compreensão mútua e o diálogo entre diferentes povos». A cerimónia oficial decorre hoje, 4 de dezembro, às 19 horas em Viena e encerra a 3ª reunião do Centro. O prémio, que será apresentado pelo antigo presidente dos Estados Unidos Bill Clinton – vencedor da edição de 2012 -, reconhece «a notável capacidade de promoção de tendências globais, o importante contributo para a difusão de valores como a honestidade e a transparência, bem como o esforço para reforçar a cooperação entre várias pessoas e culturas» do presidente da Comissão Europeia, Durão Barroso.

(Desenvolvimento em [Rapid](#) e [CGDC](#))

- **Anti-Trust: Comissão aplica coimas de 1,71 mil milhões de euros a bancos por participarem em cartéis na indústria de derivados da taxa de juro**

A Comissão Europeia aplicou uma coima a 8 instituições financeiras internacionais num total de 1,71 mil milhões de euros pela participação em cartéis ilegais nos mercados de derivados financeiros que abrange o Espaço Económico Europeu (EEE). Quatro destas instituições participaram num cartel relativo a derivados da taxa de juro denominados em euros. Seis deles participaram em um ou mais cartéis bilaterais relativos a derivados da taxa de juro denominados em ienes japoneses. Esta colusão entre concorrentes é proibida pelo artigo 101.º do Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia (TFUE), e pelo artigo 53.º do Acordo EEE.

(Desenvolvimento em [IP-13-1208](#) e [MEMO-13-1090](#))

- **Lampedusa: Ações concretas para evitar a perda de vidas no Mediterrâneo e gerir melhor os fluxos migratórios e de asilo**

A tragédia em Lampedusa, uma entre muitas a que a Europa assistiu nos últimos anos, levou a um convite sem precedentes à ação dos líderes da UE e dos cidadãos. A Comissão propõe agora novas formas de aumentar a solidariedade e a assistência mútua, a fim de impedir a morte de migrantes no Mediterrâneo.

(Desenvolvimento em [IP-13-1199](#))

- **Emprego dos jovens: Comissão propõe definição de normas para melhorar a qualidade dos estágios**

"Rapid" é um Boletim da Representação da Comissão Europeia em Portugal com carácter informativo não oficial. Reprodução total ou parcial autorizada.

A Comissão Europeia propôs hoje orientações em matéria de estágios no intuito de permitir aos estagiários adquirir experiência profissional de qualidade em condições de trabalho seguras e justas, ao mesmo tempo que potenciam as suas hipóteses de encontrar um bom emprego. A proposta de recomendação do Conselho relativa a um quadro de qualidade para os estágios insta os Estados-Membros a velar pelo respeito dos princípios enunciados nas orientações agora definidas, adaptando, se necessário, as respetivas legislações ou práticas neste domínio. Os estágios são um elemento central da [Garantia para a Juventude](#) proposta pela Comissão Europeia em dezembro de 2012 e adotada pelo Conselho de Ministros da UE em abril de 2013.

(Desenvolvimento em [IP-13-1200](#))

- **Outubro 2013: Volume do comércio a retalho desce 0,2% na Zona Euro e 0,4% na UE**

Em outubro de 2013, comparando com setembro do mesmo ano, o volume de comércio a retalho ajustado sazonalmente diminuiu 0,2% na Zona Euro e 0,4% na UE, de acordo com as estimativas do Eurostat. Em setembro, o comércio a retalho tinha diminuído 0,6% e 0,4%, respetivamente. Em comparação com o mês de outubro de 2012, o índice das vendas a retalho caiu 0,1% na Zona euro e subiu 0,5% na UE.

(Desenvolvimento em [STAT-13-182](#))

- **Terceiro trimestre de 2013: PIB da Zona Euro sobe 0,1% e da UE 0,2%, indica segunda estimativa**

Comparativamente ao trimestre anterior, o PIB aumentou 0,1% na Zona Euro e 0,2% na UE durante o terceiro trimestre de 2013, de acordo com as segundas estimativas publicadas pelo Eurostat. No segundo trimestre de 2013, as taxas de crescimento foram de +0,3% e +0,4%, respetivamente. Em comparação com o mesmo período do ano anterior, o PIB ajustado sazonalmente desceu 0,4% na Zona Euro, e subiu 0,1% na UE no terceiro trimestre de 2013, após -0,6% e -0,1%, respetivamente, no trimestre anterior.

(Desenvolvimento em [STAT-13-183](#))

Para mais informações sobre assuntos europeus:

http://ec.europa.eu/portugal/index_pt.htm

