U.PORTO

FLUP FACULDADE DE LETRAS
UNIVERSIDADE DO PORTO

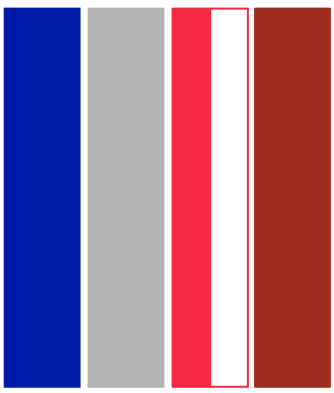
MESTRADO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
ESPECIALIZAÇÃO EM COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA

A Comunicação Estratégica e a Rede Diplomática de Portugal:
Estudo de caso na Embaixada de Portugal em Budapeste

Meisel Rossi Gomes Eusébio

M

2023/2024



Meisel Rossi Gomes Eusébio

Estratégias de Comunicação da Rede Diplomática de Portugal:
Estudo de caso na Embaixada de Portugal em Budapeste

Relatório de Estágio realizado no âmbito do Mestrado em Ciências da Comunicação, orientado pelo Professor Doutor Ricardo José Pinheiro Fernandes Morais.

Faculdade de Letras da Universidade do Porto

Ano 2023/2024

"A filosofia está escrita neste grande livro, que continuamente está aberto à nossa frente (eu digo, o universo), mas não pode ser compreendido se não aprendermos primeiro a entender a linguagem e os caracteres em que está escrito. Está escrito em linguagem matemática, e os caracteres são triângulos, círculos e outras figuras geométricas, sem a qual é humanamente impossível entender uma única palavra."

-Galileu Galilei

Sumário

Declaração de honra / *Declaration of Honour* 6
Agradecimentos 7
Resumo 8
Abstract 9
Índice de Figuras 10
Índice de Tabelas 11
Índice de Gráficos 12
Introdução 14
Parte I- Enquadramento Teórico 17
1.Comunicação Diplomática: Conceitos Fundamentais e Apanhado Histórico. 17
1.1. A Comunicação Diplomática 17
1.2. Evolução histórica da Comunicação Diplomática 19
1.2.1. O papel da Comunicação Diplomática na Sociedade Contemporânea 23
2.Estratégias de Comunicação na Diplomacia: Práticas e Abordagens Contemporâneas 26
2.1. As Estratégias de Comunicação e a Diplomacia 27
2.1.1. Componentes das Estratégias de Comunicação Diplomática 30
2.2. Desafios e tendências da comunicação diplomática 32
2.2.1. O poder das redes sociais na opinião pública e na democracia 35
Parte II- Investigação Empírica 37
3.Metodologia da Pesqusia 37
3.1. Definições dos Objetivos e Hipóteses da Investigação 37
3.2. Descrição dos Métodos e das Estratégias Utilizadas 39
3.2.1. Abordagem Quantitativa na Análise da Comunicação Diplomática 39
4.Recolha e Análise de dados 43
4.1. Caracterização do sítio do estágio: A Embaixada de Portugal em Budapeste, Hungria 43
4.1.1. Caracterização dos funcionários da Embaixada 45
4.1.2. Serviços oferecidos pela Embaixada à população portuguesa 47
4.2. Atividades desempenhadas na Embaixada como estagiária 48
4.2.1. Ferramentas e plataformas digitais utilizadas 50
4.2.2. O calendário de publicações 53
4.2.3. Análise do questionário e Estratégias de Comunicação 54

4.2.4. Análise das métricas da *Meta Plataforms* 65
4.3. Análise e Discussão dos Resultados 77
4.3.1. Perceções e Desafios encontrados na Interação com Stakeholders. 78
Considerações Finais 80
Referências Bibliográficas 84
Anexos 89
Apêndices 173

Declaração de honra / *Declaration of Honour*

Declaro que o presente relatório é de minha autoria e não foi utilizado previamente noutro curso ou unidade curricular, desta ou de outra instituição. As referências a outros autores (textos, trabalhos, ideias) respeitam escrupulosamente as regras de atribuição de autoria e encontram-se devidamente indicadas no texto e nas referências bibliográficas, de acordo com as normas de referenciação. Tenho consciência de que a prática de plágio e auto-plágio constitui um ilícito académico.

I hereby declare that this report is of my authorship and has not been used previously in another course, degree, curricular unit or subject, at this or any other institution. References to other authors (statements, ideas, thoughts) scrupulously respect the rules of attribution and are duly indicated in the text and bibliographical references, in accordance with the rules of referencing. I am aware that the practice of plagiarism and self-plagiarism is an academic offence.

Declaro, ainda, que utilizei ferramentas de inteligência artificial generativa (chatbots baseados em grandes modelos de linguagem) para realização de parte(s) do presente relatório, encontrando-se todas as interações (prompts e respostas) transcritas em anexo (ver Anexo 6).

I further declare that I have used generative artificial intelligence tools (chatbots based on large language models) to carry out part(s) of this report, and that all interactions (prompts and responses) have been transcribed in the annex. (see Appendix 6).

Porto, 15 de setembro de 2024

Meisel Rossi Gomes Eusébio

Agradecimentos

Passados exatos cinco anos desde que pisei pela primeira vez na Faculdade de Letras da Universidade do Porto, encontro-me agora a muitos quilómetros de distância daquele que é o *Meu Porto*. Mesmo longe, o sentimento de pertença e de casa nunca desapareceu, apesar das adversidades que me puseram à prova, e mostrou que, mesmo sem ser a mais inteligente, fui e sou capaz de, a cada dia, melhorar a versão do meu Eu.

Se devo começar a agradecer, creio que devo começar por mim mesma. Afinal, fui eu que dei o primeiro passo. Hoje, parabenizo-me por este projeto, que me mostrou que as dificuldades podem ser superadas e que o impossível é apenas uma questão de perspetiva.

Sem dúvida, nada disso seria possível sem aqueles que ensinaram-me e incentivaram-me a ir além. Por isso, expresso a minha mais profunda gratidão aos meus professores, que me fizeram buscar sempre mais. Um agradecimento especial ao meu orientador, que, mesmo numa corrida contra o tempo, tornou este projeto realidade.

Devo também dedicar um agradecimento àquela que já é o centro do meu mundo: Mãe, te amo mais que tudo.

Aos que cruzaram o meu caminho ao longo dessa jornada, especialmente aos meus amigos: obrigada por serem meus e por escolherem-me como amiga. Acreditem, a vida é infinitamente melhor com vocês ao meu lado.

À pequena-grande Embaixada de Portugal em Budapeste, minha gratidão eterna. A Katalin, a Szófia e a Rénata, obrigada por ensinarem-me o verdadeiro significado da resiliência e do espírito de equipa. E, por fim, um agradecimento especial ao Dr. Sebastião Nuno Silva e ao Sr. Embaixador Jorge Roza de Oliveira, por proporcionarem-me uma oportunidade única e pelos valiosos ensinamentos adquiridos durante estes meses.

Resumo

Este relatório avalia as estratégias de comunicação digital adotadas pela Embaixada de Portugal em Budapeste, Hungria, e a sua eficácia na promoção da interação com a comunidade portuguesa residente. No contexto de uma diplomacia moderna, em que as redes sociais desempenham um papel central na comunicação institucional, o estudo foca-se no uso das plataformas *Facebook* e *Instagram* pela Embaixada. A investigação utilizou uma abordagem quantitativa, onde os dados foram recolhidos por meio de um questionário aplicado à comunidade portuguesa e pela métricas fornecidas pelas plataformas digitais. A análise identificou as forças e fraquezas das estratégias atuais, como a adequação da linguagem formal e a escolha de horários de publicação, além de entender o nível de interconectividade da comunidade com o conteúdo divulgado. O estudo revelou que, apesar de um nível de interação moderado, há espaço para melhorias, especialmente no ajuste dos conteúdos às necessidades e preferências do público. Eventos culturais, informações consulares e conteúdos visuais foram os mais valorizados pela audiência e sugere a importância de uma abordagem mais direcionada. As conclusões indicam a necessidade de um equilíbrio entre a formalidade da comunicação diplomática e a flexibilidade das redes sociais, que propõe melhorias nas estratégias para aumentar a interação e fortalecer a imagem institucional. O modelo proposto pode servir de referência para outras embaixadas no contexto da diplomacia digital.Esta pesquisa contribui para o avanço do conhecimento sobre comunicação diplomática e a gestão das redes sociais nas representações diplomáticas.

Palavras-chave: Diplomacia Digital; Estratégias de Comunicação; Comunicação Diplomática; Redes Sociais Institucionais.

Abstract

This report evaluates the digital communication strategies adopted by the Embassy of Portugal in Budapest, Hungary, and their effectiveness in promoting interaction with the Portuguese community residing there. In the context of modern diplomacy, where social media plays a central role in institutional communication, the study focuses on the Embassy's use of Facebook and Instagram platforms. The research utilized a quantitative approach, collecting data through a questionnaire applied to the Portuguese community and the metrics provided by the digital platforms. The analysis identified the strengths and weaknesses of the current strategies, such as the adequacy of formal language and the choice of posting times, while also examining the community's level of connectivity with the content shared. The study revealed that, despite a moderate level of interaction, there is room for improvement, particularly in adjusting content to better suit the needs and preferences of the audience. Cultural events, consular information, and visual content were the most valued by the audience, highlighting the importance of a more targeted approach. The findings suggest the need to balance the formality of diplomatic communication with the flexibility of social media, recommending improvements in strategies to increase engagement and strengthen the institutional image. The proposed model could serve as a reference for other embassies in the context of digital diplomacy. This research contributes to advancing knowledge on diplomatic communication and social media management within diplomatic representations.

Key-words: Digital Diplomacy; Communication Strategies; Diplomatic Communication; Institutional Social Media.

Índice de Figuras

FIGURA 1 –PERFIL DA EMBAIXADA DE PORTUGAL EM BUDAPESTE NO INSTAGRAM EM 23/08/2024..... 42

FIGURA 2– VISÃO GERAL DO DESEMPENHO NAS REDES SOCIAIS DA EMBAIXADA DE PORTUGAL NA HUNGRIA...51

FIGURA 3- PERFIL DEMOGRÁFICO DOS SEGUIDORES DA EMBAIXADA DE PORTUGAL NA HUNGRIA NAS PLATAFORMAS *FACEBOOK* E *INSTAGRAM;* CIDADES.....*51*

FIGURA 4 - PERFIL DEMOGRÁFICO DOS SEGUIDORES DA EMBAIXADA DE PORTUGAL NA HUNGRIA NAS PLATAFORMAS *FACEBOOK* E *INSTAGRAM*. GÉNERO E FAIXA ETÁRIA.....52

FIGURA 5 - CALENDÁRIO DE PUBLICAÇÕES DO MÊS DE MAIO.....53

FIGURA 6 - RESPOSTAS LIVRES OBTIDAS ATRAVÉS DO QUESTIONÁRIO CUJA PERGUNTA ERA SOBRE A PADRONIZAÇÃO DAS PUBLICAÇÕES.....63

Índice de Tabelas

TABELA 1- GRAUS DE CONCORDÂNCIA; ESCALA DE LIKERT..... 40

FIGURA 2 – ATIVIDADES REALIZADAS DURANTE O ESTÁGIO.....48

Índice de Gráficos

Gráfico 1- Idade.....55

Gráfico 2- Sexo.....55

Gráfico 3– População residente ou não residente 56

Gráfico 4- Motivação da Imigração ou visita.....57

Gráfico 5- Frequência de acompanhamento.....58

Gráfico 6- Conteúdos fundamentais das Redes Sociais.....59

Gráfico 7- Tipos de Conteúdo.....59

Gráfico 8- Integração na Comunidade Húngara.....61

Gráfico 9- Eficácia na relação entre a comunidade e a Embaixada.....61

Gráfico 10- Como a padronização é recebida 62

Gráfico 11- Importância da apresentação padronizada e clara.....63

Gráfico 12-Disposição das informações.....64

Gráfico 13- Visitas ao *Facebook* e ao *Instagram*: maio.....65

Gráfico 14- alcance do *Facebook* e do *Instagram- maio*.....66

Gráfico 15- Seguidores do *Facebook* e do *Instagram* maio.....66

Gráfico 16- interação de conteúdo *Facebook* e *Instagram:* maio.....66

Gráfico 17- Visitas ao *Facebook* e ao *Instagram*- junho.....68

Gráfico 18- alcance do *Facebook* e do *Instagram*- junho.....68

Gráfico 19- Seguidores do *Facebook* e do *Instagram* junho.....69

Gráfico 20- interação de conteúdo *Facebook* e *Instagram:* junho.....69

Gráfico 21- Visitas ao *Facebook* e ao *Instagram*: julho 70

Gráfico 22- Alcance do *Facebook* e do *Instagram:* julho 71

Gráfico 23- Seguidores do *Facebook* e do *Instagram*: julho.....71

Gráfico 24-Interações do *Facebook* e do *Instagram*: julho.....71

Gráfico 25- Click nos Links do *Facebook* e do *Instagram* - julho.....72

Gráfico 26- Visitas ao *Facebook* e ao *Instagram*: Agosto 73

Gráfico 27- Alcance do *Facebook* e do *Instagram:* agosto.....73

GRÁFICO 28- SEGUIDORES DO *FACEBOOK* E DO *INSTAGRAM*: AGOSTO 74

GRÁFICO 29-INTERAÇÕES DO *FACEBOOK* E DO *INSTAGRAM*: AGOSTO.....74

Introdução

A Comunicação Diplomática, historicamente centrada em canais tradicionais, encontra no cenário global contemporâneo uma realidade de significativas transformações em função da existência de novas plataformas de interação que afetam as dinâmicas sociais. No entanto, muito embora essas plataformas estejam expressamente presentes como principal canal de comunicação e interatividade com os cidadãos, a literatura ainda é escassa sobre como gerenciar as redes sociais das Embaixadas. Esta lacuna no conhecimento limita a compreensão das oportunidades e dos desafios que a digitalização apresenta dentro do contexto diplomático.

Isso ocorre, pois, o fácil acesso à Internet afeta todas as esferas sociais em diversos níveis e é uma prática que, embora significativa, ainda é recente se considerarmos a linha temporal da história da humanidade. Além disso, os estudos e as pesquisas pertinentes ao tema precisam concorrer com a velocidade em que as transformações e inovações tecnológicas e digitais ocorrem. No entanto, é necessário buscar preencher essas ausências, especialmente se tivermos em mente que hoje as redes sociais são indissociáveis da realidade de qualquer instituição e/ou indivíduo, e este princípio se estende de forma análoga às Embaixadas.

Entendendo esses fatores, durante o meu período como estagiária na Embaixada de Portugal em Budapeste, tive a oportunidade de exercer não só funções consulares e políticas, como também a gestão das redes sociais nas plataformas *Facebook* e *Instagram*. Percebi durante a execução dessas atividades diárias que elas eram fundamentais para fortalecer a presença online da entidade e promover a interação com o público-alvo, composto na sua maioria por cidadãos portugueses residentes ou em visita à Hungria. Nesse sentido, desenvolvi um calendário de publicações para assegurar que os conteúdos fossem publicados regularmente e em horários que pudessem garantir a otimização dos mesmos. Contudo, também percebi que, para estimular um envolvimento genuíno com esse público, é necessário um bom planeamento estratégico que abranja uma vasta gama de elementos, todos direcionados a um objetivo claro que

pode variar de acordo com pedidos e exigências da embaixada e do público que estão diretamente associados.

Este estudo surge, portanto, com o propósito de preencher essa carência, e oferecer contributos para uma atuação mais estratégica no ambiente digital da Embaixada de Portugal na Hungria, que pode vir a ser aplicada também noutras Embaixadas. Podemos, a partir desse ponto, definir que o objetivo geral deste trabalho consiste em avaliar as estratégias de comunicação adotadas na Embaixada de Portugal em Budapeste, e se estas atendem as necessidades e as expectativas da comunidade portuguesa. Partindo desse objetivo geral, é possível também traçar os objetivos mais específicos como: Identificar e analisar profundamente as estratégias de comunicação utilizadas; Investigar e avaliar como a comunidade portuguesa recebe e/ou percebe essas estratégias; Identificar os pontos fortes e fracos das estratégias utilizadas, como o uso da linguagem formal para concordar com o caráter institucional da Embaixada e como combiná-lo com a brevidade necessária que os textos informativos criados para o ambiente digital exigem, especialmente, para as redes sociais; Criação de imagens que chamem atenção do público e sejam relacionadas com os textos; Adaptação dos dias e horários das publicações para melhor interação baseados nos dados de participação fornecidos pela *Meta Platforms*[1] ; Formular propostas para preencher as lacunas identificadas a fim de melhorar o modelo de comunicação de uma embaixada nas plataformas digitais.

A primeira parte deste trabalho, dividida em dois capítulos, estabelece a estrutura teórica da pesquisa. O primeiro capítulo apresenta um panorama histórico da evolução da Comunicação Diplomática, desde as suas origens até à era digital, e explora o impacto das tecnologias digitais nas relações internacionais. O segundo capítulo aprofunda a análise dos fundamentos teóricos e das práticas contemporâneas da Comunicação Diplomática, com o objetivo de compreender a importância das estratégias de comunicação nas relações internacionais e identificar os elementos-chave para o

[1] Empresa responsável pelo *Facebook* e *Instagram,* que fornece dados estáticos sobre as contas associadas.

sucesso dessas estratégias. A segunda parte da pesquisa, de natureza empírica, apresenta a metodologia de caráter quantitativo utilizada para analisar as estratégias de comunicação da Embaixada de Portugal em Budapeste nas redes sociais. Os dados foram recolhidos através da *Meta Platforms* e também por meio de um questionário aplicado à comunidade portuguesa, o público-alvo das publicações das redes sociais da Embaixada. Os resultados obtidos a partir dessa análise permitiram identificar as forças e fraquezas das estratégias adotadas atualmente, o que contribui para o avanço do conhecimento sobre a comunicação diplomática nas plataformas digitais e oferece subsídios para futuras pesquisas.

Parte I- Enquadramento Teórico

1. Comunicação Diplomática: Conceitos Fundamentais e Apanhado Histórico.

Neste capítulo será abordada a evolução da Comunicação Diplomática e também os seus conceitos fundamentais. Será apresentado o surgimento da Comunicação Diplomática e o seu desenvolvimento ao longo do tempo, tendo início nas suas origens, que remetem às primeiras civilizações, passando por momentos importantes como os períodos das grandes transformações políticas e tecnológicas, e culminando nas práticas diplomáticas contemporâneas.

Este capítulo discutirá também o papel da Comunicação Diplomática na sociedade moderna, destacando a sua representatividade e funcionalidade num mundo interconectado. Neste caso, será dado um destaque especial ao impacto das plataformas digitais na Diplomacia, explorando como essas ferramentas transformaram a maneira como os Estados comunicam, negociam e podem ter influência no cenário internacional. A partir desta análise será possível perceber a complexidade do cenário atual, onde as tecnologias digitais oferecem tanto oportunidades quanto desafios no contexto das relações diplomáticas.

1.1. A Comunicação Diplomática

A Diplomacia, no seu caráter puro, é um conjunto de práticas e ferramentas destinadas a promover os interesses de um Estado no cenário internacional. Através da negociação, da persuasão, da comunicação e de outros instrumentos, os diplomatas buscam construir e manter relações pacíficas e cooperativas com outros países (Mendonça 2009, p. 18).

Partindo desse pressuposto é possível assumir, portanto, que não há Diplomacia sem Comunicação. Afinal, a negociação, ação intrínseca à Diplomacia, é um processo comunicativo por excelência, que envolve a troca de informações, a construção de

consensos e a resolução de conflitos. Sem a Comunicação, a Diplomacia tornar-se-ia inviável.

Nesse contexto, para compreender a dinâmica da Comunicação Diplomática, é fundamental explicitar brevemente a definição de ambos os conceitos de forma isolada: Comunicação e Diplomacia.

A Comunicação possui diversas definições dentro da literatura. Segundo Silva e Silva (2014), os autores que dedicaram parte dos seus estudos a tentar conceituar o que é a Comunicação são oriundos das áreas das Ciências sociais, Filosofia, Linguística e Antropologia, e essas perceções derivadas de pontos de vista distintos acerca do tema dificultam a definição concreta e a existência de uma teoria da comunicação única. Ainda a fim de conceituar a Comunicação os autores também destacam que:

> Uma saída para entender a comunicação a que se refere o autor é a perceção de que, embora inapreensível, ela 'nos toca, nos envolve, nos faz mudar de posição. Marcondes Filho complementa dizendo que: 'Ela é um processo social, um acontecimento, uma combinação de múltiplos vetores (sociais, históricos, subjetivos, temporais, culturais) que se dá pelo atrito dos corpos e das expressões, algo que ocorre num ambiente, permitindo que se realize, a partir dela, algo novo entre os participantes do ato comunicativo, algo que não possuíam antes e que altera seu estatuto anterior' (Marcondes Filho, 2008, p. 52, apud Silva & Silva, 2014 p. 28)

Fica, portanto, evidente a complexidade desse fenómeno. Se considerarmos uma definição mais sucinta, pode-se entender a Comunicação como o "ato ou efeito de comunicar; transmissão de informações ou mensagens; meio pelo qual se expressa uma ideia, um sentimento, uma informação". No entanto, não é o objetivo deste relatório aprofundar exaustivamente todas as nuances da Comunicação, até porque seria necessário dedicar um estudo inteiro voltado apenas a este tema devido à sua complexidade. Mas é fundamental destacar a sua importância na Diplomacia pois a Comunicação, enquanto processo social, permeia diversos âmbitos e esferas, incluindo a política internacional. Assim, pode-se assumir a interdependência entre a Diplomacia e a Comunicação.

Como mencionado no início deste capítulo, a Diplomacia é essencial para a construção das relações internacionais. Mendonça (2009) remete para Smith (2003), que define Diplomacia como "a arte de defender os interesses nacionais através da troca de informação sustentada entre governos, nações e outros grupos. O seu objetivo é o de mudar atitudes e comportamentos como um meio de atingir acordos e resolver problemas" (p. 18). O autor realça ainda que a diplomacia "é a prática da persuasão", enfatizando, desta forma, que a influência sobre a ação de outros grupos é um elemento fundamental no contexto diplomático. Já Moreira (2005) define a Diplomacia como "uma arte da negociação ou o conjunto das técnicas e processos de conduzir as relações entre os Estados" (p. 18).

A indissociabilidade entre a Comunicação e a Diplomacia torna evidente que as mudanças no primeiro domínio impactam diretamente o segundo. As transformações profundas nos meios de comunicação, marcadas pela digitalização e pela rapidez, impactam diretamente nas práticas diplomáticas. Mendonça (2009) enfatiza ainda que os desafios das mudanças tecnológicas na Diplomacia transcendem a dimensão estritamente tecnológica, exigindo, sobretudo, mudanças nas estruturas organizacionais das entidades envolvidas. Além disso, Mendonça (2009) remete para Smith (2003) que destaca que apenas 10% dos desafios da Diplomacia Virtual são tecnológicos, sendo 90% relacionados com a cultura organizacional, prioridades de recursos humanos e procedimentos operacionais.

Portanto, a Diplomacia, tradicionalmente marcada por protocolos e formalidades, que precisam ser mantidos devido ao caráter de seriedade que a instituição tem de assumir, também precisa adaptar-se constantemente a um mundo cada vez mais conectado e digital e que pode parecer um pouco distante desse caráter formal. Ao mesmo tempo, essas mudanças abrem oportunidades para uma prática comunicativa que pode ser mais inclusiva e participativa, capaz de alcançar públicos mais amplos e diversos.

1.2. Evolução histórica da Comunicação Diplomática

A Comunicação, em todas as suas formas, é o tecido que une as sociedades. A capacidade de articular e partilhar ideias, características que nos distinguem dos outros animais, permite a disseminação de saberes plurais e, a partir disso, a construção de culturas complexas. Ao executar o ato de comunicar, somos capazes de transmitir e receber informações e expressar os nossos sentimentos. A ação resultante dessa interação desencadeia e cria laços sociais que promovem o desenvolvimento coletivo. O modelo complexo da sociedade em que estamos inseridos exige um movimento regular de adaptação, à medida que novas necessidades surgem continuamente e progressivamente.

Para suprir essas necessidades, geram-se os requisitos comunicacionais que evoluíram e seguem evoluindo quase que simultaneamente com o progresso da humanidade. Nesse processo de coevolução, as inovações na Comunicação tanto moldam as relações sociais quanto são moldadas por elas.

No que diz respeito à Comunicação Diplomática em si, é imperativo adquirir uma compreensão do seu processo evolutivo ao longo da história a fim de elucidar como o processo da Comunicação Diplomática culminou na forma como hoje é feita. Historicamente, "a prática da Diplomacia é tão antiga como a própria formação dos Estados Modernos, ou, por outras palavras, dos Estados soberanos ao estilo Vestefaliano" (Rolo, 2016, p. 9).

Se retrocedermos ainda mais na história e considerarmos uma prática diplomática mais primitiva, como nas sociedades pré-estatais, a Diplomacia era, inicialmente, um processo predominantemente oral. Segundo Garcia (2015), os acordos eram feitos com base na palavra falada e poucos eram escritos, ou seja, a prática da Diplomacia era realizada de forma informal e acima de tudo pessoal, na qual os interesses dos líderes e a confiança eram o que permeava e definia o sucesso ou não das negociações.

Nas sociedades pré-históricas, de acordo com Garcia (2015), devido ao raciocínio e à cultura, a reação dos seres humanos nunca se restringia apenas ao instinto animal. Mesmo sem ser verbal, a Comunicação intencionava transmitir as expectativas entre os indivíduos sobre a interação desejada. Se uma ação ofensiva fosse iniciada, poderia haver uma resposta imitativa, criando perceções negativas mútuas. Já uma ação vista como amigável poderia estabelecer uma dinâmica de altruísmo recíproco, com promessas de ganhos partilhados se houvesse cooperação contínua.

Ou seja, nesse modelo de sociedade já era possível perceber o que hoje conhecemos por Diplomacia no seu conceito mais básico, caracterizado pela troca mútua de expectativas e pela busca de cooperação benéfica para ambas as partes. Esse embrião da Diplomacia sugere que a Comunicação, mesmo nas formas mais rudimentares, sempre foi um instrumento essencial para a construção das relações sociais e a resolução de conflitos, estabelecendo as bases para a complexidade das relações diplomáticas contemporâneas (Garcia, 2015).

Consequentemente, com o surgimento das primeiras civilizações organizadas, como as cidades-estado da Mesopotâmia e da Grécia antiga, a Comunicação Diplomática adquiriu um caráter mais complexo e bem estruturado.

> Inicialmente bastante ambígua e difusa, a prática da diplomacia manifestava-se sobretudo enquanto mera prestação de serviços entre o representante diplomático e o seu monarca absoluto, que o nomeava a título pessoal. O Embaixador, que representava assim o seu rei e não o seu país, podia ele mesmo contratar, pagar e despedir os seus colaboradores de forma totalmente independente. As funções do diplomata variavam ainda consoante as ocasiões. Ora assumia uma posição de informador e observador, ora se encontrava em situações de espionagem ou intrigas, tanto podia apoias os aliados do seu governo como podia também corrompê-los (Boira eta t., 2013, apud Rolo, 2016, p.9)

A sincronia da sofisticação crescente das dinâmicas políticas com a evolução da função diplomática culminou na transmutação desta última, de mera prestação de serviços pessoais, para uma atividade institucionalizada, pois naquele momento as necessidades acompanhavam a mesma complexidade das novas práticas que regiam a sociedade. Portanto, à medida que o tempo passava, os novos contornos organizacionais também concebiam e redefiniam as práticas diplomáticas.

Ao longo da Idade Moderna, as missões diplomáticas que antes eram esporádicas e itinerantes, transitaram para uma configuração mais consolidada e duradoura, e foi neste momento da história que surgiram as primeiras Embaixadas (Rolo, 2016).

Com estas instituições de representação estatal, seria assim possível a perpetuação do poder noutro Estado, facilitando o diálogo e a recolha de informações no país anfitrião. O Embaixador residente instala-se assim na Embaixada dotado de imunidade diplomática, a que tem direito, a fim de conduzir as relações entre os dois países (Nigro Jr., 2008, apud Rolo, 2016, p. 10). Essa transformação da Diplomacia numa prática mais institucionalizada, evidenciada pelo surgimento das Embaixadas na Idade Moderna, otimizou os processos de comunicação e negociação entre os estados, tornando-os mais efetivos. Ademais, a concessão de imunidade diplomática aos Embaixadores Residentes, como citado acima, foi imprescindível para o desenvolvimento das relações internacionais mais estáveis e confiáveis. Essa prerrogativa legal garantiu a liberdade de ação dos diplomatas, e permitiu o desempenho das suas funções, o que proporcionou a criação de um ambiente favorável ao diálogo e facilitador da cooperação entre os Estados.

É neste sentido que, em 1815, e após a aventura napoleónica, a realização do Congresso de Viena vem afirmar a consolidação das clássicas práticas diplomáticas entre os Estados europeus, e estabeleceu, deste modo, normas do funcionamento diplomático mais explícitas e assentes na igualdade soberana entre os Estados (Moita, 2016, apud Rolo 2016, p. 10). Além disso, Rolo (2016) argumenta ainda que era de extrema importância que se mantivesse a coesão ideológica entre os diplomatas, uma vez que se acreditava que essa similaridade garantiria a defesa dos interesses nacionais e a manutenção da ordem internacional.

Considerando, portanto, toda essa conceção fundamental, é possível assumir que a forma da Comunicação Diplomática, como hoje é conhecida, teve a sua estrutura concebida por diversas peças históricas e culturais. Ao invés de um único evento

marcante, a Diplomacia Moderna é o fruto de um processo evolutivo traçado por adaptações e influências de diferentes contextos e épocas.

O advento da internet, a globalização e a crescente interdependência entre as nações exigem, atualmente, que a forma de comunicar das Embaixadas e, portanto, dos Embaixadores e restantes funcionários, seja cada vez mais ágil, transparente e adaptável. Essas instituições atuam num cenário que está cada vez mais interconectado e globalizado. Para isso, urge a necessidade de se fazer presente em todas os canais de comunicação atuais e utilizar as ferramentas tecnológicas e digitais, como as redes sociais, e-mails e videoconferências, para estarem atualizadas sobre situações políticas e sociais e também para conseguirem contornar de forma rápida eventuais crises.

Foi diante desse cenário que a Diplomacia pública se tornou numa parte essencial do trabalho das Embaixadas, obrigando o uso das estratégias de comunicação que geram interação, e que consigam influenciar tanto a opinião pública quanto os líderes políticos em diferentes países.

1.2.1. O papel da Comunicação Diplomática na Sociedade Contemporânea

Depois de exploradas as raízes históricas em relação ao surgimento da Diplomacia, e consequentemente da Comunicação Diplomática, bem como uma breve visão da prática diplomática contemporânea, neste ponto será explicitada a forma como as práticas diplomáticas se manifestam na atualidade.

A Diplomacia Contemporânea, assim como as diversas esferas e instituições que buscam organizar a sociedade, enfrentam uma série de desafios. Muito embora seja indiscutível que a Internet trouxe vários benefícios para esta prática, como a rapidez de transmissão de notícias a nível mundial, também é indiscutível que existe uma linha cada vez mais tênue em relação à veracidade de várias das informações que são divulgadas.

Nabo (2006), citado por Mendonça (2009), argumenta que a “diplomacia do conhecimento” representa a “concretização de um novo paradigma de relacionamento

internacional" (p. 20). O autor realça que a sociedade do conhecimento requer formas distintas de interação entre os atores internacionais, incluindo os Estados e atores não estatais. Essa perspetiva destaca a ligação entre a inovação e a internacionalização, fortalecendo as relações entre as redes internacionais (Nabo, 2006 cit in Mendonça, 2009, p. 20).

Essa conceção de "diplomacia do conhecimento" apresentada por Nabo (2006), pressupõe um ambiente de colaboração e de troca de informações entre os atores internacionais. No entanto, diante do cenário global atual, no qual a desinformação é propagada na mesma velocidade que a informação, há uma desconfiança mútua entre os estados, e que também atinge a opinião pública.

Neste contexto, as Embaixadas devem promover a confiança e a cooperação, de modo a construir vínculos que conectem diferentes culturas e sistemas de valores. A ética e a transparência devem ser fundamentais nesse processo exercido pelas instituições, e dar garantias de que a informação é utilizada para o bem comum e não para fins de manipulação, como tem acontecido de maneira descontrolada.

Apesar dessas dificuldades enfrentadas ao nível das modernizações na Comunicação, hoje já não é possível exercer a Diplomacia sem o uso das ferramentas digitais. As Embaixadas, que antes eram vistas principalmente como representantes dos Estados, precisam, na atualidade, exercer um papel mais amplo, que implica a execução de tarefas particulares, como a prestação de serviços consulares, a assistência a cidadãos em emergências e a facilitação de conexões culturais e comerciais, atividades que estão diretamente ligadas à Internet.

A Diplomacia é, na atualidade, inegavelmente digital. Dada a centralidade da Diplomacia digital nesta pesquisa, que analisa as práticas da Embaixada de Portugal em Budapeste nas redes sociais e a eficácia das suas ferramentas de interação, a compreensão das características e dos objetivos desse tipo de Diplomacia é essencial para contextualizar as práticas da Embaixada e avaliar a sua eficácia na promoção do envolvimento e da Comunicação com os cidadãos.

Nesse contexto, é preciso começar por limitar o que é a Diplomacia Digital e o que é a Diplomacia Pública, pois ambas fazem parte de uma mesma sequência lógica, mas possuem características particulares que as tornam distintas. Rolo (2016) argumenta que a principal distinção entre a Diplomacia Digital e a Pública reside na interatividade e na comunicação direta proporcionada pelas redes sociais. Enquanto a Diplomacia Pública está limitada à transmissão de informações, a Diplomacia Digital permite a participação ativa dos utilizadores dos medias digitais com os atores político-diplomáticos, fomentando o diálogo e a construção de relações. Portanto, esse ambiente de diálogo e colaboração promovido pela Diplomacia Digital fortalece a participação popular e potencializa a transparência nas ações governamentais, refletindo um novo paradigma nas práticas diplomáticas contemporâneas.

Embora a Diplomacia Digital possa, à primeira vista, parecer contrapor-se à Diplomacia tradicional, no que diz respeito às formalidades - considerando que a interatividade promovida pelas redes sociais é, maioritariamente, "vulgar"- ambas se complementam. Ao invés de um confronto, a Diplomacia Digital representa uma evolução, que incorpora as ferramentas e as condutas do mundo digital na prática diplomática. Ao estabelecer uma conexão mais direta com a sociedade civil e proporcionar não somente a transmissão de informações, mas também a interatividade inerente às redes sociais, a instituição amplia o alcance e a influência da Diplomacia, sem deixar de lado os princípios e os protocolos.

Percebe-se a partir deste ponto que "com tudo isto, há dois componentes primordiais para a Diplomacia Digital que a distinguem de outros ramos diplomáticos: o envolvimento direto ou *engagement* e a escuta, ou por outras palavras, o que permite a diferenciação entre os monólogos da Diplomacia Pública e os diálogos da Diplomacia Digital (Kampf, Manor, & Segev, 2015, p. 6, apud Rolo, 2016). Portanto, com o objetivo de promover a interação, a Diplomacia Digital facilita o diálogo com a sociedade civil, criando um canal bidirecional no qual os diplomatas conseguem identificar as preocupações e as expectativas da população e adaptam as suas ações de acordo com as necessidades da sociedade, e em contrapartida a sociedade torna-se num agente

participativo e ativo nas decisões tomadas pelas Embaixadas quando contribuem com as suas opiniões.

Por outro lado, no que diz respeito à Diplomacia Pública, o conceito que Mark Leonard (2002) elaborou é possivelmente o mais completo e didático na literatura, pois ele é dividido em três dimensões: a transmissão de informação; a distribuição de uma imagem positiva do país; e a construção de relações duradouras de modo a criar um ambiente favorável para a aquisição de políticas exteriores (Leonard, 2002 cit in Junior, 2017, p. 5). No seguimento do que foi referido anteriormente, a transmissão da informação nessa vertente da Diplomacia é marcada por uma forte assimetria, com a Embaixada a deter o controlo sobre o conteúdo e a forma das mensagens, enquanto o público, em grande medida, atua apenas como espectador.

Vale ressaltar que não há juízo de valor entre as duas formas. As Diplomacias Pública e Digital apresentam as suas particularidades e são igualmente fundamentais na promoção das relações diplomáticas, além de serem também complementares e fazerem parte do contexto maior que é a Diplomacia *stricto sensu*. A distinção aqui realizada visa apenas delimitar o objeto de estudo desta pesquisa, sem implicar uma hierarquização entre as duas.

2. Estratégias de Comunicação na Diplomacia: Práticas e Abordagens Contemporâneas .

Este capítulo analisará a crescente importância da Comunicação nas relações internacionais. As estratégias de comunicação, antes utilizadas apenas dentro das atividades mercadológicas, tornaram-se um elemento importante também no contexto das relações internacionais e órgãos governamentais.

O capítulo propõe explorar os fundamentos teóricos e as práticas contemporâneas da Comunicação Diplomática, com foco nos componentes necessários para o bom desempenho dessas estratégias, a fim de proporcionar uma estrutura

conceitual para a compreensão da interseção entre a Comunicação e a Diplomacia.

2.1. As Estratégias de Comunicação e a Diplomacia

O conceito de estratégia no âmbito digital, de acordo com Toaldo e Luce (2006), ainda não é consensual entre os autores contemporâneos que se dedicaram e/ou se dedicam a defini-lo. Isso se deve ao facto de ser um termo criado para designar uma prática recente que surge em consonância com a evolução digital e com a popularização dos media sociais. No entato, é possível afirmar que a estratégia não é um fim em si mesma, mas um meio para alcançar objetivos específicos (Toaldo e Luce, 2006).

No mesmo contexto do surgimento do conceito de comunicação estratégica, Ruão (2020) refere que:

> o nascimento do campo da Comunicação Estratégica parece ter sido verdadeiramente formalizado com o aparecimento de publicações especializadas, como o International Journal of Strategic Communication, criado em 2007, e o Routledge Handbook of Strategic Communication (Zerfass & Holtzhausen, 2014). Trata-se de duas publicações de referência que marcaram um processo de afirmação disciplinar, com início neste século, e que incluiu ainda o crescimento exponencial do número de artigos e livros sobre a temática, bem como a adoção do conceito de 'comunicação estratégica' para designar programas de graduação e pós-graduação, em todo o mundo (Zerfass et al., 2018) (Ruão, 2020, p. 29).

Além disso, é indiscutível a aplicação de ferramentas estratégicas em diversos contextos e áreas de atuação com o intuito de cumprir finalidades distintas. De acordo com Johnson et al. (2007), o conceito de estratégia pode ser definido como a direção de longo prazo de uma organização (p. 45). Vale ressaltar que no âmbito desta pesquisa, o conceito de estratégia remete para a sua relação direta com o marketing. Dito isto, as ferramentas estratégicas aqui citadas têm a sua base fundamentada nas estratégias de marketing, que estão intimamente relacionadas com as estratégias de comunicação.

Historicamente, o Marketing surgiu como modulador para que as empresas conseguisse destacar-se dentro da dinâmica da competitividade. No entanto, a Internet democratizou a produção e o consumo de conteúdo e o Marketing transcendeu os muros corporativos (Santos et al., 2009).

Na era digital assistimos a uma democratização no processo de criação de marcas, permitindo que qualquer indivíduo, independentemente de ter um produto físico para vender ou sendo ele o próprio produto, construa uma identidade online e alcance um grande público, que ultrapassa fronteiras geográficas. Diante desse contexto, as estratégias de marketing tornaram-se num meio imprescindível para moldar e fazer a gestão da imagem publicitada, que agrega valor e permite a criação de peças de propaganda.

Mas qual é a relação da adoção das ferramentas de marketing do mundo mercadológico com a realidade das instituições governamentais, mais especificamente das Embaixadas? De acordo com Burity (2013),

> as novas tecnologias da informação deram origem ao termo *cyberpolitik*, que de acordo com Rothkof (1998) é uma forma nova de fazer política internacional, utilizando os modernos recursos comunicacionais, a estrutura midiática existente em todo o planeta e os recursos da informática – os Estados têm um novo agente nas negociações diplomáticas. (Burity 2013, p. 163)

Portanto, a democratização do acesso ao mundo digital exige uma nova postura das entidades, visto que as redes sociais fazem parte do quotidiano de grande parte da população global. Essas instituições precisam adaptar-se à realidade e utilizar as plataformas digitais como aliadas. Burity (2013), realça ainda que

> O Estado não perdeu poder por conta das transformações na comunicação, nem deixou de se fundamentar nos aspectos econômico, político e militar para a conquista do poder. No entanto, redimensionou e modificou sua ação para a aquisição deste objetivo. As novas tecnologias tiveram uma força profunda nesse redimensionamento. Elas abreviaram a distância, dispensaram a necessidade de presença física, ampliaram a velocidade com que perguntas e respostas chegam aos seus destinatários (Burity 2013 apud. Valente 2007, p. 168).

Sob essa ótica, na Diplomacia, assim como noutras esferas, a estratégia de comunicação adotada não é estática, mas sim uma construção dinâmica que se molda ao objetivo da Embaixada[2]. Essa ação, relativa às estratégias, é um dos motivos pelos quais ainda não foi possível encontrar um consenso sobre uma definição que seja aceite

[2] Vale ressaltar que as Embaixadas representam um Estado dentro de uma outra nação, e por isso devem expressar os objetivos e desejos do Estado que representam.

por todos. Aliás, muitos termos e práticas pertinentes ao mundo moderno ainda compõem objetos de pesquisa que estão em curso uma vez que, tudo o que acontece hoje pode transformar-se rapidamente, dada a velocidade das mudanças e das inovações tecnológicas com que somos confrontados diariamente.

Voltando ao ponto central desta secção, que é a forma como as Embaixadas criam as suas estratégias, os objetivos por elas assumidos vão de encontro aos objetivos das estratégias utilizadas na lógica de mercado. Não só as Embaixadas como também a maioria das instituições governamentais ou de caratér social e governamental pretedem, a partir dos conteúdos criados, gerar valor para a sociedade, alcançar resultados concretos e demonstrar a relevância das suas ações. Oliveira (2023) salienta que

> Tanto a comunicação estratégica quanto a diplomacia pública são dirigidas à opinião pública e à sociedade civil, com o objetivo de transmitir a posição e os valores de uma instituição ao resto do mundo. Inevitavelmente, todas as ações externas de uma instituição requerem instrumentos que lhe permitam estar em contato próximo e permanente com um número crescente de participantes no cenário internacional, tais como empresas, instituições culturais e científicas e, claro, o cidadão comum. A diplomacia pública promove ainda as posições de um país sobre questões internacionais e as suas principais iniciativas (Oliveira, 2023, p. 26).

Para ilustrar de forma ainda mais concreta como a presença e atuação das instituições governamentais no mundo tecnológico são fundamentais, em 2020, o então Secretário de Estado para a Transição Digital de Portugal, André de Aragão Azevedo, apresentou um plano de ação, para a realização da transição para o digital, composto por 12 medidas que visavam projetar o país no mundo sem deixar ninguém para trás, através da capacitação digital das pessoas, da transformação digital das empresas e da digitalização do Estado[3]. De acordo com Oliveira (2023),

> Desde 2016, Portugal subiu 6 posições no ranking de países mais inovadores da União Europeia. Segundo Sousa (2022), o país chegou a 12ª posição na edição 2020 do European Innovation Scoreboard (EIS 2020). No mesmo ano, Portugal foi aceite no D9+, o grupo informal de Estados-Membros que reúne os países europeus com melhor

[3] https://is.gd/FYPMv5

> classificação no Índice Anual de Economia e Sociedade Digital (DESI) da Comissão Europeia (Oliveira, 2023, p. 26).

Assume-se portanto, diante do exposto, que a convergência entre Comunicação, Diplomacia e tecnologia digital está a ditar a forma como os Governos devem interagir com o mundo e, mais diretamente, com a população em geral. Isso reflete-se diretamente na forma como as estratégias de comunicação são elaboradas. As secções seguintes apresentam de forma mais detalhada como são formadas essas estratégias de comunicação e exploram os métodos, ferramentas e objetivos que as orientam.

2.1.1. Componentes das Estratégias de Comunicação Diplomática

Uma estratégia bem-sucedida não é fruto do acaso, mas resultado de um planeamento cuidadoso que leva em consideração diversos factores. Até aqui explorámos a importância desse planeamento. No entanto, esta secção irá dedicar-se a elucidar os componentes que podem ser essenciais para a composição e criação de uma estratégia de comunicação efetiva dentro do ambiente das Embaixadas.

A finalidade da aplicação das estratégias é, em grande maioria, construir uma relação de confiança com o público-alvo. Ao utilizar a persuasão de forma ética e transparente, é possível incentivar a participação em eventos e atividades importantes, como as eleições por exemplo. Esse movimento é capaz de gerar um sentimento de pertença, sobretudo entre aqueles que vivem longe das suas origens.

A fim de facilitar a compreensão e análise dos elementos constituintes de uma estratégia, esta pesquisa dividirá o conceito em três componentes principais. Essa divisão, embora didática, permite explorar de forma particular cada um dos aspectos, facilitando a identificação das suas inter-relações. Assim sendo, definiremos a Persuasão como o primeiro componete.

Os meios de persuasão técnicos, segundo Aristóteles, dividem-se em *Ethos*, *Pathos* e *Logos*. O *Ethos*, relacionado ao caráter do orador, é fundamental para construir a credibilidade e a confiança do público. O *Pathos*, por sua vez, apela para as emoções do auditório e busca gerar identificação e empatia. No entanto, é o *Logos*, a

argumentação lógica, que constitui o espírito da oratória. A argumentação retórica baseia-se principalmente em dois recursos: o Entinema, uma espécie de silogismo informal que parte de premissas verossímeis, e o Exemplo, que utiliza casos particulares para generalizar e persuadir o público. Como afirma Aristóteles, a eficácia da persuasão depende da habilidade do orador em equilibrar esses três elementos, adaptando a sua mensagem ao público e ao contexto específico (Sousa, 2000, p. 8).

Ao dominar as técnicas retóricas propostas por Aristóteles, como o *Ethos*, *Pathos* e *Logos*, e ao empregar recursos argumentativos como o Entinema e o Exemplo, é possível construir mensagens persuasivas que inspirem confiança e promovam adesão às ideias e causas.

À medida que avançamos na análise, podemos definir como segundo componente as *Personas*. Para fundamentar qualquer boa estratégia duas *Personas* são cruciais nesse processo: a *Persona* institucional, que representa a organização, e a *Persona* do público-alvo. Consideraremos que a *Persona* institucional, neste relatório, é a Embaixada de Portugal em Budapeste e a *Persona* do público-alvo é a comunidade portuguesa a viver em Budapeste. Neste contexto, Sturmer et al. (2019) realçam que *Personas* são:

> Personagens fictícios que carregam objetivos, necessidades e padrões de comportamento de um usuário real ou potencial de determinado sistema. Apesar de fictícias, as personas são definidas com bastante rigor e precisão, com base em dados obtidos através de investigação e pesquisa. O autor destaca, além disso, que a definição de personas deve partir dos seus objetivos, aproximando-se da perspectiva das relações públicas sobre públicos estratégicos, que são mapeados a partir de seus respectivos interesses com relação a uma organização (Sturmer et. al. 2019, p. 34, apud Cooper, 2004).

A definição de uma *Persona* possibilita que as pessoas responsáveis por produzir os conteúdos para as redes sociais das Embaixadas consigam desenvolver textos e imagens que estejam alinhados com as características destas, e que ao mesmo tempo consigam conversar com a comunidade à qual se destinam os conteúdos.

Numa última análise, porém com a mesma relevância, a organização caracteriza-se como o terceiro Componente. Ela é o alicerce que sustenta toda a estratégia. Uma

estrutura bem definida, que integre a persuasão, a definição de *Personas* e a escolha dos canais de comunicação, é fundamental para garantir que a mensagem da Embaixada seja entregue de forma clara e no momento certo. A organização otimiza os recursos, maximiza o alcance e assegura a coerência da comunicação, o que contribui para a transmissão da imagem institucional formal. Ao coordenar todos os elementos da estratégia, a organização possibilita a comunicação bem articulada.

2.2. Desafios e tendências da comunicação diplomática

A comunicação diplomática experimenta uma transformação impulsionada por um conjunto de fatores que moldam a ordem mundial contemporânea. A convergência de avanços tecnológicos, a multipolaridade da geopolítica e a crescente interdependência entre as nações constituem uma nova era na diplomacia na qual, paralelamente às transformações, surgem novos desafios. "A prática diplomática não é portanto indiferente à realidade que a rodeia, acompanhando deste modo a evolução dos meios de comunicação e das mentalidades" (Rolo, 2016, p.13).

A digitalização, frequentemente detacada como o principal catalisador, é o agente central desse processo. As Redes sociais, blogs e websites oficiais tornaram-se ferramentas indispensáveis para construir narrativas, promover a imagem do país e influenciar a opinião pública internacional.

> Seguindo esta linha de pensamento, é portanto possível afirmar que na Diplomacia Digital - ou seja, a utilização das redes sociais pelo Governo de forma a interagir e persuadir 18 a sociedade civil – tal como acontece com a Diplomacia Pública, pode ser considerada, antes de mais, como uma ferramenta de softpower nacional construída à base de narrativas e discursos de legitimação que se afrontam na esfera internacional. (Rolo, 2016, p. 18)

Neste contexto, a construção de uma identidade nacional forte é um dos principais objetivos do *soft power*. Nye (2005) define *soft power* como a capacidade de um ator internacional influenciar outros através da atração, a fazer uso de elementos como cultura, valores e políticas externas. Ao contrário do *hard power*, que se baseia na coerção, o *soft power* busca a cooperação voluntária.

Essa mudança de paradigma reflete a complexidade crescente das relações internacionais, onde a força militar e económica, embora importantes, não são mais os únicos instrumentos de poder. A capacidade de atrair e persuadir, de construir narrativas convincentes e de promover valores partilhados tornaram-se indispensáveis para o sucesso de um país no cenário global. Portanto, "quanto mais interconectado está o mundo, maior o impacto da imagem de um país" (Bollier, 2003, p. 28).

> O soft power está se tornando uma questão mais importante à medida que a mídia e a Internet criam novos palcos públicos onde disputas internacionais podem ser exibidas. Foi apontado que o ataque ao World Trade Center foi tão eficaz justamente porque foi televisionado e visto em tempo real por milhões de pessoas. Se a CNN se tornou, figurativamente, o décimo sexto membro do Conselho de Segurança da ONU, como afirma Madeleine Albright, a Internet tornou-se por si só um veículo proeminente para debates internacionais sobre legitimidade política e valores culturais. (Bollier, 2003, p. 29)

Essa nova dinâmica evidencia que a batalha pela influência global não ocorre apenas no campo físico, mas também no simbólico. O poder de moldar perceções, controlar narrativas e definir o que é visto como legítimo ou desejável é fundamental no ambiente internacional contemporâneo. Países que conseguem exercer *soft power* eficazmente são capazes de construir uma imagem positiva, fortalecer alianças e influenciar decisões globais sem recorrer à força. Os media e a Internet amplificam esses processos, a oferecer uma plataforma acessível e global onde cada ação, discurso ou incidente é imediatamente escrutinado e interpretado. Nesse contexto, a competição pela legitimidade política e cultural intensifica-se, e o sucesso de um país depende cada vez mais da forma como ele projeta os seus valores e como interage com as audiências globais.

No entanto, exercer o *soft power* no contexto da diplomacia pública não está isento de desafios. A crescente interconectividade global, que amplia o alcance das narrativas e valores de um país, também expõe as nações a críticas imediatas e intensas.

> O mundo digital e nomeadamente as redes sociais vieram assim permitir a junção improvável de duas comunidades aparentemente distintas e distantes - a comunidade político-diplomática por um lado, elitista, reservada e tradicionalista; e a comunidade civil por outro lado, popular, fortemente interconectada e moderna – de forma a concretizar os ideais propostos pela Good Governance. As redes sociais, que inscrevem

> no seu ADN o carácter popular e social característico da segunda comunidade, tornaram-se agora instrumentos ao serviço das altas esferas da comunicação pública e política, elevando assim as expetativas da população face às práticas diplomáticas executadas através deste instrumento originalmente popular. (Rolo, 2016, p. 34)

Essa convergência entre Diplomacia e sociedade civil, impulsionada pelas redes sociais, intensifica a pressão sobre os atores diplomáticos. A exigência por transparência, embora positiva, expõe os governos a reações imediatas e imprevisíveis da opinião pública global. A velocidade da informação nas redes sociais amplifica crises e dificulta a condução de negociações delicadas. A necessidade de manter a credibilidade num ambiente de constante escrutínio torna o exercício do *soft power* ainda mais complexo.

> Espera-se portanto que a comunidade político-diplomática se adapte às regras que regem as redes sociais e que proceda em congruência com as mesmas, não abdicando, porém, das suas especificidades. Neste sentido, a Diplomacia Digital desafia-se a ela própria elevando a fasquia das expetativas internacionais a um patamar nunca antes explorado, tanto por parte da população como por parte das instâncias decisionais na arena da comunicação político-diplomática (Rolo, 2016, p 34).

Essa realidade exige das Embaixadas uma diplomacia mais transparente e ágil, que impulsionada pelas redes sociais, necessita de uma profunda transformação nas práticas diplomáticas tradicionais. Os diplomatas precisam estar preparados para operar num ambiente digital, onde dominam as ferramentas e as técnicas de comunicação online. Além disso, é fundamental que desenvolvam habilidades de mediação de conflitos e de gestão de crises em tempo real. Como aponta Rolo (2016), a diplomacia digital eleva a fasquia das expectativas internacionais, exigindo dos diplomatas uma constante atualização e um aperfeiçoamento contínuo das suas competências.

> A Internet e outras tecnologias da informação não são mais uma força periférica na condução dos assuntos mundiais, mas sim um motor poderoso de mudança. As redes eletrônicas globais não estão apenas reformulando as economias, mas também transformando os valores, identidades e práticas sociais das pessoas. Além disso, essas mudanças não estão ocorrendo apenas dentro das fronteiras dos Estados-nação, mas em todo tipo de comunicação transnacional imprevisível (Bollier, 2003, p. 49).

No geral, a diplomacia digital, ao democratizar o acesso à informação e amplificar as vozes da sociedade civil, torna a reputação internacional mais vulnerável, o que exige uma gestão cuidadosa da imagem de um país. Nesse sentido, as redes sociais funcionam

como espaços de diálogo que permitem a construção de uma reputação. A quantidade e a qualidade das interações em torno de uma publicação são indicadoras da sua relevância e credibilidade. Esse sistema aplica-se tanto a indivíduos quanto a atores políticos e diplomáticos, que utilizam as plataformas digitais para construir e fortalecer as suas narrativas (Rolo, 2013, p. 36).

Afinal, à medida que a Internet e, principalmente, as redes sociais se consolidam como forças transformadoras no panorama global, as Embaixadas e os demais atores diplomáticos enfrentam o fator imperativo de adaptação a esse ambiente volátil. Os media digitais, ao proporcionarem um canal instantâneo de interação com o público, são cruciais para a manutenção da credibilidade com a população e também com outros agentes de nível internacional. O domínio das ferramentas digitais e a capacidade de construir boas narrativas nesse novo contexto são, portanto, requisitos indispensáveis para o sucesso da diplomacia contemporânea.

2.2.1. O poder das redes sociais na opinião pública e na democracia

As redes sociais, ao mudar a forma como comunicamos e como interagimos com a sociedade, ampliaram a participação do cidadão e redefiniram as estruturas de poder tradicionais. No entanto, as plataformas digitais também podem ser utilizadas para manipular a opinião pública e disseminar desinformação, desencadeando um movimento de polarização da sociedade. É crucial que tenhamos a compreensão dos desafios e das oportunidades que as redes sociais apresentam para a democracia, a fim de utilizar essa ferramenta de forma positiva.

> Uma sociedade democrática é hoje muito mais do que aquela onde o povo elege os governantes. É, sobretudo, uma sociedade de exemplo; com preocupações éticas; de superação da tradição e dos valores que não encontrem, não só no homem, mas também no meio a que ele está fatalmente ligado, a sua razão de ser. Nessa sociedade, a opinião pública desempenha um papel central. Não existe, de facto, democracia onde não há uma opinião pública informada e livre. A internet, com as suas redes sociais, tem sido o palco principal da partilha instantânea de informação e contribuído, de forma radical, para o aumento do nível de participação de indivíduos e grupos na vida pública (Palma, 2013, p.11)

A interseção entre as redes sociais e a democracia é uma relação ambivalente.

Se por um lado essas plataformas ampliam as possibilidades de participação política, e permitem que os cidadãos se organizem e posicionem por mudanças, por outro, a lógica algorítmica das redes sociais pode reforçar tendências e manipular a opinião pública. É preciso que haja uma regulamentação que concilie a liberdade de expressão e a garantia de proteção aos direitos. A construção de uma democracia digital funcional exige a colaboração entre diversos atores: governos, empresas de tecnologia, sociedade civil e academia.

Factualmente, a democracia e a diplomacia são indissociáveis. Nesse contexto, as plataformas digitais exercem um impacto direto na condução da diplomacia.Heine e Turcotte (2012) identificam três estágios na utilização das plataformas digitais pelos atores político-diplomáticos: o básico, no qual se divulgam informações oficiais; o intermediário, que se caracteriza por uma abordagem mais personalizada; e o avançado, no qual os atores expressam as suas opiniões, a assumir maiores riscos ao participar de debates públicos. Rolo (2016) reafirma que "para os autores, este último estágio é "o mais perigoso", pois apresenta mais riscos, uma vez que tanto pode trazer resultados gratificantes para o ator oficial como o pode arruinar completamente" (p. 35).

O poder das redes sociais sobre a democracia é uma questão complexa. "A produção de conteúdo informativo online – relevante ou não, fidedigno ou conspirativo – é hoje acessível a qualquer usuário, o que resulta na multiplicação das fontes de legitimidade nesta arena digital político-diplomática" (Manfredi, 2014, citado em Rolo, 2016, p. 39). Esta ação pode gerar consequências perigosas para a democracia e gerar cenários de desconfiança nas instituições e nos agentes diplomáticos.

Para garantir que as redes sociais contribuam para uma relação sociedade-instituição mais saudável e para uma democracia justa, é necessário que a liberdade de expressão coexista com a responsabilidade e a ética.

Parte II- Investigação Empírica

3. Metodologia da Pesqusia

Neste capítulo, apresenta-se a metodologia quantitativa utilizada para a recolha dos dados essenciais à pesquisa. A escolha da abordagem quantitativa justifica-se pela necessidade de quantificar os dados para responder às principais questões da pesquisa, além de explorar as hipóteses sobre a predominância do uso do *Facebook* e do *Instagram* e a valorização de conteúdos relevantes e personalizados para a comunidade. Essa abordagem fornece dados quantitativos que subsidiam a tomada de decisões quanto às estratégias de comunicação nos perfis das redes sociais da Embaixada.

3.1. Definições dos Objetivos e Hipóteses da Investigação

Esta pesquisa tem como objetivo geral avaliar a eficácia das estratégias da comunicação digital aplicadas pela Embaixada de Portugal em Budapeste com o intuito de estimular a relação com a comunidade portuguesa residente ou de passagem pela Hungria.

Ter-se- há em consideração quatro objetivos específicos, a reforçar a análise das estratégias adotadas através da elaboração de um plano de comunicação para as Redes sociais da Embaixada de Portugal na Hungria durante o período de 4 meses e 15 dias, de 15 de abril a 30 de agosto, não correspondendo ao período completo de vigência do estágio, considerando que este terminará em outubro.

Será também avaliada a perceção da comunidade portuguesa sobre a relevância e a qualidade dos conteúdos publicados nas redes socias da Embaixada. Para além disso, buscar-se-á identificar os pontos fortes e fracos das estratégias atuais, com foco na linguagem utilizada, na frequência e padronização das publicações e a interação com o público.

Por fim, propõe-se um modelo de estratégia que consiga conciliar a seriedade diplomática com a dinâmica das redes sociais, e que também atenda as necessidades da comunidade portuguesa.

Com o objetivo de guiar este estudo e oferecer uma base para a análise dos resultados, elaboraram-se três hipóteses. As hipóteses científicas são proposições provisórias que guiam a investigação. Elas sugerem explicações possíveis para os fenómenos observados, mas a sua veracidade só pode ser confirmada ou refutada através de evidências empíricas, recolhidas e analisadas de forma precisa.

H1.: A Embaixada de Portugal em Budapeste utiliza predominantemente as plataformas *Facebook* e *Instagram* para comunicar com a comunidade portuguesa, seguindo as diretrizes estabelecidas no manual de boas práticas para a comunicação digital, o que contribui diretamente para a credibilidade de uma imagem institucional séria perante as redes sociais.

H2.: A comunidade portuguesa valoriza conteúdos relevantes, atualizados e personalizados, relacionados a eventos culturais, serviços consulares e notícias sobre Portugal

H3.: Mesmo com estratégias de comunicação eficazes, o potencial de aumento de interação da comunidade portuguesa residente na Hungria é limitado devido ao tamanho restrito desse público e à natureza dos conteúdos publicados.

Estas refletem as possíveis respostas ao problema de pesquisa proposto. Fundamentadas numa revisão criteriosa da literatura e nas evidências preliminares, as hipóteses aqui apresentadas serão testadas ao longo deste relatório, com o objetivo de verificar a sua validade ou refutação com base nos dados recolhidos e analisados. Desta forma, espera-se que as hipóteses contribuam para a compreensão do fenómeno em estudo e ofereçam contributos para o desenvolvimento de novas abordagens teóricas e prática.

3.2. Descrição dos Métodos e das Estratégias Utilizadas

Com o intuito de responder aos objetivos propostos, esta pesquisa adota uma abordagem metodológica quantitativa. Ao adotar essa perspectiva, busca-se analisar as perceções da comunidade portuguesa residente na Hungria diante dos conteúdos veículados nas redes sociais da instituição e avaliar o impacto das estratégias de comunicação na interatividade com o público.

Nesse contexto, a análise comparativa será feita entre os dados provenientes de duas fontes: um questionário online, elaborado no Google Forms (Ver Anexo 1) e divulgado nas redes sociais da Embaixada, e os indicadores de interação fornecidos pela *Meta Platforms*. Aliado a esses dados, também serão adicionadas informações retiradas das observações feitas durante o período do estágio.

Os dados dos participantes do questionário serão tratados com a confidencialidade a qual se exige numa pesquisa de caráter científico. A triangulação dessas informações possibilitará uma análise das perceções dos participantes, correlação entre as opiniões expressas nas respostas ao questionário e, ainda, os comportamentos observados nos indicadores de interação.

3.2.1. Abordagem Quantitativa na Análise da Comunicação Diplomática

A avaliação da eficiência da comunicação diplomática nas redes sociais pode ser realizada por meio de métricas e dados quantificáveis fornecidos pelas próprias plataformas. Essa característica torna a metodologia quantitativa a mais adequada para este tipo de pesquisa.

Para Mattar (2001), a pesquisa quantitativa, ao oferecer dados numéricos precisos e confiáveis, auxilia na tomada de decisões estratégicas e permite identificar oportunidades e desafios de forma objetiva. De acordo com Marconi e Lakatos (2003), essa abordagem busca a objetividade ao quantificar fenómenos sociais e possibilita a generalização dos resultados, a identificação de padrões e relações entre as variáveis.

Através de instrumentos como o questionário e a análise dos dados quantitativos das redes sociais, é possível mensurar com precisão o alcance, a interação e a efetividade das estratégias de comunicação implementadas pela Embaixada de Portugal em Budapeste. Os resultados obtidos podem ser utilizados para inferir sobre a opinião da comunidade portuguesa em geral, o que permite a identificação de tendências e a formulação de recomendações mais precisas para a melhoria das estratégias de comunicação digital da Embaixada.

Para além disso, ao fornecer dados concretos sobre o alcance e a efetividade das ações da Embaixada nas redes sociais, o método quantitativo permite uma avaliação precisa das estratégias implementadas. Essa abordagem, alinhada com as ideias de Mattar (2001) bem como Marconi e Lakatos (2003), auxilia a construção de uma comunicação diplomática mais estratégica e direcionada, a fortalecer a relação entre a Embaixada e a comunidade portuguesa na Hungria, otimizando o uso das ferramentas digitais disponíveis.

Para responder às questões de pesquisa propostas, foi fundamental obter dados primários. Nesse contexto, procedeu-se à recolha de dados através do desenvolvimento e aplicação de um questionário online disponibilizado na plataforma *Google Forms*. Além disso, também foi feita a recolha de dados secundários, que foram as métricas de interação do público-alvo com as redes sociais da Embaixada, fornecidos pela *Meta Platforms,* cujo acesso e divulgação tornaram-se possíveis por conta da posição assumida como estagiária da Embaixada.

O instrumento de questionário (ver Anexo 2), composto por 10 perguntas, abordou temas como o perfil sociodemográfico, a frequência de acesso às redes sociais da Embaixada, a avaliação do conteúdo publicado e a perceção sobre a eficácia da comunicação realizada atualmente. A avaliação da frequência com que os cidadãos portugueses na Hungria acompanham as redes sociais da Embaixada foi feita através de uma escala de Likert.

Likert (1932) propôs uma escala de medida para avaliar atitudes, amplamente utilizada nas ciências comportamentais. Essa escala consiste em apresentar aos inquiridos uma série de afirmações sobre um determinado conceito e solicitar que indiquem seu grau de concordância. A escala original, com cinco pontos, varia de total discordância a total concordância. No entanto, adaptações com diferentes números de pontos são comuns na pesquisa atual.

Nesta pesquisa, a escala foi subdividida em graus de concordância que variaram de 1 a 5 sendo:

Tabela 1- Graus de concordância; Escala de Likert

1	Frequência muito baixa
2	Frequência baixa
3	Frequência moderada
4	Frequência alta
5	Frequência muito alta

O questionário foi distribuído através das redes sociais da própria instituição, obtendo um total de 20 respostas.

Embora o número de respostas possa parecer limitado, é importante considerar o contexto. A comunidade portuguesa na Hungria é composta por indivíduos de diferentes perfis, incluindo crianças e idosos por exemplo. Além disso, vale ressaltar que, muito embora as redes sociais estejam expressamente presentes no cotidiano, ainda é de vontade individual criar ou não um perfil social. Além disso, há a possibilidade de desligar-se e excluir o perfil, a qualquer momento, a fazer com que as pesquisas que estejam relacionadas com temas como o deste estudo, e que precisem lidar com essas variáveis, necessitem sempre de atualização.

Dada essa premissa, hoje o *Instagram* da Embaixada conta com um total de 325 seguidores[4] (Figura 4).

Figura 1 – Perfil da Embaixada de Portugal em Budapeste no Instagram em 23/08/2024.



Fonte: Captura de tele do Instagram da Embaixada de Portugal em Budapeste

Posto este número, portanto, deve-se considerar que, de acordo com o Observatório da Emigração (2024)[5], a população portuguesa residente na Hungria atualmente é composta por apenas 689 cidadãos, e que este não é um número também muito expressivo. Outro factor é que, dentro deste número há crianças e outros grupos que, por vontade ou limitação, não estão ativos nas plataformas digitais.

Portanto, apesar das respostas obtidas contarem com um grupo de participantes relativamente pequeno, a pesquisa ainda se mostra relevante, considerando o contexto específico da comunidade e as limitações inerentes a pesquisas com amostras reduzidas. Os dados recolhidos, embora não permitam generalizações para toda a população, contribuem para uma melhor compreensão da situação atual local e os resultados obtidos, embora não sejam definitivos, podem orientar a Embaixada na elaboração de estratégias de comunicação. Entretanto, os resultados e contribuições podem estender-se e serem aplicados a outras instituições da mesma realidade.

[4] Vale considerar que esse número pode variar para mais ou para menos devido a natureza dinâmica das redes sociais. Portanto, deve-se considerar a data referente à recolha de dados.
[5] https://observatorioemigracao.pt/np4/paises.html?id=99

4. Recolha e Análise de dados

Este capítulo fará a análise dos dados recolhidos, tanto das respostas do questionário quanto dos dados fornecidos pela *Meta Platforms*. Essa análise permitirá identificar padrões de comportamento, tendências e correlações entre as variáveis, a dar contributos para uma compreensão mais completa da perceção da comunidade em relação ao uso das estratégias de comunicação digital da Embaixada.

Além da análise dos dados, o capítulo fará a caracterização do local de estágio, a Embaixada de Portugal em Budapeste. Para isso, incluirá as principais atividades da instituição e as funções desempenhadas enquanto estagiária. Essa contextualização é importante para interpretar os resultados à luz da realidade prática.

4.1. Caracterização do sítio do estágio: A Embaixada de Portugal em Budapeste, Hungria

Nos seus primeiros anos de funcionamento, a Embaixada de Portugal na Hungria esteve instalada no Hotel Ritz, que oferecia uma localização central e estratégica, em Budapeste, para a missão diplomática. No entanto, durante a Segunda Guerra Mundial, em 1944, a Hungria, que antes era aliada da Alemanha Nazista, foi ocupada pelos alemães.

Neste contexto, muitos diplomatas e missões estrangeiras enfrentaram muitas contestações à medida que a ocupação nazi e os conflitos civis se intensificavam, sendo aconselhadas a deixarem a cidade. A Embaixada de Portugal não foi exceção. O ambiente hostil forçou a transferência da missão portuguesa, liderada pelo Embaixador Carlos Sampaio Garrido desde 1939, para Galgagyörk, uma pequena cidade húngara, onde buscavam encontrar alguma estabilidade e segurança.

Nesta transição, Sampaio Garrido, que ficou conhecido pela sua coragem e humanidade, tomou medidas ativas para salvar vidas. Concedeu vistos e abrigou judeus-húnagros, perseguidos pela Gestapo, nas instalações da Embaixada e na sua prórpia

casa. As suas ações levaram a desastabilização da Embaixada, que funcionou somente por mais um mês devido à insavão da Gestapo que prendeu todos os refugiados e inclusive o antigo Embaixador, que fez questão de ser levado junto com o grupo.

Na chegada dos apreendidos a Budapeste, Sampaio Garrido foi expulso do país e considerado *non grato*. Neste momento, a Embaixada volta a reestabelecer-se na capital, agora liderada por Alberto Texeira Branquinho que continuou com o trabalho humanitário do antigo Embaixador, a emitir salvos-condutos que permitiram a libertação de muitos judeus-húngaros do holocausto. Um ano mais tarde o edifício foi destruido por um bomba soviética, encerrando as instalações (Ver Apêndice 1).

Para além disto, a representação política foi também extinta devido ao regime ditatorial do Estado Novo, que governou Portugal entre 1933 e 1974. Durante este cenário, houve um isolamento do país no cenário internacional devido às políticas repressivas, à manutenção de um império colonial e às alianças com regimes autoritários. (Museu da Presidência da República Portuguesa, s.d.).

Desta forma, a Embaixada teve a sua estabilização em 1974[6]. Após um longo período de turbulência política em Portugal, ela fez parte de um novo capítulo nas relações internacionais do país. Portanto, não só a Embaixada na Hungria, como também noutros países com os quais Portugal mantém relações diplomáticas, só tiveram as suas atividades de facto fortalecidas e conquistaram a sua autonomia após esse período conturbado.

Entretanto, após a estabilização, a Embaixada de Portugal na Hungria tem sido o principal ponto de contacto entre os países, a promover o fortalecimento das relações bilaterais nos seus mais variados nívieis. Para além dos acordos governamentais, a Embaixada também atua como intermediária no que concerne à assistência consular aos cidadãos portugueses residentes ou de passagem pela Hungria, a fornecer serviços que serão detalhados na próxima secção.

[6] https://portaldiplomatico.mne.gov.pt/relacoesbilaterais/paises-geral/hungria

4.1.1. Caracterização dos funcionários da Embaixada

Hoje, a embaixada é composta por sete funcionários que podem ser categorizados da seguinte maneira:

- **Funcionários Diplomáticos**

Embaixador Extraordinário e Plenipotenciário: O mais alto representante diplomático, responsável por representar o Governo e o chefe de Estado do seu país no estrangeiro. As suas funções principais incluem a condução de negociações diplomáticas, a promoção dos interesses nacionais, a proteção dos cidadãos do seu país no país anfitrião, e a manutenção e o fortalecimento das relações bilaterais entre os dois países. Além disso, o Embaixador comunica regularmente com ambos os Governos para garantir uma compreensão mútua e de cooperação.

Chefe de missão adjunto/Encarregado da Secção Consular: É o segundo em comando na Embaixada e desempenha um papel vital no apoio ao Embaixador. As suas principais responsabilidades incluem a supervisão das operações diárias da Embaixada, a gestão da equipa consular e a administração consular, incluindo serviços como emissão de passaportes, vistos e assistência a cidadãos do país no estrangeiro. Ele também pode atuar como substituto do Embaixador na sua ausência, garantindo a continuidade das relações diplomáticas e consulares. Além disso, o Chefe de Missão Adjunto lida com questões administrativas e políticas, facilitando o funcionamento eficiente da missão diplomática.

- **Funcionários Técnicos e Administrativos**

Secretariado e Protocolo: São responsáveis por gerir as agendas dos diplomatas, organizar reuniões e preparar documentos oficiais. No aspecto de protocolo, garantem que todas as normas protocolares sejam seguidas em eventos oficiais, receções e cerimónias, a assegurar a correta execução das formalidades diplomáticas.

Departamento Financeiro e Administrativo: São responsáveis por gerir as finanças e

supervisionar as operações administrativas. As suas principais funções incluem controlar o orçamento, processar pagamentos, manter registros financeiros, e administrar contratos e recursos, e garantem a eficiência financeira e operacional da Embaixada.

Secção Consular: Um funcionário da seção consular de uma Embaixada desempenha várias funções essenciais para apoiar e proteger os cidadãos do seu país no estrangeiro. Entre as suas principais responsabilidades estão o atendimento aos cidadãos, a oferecer serviços como a emissão de passaportes, vistos e a autenticação de documentos. Ele também presta assistência em situações de emergência, a prestar ajuda em casos de acidentes, detenções ou problemas de saúde. Além disso, o funcionário processa solicitações de vistos para cidadãos estrangeiros que desejam visitar o país que a Embaixada representa. Também é responsável pelo registo de eventos vitais, como nascimentos e casamentos, e fornece informações e orientações sobre leis e regulamentos locais. A manutenção de registos atualizados, e a coordenação com autoridades locais e outras organizações para resolver questões consulares, são igualmente importantes para garantir que os interesses e direitos dos cidadãos sejam devidamente protegidos e atendidos.

- **AICEP**

Conselheiro Económico e Comercial: Responsável por promover e fortalecer as relações económicas e comerciais entre o país que representa e o país anfitrião. Entre as suas principais funções estão a análise e monitorização das tendências económicas e comerciais locais, o desenvolvimento e implementação de estratégias para fomentar o comércio e os investimentos bilaterais, e a identificação de oportunidades de negócios para as empresas do seu país. Ele também atua como intermediário em negociações comerciais e acordos, e oferece suporte e orientação a empresas interessadas em expandir os seus mercados internacionais. Além disso, o Conselheiro prepara relatórios detalhados sobre o ambiente económico e comercial local, para informar as autoridades e empresas do seu país sobre possíveis riscos e oportunidades. O seu trabalho é crucial para promover o interesse económico do país no estrangeiro e para facilitar a cooperação comercial internacional.

- **Atividades culturais e ensino da Língua Portuguesa**

Diretor do CLPIC em Budapeste: Responsável por promover e coordenar atividades culturais e educacionais relacionadas à língua e à cultura portuguesa no país anfitrião. As suas funções incluem a organização e a gestão de eventos culturais, como exposições, palestras e apresentações, que visam divulgar a cultura portuguesa e fortalecer a imagem do país. Ele também coordena cursos e programas de ensino da língua portuguesa para interessados locais, elaborando currículos e assegurando a qualidade do ensino. Além disso, o Diretor estabelece parcerias com instituições educacionais locais e participa em projetos que promovam a cultura portuguesa. A sua atuação é fundamental para expandir o alcance e a influência cultural de Portugal no estrangeiro, bem como para fomentar a aprendizagem do idioma e a compreensão intercultural.

Para além destes, a Embaixada também conta com a colaboração de dois estagiários para desempenhar funções relacionadas à comunicação com o público externo e ao apoio consular e político.

4.1.2. Serviços oferecidos pela Embaixada à população portuguesa

No âmbito das suas atividades, a Embaixada oferece hoje uma ampla gama de serviços consulares aos cidadãos portugueses e residentes legais, a saber:

- **Serviços de identificação e cidadania:** Emissão de passaportes, bilhetes de identidade, cartão de cidadão, registo civil, nacionalidade.

- **Serviços jurídicos e notariais:** Legalização de documentos, procurações, registo criminal.

- **Serviços sociais e assistenciais:** Assistência a cidadãos em situação de vulnerabilidade, informações sobre direitos e deveres, apoio em casos de emergência.

- **Serviços relacionados à mobilidade:** Viagem de menores, circulação de animais de companhia, Títulos de Viagem Única.

- **Serviços eleitorais:** Recenseamento eleitoral, organização de eleições[7].

No geral, são tarefas comuns a qualquer Embaixada. No entanto, cabe ressaltar que a diversidade dos serviços oferecidos demonstra o compromisso da instituição em atender às necessidades da comunidade portuguesa.

4.2. Atividades desempenhadas na Embaixada como estagiária

O estágio na Embaixada teve inicio a 15 de abril de 2024 e deste então foram desempenhadas diversas funções, com especial atenção a gestão das redes sociais, *Instagram* e *Facebook*, da instituição. Esta responsabilidade envolve uma série de atividades que objetivam fortalecer a presença online da Embaixada e promover a interação com o público-alvo, maioritariamente composto por cidadãos portugueses residentes ou em visita à Hungria.

Para ilustrar as atividades realizadas, são apresentadas a seguir, numa tabela, a descrição detalhada de cada tarefa.

Tabela 2 – Atividades realizadas durante o estágio

Criação e planeamento do conteúdo para as redes sociais da Embaixada	Elaboração de publicações atraentes, incluindo a pesquisa de imagens e de videos, e o copywritting que fizesse sentido para o público-alvo, sendo ele feito em português e traduzido para o inglês. O planeamento foi essencial para garantir uma presença consistente e bem organizada nas redes.

[7] https://portaldascomunidades.mne.gov.pt/pt/atendimento/no-estrangeiro/servicos-consulares

Elaboração de um calendário de publicações	A fim de garantir que os conteúdos sejam publicados regularmente e em horários otimizados com base nos dados estatísticos da *Meta Plataforms*. Este fator ajudou a manter a comunicação constante e ainda a promoção de eventos e campanhas (Eleições europeias, Evento 25 de abril, Dia da Língua Portuguesa, etc.).
Monitorização e análise	Acompanhamento e análises constantes do desempenho das publicações e das campanhas atrás da ferramenta de análises disponibilizadas pela *Meta Plataforms*. Foi feita a análise métrica como o alcance, a interação, os gostos, os comentários e as partilhas. Estes dados foram utilizados para ajustar a estratégia utilizada.
Interação com o público	É quase nula. Por ser uma página oficial do governo, as perguntas e sugestões devem ser enviadas e respondidas pelo e-mail institucional.
Tarefas consulares	As atividades consulares desenvolvidas consistiam no atendimento ao público, processamento de vistos, renovação dos documentos de identificação,

	reconhecimentos, autenticações e procurações, e, ainda, a realização de documentos oficiais.

Fonte: Tabela criada no *Word* com a descrição das tarefas

Para além das informações apresentadas acima, também foi elaborado um Diário de Bordo (ver Anexo 3), que apresenta um registo detalhado das tarefas realizadas, desafios enfrentados e aprendizagens obtidas durante todo o estágio.

4.2.1. Ferramentas e plataformas digitais utilizadas

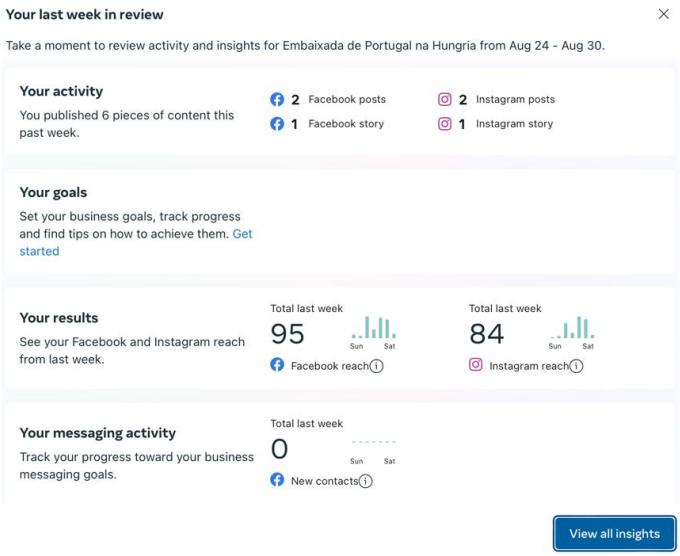
A gestão das redes sociais da Embaixada foi sempre alinhada ao manual de boas práticas do Ministério dos Negócios Estrangeiros, o qual, por razões de sigilo, não pode ser divulgado integralmente neste documento, mas que dá orientações de como gerenciar a Comunicação da instituição, seja ela interna ou externa.

Entre as principais plataformas utilizadas como canal de interação, destacam-se o *Facebook* e o *Instagram*, que foram geridos de forma integrada, com as mesmas publicações a serem partilhadas em ambos, com o intuito de alcançar um público maior. Essa presença nas plataformas permitiu que as informações formais e institucionais, como comunicados oficiais, atualizações sobre serviços consulares e notícias de interesse geral, fossem amplamente disseminadas.

Para a criação das artes, foi utilizado maioritariamente o *Canva*. Este recurso é uma plataforma online de design gráfico que permite criar diversos tipos de materiais visuais de forma intuitiva e rápida. Isso possibilita que mesmo pessoas leigas no ramo do design gráfico consigam aceder e utilizar as ferramentas sem muita dificuldade. Através desta ferramenta foi possível, portanto, desenvolver e adaptar as peças gráficas às especificidades das plataformas (ver Anexo 4), o que promoveu uma comunicação que tivesse, além de uma boa coerência e coesão textual, um caráter visualmente atrativo.

Nesse contexto, outra ferramenta crucial utilizada foram as análises das métricas oferecidas pelas próprias plataformas da *Meta*. As métricas do *Instagram* e do *Facebook* são como uma visão mais abrangente da caracterização do perfil dos utilizadores e das suas publicações. Elas oferecem dados quantitativos que ajudam a entender como o conteúdo está a ser recebido e como o público interage com as publicações através de gostos, comentários, partilhas e publicações guardadas. Além disso, essa métrica também fornece dados sociodemográficos detalhados sobre os espectadores, como a percentagem de interações separadas por género, país e cidade.

Figura 2 - Visão geral do desempenho nas redes sociais da Embaixada de Portugal na Hungria.



Fonte: Dados fornecidos pela *Meta Platforms* em 30/08/2024.

Os dados a seguir apresentam os números, em percentagem, das interações nas plataformas *Facebook* e *Instagram* cuja caracterização foi subdividida entre países e cidades.

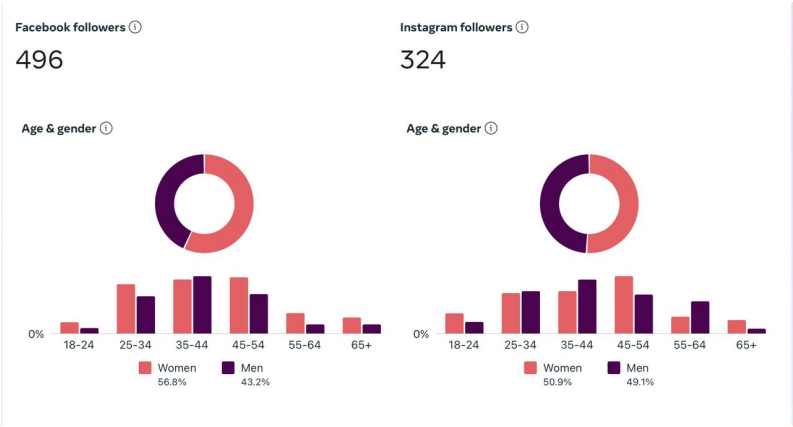
Figura 3- Perfil demográfico dos seguidores da Embaixada de Portugal na Hungria nas plataformas *Facebook* e *Instagram; Cidades*



Fonte: Dados fornecidos pela *Meta Platforms* em 30/08/2024.

Mais um exemplo demonstrativo, onde os dados apontam que grande parte dos seguidores se encontra na faixa etária entre 25 e 44 anos, com uma leve predominância do público feminino.

Figura 4- Perfil demográfico dos seguidores da Embaixada de Portugal na Hungria nas plataformas *Facebook* e *Instagram; Género e Faixa Etária.*



Fonte: Dados fornecidos pela *Meta Platforms* em 30/08/2024.

A partir da observação dessas métricas foi possível ter um panorama de como as publicações estavam a ser recebidas pelo público e com base nesses dados adaptar as publicações em função do feedback.

4.2.2. O calendário de publicações

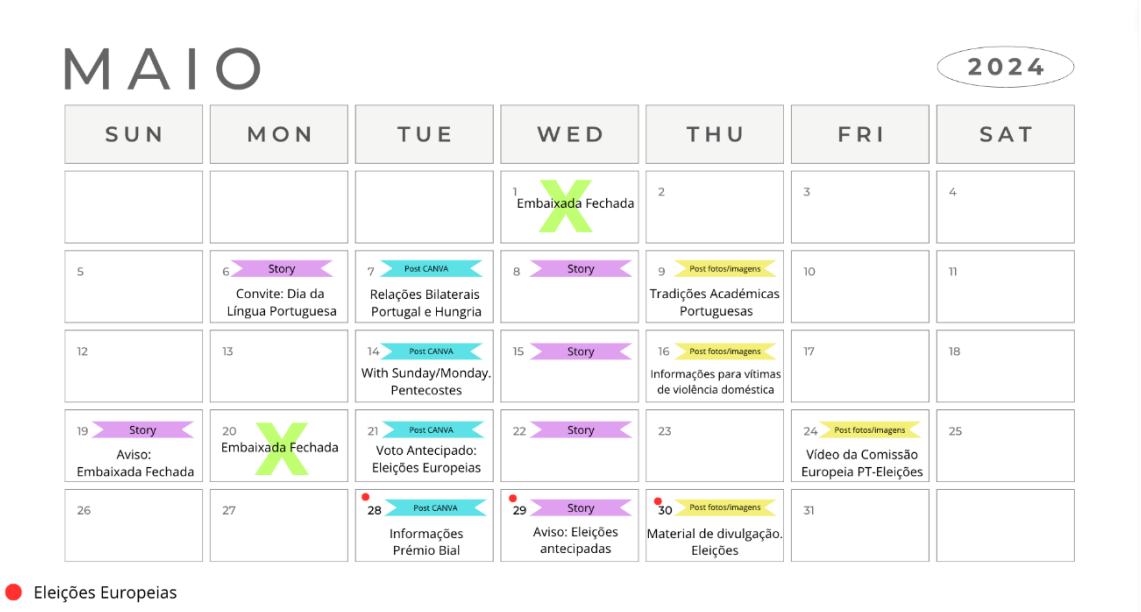
Para garantir a seriedade e a qualidade dos conteúdos divulgados, a Embaixada dispõe de um manual de boas práticas para a comunicação digital. Este documento, que não pode ser divulgado integralmente por questões de confidencialidade, orienta os colaboradores sobre os procedimentos a serem seguidos na criação e na divulgação de conteúdo, com o objetivo de preservar a imagem institucional.

Apesar da existência de um manual de boas práticas, que à primeira vista pode parecer limitador em relação à autonomia de um criador de conteúdo, percebeu-se que havia espaço para aprimorar a comunicação da Embaixada nas redes sociais. A dinâmica e a constante evolução das plataformas digitais, com as novas funcionalidades, necessidades do público e tendências visuais, suscitaram o questionamento sobre a possibilidade de conciliar a formalidade inerente à representação institucional com uma comunicação mais atrativa e próxima do público. A partir dessa reflexão, surgiu a ideia de explorar estratégias para otimizar a comunicação da Embaixada nas redes sociais e aproveitar o potencial das plataformas digitais.

Chiavenato (1999, citado por Ruiz, 2007) destaca a importância da comunicação organizacional como uma ferramenta estratégica para o alcance dos objetivos organizacionais. Ao integrar a comunicação no planeamento estratégico, as empresas podem otimizar a troca de informações, fortalecer a cultura organizacional e promover um ambiente de trabalho mais colaborativo.

Portanto, com o objetivo de aplicar os conhecimentos teóricos na prática, foi proposto a criação de um calendário mensal de publicações (Figura 5) como primeira medida para aprimorar a comunicação da Embaixada. Esse calendário foi implementado a partir de maio de 2024, quinze dias após o início do estágio.

Figura 5- Calendário de publicações do mês de Maio



Fonte: calendário feito e editado no Canva

Para garantir a relevância e a atualidade dos conteúdos, este calendário editorial foi elaborado mensalmente (ver Anexo 5) e contemplava datas comemorativas, eventos relevantes e temas de interesse para o público-alvo. A partir desse calendário, definiu-se os formatos das publicações que, como referido anteriormente, precisavam seguir o manual de boas práticas do MNE. As imagens e os textos -Ou *copywriting*-[8] eram decididos de modo a garantir a coerência visual e a qualidade da Comunicação. (Ver Anexo 4) Essa organização facilitou a produção de conteúdo para eventos relacionados a datas importantes como as Eleições Europeias, o 25 de Abril, o Dia da Língua Portuguesa, entre outros, a contribuir para uma maior visibilidade e impacto das ações nas redes sociais.

4.2.3. Análise do questionário e Estratégias de Comunicação

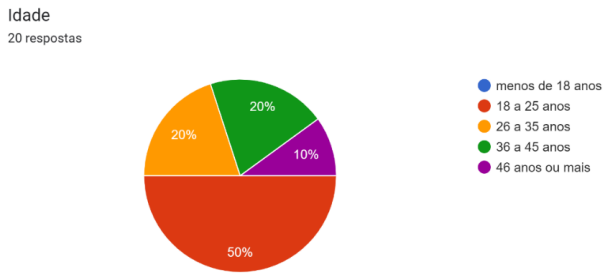
A partir desta análise preliminar, podemos iniciar de forma minusciosa uma exploração dos dados, a começar pela caracterização do público que foi obtida, não só

[8] "Copywriting is the optimum use of language to promote or persuade." (Albrighton, 2010, p. 5)

através das métricas da *Meta Plataforms*, mas confirmadas através das repostas do questionário. As perguntas de número 1 a 4 foram relacionadas a dados sociodemográficos dos participantes sendo elas, respetivamente, a idade, o sexo, o tempo de residência na Hungria e o motivo da mudança.

No Gráfico 1, a análise das informações sobre as idades dos inquiridos revela um perfil predominantemente jovem entre os seguidores da Embaixada de Portugal em Budapeste. A faixa etária entre os 18 e os 25 anos concentra a maior parte dos participantes, representando 50% do total. As demais faixas etárias, embora presentes, apresentam uma distribuição mais equilibrada.

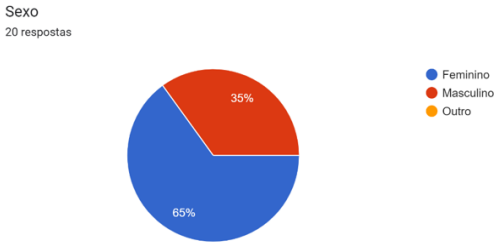
Gráfico 1- Idade



Fonte: gráfico gerado automáticamente pelo *Google Forms*.

No Gráfico 2, a análise dos dados de sexo aponta uma predominancia do género feminino entre os seguidores, sendo este 65%.

Gráfico 2- Sexo

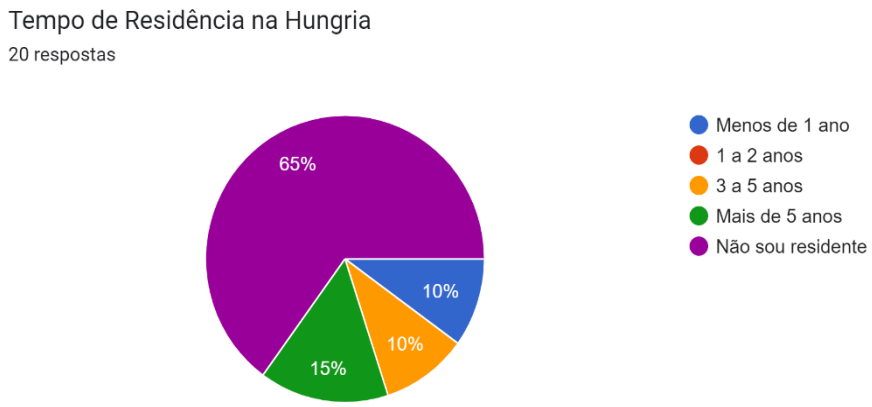


Fonte: Gráfico gerado automáticamente pelo *Google Forms.*

Dados recolhidos e divulgados pelo site Invoice Express indicam que "na sua maioria acedem à internet 52,8% de mulheres e 47,2% de homens, em que a média de idades ultrapassa os 45 anos. Estes dados mantêm-se face a 2022. A população portuguesa tem, maioritariamente, entre 45 e 54 anos e mais de 65 anos."[9]. Ao fazer a comparação desses dados com os aqueles apresentados pelo Gráfico 1, observa-se que, embora a maioria dos seguidores da Embaixada seja jovem, a média de idade dos utilizadores de internet em Portugal ultrapassa os 45 anos. Isso sugere que as redes sociais da missão portuguesa em Budapeste tem um público mais jovem e feminino do que a média da população portuguesa no geral.

No Gráfico 3, a maior parte dos participantes, a representar 65% do total, não reside na Hungria.

Gráfico 3- População residente ou não residente



Fonte: Gráfico gerado automáticamente pelo *Google Forms.*

Embora não residam na Hungria, a pesquisa considera, além dos imigrantes residentes, os cidadãos portugueses de passagem pelo país. Estes também enquadram-

9 https://invoicexpress.com/relatorio-digital-portugal-2023

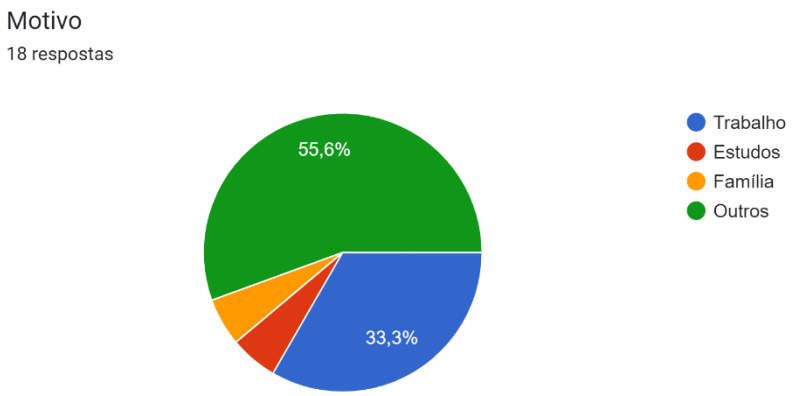
se como público-alvo, pois podem utilizar as redes da Embaixada como fonte de informação em caso de necessidade e/ou curiosidade.

O segundo grupo mais expressivo, composto por pessoas residentes no país há mais de 5 anos (15%), pode representar um maior interesse em assuntos relacionados ao seu país de origem motivados ou por questões culturais, ou por questões de auxílios em problemas burocráticos que possam ter surgido eventualmente ao longo dos anos.

No que toca os motivos pelos quais os cidadãos portugueses decidiram emigrar para a Hungria, o Gráfico 4, apesar de aprensentar a predominância de 'Outros' como motivação, também demonstra que o trabalho emergiu como o segundo motivo mais escolhido (33,3%) e destaca a importância do mercado de trabalho húngaro na atração de profissionais portugueses. Estudos e família, com 5,6% cada, aparecem como motivos menos frequentes e sugere que a Hungria pode não ser o destino mais comum para estudantes que decidam estudar fora de Portugal.

Segundo Ines (2020), o período entre 2008 e 2017 foi caracterizado por um crescimento exponencial nas entradas de portugueses na Hungria, atingindo o ápice em 2017. Antes desse período, as entradas eram mais baixas e voláteis. A análise dos dados sugere que a Hungria tornou-se num destino atrativo para os portugueses, em busca de oportunidades de trabalho, especialmente após 2008. No entanto, a categoria "Outros" merece uma investigação mais aprofundada para compreender os demais fatores que motivaram a migração.

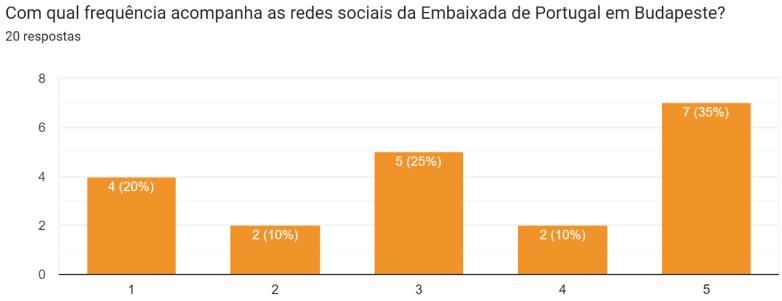
Gráfico 4- Motivação da imigração ou visita



Fonte: Gráfico gerado automáticamente pelo *Google Forms.*

Por meio da Escala de Likert, foi avaliada a frequência com que os cidadãos portugueses residentes na Hungria, ou de visita, acompanham as redes sociais da Embaixada, cujos resultados estão representados no Gráfico 5

Gráfico 5- Frequencia de acompanhamento



Fonte: Gráfico gerado automáticamente pelo *Google Forms.*

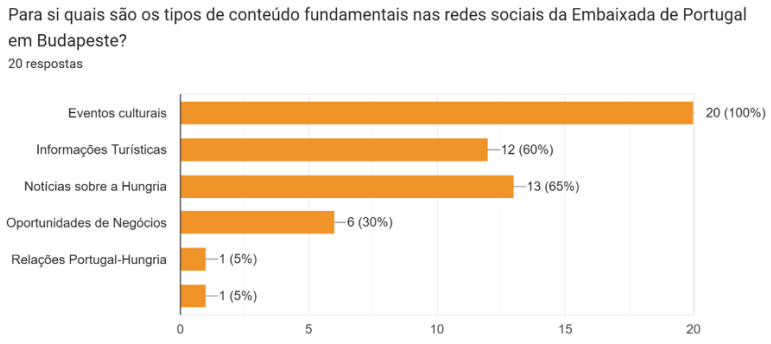
Baseado nisto, o Gráfico 5 apresenta um cenário positivo, mas com oportunidades para melhoria. A maioria dos inquiridos (35%) acompanha as redes sociais da Embaixada com muita frequência, demonstrando um alto nível de interação e interesse nas informações e atualizações partilhadas. Isso indica que a Embaixada tem

conseguido alcançar e manter um grupo considerável da comunidade portuguesa informado sobre assuntos relevantes.

No entanto, um quarto dos participantes (25%) acompanha as redes sociais com frequência moderada, e outros 40% (20% em cada nível 1 e 2) acompanham com baixa frequência ou muito baixa frequência. Esse dado sugere que existe um potencial para aumentar o alcance e a interação com uma parcela da comunidade que ainda não está tão conectada aos canais digitais da Embaixada.

Com relação ao Gráfico 6, cujos dados são relacionados a pergunta sobre quais tipos de conteúdo são relevantes, os inquiridos indicaram que, em primeiro lugar, os eventos culturais são a categoria mais valorizada, com 100% de repostas indicando-a como fundamental. Isso demonstra um grande interesse da comunidade em participar de atividades culturais e estar informada sobre as iniciativas da Embaixada nessa área.

Gráfico 6- Conteúdos fundamentais das Redes Socias



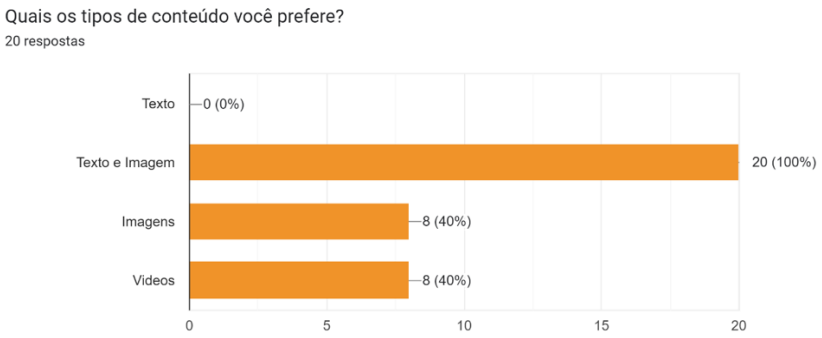
Fonte: Gráfico gerado automáticamente pelo *Google Forms.*

Em seguida, as notícias sobre a Hungria e as informações turísticas também destacam-se como conteúdos de grande interesse, com 65% e 60% dos participantes, respectivamente. Essas respostas indicam um desejo da comunidade em manter-se informada sobre o país onde reside e em explorar as oportunidades turísticas oferecidas tanto por Portugal quanto pela Hungria.

Em contrapartida, as oportunidades de negócios e as relações Portugal-Hungria obtiveram menor destaque, com apenas 30% e 5% dos respondentes, respetivamente. Embora importantes, esses temas parecem ser menos prioritários para a maioria dos seguidores.

A menor proporção de inquiridos interessados em oportunidades de negócios e relações Portugal-Hungria pode estar relacionada ao perfil mais jovem da audiência como constatado no Gráfico 1. Jovens tendem a buscar informações mais relacionadas ao estilo de vida, lazer e cultura, enquanto que temas como negócios e relações internacionais parecem ser mais relevantes para um público mais específico.

Gráfico 7- Tipos de Conteúdo.



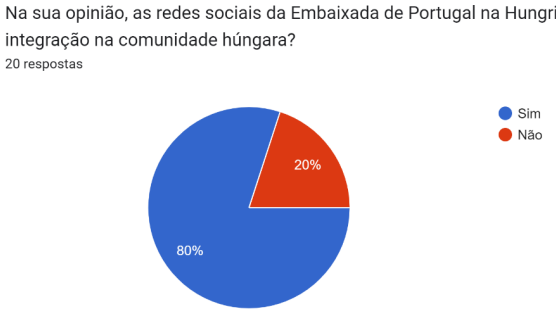
Fonte: Gráfico gerado automáticamente pelo *Google Forms.*

Com relação ao tipo de conteúdo preferido entre eles, dentre as opções apresentadas e que podem ser observadas no Gráfico 7, a combinação de texto e imagem obteve 100% de preferência, o que indica que os utilizadores buscam uma experiência visualmente atraente, o que é compreensível e justificável considerando que a rede social instagram foi criada inicialmente para a partilha de imagens[10]. Assim, os utilizadores que fazem a sua inscrição na plataforma esperam, ao acede-la, encontrar imagens e dinamismo, muito mais do que extensos textos. Essa premissa é reforçada quando a preferência por texto aparece com o valor percentual de 0%.

10 https://pt.wikipedia.org/wiki/Instagram

Embora a combinação de texto e imagem tenha tido destaque, tanto imagens quanto vídeos isoladamente também obtiveram um índice significativo de preferência (40% cada), evidenciando a importância do conteúdo visual num contexto geral.

Gráfico 8- Integração na comunidade húngara



Fonte: Gráfico gerado automáticamente pelo *Google Forms.*

O Gráfico 8 mostra o resultado das repostas relacionadas a como a comunicação da Embaixada consegue auxiliar na integração da comunidade portuguesa com a comunidade húngara. Percebe-se um alto nível de satisfação através das respostas. Um percentual de 80% afirma que as redes sociais da Embaixada contribuem diretamente nesse processo de integração. Esse resultado positivo indica que a Embaixada está a usar as suas plataformas digitais numa direção positiva neste aspecto.

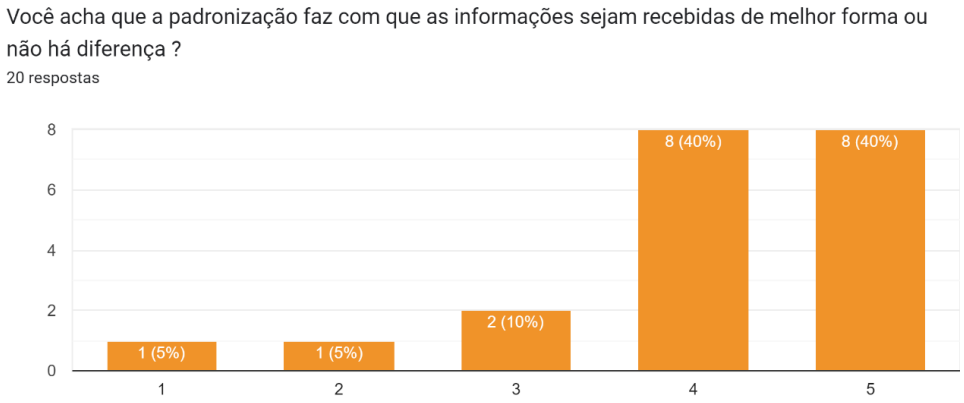
Gráfico 9- Eficácia na relação entre a comunidade e a Embaixada



Fonte: Gráfico gerado automáticamente pelo *Google Forms.*

Quanto à eficácia do *Instagram* e do *Facebook* como canais de comunicação entre a comunidade portuguesa e a Embaixada, o Gráfico 9 mostra que 90% dos participantes afirmam que sim, as redes sociais citadas mostram-se como boas ferramentas para a interação e a comunicação entre a Embaixada e a comundiade.

Gráfico 10- Como a padronização é recebida



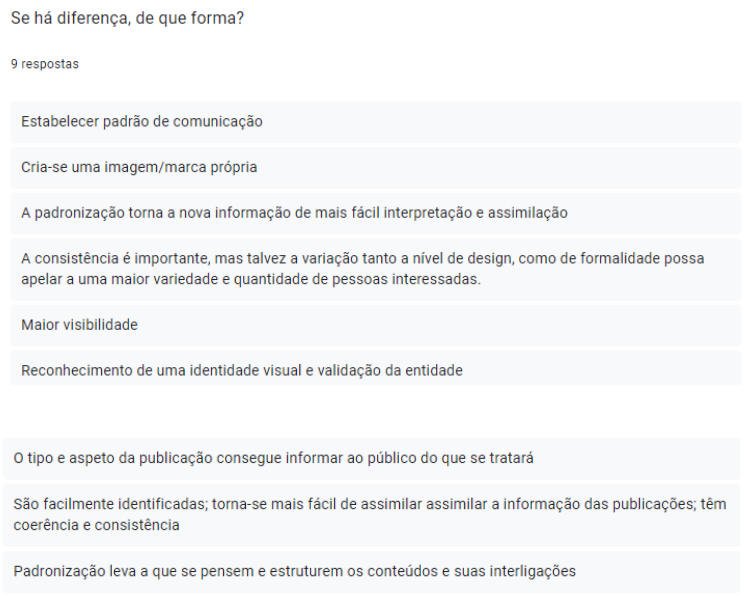
Fonte: Gráfico gerado automáticamente pelo *Google Forms.*

As opiniões sobre o impacto da padronização na forma como as informações são recebidas, apontadas no Gráfico 10, mostram que quase metade dos participantes (40%) acredita que a padronização contribui significativamente para uma melhor compreensão das informações, a indicar que a consistência e a organização facilitam a assimilação do conteúdo.

Já a outra metade dos participantes (40%) também concorda que a padronização influencia positivamente a receção das informações, mas de forma menos intensa. Isso sugere que, embora a padronização seja benéfica, outros factores também podem influenciar a compreensão, como a complexidade do assunto a ser publicado por exemplo.

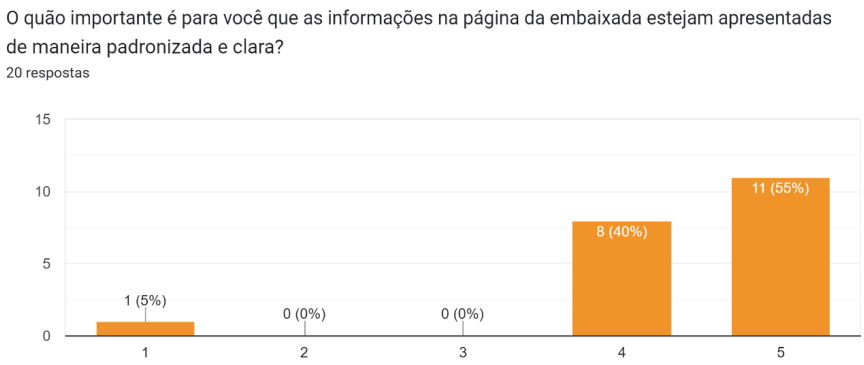
É interessante notar que apenas uma pequena parcela (10%) dos participantes acredita que a padronização não faz diferença na forma como as informações são recebidas. Esse resultado indica que, de maneira geral, a maioria das pessoas enquanto meros visualizadores, concordam sobre a importância da padronização para que as mensagens e as informações sejam transmitidas de maneira positiva. Porém, os dados obtidos também demonstram que a padronização pode variar e depender de diversos fatores, e que é importante encontrar um equilíbrio entre a padronização e a flexibilidade na construção das mensagens e das publicações (ver Figura 6).

Figura 6- Respostas livres obtidas através do questionário cuja pergunta era sobre a padronização das publicações



Fonte: Formulário realizado através do *Google Forms.*

Gráfico 11- Importância da apresentação padronizada e clara

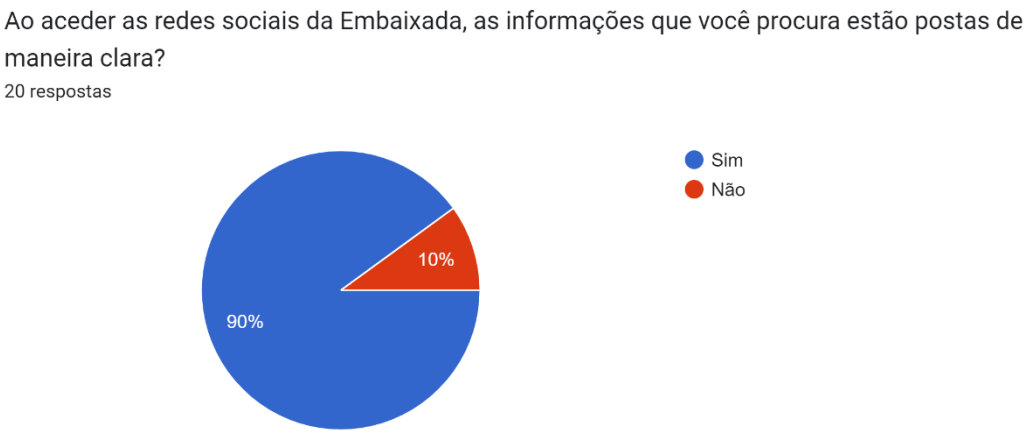


Fonte: Gráfico gerado automáticamente pelo *Google Forms.*

Ainda relacionado à padronização, mas com relação ao grau de importância de haver ou não uma padronização, o Gráfico 11 aponta uma forte tendência do público em preferir receber informações padronizadas e claras na página da Embaixada. Para essa pergunta também foi utilizada a escala de Likert subdividida em níveis de grau de importância enumerados de 1 a 5, sendo 1 o menor grau de importância e 5 o maior.

Os dados obtidos foram: 55% dos inquirdos consideram essa característica muito importante, enquanto 40% a consideram importante. Apenas 5% atribuíram menor importância a essa característica. Esses resultados indicam que a maioria dos utilizadores valoriza a organização e a clareza na apresentação das informações, o que facilita o acesso e a busca por informações específicas.

Gráfico 12- Disposição das informações



Fonte: Gráfico gerado automáticamente pelo *Google Forms.*

Por fim, o Gráfico 12, relacionado à clareza das informações publicadas pelas redes sociais da Embaixada, mostra a alta satisfação dos utilizadores, onde 90% dos participantes afirmam que as informações são apresentadas nitidamente, a evidenciar a concisão e clareza.

Até este ponto, as respostas obtidas através do questionário foram importantes para construir um quadro inicial cuja fundamentação foi baseada nas experiências e opiniões dos participantes. Porém, como já fora citado, a triangulação de dados é imprescindível para aumentar a validade e a fiabilidade dos resultados desta pesquisa.

Para isso, a análise dos dados fornecidos pela *Meta Platforms* permitirá identificar padrões, tendências e correlações que não se mostraram evidentes nas respostas obtidas. Ao combinar os resultados das duas análises, poderemos construir um quadro mais completo.

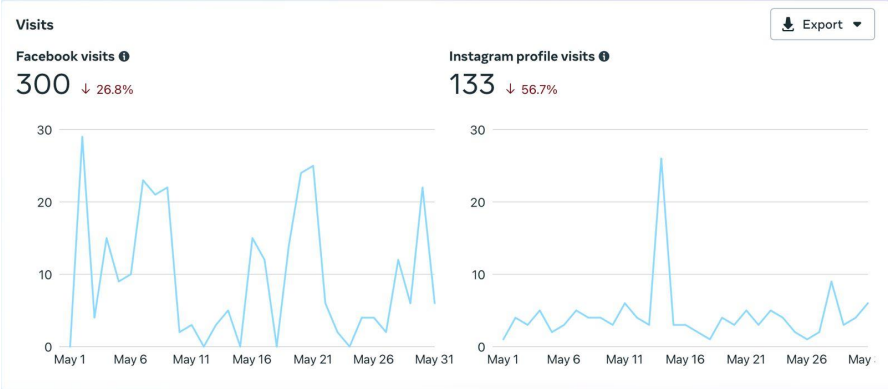
4.2.4. Análise das métricas da *Meta Plataforms*

Para além do calendário, com o objetivo de fundamentar as decisões estratégicas, decidiu-se analisar os dados das métricas fornecidas pela *Meta Plataforms*. Esses dados permitiram identificar tendências, mensurar o alcance das publicações e,

portanto, avaliar a eficácia das ações implementadas, o que contribuiu para a tomada de decisões mais assertivas baseadas em evidências.

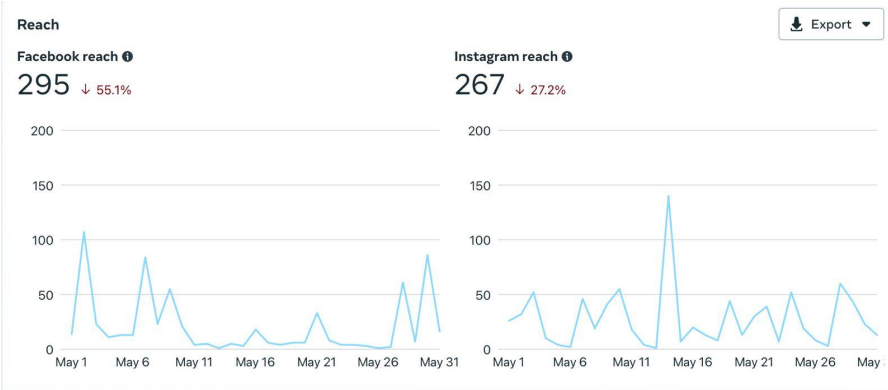
Os primeiros gráficos referentes ao mês de maio, posterior ao inicio do estágio a e primeiro mês após a implementação do calendário de publicações, no período de 01/05/2024 a 30/05/2024, obtiveram os seguintes resultados:

Gráfico 13- Visitas ao Facebook e ao Instagram - maio



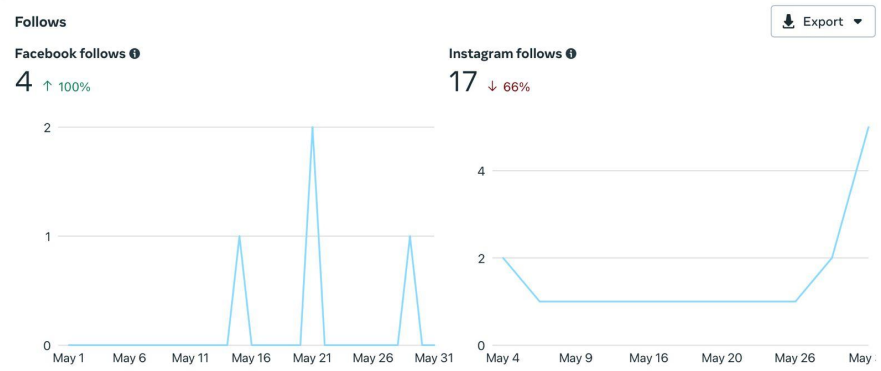
Fonte: Gráfico gerado automáticamente pela *Meta Plataforms.*

Gráfico 14- Alcance do Facebook e do Instagram - maio



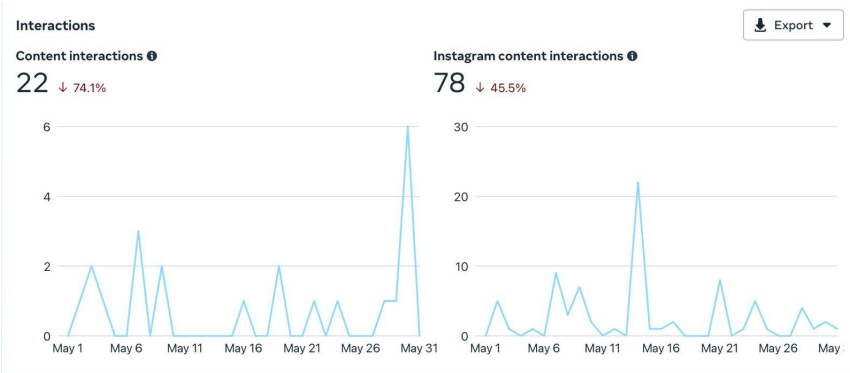
Fonte: Gráfico gerado automáticamente pela *Meta Plataforms.*

Gráfico 15- Seguidores do Facebook e do Instagram- Maio



Fonte: Gráfico gerado automáticamente pela *Meta Plataforms.*

Gráfico 16- Interação de conteúdo do Facebook e do Instagram - Maio



Fonte: Gráfico gerado automáticamente pela *Meta Plataforms.*

Os dados fornecidos pela *Meta* referentes ao mês de maio em comparação ao mês anterior mostram uma queda no desempenho tanto no *Facebook* quanto no *Instagram*. O alcance do *Facebook* foi de 295 utilizadores, com uma queda de 55,1%, enquanto o *Instagram* teve um alcance de 267 utilizadores, com uma redução de 27,2%.

Em termos de interações com o conteúdo, o *Facebook* registou 22 interações, apresentando um declínio de 74,1%, enquanto o *Instagram* teve 75 interações, com uma queda de 45,5%. As visitas também caíram em ambas as plataformas: no *Facebook* foram 300 visitas, com uma redução de 26,8%, e no *Instagram* foram 133 visitas, com uma queda ainda mais acentuada de 56,7%.

No que diz respeito aos novos seguidores, o *Facebook* registou um crescimento de 100%, somando 4 novos seguidores, enquanto o *Instagram* ganhou 17 novos seguidores, mas com um declínio de 66% em relação ao período anterior.

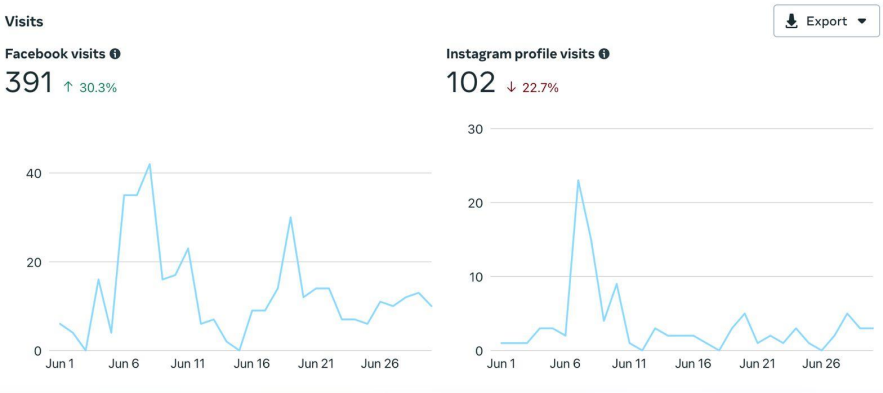
Essa análise evidencia uma tendência de declínio nas métricas principais, especialmente no *Facebook*, que sofreu quedas mais acentuadas em interações e alcance, apesar do aumento no número de seguidores. O *Instagram* também enfrentou desafios, embora as suas interações com o conteúdo tenham sido mais resilientes em comparação com o *Facebook*.

Ao comparar os registos das metricas com os apontamentos do diário de bordo (ver Anexo 3), a padronização visual exigida pelas eleições europeias ocorridas durante o mês de maio impôs alguns desafios na criação das publicações para as redes. O volume expressivo de conteúdo a ser produzido, aliado à necessidade de seguir um padrão visual específico, limitou a flexibilidade e o alcance das publicações. Apesar de ter sido considerada uma alteração no plano de comunicação, optou-se por manter a identidade visual estabelecida, visando a consistência da imagem da Embaixada. Essa decisão, embora justificável, impactou diretamente o alcance, que esteve concentrado num público que, embora sempre ativo, era limitado.

Neste período, a publicação sobre a Queima das Fitas destacou-se em termos de interação, e pode ser considerada como uma possível direção sobre os potenciais tipos de conteúdo de maior interesse do público.

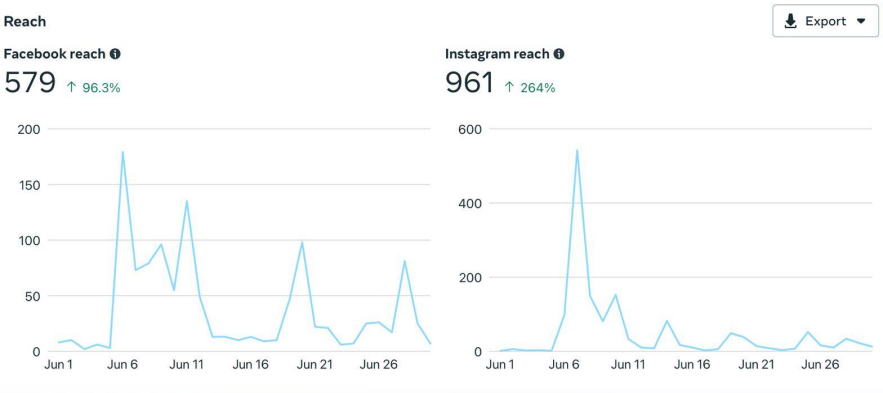
Os gráficos referentes às datas de 01/06/2024 a 30/06/2024, após a implementação do calendário apresentaram os seguintes números

Gráfico 17.-Visitas ao *Facebook* e ao *Instagram* – junho



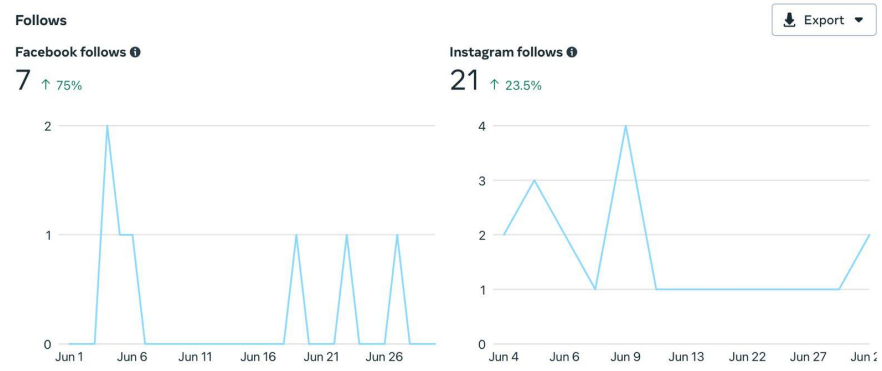
Fonte: Gráfico gerado automáticamente pela *Meta Plataforms.*

Gráfico 18- Alcance do *Facebook* e do *Instagram* - junho



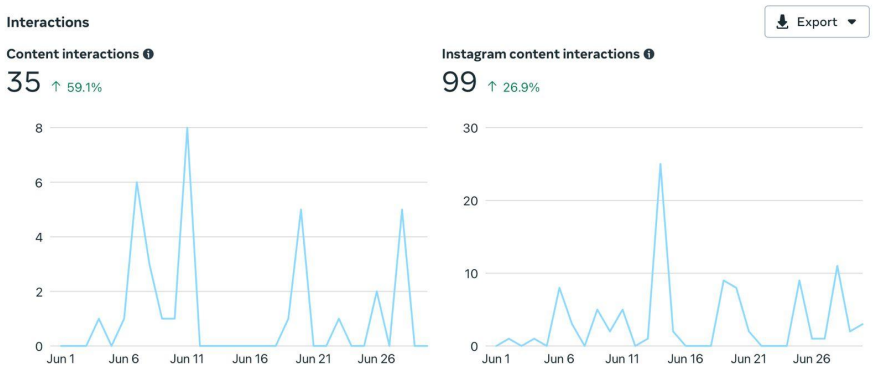
Fonte: Gráfico gerado automaticamente pela *Meta Plataforms.*

Gráfico 19- Seguidores do *Facebook* e do *Instagram* - junho



Fonte: Gráfico gerado automáticamente pela *Meta Plataforms.*

Gráfico 20. Interações do *Facebook* e do *Instagram* - junho



Fonte: Gráfico gerado automáticamente pela *Meta Plataforms.*

Os dados de junho em comparação a maio mostram uma melhora em ambas as redes. O alcance no *Facebook* foi de 579 utilizadores, representando um aumento de 96,3%, enquanto no *Instagram* o alcance foi de 961 utilizadores, que obteve um crescimento de 264%. As interações com o conteúdo no *Facebook* subiram para 35 utilizadores, com um acréscimo de 59,1%, e no *Instagram* chegaram a 99 utilizadores, com um crescimento de 26,9%.

As visitas no *Facebook* também aumentaram, totalizando 391 novas visitas, com um aumento de 30,3%, porém, no *Instagram* estas caíram para 102 novas visitas, com um declínio de 22,7%. Em relação aos novos seguidores, o *Facebook* ganhou 7, registando um crescimento de 75%, enquanto o *Instagram* obteve 21 novos seguidores, com um aumento de 23,5%.

Esses dados apontam uma recuperação no desempenho, especialmente no alcance e nas interações com o conteúdo, indicando um aumento da interatividade do público em ambas as plataformas, em destaque para o *Instagram,* que ganhou um crescimento notório no alcance. Por outro lado, a queda nas visitas ao *Instagram* sugere que, apesar de alcançar mais utilizadores, o tráfego não acompanhou o mesmo ritmo de crescimento.

Essa melhoria de desempenho pode estar relacionada com a introdução da nova séria mensal de publicações nomeada: “Relembrar Portugal”, cujo conteúdo foi publicado nas penúltimas quintas-feiras de cada mês. Essa medida surgiu com a finalidade de diversificar os tópicos e atrair um maior público, já que a publicação sobre a Queima das Fitas no mês anterior foi a que obteve mais retorno positivo.

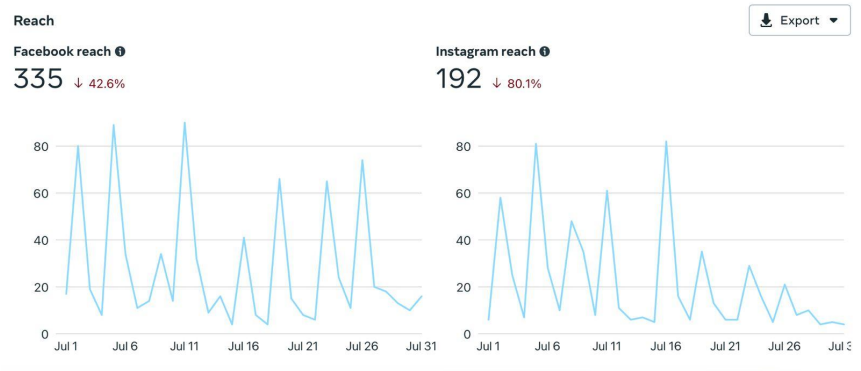
Já nas datas de 01/07/2024 a 30/07/2024 os gráficos apresentam os seguintes dados.

Gráfico 21- Visitas do *Facebook* e do *Instagram* – julho



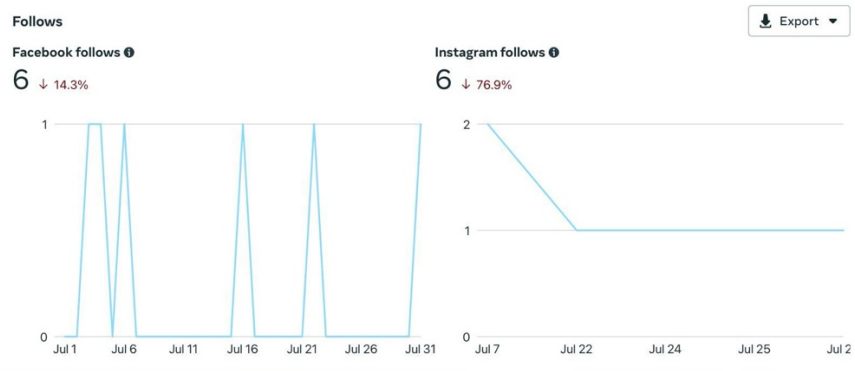
Fonte: Gráfico gerado automáticamente pela *Meta Plataforms.*

Gráfico 22-Alcance do *Facebook* e do *Instagram* - julho



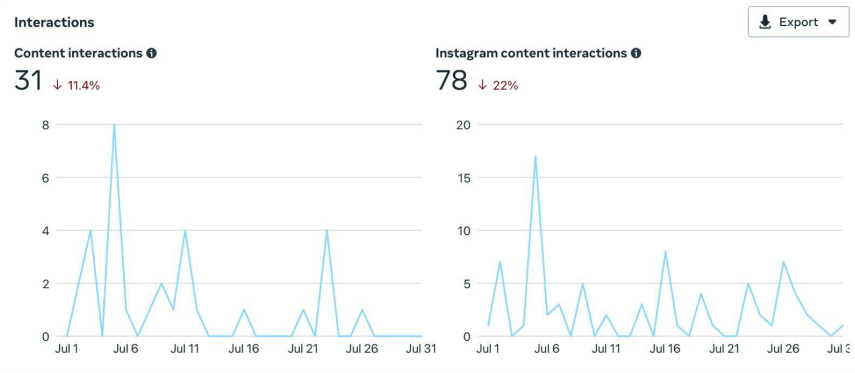
Fonte: Gráfico gerado automáticamente pela *Meta Plataforms.*

Gráfico 23- Seguidores do *Facebook* e do *Instagram* - julho



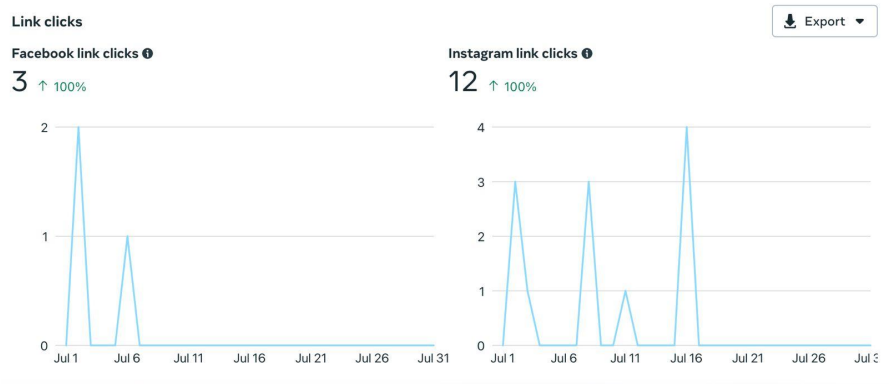
Fonte: Gráfico gerado automáticamente pela *Meta Plataforms.*

Gráfico 24- Interações do *Facebook* e do *Instagram* - julho



Fonte: Gráfico gerado automáticamente pela *Meta Plataforms.*

Gráfico 25- Click nos Links do Facebook e do Instagram - julho



Fonte: Gráfico gerado automáticamente pela *Meta Plataforms.*

A análise para o mês de julho, em comparação com junho, apresenta variações de desempenho. No *Facebook*, o alcance foi de 335, o que representa uma diminuição de 42,6% em relação ao mês anterior. No *Instagram*, o alcance caiu ainda mais, com uma redução de 80,1%, atingindo somente 192 utilizadores. Em termos de interações com o conteúdo, o *Facebook* teve 31 novas interações, uma queda de 11,4%, enquanto o *Instagram* teve 78 novas interações, com uma redução de 26,9%.

As visitas ao *Facebook* também diminuíram, totalizando 359 novas visitas, uma queda de 9,6% em relação ao mês anterior. No entanto, o *Instagram* viu um aumento de 13,9% nas visitas, alcançando 123 novas visitas. O número de seguidores no *Facebook* caiu para 6, representando uma diminuição de 14,3%. O *Instagram* registou o mesmo número, mas com uma queda de 76,9%.

Além disso, outro novo dado fornecido pela *Meta* para o mês de julho foram os cliques no *link* do *Facebook* da Embaixada, cuja quantidade foi de 3, representando um aumento de 100%, igualando-se ao crescimento registrado no *Instagram*, que teve 12 cliques em links, também com um aumento de 100%. Esses dados indicam que, enquanto o desempenho geral no *Facebook* e no *Instagram* teve quedas em várias métricas principais, houve um crescimento nas interações com links, sugerindo que as campanhas ou posts que incluíram links podem ter sido importantes na interação com os seguidores.

As atividades de julho focaram-se maioritariamente na promoção da Presidência Húngara do Conselho da União Europeia e na divulgação do memorial em homenagem a Sampaio Garrido e Teixeira Branquinho, dois nomes de destaque na diplomacia portuguesa. Paralelamente, também houve a cobertura dos Jogos Europeus Universitários, realizados em duas cidades da Hungria. Contudo, a Embaixada teve uma participação limitada na promoção e divulgação desses eventos nas redes sociais. Este afastamento resultou numa interação mais modesta e numa presença digital reduzida, especialmente em relação aos Jogos, que poderiam ter sido usados para gerar mais visibilidade.

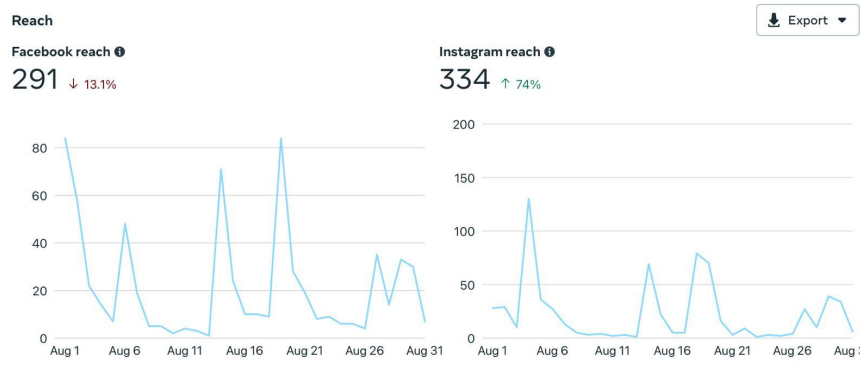
Os dados referentes ao período de 01/08/24 a 30/08/24 permitiram recolher os seguintes dados.

Gráfico 26- Visitas do *Facebook* e do *Instagram* – agosto



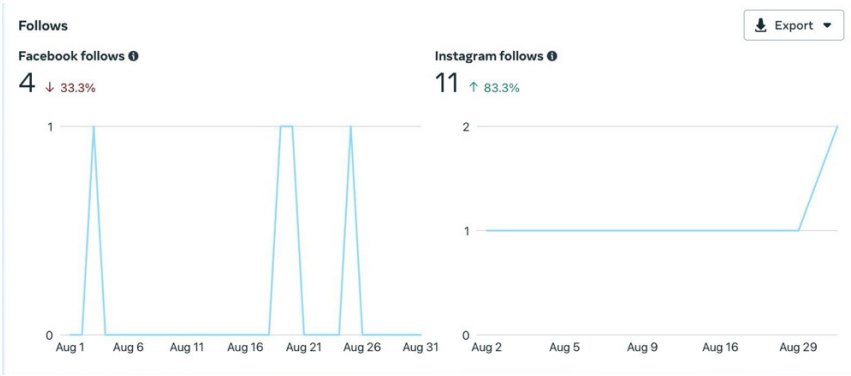
Fonte: Gráfico gerado automáticamente pela Meta Plataforms.

Gráfico 27- Alcance do *Facebook* e do *Instagram* – agosto



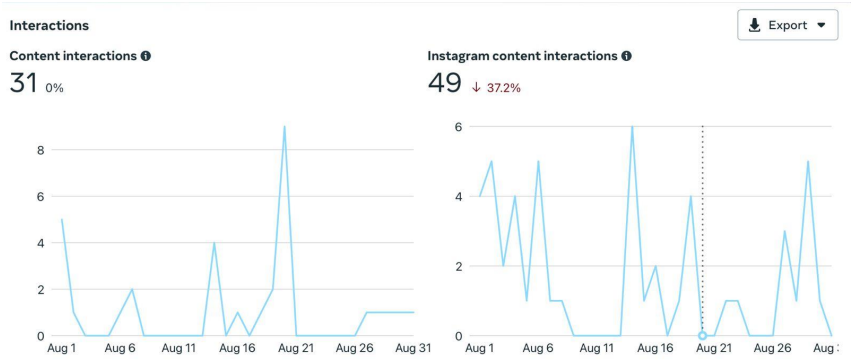
Fonte: Gráfico gerado automáticamente pela *Meta Plataforms.*

Gráfico 28-Seguidores do *Facebook* e do *Instagram* - agosto



Fonte: Gráfico gerado automáticamente pela Meta Plataforms*.*

Gráfico 29- Interações do *Facebook* e do *Instagram* - agosto



Fonte: Gráfico gerado automáticamente pela *Meta Plataforms.*

A análise dos dados de agosto em comparação com julho revela tendências mistas nas métricas de desempenho das plataformas. O alcance no *Facebook* continuou a cair, registando somente 291 utilizadores alcançados, com um declínio de 13,1%. Em contrapartida, o *Instagram* experimentou um crescimento significativo de 74%, atingindo um alcance de 334 novos utilizadores. Esse aumento no *Instagram* indica um retorno positivo no número de pessoas alcançadas, embora o *Facebook* tenha mantido a sua tendência de queda.

As interações com o conteúdo no *Facebook* permaneceram estáveis, com 31 interações e uma variação nula de 0%. Já no *Instagram*, as interações caíram para 49,

representando um declínio de 37,2%. Isso sugere que, apesar do aumento no alcance, a interatividade com o conteúdo não acompanhou esse crescimento.

As visitas ao *Facebook* também diminuíram, totalizando 302, com uma redução de 15,9%. O *Instagram*, por sua vez, registou uma queda ainda mais acentuada nas visitas, obteve somente 66 novas visitas, com um declínio percentual de 46,3%. No que diz respeito aos seguidores, o *Facebook* teve uma redução de 33,3%, com 4 novos seguidores, enquanto o *Instagram* apresentou um aumento de 83,3%, somando 11 novos seguidores.

Esses dados mostram que, embora o *Instagram* tenha conseguido aumentar o alcance e o número de seguidores, as interações e as visitas sofreram uma queda. O *Facebook*, por outro lado, manteve uma certa estabilidade nas interações, mas as suas métricas de alcance, visitas e seguidores continuaram em declínio.

A relação com a queda nos números pode estar relacionada, possivelmente, ao período de férias. Poucos utilizadores estiveram ativos e interagiram com as publicações. Outro ponto a destacar foi o facto de que para manter a presença online, aumentou-se a frequência de *Histórias*[11]no *Instagram*. Embora o aumento nas interações tenha sido gradual, os dados indicam que esse formato contribuiu para um maior alcance.

Devido à troca de funcionários na Embaixada, houve necessidade de adaptar o conteúdo das publicações às novas diretrizes do chefe adjunto. Duas publicações com teor político, inicialmente programadas, foram substituídas por outras mais neutras, alinhadas à política de comunicação da Embaixada.

[11] Publicações instantâneas com a durabilidade de 24 horas; também denominada de *InstaStory*

4.3. Análise e Discussão dos Resultados

A Embaixada de Portugal em Budapeste implementou uma série de estratégias de comunicação nas redes sociais *Facebook* e *Instagram*, com o objetivo de fortalecer a relação com a comunidade portuguesa residente na Hungria. Sendo elas:

- **Criação de um calendário de publicações**: Uma das primeiras medidas foi a introdução de um calendário mensal de publicações, que permitiu uma organização mais eficaz dos conteúdos partilhados. A partir desse planeamento, tornou-se possível garantir uma regularidade nas publicações, o que ajudou a manter a consistência da comunicação e da interação com os seguidores continuamente.

- **Diversificação dos conteúdos**: Com base nos interesses dos seguidores, observados em pesquisas e análises de dados, foi feita uma diversificação dos tipos de conteúdos partilhados. Eventos culturais, informações turísticas e notícias sobre a Hungria passaram a ter maior destaque, já que esses temas eram os de maior interesse da audiência. Para atrair o público, foram incluídas também publicações que destacavam a cultura portuguesa e aspetos da vida em Portugal, criando um elo entre os dois países.

- **Introdução de novos formatos de conteúdo**: A inclusão de diferentes formatos de conteúdo foi uma estratégia utilizada no intuito de alcançar um público mais amplo e atender às preferências dos seguidores. Publicações que combinavam texto e imagem foram priorizadas, pois eram as mais bem recebidas. Além disso, houve uma preferência pelo uso das *Histórias* do *Instagram,* pois a receção era mais positiva no sentido da interação do que as publicações estáticas do *feed.*

- **Lançamento da série mensal "Relembrar Portugal"**: Este novo tipo de publicação foi criada para fortalecer o vínculo emocional dos seguidores com Portugal, através da partilha de conteúdos relacionados à história, cultura e tradição do país. Essa estratégia proporcionou um espaço para que os portugueses na Hungria se reconectassem com as suas raízes.

- **Ajuste nas estratégias para cada plataforma**: A análise das métricas das redes sociais evidenciou diferenças de comportamento entre o público do *Facebook* e do *Instagram*. No *Facebook*, onde o público mostrou-se mais envolvido com conteúdos informativos e institucionais, foram feitas publicações com maior ênfase em notícias e eventos formais. No *Instagram*, onde a interação caiu durante o período, o uso das histórias surgiu como forma de mudar essa realidade, já vez que a padronização exigida pelo *feed* limitava essa dinâmica.

- **Acompanhamento de métricas e ajustes**: A cada mês, as métricas de interação, alcance e número de seguidores foram cuidadosamente analisadas para identificar o que funcionava melhor e onde eram necessários ajustes. Essa prática permitiu uma adaptação das estratégias e a introdução de novos elementos conforme as necessidades. Embora o *Facebook* tenha mostrado melhorias após as alterações, o *Instagram* ainda enfrentou desafios, o que indicou a necessidade de novas abordagens específicas para essa plataforma.

4.3.1. Perceções e Desafios encontrados na Interação com Stakeholders.

Os resultados obtidos demonstram que as estratégias implementadas tiveram um impacto que, embora pequeno, mostrou-se positivo na presença digital da Embaixada. O aumento do alcance e das interações nas publicações do *Facebook,* por exemplo, indicam que a estratégia de diversificação de conteúdos e a criação de um calendário editorial podem ser um ponto de direção para a melhoria das estratégias.

No entanto, segundo o Invoice Express os utilizadores portugueses têm preferências por diversos formatos como videoclipes (53,2%), vídeos cómicos ou virais (44,1%), diretos/*lives* (19,4%), tutoriais em vídeo (27,9%), vídeos educacionais (20,5%), críticas/opiniões sobre produtos (20,1%), vídeos de desporto (19,9%), *vlogs* de *influencers* (20,1%) e *videogaming* (19,8%)[12]. Essa discrepância entre as preferências do público e o formato predominante das publicações da Embaixada pode explicar, em

[12] https://invoicexpress.com/relatorio-digital-portugal-2024/

parte, os resultados obtidos uma vez que a maior parte dos conteúdos são imagens estáticas complementadas por *copywriting*.

Portanto, a interação com os *stakeholders* na gestão de comunicação de uma Embaixada apresenta desafios muito particulares, especialmente quando se procura equilibrar a preservação de uma identidade visual séria e a necessidade de adaptar a forma de comunicar com um público diverso. Neste contexto, os desafios encontrados manifestam-se de diversas formas.

> Tanto a comunicação estratégica quanto a diplomacia pública são dirigidas à opinião pública e à sociedade civil, com o objetivo de transmitir a posição e os valores de uma instituição ao resto do mundo. Inevitavelmente, todas as ações externas de uma instituição requerem instrumentos que lhe permitam estar em contato próximo e permanente com um número crescente de participantes no cenário internacional, tais como empresas, instituições culturais e científicas e, claro, o cidadão comum. (Oliveira, 2023, p.26)

Por isso, a necessidade de atender um público diversificado, em termos de interesses, conhecimentos e expectativas, é o maior desafio. A Embaixada precisa comunicar informações relevantes para os cidadãos, empresas, estudantes, pesquisadores e outros tipos de públicos, cada um com as suas próprias necessidades. A personalização da mensagem, embora desejável, pode ser complexa e exigir um grande esforço de segmentação e produção de conteúdo.

As estratégias, por mais bem planeadas que sejam, precisam ser constantemente testadas e ajustadas, considerando todas essas especificidades que compõem o público-alvo. O que funciona hoje pode não funcionar amanhã, e o que funciona para um público pode não funcionar para outro. Neste contexto, a avaliação do desempenho das diferentes ações e a adaptação das estratégias em tempo real são indispensáveis.

Um aspeto interessante a ser considerado é a perceção do público sobre a padronização da comunicação, constatada nas respostas obtidas através do questionário. Por um lado, a padronização pode ser vista como uma forma de garantir a coerência e a seriedade da comunicação da Embaixada. Por outro lado, pode ser limitadora no quesito da criatividade.

Considerações Finais

Este relatório analisou as estratégias de comunicação digital adotadas pela Embaixada de Portugal em Budapeste, centrando-se no impacto dessas ações no relacionamento com o público-alvo e na construção da identidade institucional.

A relevância deste estudo reside na crescente importância da comunicação digital no cenário diplomático contemporâneo. Ao analisar as estratégias da Embaixada de Portugal em Budapeste, procurou-se compreender como uma instituição diplomática pode otimizar a sua interação com as comunidades expatriadas.

Durante o período da amostra, 15 de abril a 30 de agosto, foi elaborado um plano de comunicação para as redes sociais da Embaixada. Esse plano levou em consideração fatores como a frequência das publicações, a linguagem adotada e como a padronização dos conteúdos - medida já pré-determinada e pautada num manual de boas práticas - poderia ter impacto positivo ou negativo no processo de aplicação das novas ferramentas estratégicas.

Para fundamentar essa análise, foi feita a recolha de dados quantitativos com respostas diretas do público-alvo da Embaixada, a comunidade portuguesa. Além destes, como forma de cruzar informações e embasar a pesquisa, foram analisados os dados de interação nas redes sociais *Facebook* e *Instagram* fornecidos pela *Meta Plataforms.*

Os resultados obtidos através das respostas do questionário confirmam a pimeira hipótese proposta que "A Embaixada de Portugal em Budapeste utiliza predominantemente as plataformas *Facebook* e *Instagram* para comunicar com a comunidade portuguesa, seguindo as diretrizes estabelecidas no manual de boas práticas para a comunicação digital, o que contribui diretamente para a credibilidade de uma imagem institucional séria perante as redes sociais." Isso foi também demonstrado pela adesão à padronização das publicações, onde 40% dos inquiridos afirmaram que a padronização contribui para uma melhor compreensão das informações. Para tanto, é

imprescindível que as publicações sejam elaboradas com cuidado, priorizando um conteúdo visual de alta qualidade, uma linguagem clara e objetiva, e informações relevantes para a comunidade. A implementação de um calendário editorial, alinhado ao manual de boas práticas e a padronização das publicações, reafirmam a credibilidade da imagem institucional perante as plataformas digitais.

Além disso, a presença contínua da Embaixada nas redes sociais é uma fonte importante de informação para 35% dos participantes e destaca o papel das plataformas na manutenção da credibilidade institucional.

Depois da implementação do calendário e da perceção das necessidades e dos interesses da comunidade portuguesa, como a promoção eventos culturais, que foram indicados como a categoria mais valorizada por 100% dos participantes, as plataformas de interação apresentaram um feedback mais positivo. Notícias sobre a Hungria e informações turísticas também tiveram destaque, com 65% e 60% de interesse, respetivamente. Estes resultados validam a segunda hipotése que propõe que "A comunidade portuguesa valoriza conteúdos relevantes, atualizados e personalizados, relacionados a eventos culturais, serviços consulares e notícias sobre Portugal". Para além disso, os dados fornecidos pela Meta Plataforms reforçam a tendência e mostram um aumento de intrações em publicações de teor cultural, como a Queima das Fitas.

Quanto a terceira hipótese, os resultados sugerem que, embora as estratégias de comunicação tenham se mostrado eficazes, "o potencial de aumento de interação da comunidade portuguesa residente na Hungria é limitado devido ao tamanho restrito desse público e à natureza dos conteúdos publicados".Isso reflete-se na diminuição do desempeho em meses que priorizaram temas institucionais menos atrativos para a comunidade, como as eleições europeias e o inicio da Presidência Húngara do Conselho Europeu. Isto resultou numa queda de até 80,1% no alcance dos conteúdos do *Instagram* e uma redução de 11,4% nas interações do *Facebook*

Ou seja, apesar da aplicação dos três componentes essenciais de uma boa estratégia — a criação de copywritings persuasivos e de um calendário de publicações alinhados as necessidades das *Personas* público-alvo e, ainda, um modelo organizacional sólido que perfaça as obrigações da Persona Instituicional— ainda é desafiador conciliar os conteúdos de divulgação obrigatória com as verdadeiras preferências da comunidade, e isso interfere diretamente no crescimento das interações e do alcance.

Portanto, conclui-se que as estratégias adotadas têm se mostrado eficazes, já que quando as publicações foram ajustadas aos interesses da comunidade, os resultamos mostraram-se positivos. A padronização imposta nas redes sociais também foi apreciada pelos utilizadores. Ainda assim, é crucial desenvolver um modelo que equilibre a seriedade institucional com a dinamismo exigido pela audiência.

Aliás, observa-se que uma mesma estratégia aplicada de forma idêntica em diferentes redes sociais não produziu resultados uniformes. Isso sugere que as características específicas de cada plataforma influenciam o desempenho das estratégias de comunicação. Portanto, uma sugestão para pesquisas futuras é que sejam realizadas análises mais detalhadas sobre como adaptar as estratégias de comunicação digital para cada rede social, a ter em consideração as suas peculiaridades e a forma como o público interage em cada uma delas.

É importante ressaltar que os resultados desta pesquisa devem ser interpretados à luz de algumas limitações. A amostra utilizada, embora representativa do público-alvo, não intera a totalidade da comunidade portuguesa na Hungria. Além disso, o período de recolha dos dados foi curto. Outra limitação deste estudo é a generalização dos resultados para outras Embaixadas, pois as características da comunidade portuguesa na Hungria são únicas. Como sugestão para futuras pesquisas, seria recomendável ampliar o período de análise, permitindo a identificação de tendências a longo prazo e o efeito cumulativo das ações implementadas.

Em última análise, a relativa novidade do campo de pesquisa em comunicação digital nas relações internacionais torna limitada a literatura em termos de estudos

empíricos que analisem profundamente as estratégias de comunicação digital, e mais especificamente no contexto de Embaixadas, o que acaba por gerar uma dificuldade na identificação de padrões mais consolidados que possam servir como métodos comporativos.

Referências Bibliográficas

Albrighton, T. (2010, 2013). *The ABC of copywriting*. ABC Business Communications Ltd.

Almeida, A. A., & Silva, B. C. (2019). Manual de identidade visual: Um guia prático para a padronização da comunicação visual de empresas e instituições. São Paulo: Editora Blucher.

Apocalypse, F. (2021). Por uma nova comunicação interna: Impactos tecnológicos e novas funções. In Terra, C., Dreyer, B., & Raposo, J. (Eds.), *Comunicação organizacional: Práticas, desafios e perspectivas digitais*. São Paulo: Editora Summus.

Aristóteles. (1998). *Retórica*. Madrid: Alianza Editorial.

Boira, E. B., García, F. G., & Gómez, A. R. (2013). La diplomacia del presente: Universo 2.0 al alcance de la mano. *Revista Comunicación y Hombre, 9*, 75–88.

Bollier, D. (2003). *The rise of netpolitik: How the internet is changing international politics and diplomacy*. Aspen Institute – 11th Annual Roundtable on Information Technology. Washington, DC.

Uritsky, C. R. T. (2013). A influência da mídia nas relações internacionais: Um estudo teórico a partir do conceito de diplomacia midiática. *Revista [contemporânea], 21*, 167–179.

Calvet de Magalhães, V. (2005a). *Manual diplomático* (5.ª ed.). Lisboa: Bizâncio.

Carneiro, R. P. (2011). Diplomacia pública digital: Desafios e oportunidades para a atuação do Itamaraty na Internet (Dissertação de mestrado). Instituto Rio Branco, Brasília.

Dizard Jr., W. (2000). A nova mídia: A comunicação de massa na era da informação. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

Falkheimer, J., & Heide, M. (2018). Strategic communication: An introduction. London: Routledge.

França, F. (2012). Públicos: Como identificá-los em nova visão estratégica: business relationship (3.ª ed.). São Paulo: Yendis Editora.

Garcia, E. V. (2015). As origens da diplomacia: Investigando o significado do "internacional" na Pré-História. *Carta Internacional, 10* (especial), 152–170.

Gilboa, E. (1987). American public opinion toward Israel and Arab-Israeli conflict. Lexington: Lexington Books.

Gilboa, E. (2001). Mass communication and diplomacy: A theoretical framework. *Journal of Communication Theory, 10* (3), 275–309.

Kotler, P. (2000). *Administração de marketing: A edição do milênio* (10.ª ed.). São Paulo: Prentice-Hall.

Lima Júnior, A. F. de. (2017). *A sociologia dos conceitos de diplomacia pública e de poder brando* (Tese de doutorado). Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Programa de Pós-Graduação em Relações Internacionais, Doutorado em Relações Internacionais.

Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology, 22* (140), 55.

Markoni, M. de C., & Lakatos, E. M. (2003). *Metodologia científica* (5.ª ed.). São Paulo: Atlas.

Mattar, F. N. (2001). *Pesquisa de marketing* (Edição compacta, 3.ª ed.). São Paulo: Atlas.

Mendonça, A. S. C. (2009). *Diplomacia na era da informação e gestão do conhecimento* (Dissertação de mestrado). Universidade do Minho, Escola de Engenharia, Departamento de Sistemas de Informação, Guimarães, Portugal.

Melissen, J. (2017). The new public diplomacy: Soft power in international relations. London: Palgrave Macmillan.

Morgenthau, H. (1978). Politics among nations: The struggle for power and peace. New York: Alfred A. Knopf.

Museu da Presidência da República Portuguesa. (s.d.). Ditadura militar e Estado Novo (1926-1974). Disponível em: https://www.museu.presidencia.pt/pt/conhecer/palacio-da-cidadela-de-cascais/ditadura-militar-e-estado-novo-1926-1974/ [Consultado em 17/07/2024].

Mudric, M. (2022). *Internet and social media: A focus on diplomacy*. Geneva: DiploFoundation.

Nabo, F. M. (2006). 2.º COTEC Europa – Discurso do Presidente da Cotec Portugal. Disponível em: http://www.cotecportugal.pt/index.php?option=com_content&task=view&id=90 [Consultado em 10/09/2024].

Moreira, A. (2005). *Teoria das relações internacionais* (3.ª ed.). Coimbra: Almedina.

Numelin, R. (1950). *The beginnings of diplomacy*. Oxford: Oxford University Press.

Oliveira, F. S. (2023). Comunicação estratégica na diplomacia: A transformação da instituição diplomática e o processo de comunicação digital (Relatório de estágio). Universidade da Beira Interior, Covilhã, Portugal.

Oliveira, T., & Ruão, T. (2022). Do "efeito de colagem" à comunicação estratégica no contexto das novas tecnologias: Uma análise do museu virtual da Lusofonia no Instagram. *Vista, 9*, jan.-jun. https://doi.org/10.21814/vista.4024

Palma, F. M. V. G. da. (2013, outubro). *O quinto elemento da política externa portuguesa e o conceito de soft power* (Dissertação de mestrado, Universidade Nova de Lisboa, Ciência Política e Relações Internacionais, Área de Especialização em Globalização e Ambiente).

Pamment, J. (2018). Public diplomacy: Foundations for global engagement in the digital age. London: Routledge.

Rodriguez, A. (2011). Diplomacia pública, um conceito entre propaganda, relações públicas e comunicação estratégica. Disponível em: http://www.diplomacia-org
[Consultado em 13/08/2024].

Ruão, T. (2020). A comunicação enquanto estratégica. In Félix, J. (Ed.), *Comunicação estratégica e integrada* (pp. 27–39). São Paulo: Rede Integrada Editora.

Rolo, A. P. (2016). *Teoria e prática da diplomacia digital: A comunicação político-diplomática nas redes sociais e o caso de Portugal* (Dissertação de mestrado). Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, Coimbra, Portugal.

Ruiz, E. R. (2007). *Gestão da comunicação no arranjo produtivo local de brinquedos: Laranjal Paulista* (Dissertação de mestrado). Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho", Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação de Bauru, Bauru, SP, Brasil.

Santos, T., Lima, M. V. V., Brunetta, D. F., Fabris, C., & Seleme, A. (2009). O desenvolvimento do marketing: Uma perspectiva histórica. *Revista de Gestão USP, 16* (1), 89–102.

Sampaio, D. O., & Fagundes, A. F. A. (2008). Estratégias de marketing: Um estudo prático. *Revista de Administração, 9* (2), 97–116.

Sayin, F. M., & Sayin, B. A. (2013). Old and new diplomacy and the role of communication. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 9* (1), 15–30.

Schultz, D. E., Tannenbaum, S. I., & Lauterborn, R. F. (1994). *The new marketing paradigm: Integrated marketing communications.* Chicago: NTC Business Books.

Simões, R. P. (1995). *Relações públicas: Função política* (3.ª ed.). São Paulo: Summus.

Stürmer, A., et al. (2019). Comunicação estratégica: Públicos de interesse e persona organizacional. *Revista Visão: Gestão Organizacional, 11* (2), 25–43. https://doi.org/10.33362/visao.v8i1.1728

Toaldo, A. M. M., & Luce, F. B. (2006). Estratégia de marketing: Contribuições para a teoria em marketing. *Revista de Administração, 46* (4). https://doi.org/10.1590/S0034-75902006000400004

Vidigal, I. (2020). *A emigração portuguesa recente para a Europa do Leste*. Observatório da Emigração. Disponível em: http://observatorioemigracao.pt/np4/7747.html [Consultado em 14/07/2024].

Anexos

Anexo 1- Guião do Questionário

GUIÃO- QUESTIONÁRIO

Objetivo: Este questionário tem como objetivo a recolha de dados sobre a perceção da imagem de Portugal entre o público português que acompanha as redes sociais da Embaixada de Portugal em Budapeste, visando complementar a pesquisa sobre as estratégias de comunicação da rede diplomática portuguesa, com o foco no estudo de caso da referida embaixada.

Público-alvo: Comunidade portuguesa residente na Hungria que acompanha as redes sociais da Embaixada de Portugal na Hungria no Instagram e/ou facebook

Plataforma de aplicação: através do google forms que será disponibilizado nas redes sociais; Instagram e Facebook.

Duração do questionário: Aproximadamente de 5 a 10 minutos.

Estrutura do questionário:

1. Introdução: Este questionário faz parte de uma pesquisa sobre as "Estratégias de Comunicação da Rede Diplomática de Portugal: Estudo de Caso da Embaixada de Portugal em Budapeste". A pesquisa é conduzida por Meisel Rossi Gomes Eusébio, sob orientação do Professor Doutor Ricardo Morais, como parte do projeto da dissertação do mestrado. Os seus dados serão utilizados estritamente para fins académicos, desta forma garante-se a confidencialidade e o anonimato das respostas e da sua identidade. Não há respostas certas ou erradas; A sua opinião individual é fundamental para enriquecer a nossa análise.

Agradecemos sinceramente a sua colaboração neste estudo.

2. Dados demográficos:

Idade: A partir dos 18+ até 60+

Sexo: [Masculino, Feminino, Outro]

Tempo de residência na Hungria: [Menos de 1 ano, 1 a 2 anos, 3 a 5 anos, Mais de 5 anos]

Motivo: [Trabalho, Estudos, Família, Outros]

3. Acompanhamento das redes sociais da Embaixada da Hungria:

- Com qual frequência você acompanha as redes sociais da Embaixada de Portugal em Budapeste?

[Diariamente, Semanalmente, Mensalmente, Raramente, Nunca]

Para si quais são os tipos de conteúdo fundamentais nas redes sociais da Embaixada de Portugal em Budapeste?

[Eventos culturais, Informações turísticas, Notícias sobre a Hungria, Oportunidades de negócios, Outros (quais?)]

- Quais os tipos de conteúdo você prefere?

[Só texto, texto e imagem, só imagem, só vídeo]

- Quais são as temáticas que mais lhe interessam nas publicações da Embaixada?

[Resposta aberta]

- Na sua opinião, as redes sociais da Embaixada de Portugal na Hungria contribuem para a sua integração na comunidade húngara?

[Sim, Muito, Razoavelmente, Pouco, Não]

- Se sim, de que forma? [Resposta aberta]

4. Canais de Comunicação:

- Você acha que o Instagram e o Facebook são canais de comunicação eficazes na relação entre a comunidade portuguesa e a Embaixada?

[Sim, muito, razoavelmente, pouco, não]

5.Padronização:

- Você acha que a padronização faz com que as informações sejam recebidas de melhor forma ou não há diferença ?

[Sim, Muito, Razoavelmente, pouco, não]

- Se sim, de que forma?

[Resposta aberta]

- O quão importante é para você que as informações na página da embaixada estejam apresentadas de maneira padronizada e clara?

[Muito importante, importante, indiferente, não é importante]

- De que forma a padronização do conteúdo pode limitar a receção da informação? Acha que a nossa página fornece a informação que busca encontrar ao realizar a sua pesquisa?

[Resposta aberta]

- Ao aceder as redes sociais da Embaixada, as informações que você procura estão postas de maneira clara?

[sim, não]

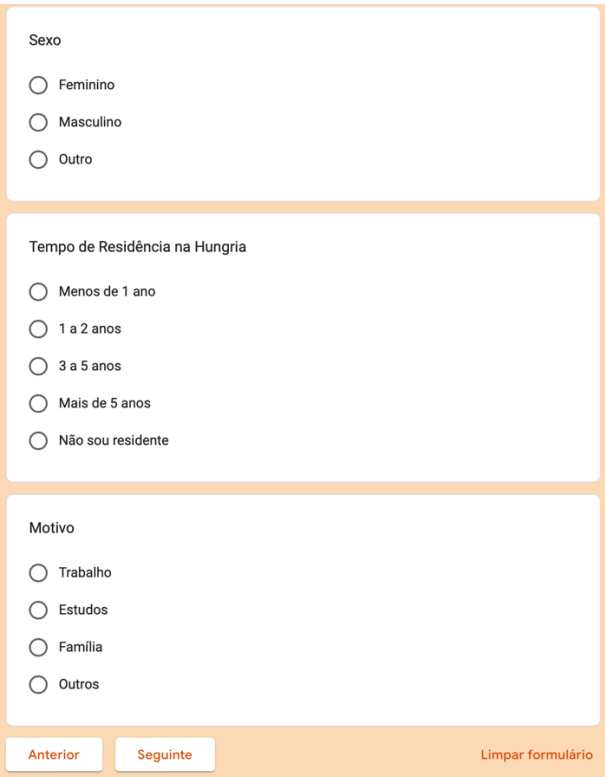
- Caso não, o que poderíamos melhorar?

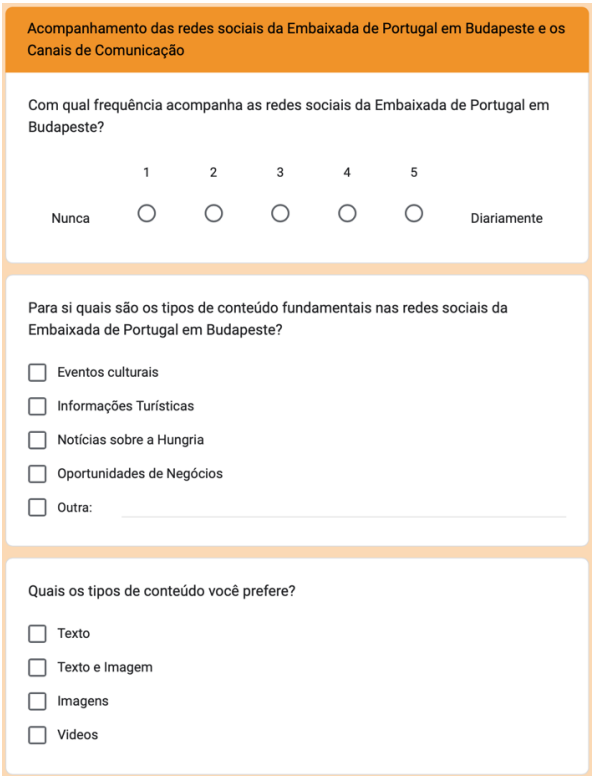
[resposta aberta]

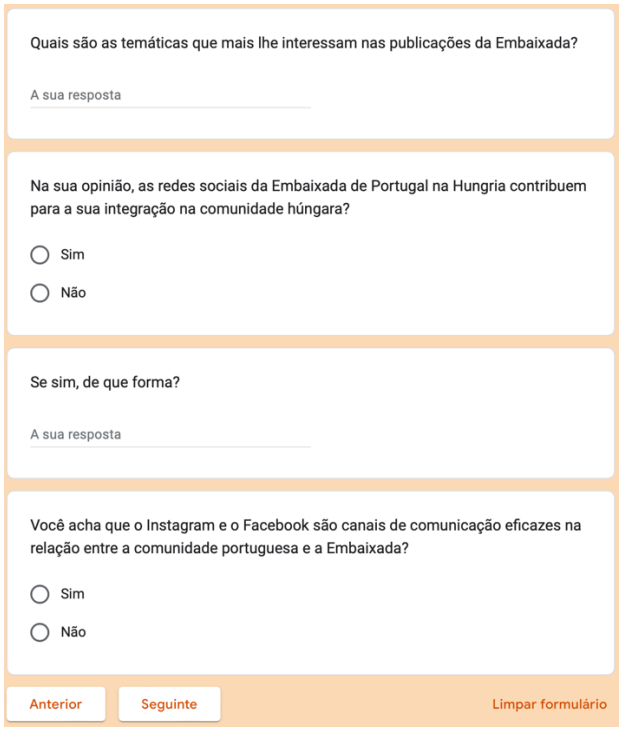
Anexo 2- Captura de tela do Questionário no *Google Forms*

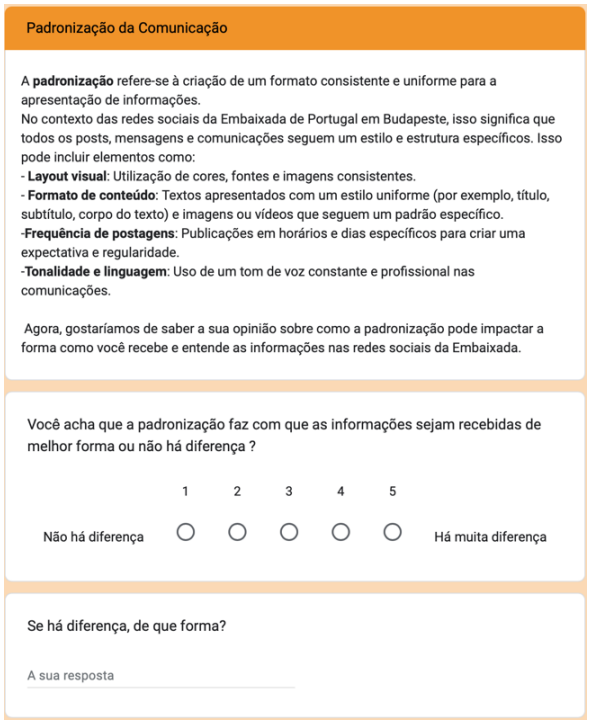


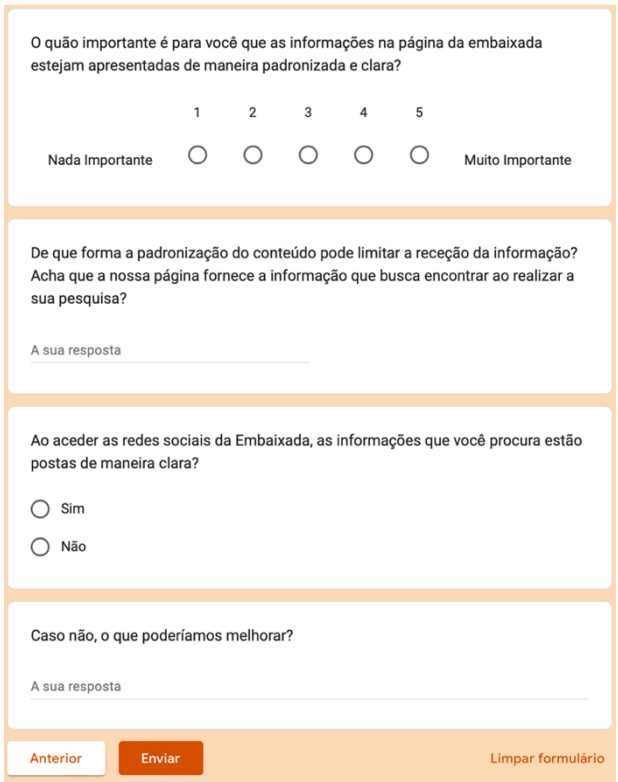







Quais são as temáticas que mais lhe interessam nas publicações da Embaixada?
A sua resposta
Na sua opinião, as redes sociais da Embaixada de Portugal na Hungria contribuem para a sua integração na comunidade húngara?
Sim
Não
Se sim, de que forma?
A sua resposta
Você acha que o Instagram e o Facebook são canais de comunicação eficazes na relação entre a comunidade portuguesa e a Embaixada?
Sim
Não
Anterior
Seguinte
Limpar formulário


Padronização da Comunicação
A padronização refere-se à criação de um formato consistente e uniforme para a apresentação de informações.
No contexto das redes sociais da Embaixada de Portugal em Budapeste, isso significa que todos os posts, mensagens e comunicações seguem um estilo e estrutura específicos. Isso pode incluir elementos como:
- Layout visual: Utilização de cores, fontes e imagens consistentes.
- Formato de conteúdo: Textos apresentados com um estilo uniforme (por exemplo, título, subtítulo, corpo do texto) e imagens ou vídeos que seguem um padrão específico.
-Frequência de postagens: Publicações em horários e dias específicos para criar uma expectativa e regularidade.
-Tonalidade e linguagem: Uso de um tom de voz constante e profissional nas comunicações.
Agora, gostaríamos de saber a sua opinião sobre como a padronização pode impactar a forma como você recebe e entende as informações nas redes sociais da Embaixada.
Você acha que a padronização faz com que as informações sejam recebidas de melhor forma ou não há diferença ?
1 2 3 4 5
Não há diferença
Há muita diferença
Se há diferença, de que forma?
A sua resposta


O quão importante é para você que as informações na página da embaixada estejam apresentadas de maneira padronizada e clara?
1 2 3 4 5
Nada Importante
Muito Importante
De que forma a padronização do conteúdo pode limitar a receção da informação? Acha que a nossa página fornece a informação que busca encontrar ao realizar a sua pesquisa?
A sua resposta
Ao aceder as redes sociais da Embaixada, as informações que você procura estão postas de maneira clara?
Sim
Não
Caso não, o que poderíamos melhorar?
A sua resposta
Anterior
Enviar
Limpar formulário

Anexo 3- Diário de Bordo

abril

o estágio teve início no dia 15 de abril de 2024, uma segunda-feira. a primeira semana foi dedicada à adaptação e à compreensão das diversas tarefas e responsabilidades da embaixada. as redes sociais da embaixada já seguiam um padrão bem estabelecido, e foi decidido manter e utilizar as ideias do plano de comunicação e postagens para o mês de abril.

durante a última quinzena, a temática principal foi o 25 de abril, aproveitando o vasto material disponível para divulgação, incluindo eventos e memoriais realizados pelo instituto camões na Hungria. apesar do esforço em manter as redes sociais ativas e com conteúdo relevante, o engajamento do público foi baixo, com poucas interações e feedbacks nas postagens.

além da gestão das redes sociais, participei ativamente nos processos consulares. as atividades consulares incluíram o atendimento ao público, processamento de vistos, renovação de passaportes, e auxílio na preparação de documentos oficiais. essa experiência proporcionou um entendimento mais profundo dos procedimentos e regulamentações consulares. no âmbito dos processos políticos, tive a oportunidade de auxiliar na organização de eventos. a experiência foi enriquecedora e proporcionou uma visão abrangente das relações internacionais e diplomacia.

durante o mês, o instituto camões organizou um evento significativo em celebração ao 25 de abril, que contou com um dia inteiro de atividades. o evento reuniu estudiosos húngaros, franceses, britânicos e portugueses, que se focaram em discutir a época da ditadura portuguesa. este evento foi precedido por uma sequência de quatro documentários que apresentavam a vida em portugal durante o período da ditadura, proporcionando um contexto histórico e cultural para as discussões do dia.

Maio

com base na análise dos últimos meses da conta do *instagram* e do *facebook,* identificou-se que o plano de comunicação atual impunha certas limitações nas publicações. reconhecendo a necessidade da flexibilidade, decidiu-se manter a identidade visual estabelecida, mas com uma abordagem mais livre e dinâmica. manteve-se os posts canva às terças-feiras, garantindo a qualidade visual e a coerência do conteúdo, e as publicações com imagens às quintas-feiras, assegurando uma apresentação atrativa e envolvente. as publicações de *stories* foram mantidas às quartas-feiras, com inserções adicionais em outros dias para promover eventos e aumentar o engajamento da conta.

durante o mês de maio, enfrentou-se uma limitação significativa na divulgação das eleições europeias devido à padronização das publicações. o volume elevado de material, aliado à necessidade de adaptação ao padrão visual da conta, restringiu a capacidade de comunicar eficazmente todas as informações relevantes. considerou-se alterar o plano de comunicação no meio do mês para divulgar melhor os conteúdos das eleições. no entanto, decidiu-se não proceder com essa mudança para evitar a perda da identidade visual que havia sido cuidadosamente construída.

além disso, o engajamento da conta não foi além do pequeno grupo que sempre interagia, mostrando que as publicações ainda não atingiam um público mais amplo. a publicação que mais *gostos* recebeu nesse mês foi referente à Queima das Fitas, destacando-se como a mais popular em termos de interação.

Junho

durante o mês de junho, realizamos diversas atividades de comunicação com foco em eventos significativos. nos dias 8 e 9 de junho, ocorreram eleições antecipadas na embaixada, o que exigiu uma divulgação massiva através dos stories para garantir ampla cobertura e engajamento. além disso, a comemoração do Dia de Portugal, de Camões e das comunidades portuguesas, que oficialmente ocorreu no dia 10 de junho, foi antecipada e celebrada no dia 7 de junho na residência do senhor embaixador e da senhora embaixatriz, reforçando o compromisso com a cultura e as tradições portuguesas.

as publicações para o mês foram estrategicamente planeadas no final de maio, com base nos problemas e desafios identificados anteriormente. para manter a consistência na identidade visual, decidiu-se manter as formatações dos posts e os dias de publicação previamente estabelecidos, embora a flexibilidade nas datas tenha sido adotada para atender melhor às nossas necessidades e ao calendário de eventos.

além disso, introduziu-se um novo formato de postagem denominado “relembrar portugal”, que será publicado todas as penúltimas quintas-feiras de cada mês. este formato pode ser ajustado conforme necessário para melhor adequação ao contexto. para aprimorar o engajamento, também optou-se por uma abordagem mais dinâmica nas *histórias*, passando a divulgar não apenas eventos importantes, mas também notícias diárias relevantes, garantindo assim uma comunicação mais constante e envolvente com nosso público.

Julho

durante o mês de julho, o calendário de publicações da embaixada permaneceu inalterado, mantendo as datas previamente estabelecidas. no entanto, houve um esforço considerável para aprimorar a qualidade das postagens, tornando o conteúdo mais atraente e engajador. apesar desses esforços, observou-se uma baixa contínua nas visualizações e interações nas publicações. embora o número de visualizações do perfil tenha aumentado de forma significativa em relação ao mês anterior, os índices de interação ainda estavam aquém do esperado, o que indicava que, apesar do crescimento, a performance geral não estava ideal.

as atividades de julho foram direcionadas principalmente à promoção da presidência húngara e à divulgação do memorial em homenagem a carlos teixeira branquinho e sampaio garrido, figuras ilustres da diplomacia portuguesa. além disso, o mês incluiu a cobertura dos jogos europeus universitários, realizados em duas cidades húngaras. no entanto, a embaixada não esteve amplamente envolvida na divulgação desses eventos, o que resultou numa presença modesta nas redes sociais relacionadas aos jogos.

diante das dificuldades encontradas, foi decidido que agosto será um mês focado em estratégias mais eficazes de engajamento. a análise de artigos científicos revelou que o público tende a interagir mais com histórias do instagram do que com postagens tradicionais. portanto, foi planeado para agosto um aumento significativo na frequência e qualidade das histórias compartilhadas, especialmente aproveitando a oportunidade para cobrir festivais de música e feriados importantes na Hungria.

o plano para o próximo mês inclui manter a programação de postagens nas terças e quintas-feiras, como já definido, mas também intensificar a criação de histórias do instagram com conteúdos relevantes e atualizados. a expectativa é que essa abordagem contribua para um aumento no envolvimento e na interação do público, aproveitando eventos de grande visibilidade e mantendo o perfil da embaixada mais ativo e atraente para os seguidores.

Agosto

Durante o mês de agosto, foi realizada uma análise detalhada dos dados das redes sociais da Embaixada, utilizando as ferramentas da Meta, o que permitiu observar algumas tendências e ajustar a estratégia de comunicação. Percebi que as publicações nos dias de terça e quinta-feira mostraram-se mais eficazes, o que pode ser explicado por dois fatores principais. Primeiro, consegui conciliar de forma eficiente minhas outras responsabilidades na Embaixada com a gestão das redes sociais, uma vez que nesses dias não há atendimento ao público, o que me permitiu dedicar mais tempo à criação e à publicação de conteúdo. Segundo, houve uma maior adesão a esse calendário, o que contribuiu para a regularidade das postagens.

No geral, agosto mostrou-se um mês com menor engajamento nas redes sociais e menor procura pelos serviços da Embaixada. A conclusão principal é que esse comportamento provavelmente está relacionado ao período de férias, no qual um número reduzido de pessoas manteve-se ativo e interagiu com as postagens nas redes. Como forma de manter a presença ativa, optei por aumentar a frequência de histórias publicadas nas plataformas, o que gerou um leve aumento nas interações. Embora o crescimento no engajamento não tenha sido significativo, foi possível notar que, em menor escala, as histórias publicadas surtiram algum efeito positivo.

Além disso, agosto foi um mês marcado por mudanças internas na Embaixada, com a troca de alguns funcionários. Isso trouxe a necessidade de adaptar as publicações ao novo contexto, especialmente em alinhamento com as diretrizes do nosso chefe adjunto. Como resultado dessas mudanças, duas publicações de caráter político que estavam programadas para ir ao ar foram canceladas e substituídas por conteúdos mais adequados, uma vez que não condiziam com a imagem neutra que deve ser mantida por uma página institucional de uma Embaixada. Essas adaptações foram feitas para assegurar que o tom das publicações seguisse o alinhamento necessário à natureza diplomática da Embaixada.

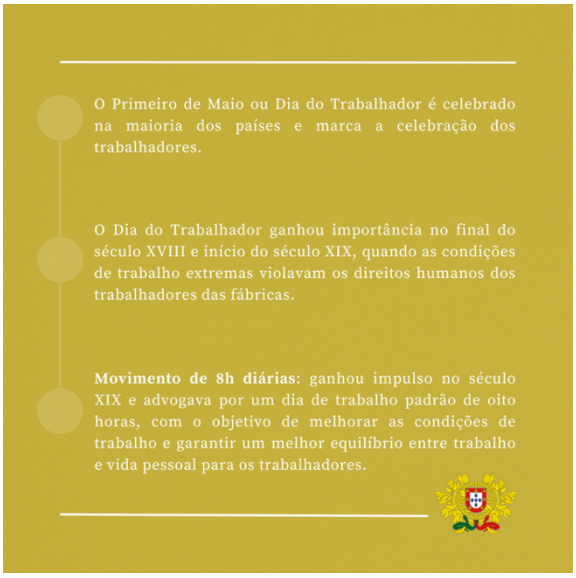
Agosto foi também o último mês de publicações que será considerado para a análise geral dos dados deste relatório, marcando a conclusão do período de observação

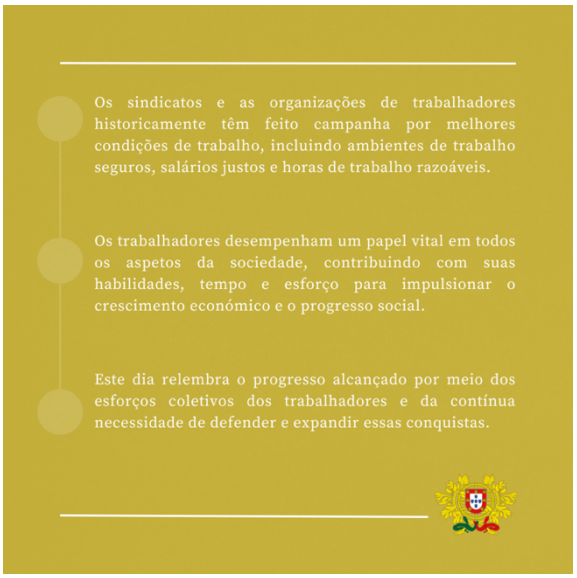
e recolha de informações. Com isso, a partir das conclusões obtidas ao longo dos meses anteriores e deste mês final, será possível traçar um panorama completo sobre a evolução do desempenho nas redes sociais, avaliando o impacto das estratégias implementadas e oferecendo recomendações para futuras ações de comunicação digital da Embaixada.

Anexo 4- Publicações e *Copywritting*

Dia 30/04- Dia do Trabalhador









PT: 🎉 O Dia do Trabalhador celebra as conquistas dos trabalhadores e o impacto crucial de suas lutas por melhores condições laborais, destacando-se a histórica campanha pelas 8 horas diárias. Este dia sublinha a importância contínua de sindicatos e organizações dos trabalhadores na promoção de ambientes de trabalho seguros e justos. 🛠️

Sabia que após a Revolução dos Cravos, em 1974, Portugal voltou a comemorar

livremente esta data, que se tornou um feriado nacional?

.

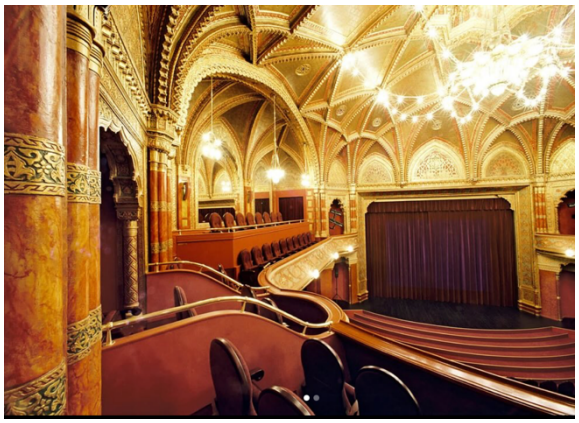
.

EN: 🎉 Labor Day, celebrated globally, marks workers' contributions. Originating in the late 18th century amid harsh factory conditions, it emphasized human rights. The 19th-century push for an 8-hour workday aimed to improve conditions and work-life balance. Unions have long advocated for safe working environments, fair wages, and reasonable hours, emphasizing workers' crucial societal role in driving economic and social progress. This day underscores the ongoing need to protect and enhance workers' achievements.🌟

Curiosity: after the Carnation Revolution in 1974, Portugal began celebrating this date freely, which became a national holiday.

#Hungria #Portugal #PortugueseEmbassy#Budapeste #diplomacia #Hungary #Budapest #EmbaixadaPortugal #diplomacy #labourday#1demaiodiadotrabalhador #diadotrabalhador

Dia 02/05- Urânia Theater





🎭

Hoje apresentamos o Urânia National Film Theatre inaugurado em 1899 como um

cinema e centro cultural. Este é o único centro nacional de cinema e cultura na Hungria que opera como instituto. A sua missão principal é exibir obras de arte cinematográficas contemporâneas e clássicas, além de organizar eventos como festivais de cinema e estreias.

🏰 Este Teatro é uma maravilha arquitetónica, projetada Henrik Schmahl, que mistura diversos estilos. O edifício apresenta uma mistura única de estilos Gótico Veneziano e Renascentista Mourisco, destacando-se na paisagem urbana de Budapeste.

🏛️ Ao longo dos anos, o Urânia Theatre passou por restaurações cuidadosas para preservar a sua arquitetura original e garantir a sua integridade histórica, mantendo-se como um marco arquitetónico e cultural significativo para a cidade de de Budapeste.

📆 Consulte o seguinte website para ver a programação: https://urania-nf.hu/

.

.

.

EN:

🎭 Today we present the Urânia National Film Theatre, inaugurated in 1899 as a cinema and cultural center. This is the only national cinema and culture center in Hungary that operates as an institute. Its main mission is to exhibit contemporary and classic cinematic artworks, as well as to organize events such as film festivals and premieres.

🏰 This Theatre is an architectural marvel, designed by Henrik Schmahl, which blends various styles. The building features a unique mixture of Venetian Gothic and Moorish Renaissance styles, standing out in Budapest’s urban landscape.

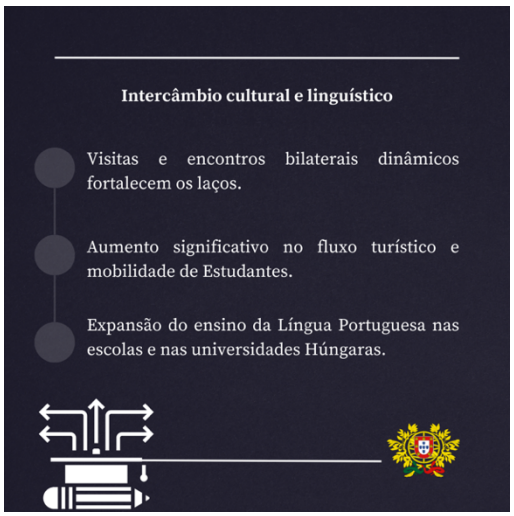
🏛️ Over the years, the Urânia Theatre has undergone careful restorations to preserve its original architecture and ensure its historical integrity, remaining a significant architectural and cultural landmark for the city of Budapest.

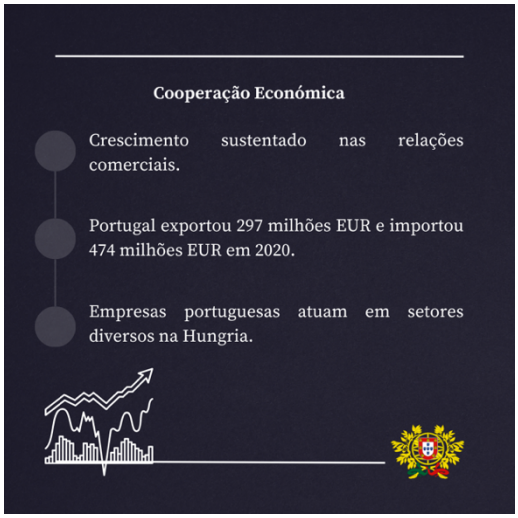
📆 You can visit the following website to view the schedule: https://urania-nf.hu/

#Budapeste #Hungria #EmbaixadaPortugal#Teatro #Budapest #Hungary#PortugueseEmbassy #Theatre

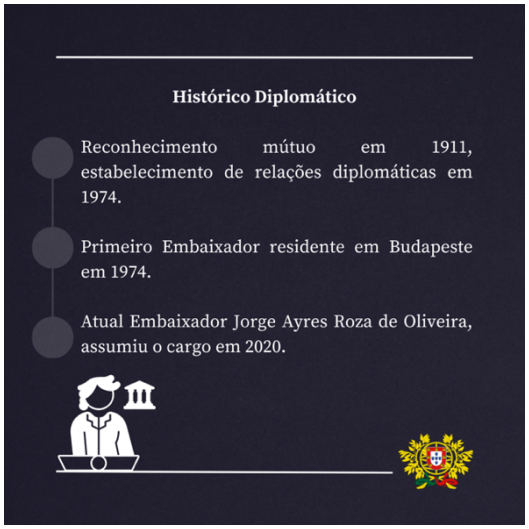
Dia 07/05- Relações Bilaterais

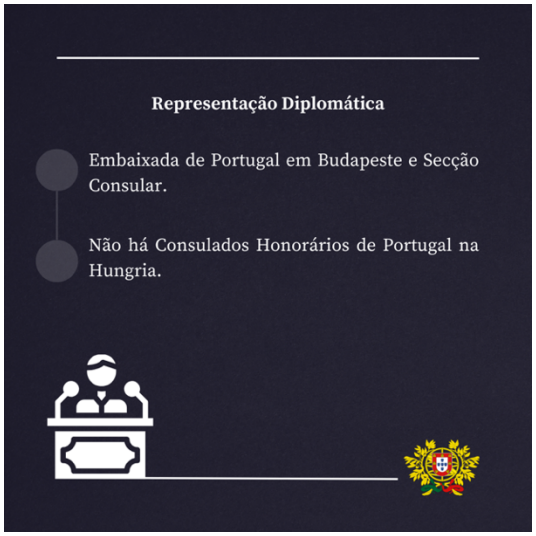














🤝 Bilateral Relations: Portugal 🇵🇹 and Hungary 🇭🇺

🌍 Cultural and Linguistic Exchange:

- Dynamic bilateral visits and meetings strengthen ties.
- Significant increase in tourist flow and student exchange.
- Expansion of Portuguese language teaching in Hungarian schools and universities.

💼 Economic Cooperation:

- Sustained growth in commercial relations.
- Portugal exported €297 million and imported €474 million in 2020.
- Portuguese companies operate in diverse sectors in Hungary.

📈 Economic Opportunities:

- Hungary stands out as a logistics center in Central Europe.
- Potential for distribution of Portuguese goods and services in the region.
- Focus on agri-food exports, wines, and the molds sector.

🤝 Diplomatic History:

- Mutual recognition in 1911, establishment of diplomatic relations in 1974.
- First Resident Ambassador in Budapest in 1974.

- Current Ambassador Jorge Ayres Roza de Oliveira assumed office in 2020.

🏛 Diplomatic Representation:

- Embassy of Portugal in Budapest and Consular Section.

- There are no Honorary Consulates of Portugal in Hungary.

#Portugal #Hungary #BilateralRelations#Culture #Economy #Diplomacy

#Hungria #RelaçoesBilaterias #Cultura#Economia #Diplomacia

Dia 09/05- O academismo português









🎓✨ Explorando as Tradições Académicas Portuguesas: A História da “Queima das Fitas”

Sabia que Portugal possui tradições académicas ricas que remontam séculos? 📜 Uma das mais queridas entre elas é a “Queima das Fitas”, uma celebração profundamente enraizada na cultura universitária do país. 🎉🔥

Originária da Universidade de Coimbra no final do século XIX, a “Queima das Fitas” marca o fim do ano letivo com uma semana de festa! 🎉📚 Estudantes, adornados com fitas, cartolas e bengalas coloridas representando suas faculdades, tomam as ruas em desfiles, concertos e eventos culturais. 🎶🎊

Mas por que o nome? 🔥 Diz a lenda que os estudantes queimavam as suas fitas como símbolo de deixar para trás o ano académico e abraçar a próxima etapa da vida. Com o tempo, a “Queima das Fitas” evoluiu para uma tradição querida, simbolizando união, amizade e o espírito vibrante da academia portuguesa. 🇵🇹👩‍🎓

Você já vivenciou a magia da “Queima das Fitas”? Compartilhe as suas memórias e vamos celebrar juntos este momento! 🥳📖

.

.

EN: 🎓✨ Exploring Portuguese Academic Traditions: The History of “Queima das Fitas”

Did you know that Portugal boasts rich academic traditions dating back centuries? 📜 One of the most cherished among them is “Queima das Fitas,” a celebration deeply rooted in the country’s university culture. 🎉🔥

Originating from the University of Coimbra in the late 19th century, “Queima das Fitas” marks the end of the academic year with a week-long celebration! 🎉📚 Students, adorned with ribbons, top hats, and colorful canes representing their faculties, take to

the streets for parades, concerts, and cultural events. 🎶🎊

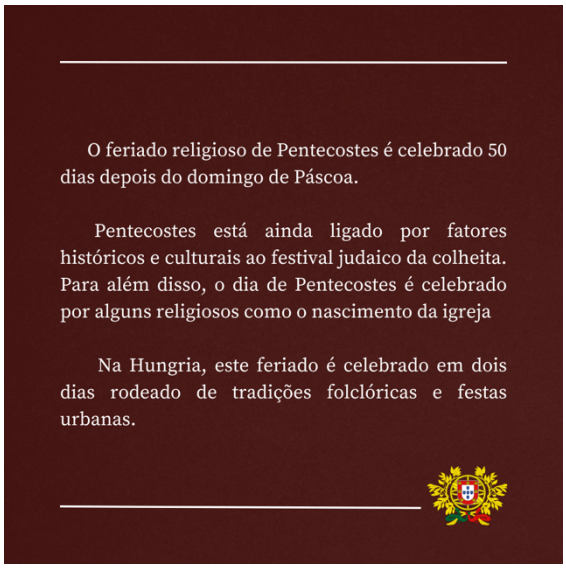
But why the name? 🔥 Legend has it that students would burn their ribbons as a symbol of leaving behind the academic year and embracing the next stage of life. Over time, “Queima das Fitas” has evolved into a beloved tradition, symbolizing unity, friendship, and the vibrant spirit of Portuguese academia. 🇵🇹👩‍🎓

Have you ever experienced the magic of “Queima das Fitas”? Share your memories and let’s celebrate together this moment!

#QueimadasFitas #TradiçõesPortuguesas#CulturaAcadêmica #União #Celebração#PortugueseTraditions

Dia 14/05- Feriado de Pentecostes





O Rei de Pentecostes:

Em algumas vilas húngaras, durante o domingo de Pentecostes, é tradição escolher um "rei" temporário. Os participantes competem em desafios, como corridas e demonstrações de habilidades. O vencedor é coroado como Rei e lidera as festividades da comunidade por um dia



A marcha da Rainha Pentecostal:

Neste evento, as participantes vestem trajes festivos e desfilam pelas ruas da vila. A Rainha Pentecostal é escolhida entre as mulheres da comunidade, muitas vezes por sua graça e beleza. Ela lidera a marcha, acompanhada por músicos e dançarinos, celebrando a festividade com alegria e orgulho.



"Zöldágazás":

Nesta tradição, os participantes se reúnem para colher galhos verdes das árvores, simbolizando a renovação e a fertilidade da primavera.

Os galhos são então usados para decorar casas, igrejas e espaços públicos.

O "Zöldágazás" é uma atividade comunitária que une as pessoas em torno do espírito da estação e das celebrações do Pentecostes.

Este ano os dias de Pentecoste acontecerão no dia 19 e 20 de maio, sendo conhecidos como Whit Sunday and Whit Monday.

Aproveite para sair a rua e conhecer um pouco mais desta tradição.



EMBAIXADA DE PORTUGAL NA HUNGRIA

MOM Park C ép. 4.em.
Alkotás u. 53.
1123 Budapest

sconsular.budapeste@mne.pt

budapeste.embaixadaportugal.mne.gov.pt

0036 1 201 7617
0036 1 201 7618
0036 30 601 9706 (Emergência)

🎆✨ Celebrating Pentecost in Hungary! 🇭🇺🕊️

Did you know that Pentecost, a religious holiday, is celebrated 50 days after Easter Sunday? This special day is deeply intertwined with both historical and cultural elements, including its connection to the Jewish harvest festival. Additionally, for some religious communities, Pentecost marks the birth of the church.

In Hungary, Pentecost is celebrated over two days, filled with rich folk traditions and lively urban festivities. 🎉 From colorful folk festivals to vibrant street parties, this holiday brings communities together to rejoice in the spirit of renewal and unity.

🌾 Pentecost Traditions in Hungary! 🇭🇺👑

The Pentecost King:

In some Hungarian villages, it's a tradition to choose a temporary "king" during Pentecost Sunday. Participants engage in challenges like races and skill demonstrations. The winner is crowned as King and leads the community festivities for a day.

The Pentecostal Queen's March:

During this event, women don festive attire and parade through the village streets. The Pentecostal Queen is chosen from the community, often for her grace and beauty. Leading the march with musicians and dancers, she celebrates the festival with joy and pride.

"Zöldágazás" (Green Branch Gathering):

In this tradition, participants gather to collect green branches from trees, symbolizing the renewal and fertility of spring. These branches are used to decorate homes, churches, and public spaces. "Zöldágazás" fosters community unity and embraces the spirit of Pentecost celebrations.

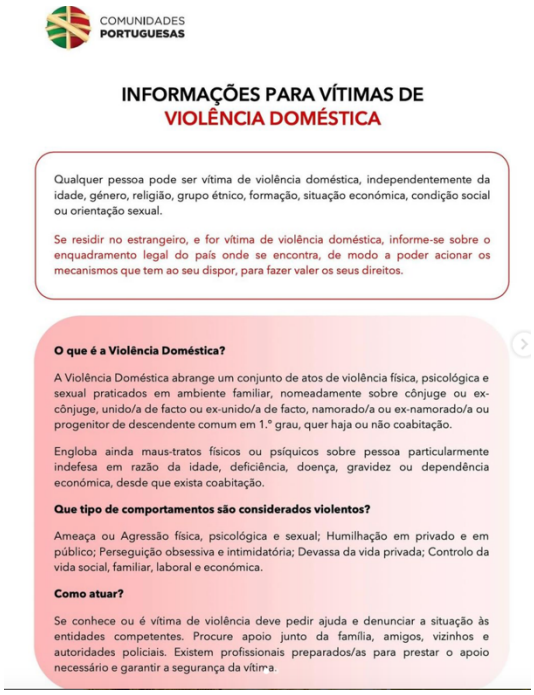
Additional Information:

This year, Pentecost will take place on May 19th and 20th, known as Whit Sunday and Whit Monday. Take the opportunity to explore these traditions and join in the festivities!

Experience the vibrant culture and rich traditions of Pentecost in Hungary!

🎉🕊️ #Pentecost #Hungary #Traditions #Celebration

Dia 16/05- Informações para as Vítimas de Violência Doméstica



COMUNIDADES PORTUGUESAS

INFORMAÇÕES PARA VÍTIMAS DE VIOLÊNCIA DOMÉSTICA

Qualquer pessoa pode ser vítima de violência doméstica, independentemente da idade, género, religião, grupo étnico, formação, situação económica, condição social ou orientação sexual.

Se residir no estrangeiro, e for vítima de violência doméstica, informe-se sobre o enquadramento legal do país onde se encontra, de modo a poder acionar os mecanismos que tem ao seu dispor, para fazer valer os seus direitos.

O que é a Violência Doméstica?

A Violência Doméstica abrange um conjunto de atos de violência física, psicológica e sexual praticados em ambiente familiar, nomeadamente sobre cônjuge ou ex-cônjuge, unido/a de facto ou ex-unido/a de facto, namorado/a ou ex-namorado/a ou progenitor de descendente comum em 1.º grau, quer haja ou não coabitação.

Engloba ainda maus-tratos físicos ou psíquicos sobre pessoa particularmente indefesa em razão da idade, deficiência, doença, gravidez ou dependência económica, desde que exista coabitação.

Que tipo de comportamentos são considerados violentos?

Ameaça ou Agressão física, psicológica e sexual; Humilhação em privado e em público; Perseguição obsessiva e intimidatória; Devassa da vida privada; Controlo da vida social, familiar, laboral e económica.

Como atuar?

Se conhece ou é vítima de violência deve pedir ajuda e denunciar a situação às entidades competentes. Procure apoio junto da família, amigos, vizinhos e autoridades policiais. Existem profissionais preparados/as para prestar o apoio necessário e garantir a segurança da vítima.

EM PORTUGAL...

A Violência Doméstica em Portugal é um **crime público**, sendo possível a qualquer pessoa (para além da vítima) denunciá-lo. A Comissão para a Cidadania e Igualdade de Género (CIG) disponibiliza estruturas de atendimento, casas de abrigo e acolhimentos de emergência às vítimas através da Rede Nacional de Apoio a Vítimas de Violência Doméstica (RNAVVD) (https://www.cig.gov.pt/area-portal-da-violencia/portal-violencia-domestica/enquadramento/

Denunciar o crime junto das autoridades competentes:

- Órgãos de polícia criminal (PSP, GNR e PJ);
- Ministério Público (nos tribunais);
- Portal do Sistema Queixa Eletrónica.

Pedir ajuda:

- Ligue: 800 202 148
- SMS: 3060
- E-mail: violencia@cig.gov.pt

Mais informações em:
https://www.cig.gov.pt/area-portal-da-violencia/portal-violencia-domestica/apoio-vitimas-violencia-domestica/

NO ESTRANGEIRO...

Embora os órgãos competentes para receber e investigar denúncias de violência doméstica sejam as autoridades policiais do país onde é cometido o crime, a rede consular portuguesa pode prestar apoio dentro dos limites das suas competências legais e que for considerado necessário e adequado:

- **Contactar** os familiares da vítima, se for essa a sua vontade;
- **Facilitar** o apoio linguístico;
- **Sinalizar** os casos que envolvam nacionais portugueses junto das autoridades policiais locais e dos serviços especializados no apoio às vítimas.

Para obter as coordenadas da rede consular portuguesa, consulte o **Portal das Comunidades Portuguesas**.

Para informações adicionais ou sinalizar as situações junto das entidades competentes em Portugal pode ainda consultar a Direção de Serviços de Emigração da Direção Geral dos Assuntos Consulares e das Comunidades Portuguesas, através dos seguintes contactos:

Telefone: +351 21 792 97 34
E-mail: emi@mne.pt

Outros recursos:

APP Bright SKY: aplicação gratuita, disponível na App Store e Google Play, disponibiliza informação útil e direcionada para as pessoas vítimas de violência doméstica. Esta APP está também disponível e adaptada à realidade do Reino Unido, Irlanda, República Checa, Luxemburgo, África do Sul, Albânia, Itália, Nova Zelândia e Hungria.

Anyone can be a victim of domestic violence, regardless of age, gender, or economic situation. This violence includes physical, psychological, and sexual acts against spouses, ex-spouses, partners, or vulnerable family members. If you live abroad, learn about local laws to protect your rights.

Violent Behaviors:

- Physical, psychological, and sexual aggression
- Public or private humiliation
- Stalking and controlling social, family, work, and economic life

How to Act:

- Seek help and report to the authorities.
- Rely on family, friends, and neighbors for support.
- Use resources like the Bright SKY app, available and adapted to the reality of the United Kingdom, Ireland, Czech Republic, Luxembourg, South Africa, Albania, Italy,

New Zealand, and Hungary.

In Hungary:

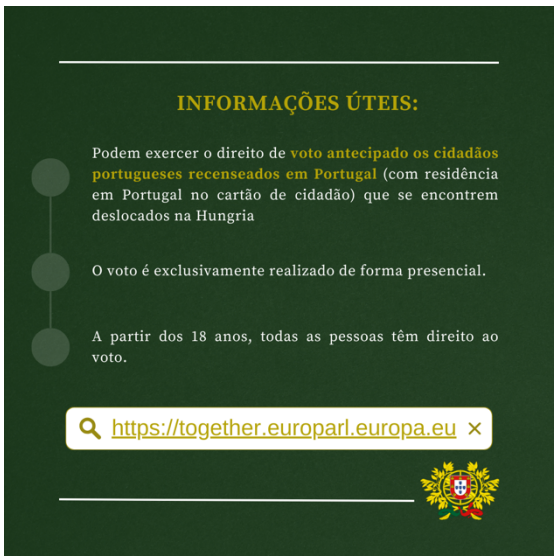
- Emergency Number: 112
- Ambulances and emergency medical services: 104
- Firefighters, rescue services, civil protection: 105
- Police - 107
- National Crisis Management and Information Telephone Service (OKIT): +36 80 20 55 20 (available 24/7)
- NANE (Women's Rights Association): +36 80 505 101 (Monday, Tuesday, Thursday, Friday 6 PM - 10 PM, Wednesday 12 PM - 2 PM)

These resources offer confidential support and can provide critical help and guidance for those experiencing domestic violence.

#StopDomesticViolence #Hungary #Budapest #Hungria#Budapeste #EmbaixadadePortugal #PortugueseEmbassy#ViolenciaDomestica

Dia 21/05- Voto Antecipado









🇪🇺 Early voting for the European Parliament is coming up soon! Keep these details in mind to ensure you cast your vote— the more people vote, the stronger the democracy becomes.🇪🇺

- 🇵🇹Portuguese citizens registered in Portugal (with residence in Portugal on their Citizen Card) who are currently in Hungary can exercise their right to vote in advance.

- You can vote in advance and in person at the Consular Section of the Portuguese Embassy in Budapest during office hours, from 9am to 5pm, on May 28, 29, and 30.

- Voters must identify themselves by presenting their valid Citizen Card or Identity Card.

- Everyone from the age of 18 has the right to vote.

For more information please consult the following website: https://together.europarl.europa.eu/

#eleiçõesparlamentoeuropeu #vote#useoseuvoto #EuropeanElections2024#Hungria #

Portugal #PortugueseEmbassy#diplomacia #Budapest #Hungary#consularregistration # Budapeste#EmbaixadaPortugal #diplomacy

Dia 24/05- Vídeo; Parlamento Europeu



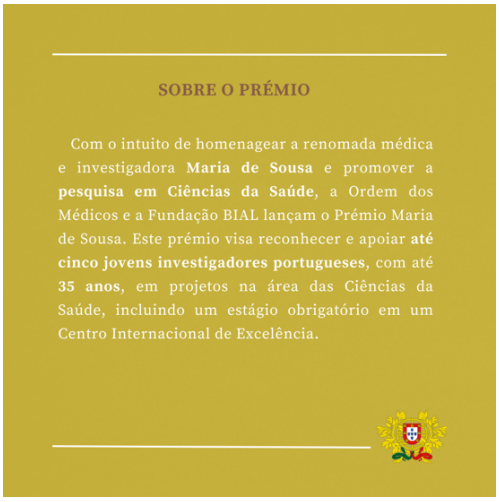
🇪🇺As eleições europeias estão a chegar nos dias 8 e 9 de junho! Para os cidadãos portugueses que estarão fora do país nesse período, não se preocupem!

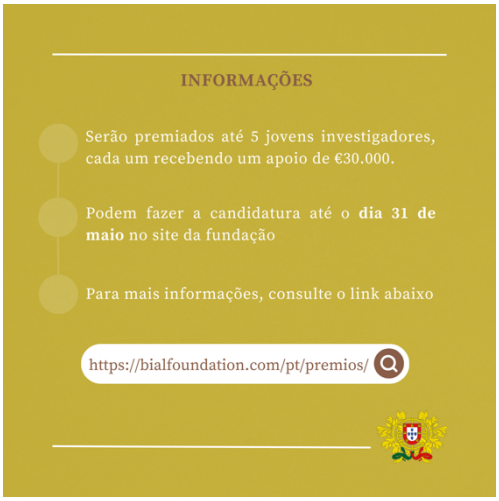
Se estás recenseado em Portugal, podes votar na embaixada durante o horário de funcionamento. Não deixe de exercer o seu direito democrático, mesmo estando longe de casa! 🗳️🇪🇺

#eleiçõesparlamentoeuropeu #vote#useoseuvoto #EuropeanElections2024#Hungria #Portugal #PortugueseEmbassy#diplomacia #Budapest #Hungary#consularregistration #Budapeste#EmbaixadaPortugal #diplomacy

Dia 28/05- Prémio: Maria de Sousa









🏆✨ Prémio Maria de Sousa: 4ª Edição - 2024 ✨🏆

👉 Podes ver mais informações sobre o Prémio:

https://bialfoundation.com/pt/premios/premio-maria-de-sousa/

👉 A plataforma de candidaturas:

grantsbialfoundation.my.salesforce-sites.com/MariaDeSousa

Aproveita esta oportunidade para contribuir para a inovação científica e fazer parte de um legado de excelência! 🌟🧬

#PrémioMariadeSousa #CiênciasdaSaúde#InvestigaçãoCientífica #JovensInvestigadores#Inovação #Excelência #Portugal #Hungria#Budapeste #EmbaixadaPortugal

Dia 30/05- Aquincum: Ruínas Romanas em Budapeste



PT: Esta semana damos a conhecer a antiga cidade Romana, Aquincum, localizada em Budapeste.

No final do século XIX os restos da antiga cidade de Aquincum foram desenterrados, sendo este um dos maiores parques arqueológicos da Hungria. 🇭🇺

⛏A reconstrução desta cidade ocorreu entre os anos de 1960 e 1970.

Os habitantes do povoamento desfrutavam das vantagens do Império, como aquecimento central nas casas, banhos públicos, um Mitreu e palácios. As principais atrações de Aquincum são os anfiteatros do século I d.C., que sediavam combates de gladiadores e lutas de animais.

O museu exibe uma réplica do sistema hidráulico, juntamente com casas e pinturas romanas descobertas no local. Além disso, os restos de um aqueduto de três níveis, descoberto em toda a cidade, são ainda hoje visíveis.🏛

.

.

EN: This week we present you Aquincum, the old Roman city located in Budapest.

At the end of the 19th century the remains of the ancient city of Aquincum were unearthed, making it one of the largest archaeological parks in Hungary. 🇭🇺

⛏The city was rebuilt between 1960 and 1970.

Settlement dwellers enjoyed the Empire’s perks like central heating, public baths, a Mithraeum, and palaces. Aquincum’s main attractions are the 1st-century AD amphitheatres, hosting gladiator and beast fights.

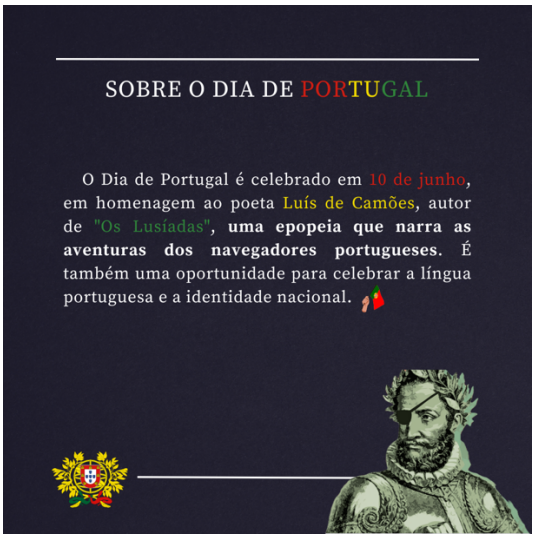
The museum showcases a replica of the hydraulic system, along with Roman houses

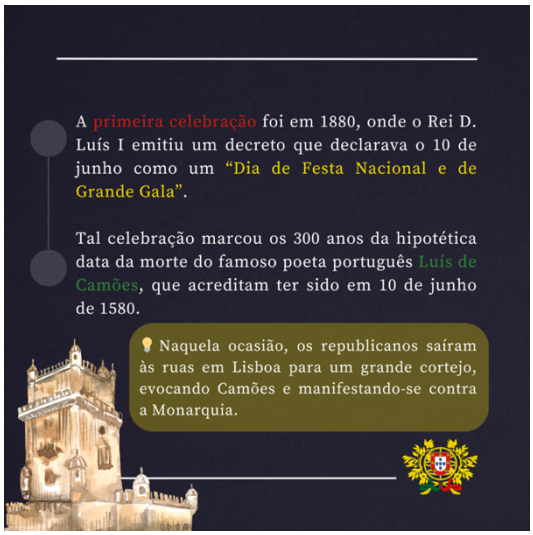
and paintings unearthed onsite. Additionally, remnants of a three-tiered aqueduct, unearthed throughout the city, remain visible today.🏛️

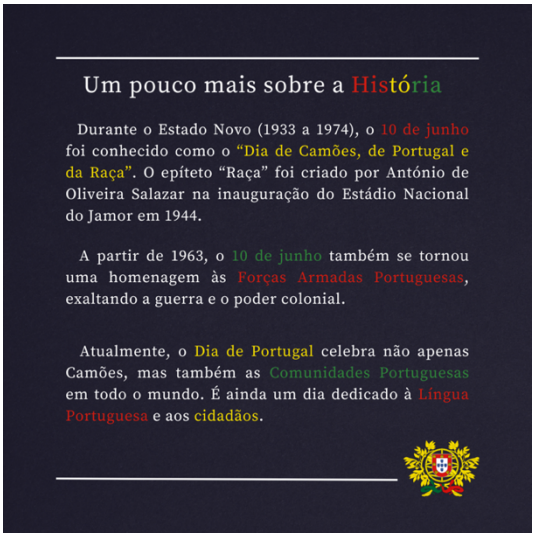
#cultura #budapeste #hungria #culture#budapest #hungary

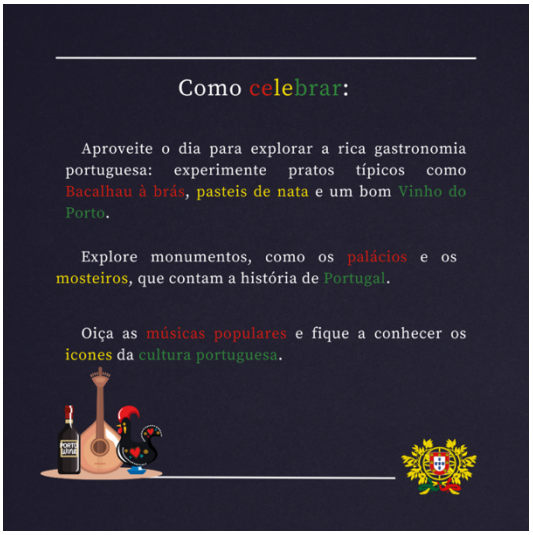
Dia 04/06- A história do Dia 10 de Junho













Na próxima Segunda-Feira Portugal celebra o seu feriado nacional, também conhecido como o Dia de Portugal. Fica a saber mais sobre esse dia no post acima:

.

.

✨ Portugal Day is celebrated on June 10th, in honor of the poet Luís de Camões, author of 'The Lusiads,' an epic that narrates the adventures of the Portuguese navigators. It is also an opportunity to celebrate the Portuguese language and national identity.

The first celebration was in 1880 when King Luís I declared June 10th as a "National Holiday and Grand Gala Day." This marked the 300th anniversary of Camões' death, believed to be on June 10th, 1580.

💡 Back then, republicans took to the streets of Lisbon for a grand procession, honoring Camões and protesting against the Monarchy.

📜 A bit of history: During the Estado Novo (1933-1974), June 10th was known as the "Day of Camões, Portugal, and the Race," a term coined by António de Oliveira Salazar at the National Stadium of Jamor's inauguration in 1944. From 1963, it also became a tribute to the Portuguese Armed Forces, celebrating military and colonial power.

🌍 Today, Portugal Day honors not just Camões but also Portuguese communities worldwide. It's a celebration of the Portuguese Language and its people.

🎉 How to celebrate:

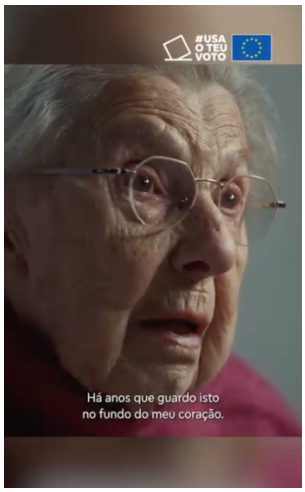
Savor the Flavors: Dive into Portuguese cuisine with dishes like Bacalhau à Brás, pastéis de nata, and a fine Port wine.
Explore History: Visit stunning monuments, palaces, and monasteries that tell Portugal's story.

Enjoy the Tunes: Listen to popular Portuguese music and discover cultural icons.

Celebrate Portugal Day by immersing yourself in the country's rich heritage and vibrant culture! 🇵🇹❤️

#PortugueseCommunities #DiadePortugal#LuísdeCamões #ComunidadesPortuguesas# Budapeste #Hungria #EmbaixadaPortugal#Budapest #Hungary #PortugueseEmbassy

Dia 06/06- Video: Parlamento Europeu



🇪🇺🇵🇹Nos dias 8 e 9 de junho pode exercer o seu direito democrático junto da Embaixada entre as 9h e as 19h.

#eleicoesparlamentoeuropeu2024 #vote #useoseuvoto#EuropeanElections2024 #Hungria #Portugal#EmbaixadaPortugal #Budapest #Hungary#PortugueseEmbassy

Dia 11/06- Santos Populares











EN: Summer in Portugal: Embrace the Festive Season!

As summer unfolds in Portugal, the much-anticipated season of the Santos Populares and the charming local "terrinhas" festivals comes to life!

Imagine streets adorned with vibrant flags and twinkling lights, the mouthwatering scent of grilled sardines and hearty caldo verde filling the air. And don't forget the catchy tunes and children's laughter echoing through the lively streets!

Let's dive into the festive trio:

Saint Anthony's Day

Saint Anthony's festivities kick off the vibrant Santos Populares season. Lisbon's historic neighborhoods burst into life with street parties, colorful decorations, and music everywhere. The grand highlight is the parade down Avenida da Liberdade!

Known as the patron saint of lovers, Saint Anthony's fame shines brightly during the celebrated weddings of Santo António, where 16 couples eagerly tie the knot in a collective ceremony.

Saint Peter's Day 🎉

Following tradition, the celebrations of Saint Peter are filled with joy and color. Processions, dances, and popular marches turn the streets into a festive playground, and music is ever-present.

When it comes to food, the star of the show is the grilled sardines, accompanied by roasted peppers, "broa", "caldo verde", and, of course, local wine. 🍷🔥

Saint John's Day 🔨

Saint John, the most revered saint in Porto, is celebrated with zeal, starting on the eve of the June 24th holiday. Porto's streets come alive with street parties, bonfires, and the delicious scent of grilled sardines.

Unique to São João are the playful traditions of tapping each other on the head with leeks (alho-porro) or plastic hammers, adding a whimsical touch to the festivities. The night reaches its peak with a dazzling fireworks display at midnight. 🎆

Whether you're a local or just visiting, these festivals are the perfect way to immerse yourself in Portuguese culture and celebrate the joy of summer! 🎉🇵🇹

#SantosPopulares #PortugueseFestivals#SummerInPortugal #SantoAntónio #SãoPedro #SãoJoão #Celebrate #CulturalHeritage

Dia 13/06- Celebração do 10 de junho na residência do Embaixador



PT: Celebração do Dia de Portugal na Residência do Embaixador 🇵🇹✨

No passado dia 7 de junho, o Senhor Embaixador e a Senhora Embaixatriz tiveram a honra de abrir as portas da sua residência para a comunidade portuguesa na Hungria. Em um ambiente de confraternização e orgulho, celebramos antecipadamente o Dia de Camões, de Portugal e das Comunidades Portuguesas.

A noite foi marcada por conversas calorosas, risos e o sabor inconfundível da nossa cultura. Juntos, reforçamos os laços que nos unem e celebramos a nossa identidade onde quer que estejamos.

Viva Portugal!🇵🇹🎉

—

EN: Celebrating Portugal's Day at the Ambassador's Residence 🇵🇹✨

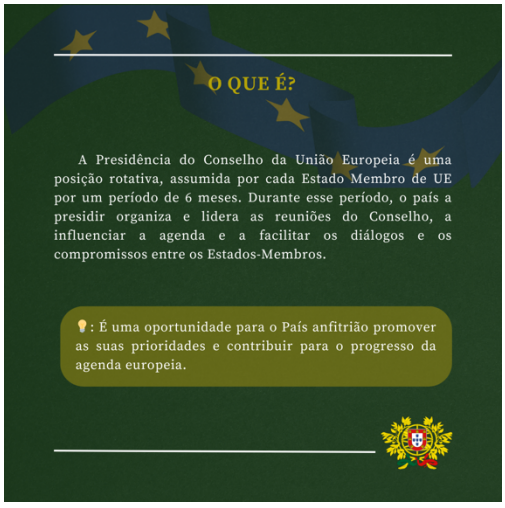
On June 7th, the Ambassador and the Ambassadress had the honor of opening the doors of their residence to the Portuguese community in Hungary. In a warm and proud atmosphere, we celebrated the upcoming Day of Camões, Portugal, and the Portuguese Communities.

The evening was filled with heartfelt conversations, laughter, and the unmistakable flavors of our culture. Together, we strengthened the bonds that unite us and celebrated our identity, no matter where we are.

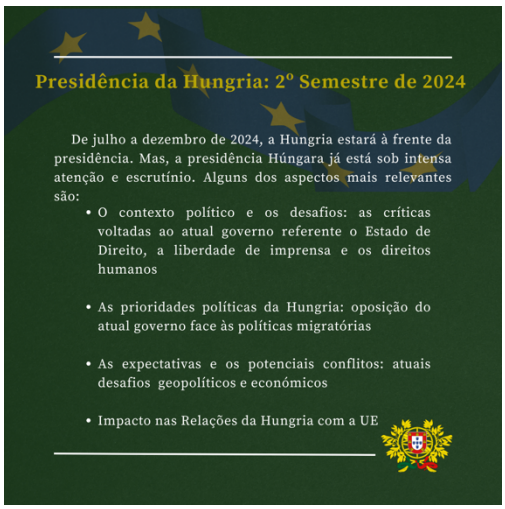
#portugal #hungria #Budapeste#DiaDePortugal #ComunidadePortuguesa#PortugalDay #Hungary #Budapest #camões

18/06- A Presidência Húngara do Conselho Europeu











Em julho começa o mandato de seis meses da Hungria como Presidente do Conselho da União Europeia. Vê no post acima algumas informações sobre a Presidência do Conselho da UE e o impacto que a Hungria já está a receber.

.

.

The Presidency of the Council of the European Union is a rotating position, held by each EU Member State for a period of 6 months. During this time, the presiding country organizes and leads Council meetings, influences the agenda, and facilitates dialogues and compromises among Member States. It’s a valuable opportunity to

promote their priorities and drive forward the European agenda.

💡 It's an opportunity for the hosting country to promote its priorities and contribute to the advancement of the European agenda.

Belgium's Presidency: 1st Half of 2024 🇧🇪

From January to June 2024, Belgium assumed the presidency of the European Union with a focused approach on:

- Sustainability and Climate Change: Promoting ecological policies for a greener future.
- Digitalization and Innovation: Encouraging technological advancement and digital adaptation.
- Security and Defense: Strengthening cooperation in European security.
- Social and Economic Cohesion: Reducing inequalities and promoting inclusive economic growth.

Hungary's Presidency: 2nd Half of 2024 🇭🇺

From July to December 2024, Hungary will lead the European Union. However, Hungary's presidency is already under intense scrutiny. Key aspects include:

- Political Context and Challenges: Criticisms directed at the current government regarding rule of law, press freedom, and human rights.
- Hungary's Political Priorities: Opposition of the current government to EU migration policies.
- Expectations and Potential Conflicts: Facing current geopolitical and economic challenges.
- Impact on Hungary's Relations with the EU: Hungary's presidency could significantly impact future relations with the European Union.

Stay tuned for more updates on how Hungary will shape the future of Europe!

#Budapeste #Hungria #Portugal#conselhodaeuropa #uniãoeuropeia #politica#Budapest #Hungary #europeancouncil#europeanunion🇪🇺

Dia 20/06- Relembrar Portugal











Hoje relembramos Portugal, e trazemos um pouco da Cidade de Óbidos, a jóia medieval de Portugal. 🇵🇹

Viajar para Óbidos é como entrar num portal para o passado, onde cada rua de paralelepípedos e cada muralha guardam os segredos dos tempos passados.

📜A História: Já imaginaste caminhar por muralhas que datam do século XIII? Em Óbidos, isso é uma realidade! A vila foi presenteada à rainha D. Isabel como um presente de casamento. Nela encontramos até hoje os encantos da história medieval.

🍫Ginja, Chocolate e Festas: A cidade de Óbidos é famosa por sua Ginja servida em copos de chocolate. Uma dose de pura doçura para esquentar o coração! E se gostas de festivais, Óbidos é o lugar certo! Desde o Festival Internacional de Chocolate até o vibrante Mercado Medieval

🏰 A Arquitetura e a Arte: Prepara-te para ficares encantado pelas fachadas brancas e azulejos coloridos. A Porta da Vila, com os seus azulejos históricos, é a entrada para um mundo de maravilhas. A Igreja de Santa Maria também é um lugar a não se perder, onde a história e a arte se encontram de forma única.

🌄As Vistas de Tirar o Fôlego: A caminhada pelas muralhas oferece vistas deslumbrantes da vila e das paisagens ao redor. Cada passo é uma nova descoberta, um novo ângulo de um lugar que parece ter saído diretamente de uma pintura.

Óbidos é mais do que uma vila medieval; é uma viagem no tempo, um mergulho na cultura e uma experiência.💼

#ÓbidosEncantada #HistóriaDePortugal#JóiaMedieval #GinjaDeÓbidos#FestivaisDeÓbidos #ArquiteturaPortuguesa#VistasDeslumbrantes

English version on the comments 👇

Today, We Reminisce About Portugal and Bring You a Glimpse of Óbidos, the Medieval Jewel of Portugal! 🇵🇹

Traveling to Óbidos is like stepping through a portal into the past, where every cobblestone street and ancient wall holds the secrets of bygone eras.

📜History Can you imagine walking along walls that date back to the 13th century? In Óbidos, it’s not just imagination; it’s reality! This enchanting village was given to Queen

Isabel as a wedding gift. To this day, Óbidos retains the allure of its medieval history, with every corner echoing tales of the past.

🍫Ginja, Chocolate, and Festivals Óbidos is renowned for its Ginja served in chocolate cups—a shot of pure sweetness to warm your heart! And if you love festivals, Óbidos is the perfect destination! From the International Chocolate Festival to the lively Medieval Market.

🏰Architecture and Art Prepare to be enchanted by the whitewashed facades and colorful tiles. The gate of the village, adorned with historic tiles, is the gateway to a world of wonders. Don't miss the Church of Santa Maria, where history and art come together in a unique harmony.

🌄Breathtaking Views Walking along the walls offers stunning views of the village and the surrounding landscapes. Each step is a new discovery, a new angle of a place that seems to have come straight out of a painting.

Óbidos is more than just a medieval village; it's a journey through time, a deep dive into culture, and a truly unforgettable experience.💼

#ÓbidosEnchanted #HistoryOfPortugal#MedievalJewel #GinjaOfÓbidos#FestivalsOfÓbidos #PortugueseArchitecture#BreathtakingViews

Dia 25/06- Novo Modelo do Cartão de Cidadã



Cartão de Cidadão

Desde o dia 10 de junho deste ano, Portugal iniciou a emissão de uma versão atualizada e tecnologicamente avançada do Cartão de Cidadão.

Este novo cartão não apenas mantém as funcionalidades essenciais de identificação pessoal, mas também incorpora várias inovações que visam aumentar a segurança, a usabilidade e a conveniência para os cidadãos portugueses.

Design mais morderno e seguro

O novo formato e as funcionalidades do cartão são projetados para simplificar a vida do cidadão, facilitando processos como a assinatura digital de documentos e o uso de serviços eletrónicos.

A produção do cartão adota práticas mais sustentáveis, alinhando-se com as iniciativas ecológicas do governo português.

Este avanço reflete o compromisso de Portugal em modernizar a administração pública e melhorar a segurança e a comodidade para todos os seus cidadãos.

Design mais moderno e seguro

O novo Cartão de Cidadão apresenta um design atualizado que inclui elementos visuais avançados e medidas de segurança melhoradas, dificultando falsificações e fraudes.



Design mais moderno e seguro

Equipado com um chip mais avançado, o novo cartão facilita o acesso a serviços digitais do governo e a autenticação segura online, promovendo a interação digital com as instituições públicas e privadas.



Renovação

Se o seu Cartão de Cidadão ainda está dentro do prazo de validade, não há necessidade de substituí-lo imediatamente.

A atualização para o novo modelo é obrigatória apenas para aqueles cujo cartão atual tenha caducado ou esteja próximo de caducar.

Poderá revonar o seu cartão na nossa embaixada, basta fazer uma marcação através do e-mail: sconsular.budapeste@mne.pt





🌟 Novo Cartão de Cidadão: Mais Seguro, Moderno e Sustentável! 🌟

Desde 10 de junho, Portugal iniciou a emissão do novo Cartão de Cidadão, repleto de inovações tecnológicas que aumentam a segurança e a conveniência para todos os portugueses. 🇵🇹💳

Veja o post para saber todas as novidades.

.

.

🇵🇹✨ Introducing the New Portuguese Citizen Card!

As of June 10th, Portugal has begun issuing a modern and technologically advanced version of the Citizen Card. This new card maintains its core personal identification functions while introducing several innovations aimed at enhancing security, usability, and convenience for Portuguese citizens.

🔒 Sleek Design and Enhanced Security: The updated Citizen Card features a new design with advanced visual elements and improved security measures to prevent forgery and fraud. Equipped with a more advanced chip, it streamlines access to government digital services and ensures secure online authentication, facilitating

digital interactions with public and private institutions.

💻 Simplified Digital Interactions: The new card format and features are designed to simplify daily life, making processes like digital document signing and using electronic services more accessible. Additionally, its production aligns with the Portuguese government's sustainable practices, supporting ecological initiatives.

🌍 A Step Forward for Portugal: This development underscores Portugal's commitment to modernizing public administration and enhancing safety and convenience for all its citizens.

Renewal Information: If your current Citizen Card is still valid, there's no immediate need to replace it. The update to the new model is mandatory only for those whose cards have expired or are about to expire.

You can renew your card at our embassy by scheduling an appointment via email: sconsular.budapeste@mne.pt

#Portugal #Hungria #Budapeste #Hungary#Budapest #NewIdentityCard #PortugueseID #novocartãodecidadão

Dia 27/08- Lago Balaton







🌅 Descubra a Magia do Lago Balaton! 🌊✨

Situado no coração da Hungria, o Lago Balaton é o maior lago de água doce da Europa, oferecendo aventuras infinitas e uma beleza serena. Desde pores do sol deslumbrantes até encantadoras vilas à beira do lago, cada momento aqui é pura felicidade. 🌞🚣

Com a chegada do verão, o Lago Balaton torna-se um destino muito procurado pelos húngaros para passar uns dias fora da cidade. Pronto para fugir à rotina? Mergulhe nas águas cristalinas, navegue até o horizonte e explore joias escondidas ao longo da costa. Se estiver à procura de um momento mais relaxante ou uma aventura, o Lago Balaton é o seu destino de verão perfeito. 🌿🏖️

.

🌅 Discover the Magic of Lake Balaton! 🌊✨

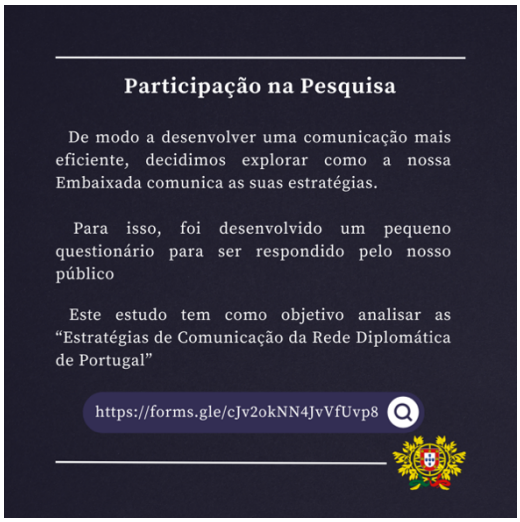
Nestled in the heart of Hungary, Lake Balaton is Europe's largest freshwater lake, offering endless adventures and serene beauty. From breathtaking sunsets to charming lakeside villages, every moment here is pure bliss. 🌞🚤

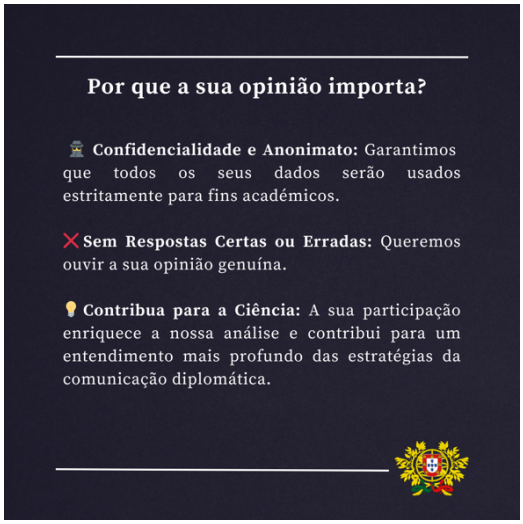
With the arrival of summer, Lake Balaton becomes a highly sought-after destination for Hungarians looking to spend a few days away from the city. Ready to escape the ordinary? Dive into crystal-clear waters, sail into the horizon, and explore hidden gems along the shoreline. Whether you're seeking relaxation or adventure, Lake Balaton is your ultimate summer destination. 🌿🏖️

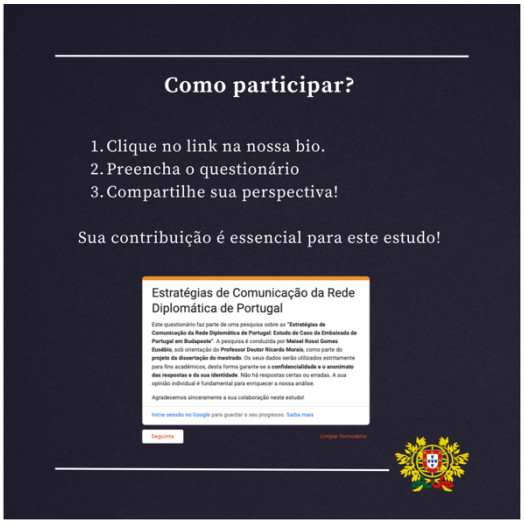
#LagoBalaton #Budapeste #Hungria #Portugal#Verão #Férias #Summer #Holidays#Lake Balaton #Budapest #Hungary

Dia 02/07- Pesquisa estratégias de Comunicação











Participe da Nossa Pesquisa!🌟

Estamos a realizar um estudo sobre as “Estratégias de Comunicação da Rede Diplomática de Portugal: Estudo de Caso da Embaixada de Portugal em Budapeste”.

💬A sua opinião é fundamental!

Este questionário faz parte da pesquisa conduzida por Meisel Rossi Gomes Eusébio, sob a orientação do Professor Doutor Ricardo Morais, como parte do projeto de dissertação de mestrado.

Agradecemos sinceramente a sua colaboração neste estudo!

🔗Clique no link da nossa bio para participar!

https://forms.gle/9RSDTxuWBsch9NmA8

.

.

.

EN:Join Our Research Study! 🌟

We are conducting a study on “Communication Strategies of the Portuguese Diplomatic Network: A Case Study of the Embassy of Portugal in Budapest”.

💬Your opinion matters!

This questionnaire is part of the research led by Meisel Rossi Gomes Eusébio, under the guidance of Professor Ricardo Morais, as part of the master’s dissertation project.

📚Why is your participation important?

- Confidentiality and Anonymity: We ensure that all your data will be used strictly for academic purposes.
- No Right or Wrong Answers: We value your genuine opinion.
- Contribute to Science: Your participation enriches our analysis and helps us understand diplomatic communication strategies better.

We sincerely appreciate your cooperation in this study!

🔗Click the link in our bio to participate!

https://forms.gle/9RSDTxuWBsch9NmA8

#comunicação #diplomacia #budapest#communication #portugal

Dia 04/07- Memorial para Carlos Sampaio Garrido e Teixeira Branquinho: 80 anos do Holocausto Húngaro.









Memorial para Carlos Sampaio Garrido e Teixeira Branquinho: 80 anos do Holocausto Húngaro.

Na última segunda-feira, a Embaixada de Portugal em Budapeste prestou uma homenagem comovente a dois diplomatas portugueses, Carlos Sampaio Garrido e Teixeira Branquinho, no marco dos 80 anos do Holocausto Húngaro. Esses dois heróis portugueses salvaram inúmeras vidas húngaro-judaicas durante um dos capítulos mais sombrios da história do mundo.

O evento contou com a presença do Sr. Embaixador e do ilustre Salvador Sampaio

Garrido, neto de Carlos Sampaio Garrido, que compartilharam relatos tocantes sobre a bravura e o humanismo demonstrados durante aqueles tempos difíceis. Carlos Sampaio Garrido, embaixador de Portugal na Hungria durante a Segunda Guerra Mundial, usou sua posição para abrigar e proteger refugiados judeus, muitas vezes oferecendo seu próprio lar como refúgio. Quando este foi afastado do cargo Teixeira Branquinho continuou a missão de Sampaio Garrido, organizando documentos e facilitando a fuga segura daqueles perseguidos pelo regime nazista.

A cerimónia teve lugar no antigo Hotel Ritz em Budapeste, onde a Embaixada de Portugal estava localizada na época, e em Galgagyörk, onde a embaixada continuou suas operações após a transferência forçada.

Este dia de emoções profundas nos lembrou do poder do espírito humano em tempos de adversidade. Relembramos não apenas os atos de coragem de Sampaio Garrido e Teixeira Branquinho, mas também a essência do que significa ser verdadeiramente humano: colocar a compaixão e a solidariedade acima de qualquer posição ou título quando se trata de ajudar o próximo.

.

.

.

🇬🇧See the english version in the comments

#holocaust #diplomacy #portugal #hungary#holocausto
#diplomacia #hungria

Honoring Portuguese Heroes: 80th Hungarian Holocaust Memorial

Last Monday, the Embassy of Portugal in Budapest held a poignant ceremony to honor two Portuguese diplomats, Carlos Sampaio Garrido and Teixeira Branquinho, marking the 80th anniversary of the Hungarian Holocaust. These two Portuguese heroes saved countless Hungarian-Jewish lives during one of the darkest chapters in world history.

The event featured the presence of the Ambassador and the distinguished Salvador Sampaio Garrido, grandson of Carlos Sampaio
Garrido, who shared moving stories of the bravery and humanity displayed during those difficult times. Carlos Sampaio Garrido, the Portuguese ambassador to Hungary during World War II, used his position to shelter and protect Jewish refugees, often offering his own home as a sanctuary.

After he was removed from his position, Teixeira Branquinho continued Sampaio Garrido's mission, organizing documents and facilitating the safe escape of those pursued by the Nazi regime.

The ceremony took place at the historic Ritz Hotel in Budapest, where the Portuguese Embassy was located at the time, and in Galgagyork, where the embassy continued its operations after the forced relocation.

This deeply emotional day reminded us of the resilience of the human spirit in times of adversity. We remembered not only the courageous acts of Sampaio Garrido and Teixeira Branquinho but also the essence of what it means to be truly human: placing compassion and solidarity above any position or title when it comes to helping others in need.

Dia 09/07- Jogos Universitários Europeus: Hungria 2024.









Jogos Universitários Europeus: Hungria 2024.

Os Jogos Universitários Europeus decorrem este ano na Hungria nas cidades de Debrecen e Miskolc entre os dias 14 e 22 de julho. Saiba mais sobre o evento na publicação acima.

.

.

EN: European Universities Games: Hungary 2024.

The European Universities Games is a multi-sport event held every two years, that brings together athletes from various European universities. This event takes place in different university cities across Europe.

This year, the event will be held in the cities of Debrecen and Miskolc, Hungary, from July 12 to July 24.

Sports and Locations: The games will be divided between the two cities. Below, you can see where each sport will take place.

Debrecen: 3x3 Basketball; Badminton; Beach Handball; Football; Futsal; Handball;

Table Tennis; Para Table Tennis

Miskolc: Basketball; Beach Volleyball; Chess; Judo; Karate; Kickboxing; Taekwondo; Tennis; Volleyball; Water Polo

#Portugal #Hungria #Budapeste#JogosEuropeusUniversitarios #desporto#Hungary #Budapest#EuropeanUniversitiesGames #sport#university

Dia 11/07- Ilha Margit











Margitsziget! ✨🌳

Mesmo no meio do rio Danúbio, entre as cidades de Buda e Pest, existe uma ilha paradisíaca. Margitsziget, ou Ilha Margareth, é um oásis de tranquilidade e beleza natural no coração de Budapeste. Com os seus jardins exuberantes, as fontes encantadoras e as trilhas perfeitas para caminhadas e passeios de bicicleta, é o lugar ideal para escapar da azáfama da cidade e conectar-se com a natureza. 🌺

Além disso, Margitsziget abriga o famoso Complexo de Piscinas Palatinus, onde poderá refrescar-se nas piscinas ao ar livre ou aproveitar as águas termais medicinais. 🚤💦

Se gosta de história, vai adorar explorar as ruínas romanas que revelam um pouco do passado fascinante da ilha. 🏛️

Os vastos gramados e as áreas sombreadas são perfeitos para um piquenique com os amigos e a família! 🧺

Para os amantes do desporto, há quadras de ténis, campos de futebol e até uma pista de atletismo. ⚽🎾

Não se esqueça de visitar o Music Fountain, onde a água dança ao ritmo da música – um verdadeiro espetáculo! 🎶💦

Margitsziget é um refúgio multifacetado que oferece algo especial para todos. Descubra tudo o que essa ilha mágica tem a oferecer! 🌟

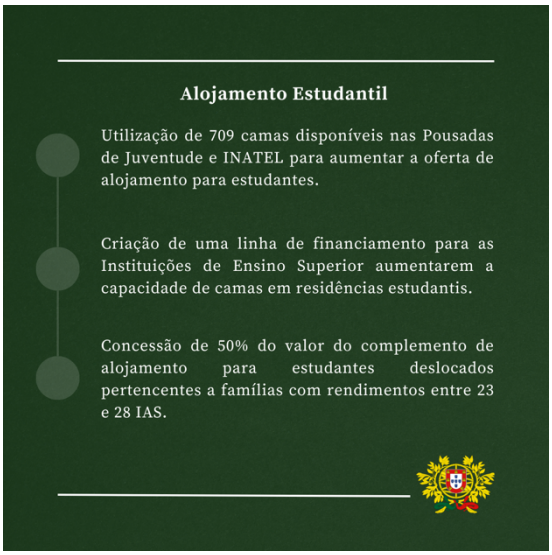
.

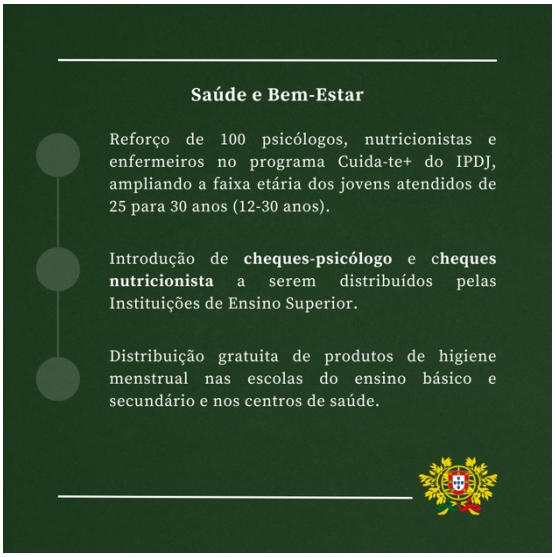
🇬🇧 English version below 👇

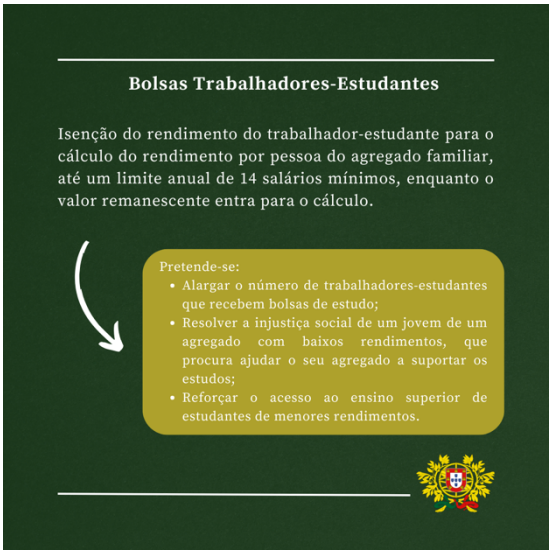
#Budapest #Margitsziget #MargaretIsland#Nature #Travel #DiscoverBudapest #Hungary#Adventure #Palatinus #ThermalWaters#RomanHistory

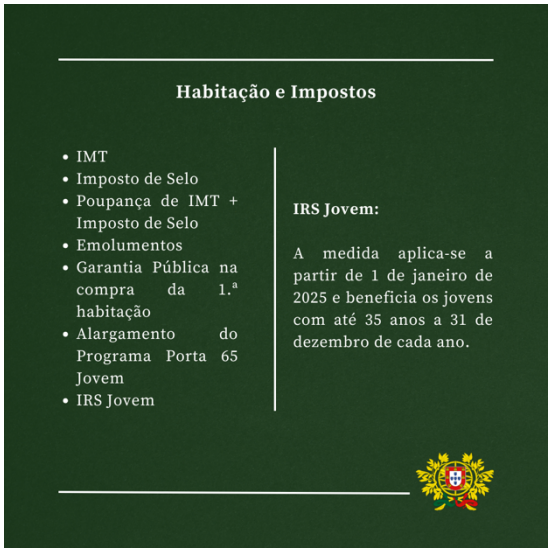
Dia 16/07- Tens futuro em Portugal













O governo no passado dia 23/05/2024 aprovou 14 novas Medidas para a Juventude nas áreas do alojamento estudantil, bolsas trabalhadores-estudantes, saúde e bem-estar, habitação e impostos. Este novo pacote de medidas é conhecido como “Tens Futuro Em Portugal”.

Vê o link para mais informações:
https://www.portugal.gov.pt/pt/gc24/comunicacao/noticia?i=tens-futuro-em-portugal-medidas-para-a-juventude

#Portugal #Hungria #Budapeste#TensFuturoEmPortugal #Juventude#Estudantes #Hungary #Budapest #Students

Dia 18/07- Relembrar Portugal







Hoje relembramos Portugal e trazemos um pouco de Reguengos de Monsaraz, a pérola do Alentejo. 🇵🇹

Viajar para Reguengos de Monsaraz é como abrir um livro de histórias, onde cada vindima e cada ruela nos contam sobre o passado glorioso da região.

📜 A História: Imagina caminhar por uma vila que preserva a essência dos tempos medievais. Monsaraz, com suas muralhas e castelo, nos transporta ao século XIII, oferecendo uma vista que parece ter parado no tempo.

🍷 Vinhos e Sabores: Reguengos de Monsaraz é sinônimo de vinhos de excelência. Prove os premiados vinhos alentejanos e desfrute da culinária local, que é uma verdadeira celebração dos sabores da terra.

🏰 Arquitetura e Encanto: Deixe-se encantar pelas casas brancas e pelas ruas estreitas de Monsaraz. A simplicidade e a beleza rústica da arquitetura alentejana são um convite para relaxar e apreciar cada detalhe.

🔭 O Céu Noturno: Não perca a oportunidade de visitar o Observatório do Lago Alqueva. Este é um dos melhores lugares na Europa para a observação de estrelas, graças ao seu céu incrivelmente limpo e escuro. Uma experiência celestial que vai te deixar deslumbrado!

🌄 Vistas de Sonho: Suba até ao castelo e maravilhe-se com as vistas panorâmicas sobre o Lago Alqueva. O pôr do sol aqui é um espetáculo imperdível, tingindo o céu com cores que só o Alentejo pode oferecer.

Reguengos de Monsaraz não é apenas uma vila; é uma viagem no tempo, uma celebração da cultura e uma experiência inesquecível. Venha descobrir este tesouro escondido de Portugal! 💼✨

#Portugal #Hungria #Budapeste#ReguengosDeMonsaraz #Alentejo#RelembrarPortugal #Portugal #Hungary#Budapest

Dia 23/07- Dia do Nome





🌸Feliz dia do nome🌸

Fique a saber mais sobre a tradição húngara do dia do nome. Confira a publicação a cima ☝️

.

.

.

EN.: 🌸 Boldog Névnapot! 🌸

Name Day! 🇭🇺🎉

What is Name Day? In Hungarian culture, each day of the year is dedicated to one or more names, based on a traditional name calendar. Name Day is a celebration to honor people whose name is associated with today's date.

Why does Name Day exist? Name Day is an ancient tradition rooted in medieval Europe and deeply ingrained in Hungarian culture. Originally, many of these celebrations had religious connections, commemorating Christian saints and martyrs. Over time, the tradition became popular and evolved into a way to celebrate and recognize the importance of names and the people who bear them.

When did it start? The practice of celebrating Name Day dates back to the 11th century when the Christian church began designating certain days to honor specific saints. In Hungary, this tradition was adopted and integrated into local culture, gaining popularity over the centuries. Today, it is a widely appreciated and anticipated celebration for many Hungarians.

How to celebrate Name Day?

- Send a loving message, a simple "Boldog Névnapot!" (Happy Name Day!) can make someone smile. 🎁
- Give flowers or a special gift. The small gestures can make the day even more special.
- Gather friends and family in a small party or get-together to celebrate together. 🍰

- Share a special meal: Cook the name day celebrant's favorite dish or go to a restaurant. 🍽️

Let's spread love and joy today and always, celebrating the uniqueness of each name and the special person who bears it!

#Portugal #Hungria #Budapeste #Névnap#BoldogNévnapot #HungarianTradition#Celebration #loveandcare #Budapest#Hungary #DiadoNome

Dia 25/07- Região dos vinhos



Região dos Vinhos na Hungria 🍇🍷

A Hungria é conhecida pela sua rica tradição vinícola, com regiões que produzem

vinhos de alta qualidade há séculos.

Tokaj, a mais famosa, é a terra do Tokaji Aszú, um vinho de sobremesa doce apreciado mundialmente, produzido a partir de uvas afetadas pela “podridão nobre” que concentra os açúcares.

Outras regiões notáveis incluem Eger, conhecida pelo “Egri Bikavér” (Sangue de Touro), uma composição de vinhos tintos que combina várias uvas para criar um sabor complexo e rico.

Villány destaca-se pelos seus vinhos tintos robustos e encorpados, feitos principalmente de Cabernet Sauvignon, Merlot e a variedade local Kékfrankos. Além disso, as regiões de Szekszárd e Badacsony também produzem vinhos excepcionais, sendo Szekszárd conhecida por seus tintos elegantes e Badacsony pelos seus vinhos brancos aromáticos.

.

Wine Regions in Hungary 🍇🍷

Hungary is renowned for its rich winemaking tradition, with regions that have been producing high-quality wines for centuries.

Tokaj, the most famous, is the land of Tokaji Aszú, a sweet dessert wine cherished worldwide, made from grapes affected by “noble rot” which concentrates the sugars.

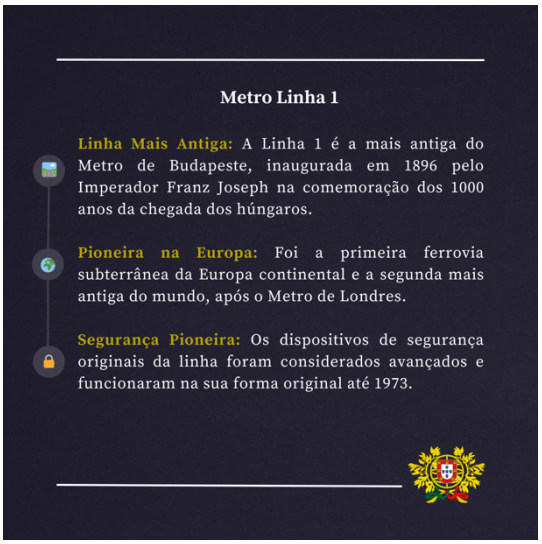
Other notable regions include Eger, known for its “Egri Bikavér” (Bull’s Blood), a red blend combining various grapes to create a complex and rich flavor.

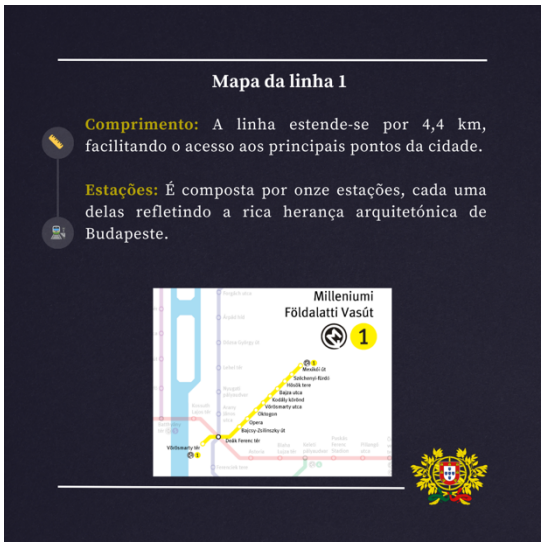
Villány is distinguished by its robust and full-bodied red wines, primarily made from Cabernet Sauvignon, Merlot, and the local Kékfrankos variety. Additionally, the regions of Szekszárd and Badacsony also produce exceptional wines, with Szekszárd being known for its elegant reds and Badacsony for its aromatic white wines.

#HungarianWines #Tokaj #EgriBikavér #Villány#HungarianTourism #Wine #Winery #Tourism#HungarianCulture #Szekszárd #Badacsony #VinhosHúngaros #TurismoHúngaro #Vinho#Vinícola #Turismo #CulturaHúngara

Dia 30/07- Linha do metro M1









✨🚇 Viaje no Tempo na Linha 1 do Metro de Budapeste!

Embarque num pedaço da história! Esta linha é uma verdadeira pioneira, já que é a primeira linha ferroviária subterrânea da Europa continental e a segunda mais antiga

do mundo, depois do metro de Londres. 🚃🌍

Concluída em abril de 1896 pela Siemens e Haske, e inaugurada pelo Imperador Franz Joseph, a Linha 1 foi um marco da engenharia moderna, com seus dispositivos de segurança originais funcionando até 1973! Esta linha histórica foi construída para celebrar o milésimo aniversário do estado húngaro, oferecendo uma mistura de charme do velho mundo e conveniência moderna. 🚃✨

Originalmente movida por motores a vapor e depois eletrificada, os elegantes carros amarelos da linha transportaram inúmeros passageiros através da rica paisagem cultural de Budapeste por mais de um século. 🕰️

Experimente o legado e o charme de Budapeste, enquanto desfruta de uma viagem tranquila nesta histórica linha de metro! 🚇💛

.

.

✨🚇 Travel Back in Time on Metro Line 1 in Budapest!

Hop aboard a piece of history! As the first underground railway on the European mainland and the world's second oldest, after the London Underground, Metro Line 1 is a true pioneer. 🚃🌍

Finished in April 1896 by Siemens and Haske and inaugurated by the Emperor Franz Joseph, Metro Line 1 was a marvel of modern engineering, with its original security devices operating until 1973! This historic line was built to celebrate the 1000th anniversary of the Hungarian state, offering a blend of old-world charm and modern convenience. 🚃✨

Originally powered by steam engines and later electrified, the line's elegant yellow cars have transported countless passengers through Budapest's rich cultural landscape for

over a century. 🕰️

Experience the legacy and charm of Budapest, all while enjoying a seamless journey on this historic metro line! 🚇💛

#Portugal #Budapest #Hungary#BudapestMetro #MetroLine1#HistoricalJourney #DiscoverBudapest#Budapeste #Hungria #MetroBudapeste#DescobrirBudapeste #ViagemHistorica

Dia 01/08- Cavernas







🌌🌍 Explore as Maravilhas Ocultas das Cavernas Subterrâneas da Hungria! 🌍🌌

Abaixo da superfície da Hungria, existe um mundo de beleza subterrânea fascinante, esperando para ser explorado. De formações rochosas dramáticas a antigas maravilhas

geotérmicas, essas cavernas oferecem uma aventura única para amantes da natureza e exploradores.

🪨 Sistema de Cavernas Aggtelek: Um Património Mundial da UNESCO, este extenso sistema de cavernas apresenta estalactites e estalagmites impressionantes, além de um labirinto de passagens subterrâneas. É uma maravilha natural que se estende profundamente na Terra!

💧 Caverna Baradla: Descubra uma das maiores e mais espetaculares cavernas da Hungria. Com suas galerias impressionantes e formações intricadas, Baradla oferece uma experiência de espeleologia inesquecível.

🌋 Caverna Szent István: Conhecida por suas notáveis formações rochosas vulcânicas e cores minerais vibrantes, Szent István é uma maravilha geológica que revela o poder bruto da natureza.

🌿 Caverna Pálvölgyi: Este extenso sistema de cavernas, localizado nas Colinas de Buda, apresenta formações diversificadas e um rio subterrâneo.

🕯️ Caverna Rákóczi: Mergulhe na história com esta caverna, conhecida por seus antigos assentamentos humanos e fascinante importância histórica. É uma jornada através da natureza e do tempo.

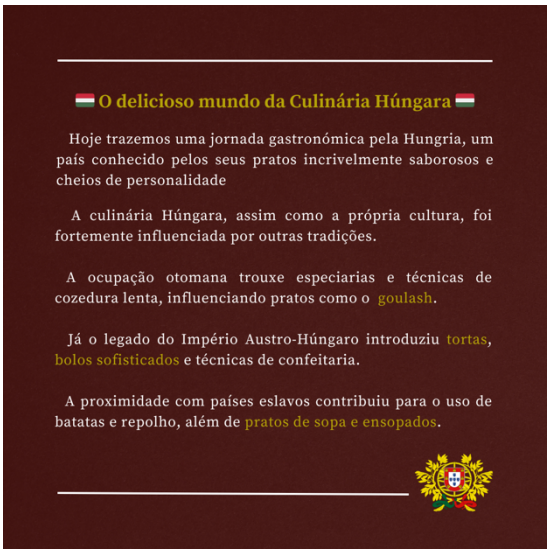
🌟 Caverna Lillafüred: Situada na pitoresca região de Lillafüred, esta caverna oferece uma combinação de formações rochosas impressionantes e lagos subterrâneos serenos. Um retiro pacífico no coração da Terra!

Desvende as joias ocultas da Hungria e mergulhe nas paisagens subterrâneas de tirar o fôlego que definem este país fascinante.

#Portugal #Hungria #Budapeste#CavernasDaHungria #ExploraçãoSubterrânea#Hungary #Budapest #HungaryCaves#ExploreTheUnderground #NatureWonders

Dia 13/08- Comidas Típicas













Comidas típicas Húngaras 🇭🇺

Explore os sabores autênticos e irresistíveis da Hungria neste post! Vamos mergulhar na rica herança culinária deste país, onde cada prato conta uma história.

.

.

EN.:🇭🇺 The Delicious World of Hungarian Cuisine 🇭🇺

Get ready to embark on an irresistible journey through the flavors of Hungary, a country where tradition blends with innovation, creating dishes that warm both the heart and soul. Hungarian cuisine is a true cultural fusion, rich with influences that have crossed centuries.

🥘 Gulyás (Goulash)

The pride of Hungary! This hearty stew of beef, paprika, and spices has won over taste buds around the globe. It’s the perfect example of how simplicity can be incredibly flavorful.

🍰 Dobos Torte

Picture thin layers of cake filled with silky chocolate cream, all topped with a crunchy

caramel glaze. The Dobos Torte is a masterpiece of Hungarian pastry, a treat that melts in your mouth.

🥬 Hortobágyi Palacsinta

These are no ordinary pancakes! Filled with savory meat and topped with a delicious sauce, they offer a surprising and nutritious combination of flavors, perfect for those seeking a meal that's as satisfying as it is unique.

🫛 Lángos

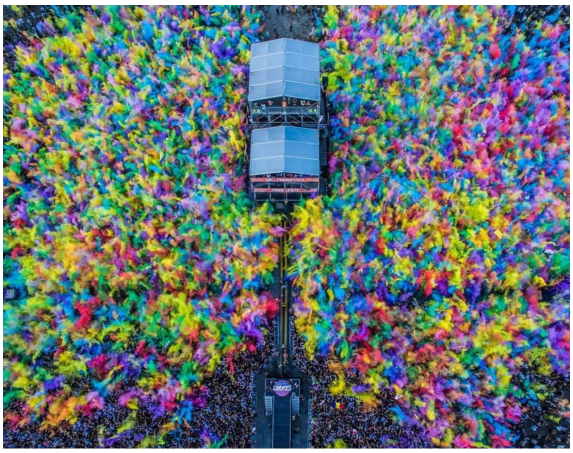
This crispy delight is the perfect blend of simplicity and taste. Imagine a deep-fried dough, crispy on the outside and soft on the inside, topped with garlic, sour cream, and cheese. It's a temptation you won't want to resist.

Discover the secrets of Hungarian cuisine and let yourself be captivated by each dish, every flavor, and the stories behind these incredible recipes!

#Portugal #Hungria #Budapeste#ComidasTipicas #Goulash #DobosTorte#Langos #Budapest #Hungary

Dia 15/08- Sziget Festival







🎸 Sziget Festival 🎸

🌍✨ De uma pequena reunião em 1993 a uma das maiores celebrações culturais da Europa, o Sziget Festival percorreu um longo caminho! Originalmente conhecido como “Diáksziget” (Ilha dos Estudantes), ele começou como um projeto de paixão de um grupo de amantes da música húngaros, liderado por Károly Gerendai, Müller Péter Sziám e outros, durante a transformação pós-comunista da Hungria. 🇭🇺🎶

Situado na pitoresca Ilha de Óbuda em Budapeste, o Sziget cresceu e se tornou um fenômeno global, atraindo centenas de milhares de frequentadores todos os anos. O festival e a cidade evoluíram juntos, com o Sziget sendo agora uma marco da identidade cultural de Budapeste, trazendo música, arte e um vibrante espírito de liberdade para o coração da Europa.

O Sziget é um símbolo de criatividade, diversidade e da energia inabalável de Budapeste. 🌈🎉

-
-
-

EN: 🎸 Sziget Festival 🎸

🌍✨ From a small gathering in 1993 to one of Europe’s biggest cultural celebrations, the Sziget Festival has come a long way! Originally known as “Diáksziget” (Student Island), it began as a passion project by a group of Hungarian music lovers, led by

Károly Gerendai, Müller Péter Sziám, and others during Hungary's post-communist transformation. 🇭🇺🎶

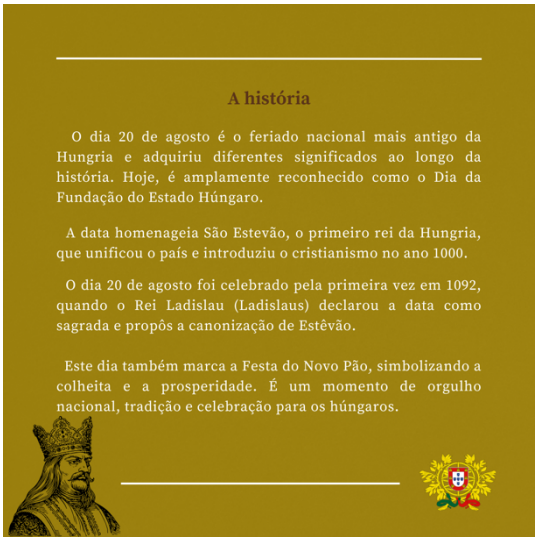
Set on the picturesque Óbuda Island in Budapest, Sziget has grown into a global phenomenon, attracting hundreds of thousands of festival-goers every year. The festival and the city have evolved together, with Sziget now a cornerstone of Budapest's cultural identity, bringing music, art, and a vibrant spirit of freedom to the heart of Europe.

Sziget is a symbol of creativity, diversity, and the unstoppable energy of Budapest. 🌈🎉

#Portugal #Hungria #Budapeste#SzigetFestival #Budapest #IslandOfFreedom#MusicFestival #CulturalCelebration #Hungary

Dia 21/08- Dia da Independência Húngara











Independência Húngara - Dia de São Estevão

Veja o post para perceber a importância do dia 20 de agosto para a Hungria e como essa data foi celebrada.

EN.:

On August 20th, Hungary lit up with pride as the nation celebrated one of its most important holidays! 🇭🇺✨

In Budapest, the day kicked off with a grand flag-raising ceremony at Kossuth Square,

right in front of the Parliament. The city buzzed with cultural events and entertainment, but the real showstopper? A breathtaking fireworks display over the Danube River! 🎆

This year's spectacle featured over 45,000 pyrotechnic effects, plus lights and lasers, making it one of the most stunning shows ever.

August 20th is more than just a holiday—it's the oldest national celebration in Hungary, honoring Saint Stephen, the country's first king who united Hungary and brought Christianity here in the year 1000.

The day was first celebrated in 1092 when King Ladislaus declared it sacred and proposed the canonization of Stephen. It also marks the Feast of the New Bread, symbolizing the harvest and prosperity.

For Hungarians, it is a day of national pride, tradition, and celebration! 🎉

#Hungary #Budapest #NationalHoliday#SaintStephen #Fireworks #Hungria#Budapeste #Portugal #SantoEstevão#DiaNacional

Dia 22/08- Relembrar Portugal







Relembrar Portugal 🇵🇹

Hoje viajamos a Portugal e chegamos a Évora , uma cidade onde o tempo parece ter parado para preservar a sua majestade.

Conhecida carinhosamente como a “Cidade-Museu” , Évora é um verdadeiro tesouro da história e da cultura, com o seu centro histórico magnífico e bem-preservado.

A beleza desta cidade vai além das suas ruas empedradas e edifícios centenários. Na década de 80, a UNESCO reconheceu a sua importância global ao declarar o centro histórico da cidade como Património Mundial 🌍.

Aproveite para passear pelos labirintos das ruas históricas e maravilhe-se com o legado

romano, as impressionantes igrejas góticas e os palácios renascentistas que definem o perfil de Évora.

Descubra o esplendor de uma cidade que é, sem dúvida, um dos maiores tesouros do país.

Évora aguarda por si, pronta para revelar o seu encantamento e a sua grandiosidade ✨.

-
-
-

EN.:Today, we traveled to Portugal and arrived in Évora, a city where time seems to have stopped to preserve its majesty.

Lovingly known as the “Museum City”, Évora is a true treasure of history and culture, with its magnificent and well-preserved historic center.

The beauty of this city goes beyond its cobblestone streets and centuries-old buildings. In the 1980s, UNESCO recognized its global importance by declaring the city’s historic center a World Heritage Site 🌍.

Take the opportunity to wander through the maze of historic streets and marvel at the Roman legacy, the impressive Gothic churches, and the Renaissance palaces that define Évora’s profile.

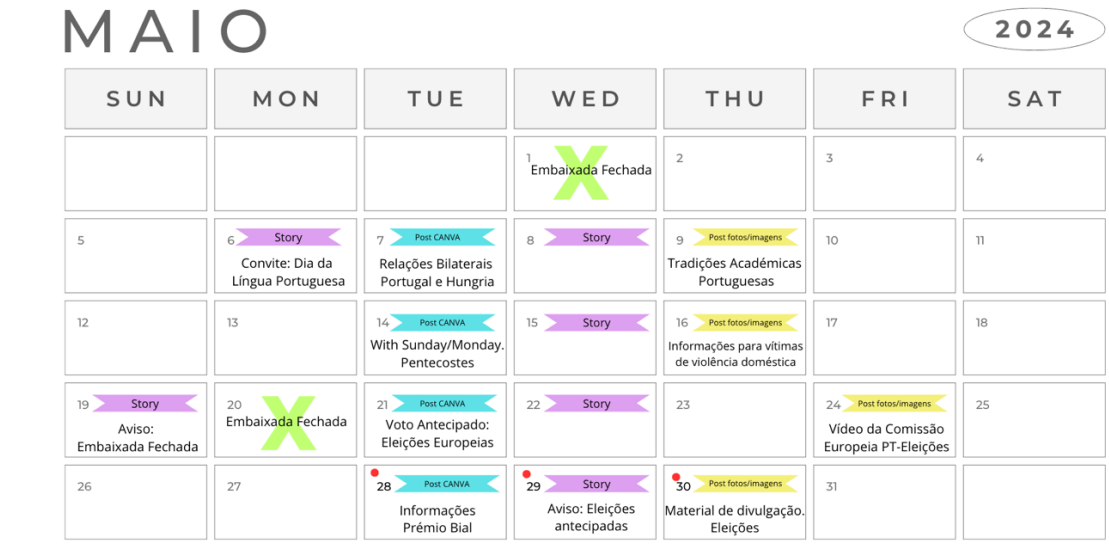
Discover the splendor of a city that is undoubtedly one of the country’s greatest treasures.

Évora awaits you, ready to reveal its enchantment and grandeur ✨.

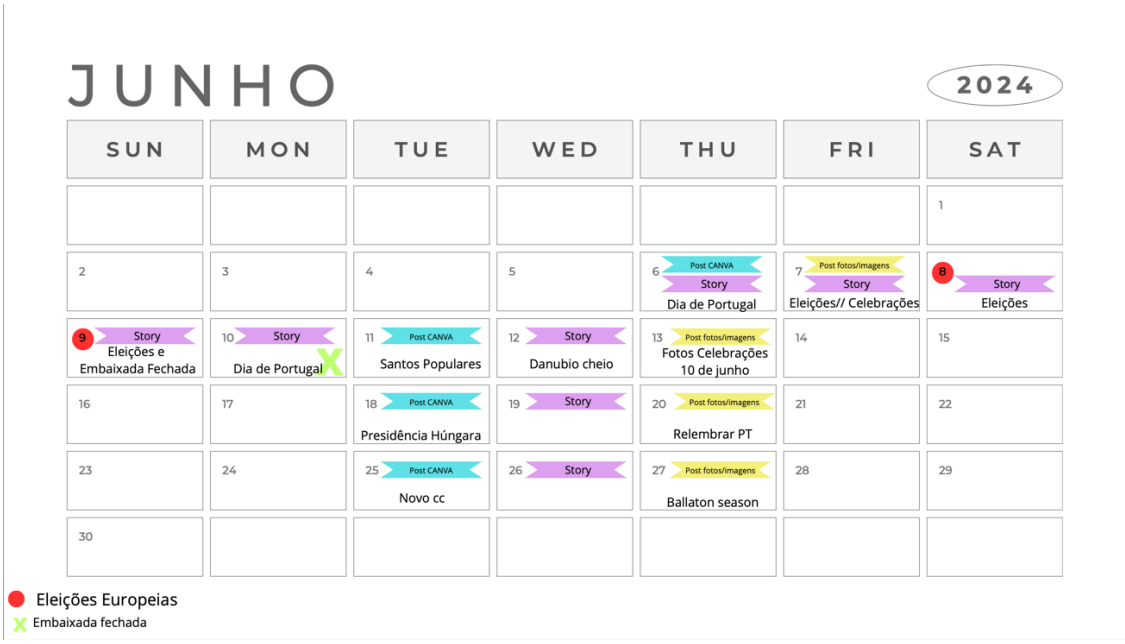
#portugal #hungria #turismo #hungary #turism

Anexo 5- Calendário de Publicações

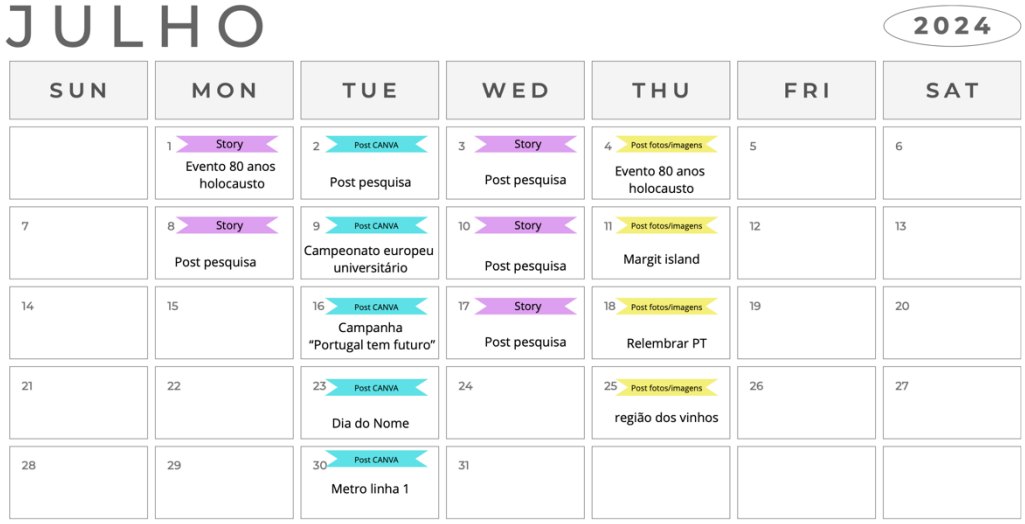
Calendário MAIO



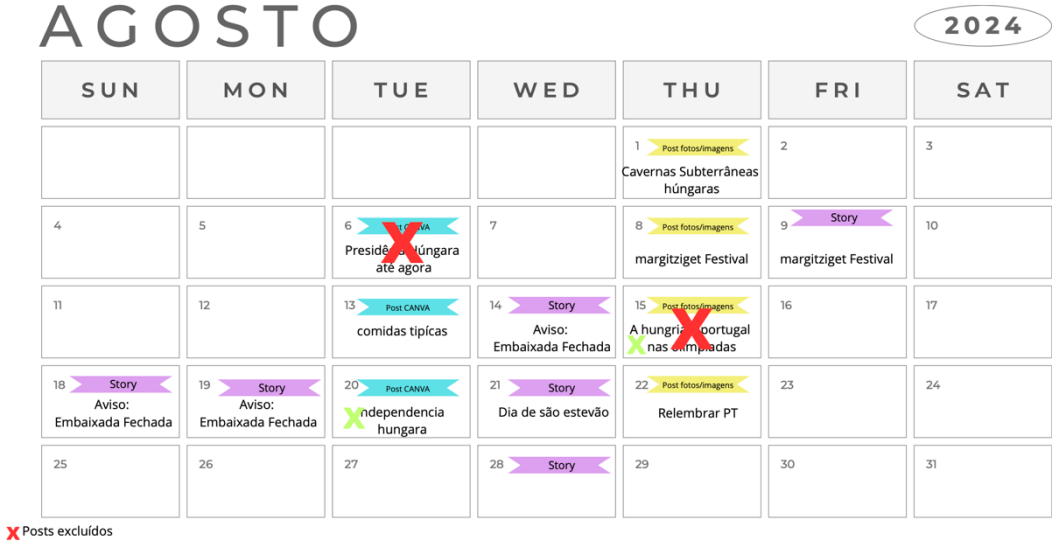
Calendário JUNHO



Calendário JULHO



Calendário AGOSTO



Anexo 6- Interações com o ChatGPT

Dito por si:

como posso substituir “memos analíticos” numa frase ?

Dito pelo ChatGPT:

ChatGPT

Você pode substituir "memos analíticos" por termos como "notas reflexivas" ou "anotações analíticas", mantendo o mesmo sentido.

Esses termos mantêm a ideia de registro e análise dos dados de forma reflexiva.

Dito por si:

como indicar as sociedades humanóides que não mantinham a comunicação verbal na minha tese?

Dito pelo ChatGPT:

ChatGPT

Para indicar sociedades humanas que não se comunicavam verbalmente em sua tese, você pode adotar uma abordagem cuidadosa e precisa. Aqui estão alguns passos e dicas que podem te ajudar:

1. **Definição de Comunicação Não-Verbal**:
    - Comece definindo claramente o que você entende por "comunicação não-verbal". Pode incluir comunicação através de gestos, expressões faciais, sinais, símbolos, artefatos culturais e outros meios que não envolvem a fala.
2. **Contextualização Histórica e Cultural**:
    - Contextualize a sociedade em questão, explicando o ambiente cultural e histórico. Isso ajuda a entender por que e como essas formas de comunicação se desenvolveram e foram mantidas.
3. **Exemplos de Sociedades e Culturas**:

- Forneça exemplos específicos de sociedades que utilizam formas não-verbais de comunicação. Por exemplo, algumas culturas indígenas podem utilizar sistemas de sinais, danças ou arte como formas de comunicação complexas.

4. **Estudos e Referências**:
    - Inclua estudos e referências relevantes que documentam essas formas de comunicação. Use fontes acadêmicas que abordam como essas sociedades funcionam e como a comunicação não-verbal é estruturada.
5. **Aspectos de Comunicação**:
    - Descreva os diferentes aspectos da comunicação não-verbal que essas sociedades podem utilizar, como a linguagem de sinais, símbolos visuais, ou mesmo a comunicação através de objetos e arte.
6. **Impacto e Função**:
    - Analise o impacto e a função dessas formas de comunicação. Pergunte-se como elas afetam a coesão social, a transmissão de conhecimento e a interação entre os membros da sociedade.
7. **Evitar Generalizações**:
    - Evite generalizar. Mesmo que algumas sociedades não utilizem a comunicação verbal da mesma forma que outras, isso não significa que elas não tenham sistemas de comunicação complexos e eficazes.
8. **Aspectos Cognitivos e Perceptivos**:
    - Considere aspectos cognitivos e perceptivos, como a capacidade de compreender e interpretar sinais não-verbais e como isso se relaciona com a estrutura social e cultural da sociedade.

Aqui está um exemplo de como você poderia redigir uma seção da sua tese:

Comunicação Não-Verbal em Sociedades Tradicionais

Em diversas sociedades tradicionais ao redor do mundo, a comunicação não-verbal desempenha um papel crucial. Essas sociedades frequentemente desenvolvem sistemas complexos que substituem ou complementam a comunicação verbal. Por exemplo, entre os povos indígenas da Amazônia, o uso de símbolos visuais e artefatos culturais é fundamental para a transmissão de conhecimento e rituais. Em algumas

comunidades, a comunicação é facilitada por meio de uma rica tradição de danças e cerimônias, onde cada gesto e movimento possui significados específicos.

Estudos antropológicos, como os realizados por [Autor] (Ano) e [Autor] (Ano), demonstram que a comunicação através de sinais e símbolos é profundamente enraizada na cultura desses povos e serve não apenas como uma forma de comunicação, mas também como um meio de preservação cultural e identidade. A análise desses sistemas revela a sofisticação e a eficácia das formas não-verbais de comunicação, destacando sua importância na coesão social e na continuidade das tradições.

Lembre-se de ajustar o tom e a profundidade de acordo com o foco da sua pesquisa e o público-alvo da sua tese.

Dito por si:

Defina triangulação de dados resumidamente. Aproveite e diga qual é a principal diferença de cruzamento de dados

Dito pelo ChatGPT:

ChatGPT

Triangulação e cruzamento de dados não são a mesma coisa, embora ambos envolvam a análise de múltiplos conjuntos de informações para obter resultados mais confiáveis ou completos.

Aqui estão as diferenças:

1. Triangulação de Dados:

- O que é: A triangulação é um método usado principalmente em pesquisas para validar resultados através de diferentes fontes, métodos, teorias ou pesquisadores.
- Finalidade: A triangulação tem como objetivo aumentar a precisão ou credibilidade dos resultados, minimizando os vieses e as limitações de uma única fonte ou método.

- Exemplo: Em uma pesquisa sobre a satisfação dos funcionários, pode-se usar:
    - Triangulação de método: Coletar dados por meio de entrevistas, questionários e observações diretas.
    - Triangulação de fonte: Comparar dados obtidos de diferentes grupos de funcionários ou em diferentes momentos.

2. Cruzamento de Dados:

- O que é: O cruzamento de dados envolve combinar ou comparar diferentes conjuntos de dados para encontrar padrões, correlações ou complementar informações.
- Finalidade: O objetivo é muitas vezes identificar relações entre variáveis, encontrar inconsistências ou descobrir novas informações a partir da integração de dados de diferentes origens.
- Exemplo: Cruzar dados financeiros de uma empresa com dados de mercado para avaliar o impacto de uma crise econômica em suas vendas.

Resumindo:

- Triangulação: Foca em validar e verificar resultados a partir de diferentes fontes ou abordagens.
- Cruzamento de dados: Busca integrar e comparar dados para gerar novos insights ou identificar relações.

Ambos os métodos são úteis, mas têm finalidades e abordagens diferentes.

Dito por si:

quando eu insiro um novo tema de potagens no instagram e que acontece num dia especifico de cada mês, que nome eu posso dar ?

Dito pelo ChatGPT:

ChatGPT

Você pode chamar isso de **"Série Mensal"**, **"Postagem do Mês"**, **"Dia Fixo"**, ou até personalizar com algo mais criativo, como:

- **"Tema do Dia X"**

- **"Especial de [Nome do Tema]"**
- **"Fixe o Dia"**
- **"Data Marcada"**
- **"Ritual Mensal"**
- **"Dia de [tema]"** (ex: "Dia da Inspiração", "Dia da Criatividade")

Esses nomes dão um toque de periodicidade e exclusividade à sua postagem!

Dito por si:

Para além de "interação", que outras palavras posso usar quando quero referir a uma relação entre uma rede social e as pessoas

Dito pelo ChatGPT:

ChatGPT

Além de "interação", você pode usar os seguintes termos para descrever a relação entre uma rede social e as pessoas:

- **Conexão**
- **Engajamento**
- **Participação**
- **Comunicação**
- **Vínculo**
- **Envolvimento**
- **Integração**
- **Colaboração**
- **Intercâmbio**
- **Diálogo**

Cada uma dessas palavras pode destacar diferentes aspectos da relação entre as pessoas e as redes sociais, dependendo do contexto.

Dito por si:

mais palavras por favor

Dito pelo ChatGPT:

ChatGPT

Claro! Aqui estão mais palavras que você pode usar para descrever a relação entre uma rede social e as pessoas:

- **Relacionamento**
- **Networking**
- **Acesso**
- **Contribuição**
- **Troca**
- **Suporte**
- **Feedback**
- **Monitoramento**
- **Atualização**
- **Aliança**
- **Aproximação**
- **Afetividade**
- **Participação ativa**
- **Intercâmbio de informações**
- **Sinergia**
- **Colaboração**
- **Integração social**
- **Interdependência**
- **Engajamento comunitário**
- **Interação digital**

- **Convívio online**

Cada uma dessas palavras pode enfatizar diferentes aspectos da relação entre as pessoas e as redes sociais, então escolha a que melhor se adequa ao contexto que você está abordando.

Dito por si:

substitua redes socias por outro sinónimo

Dito pelo ChatGPT:

ChatGPT

Aqui estão alguns sinônimos que você pode usar no lugar de "redes sociais":

- **Plataformas sociais**
- **Mídias sociais**
- **Redes digitais**
- **Comunidades online**
- **Plataformas de interação**
- **Canais sociais**

Cada termo pode ser mais apropriado dependendo do contexto em que você deseja usá-lo.

Dito por si:

médias digitais também pode ser uma opção?

Dito pelo ChatGPT:

ChatGPT

Sim, "mídias digitais" pode ser uma opção válida, especialmente se você estiver se referindo a um conjunto mais amplo de plataformas e tecnologias que incluem redes sociais, mas também outros tipos de conteúdo e comunicação digital. No entanto, é

um termo mais abrangente que pode englobar outras formas de comunicação digital além das redes sociais, como blogs, vídeos online, e-mails, etc.

Dito por si:

faça o índice de gráficos da minha tese: tire os dados do documento anexado

ChatGPT

Aqui está um índice de gráficos baseado no conteúdo extraído do documento que você forneceu:

Índice de Gráficos

- Gráfico 1: Idade dos Seguidores da Embaixada de Portugal em Budapeste
    - Fonte: Google Forms
- Gráfico 2: Sexo dos Seguidores
    - Fonte: Google Forms
- Gráfico 3: População Residente ou Não Residente na Hungria
    - Fonte: Google Forms
- Gráfico 4: Motivação da Imigração ou Visita
    - Fonte: Google Forms
- Gráfico 5: Frequência de Acompanhamento das Redes Sociais (Escala de Likert)
    - Fonte: Google Forms
- Gráfico 6: Conteúdos Fundamentais das Redes Sociais
    - Fonte: Google Forms
- Gráfico 7: Tipos de Conteúdo Preferidos
    - Fonte: Google Forms
- Gráfico 8: Contribuição para a Comunidade Húngara
    - Fonte: Google Forms
- Gráfico 9: Eficácia da Relação entre a Comunidade e a Embaixada

    - Fonte: Google Forms
- Gráfico 10: Como a Padronização é Recebida
    - Fonte: Google Forms
- Gráfico 11: Importância da Apresentação Padronizada e Clara
    - Fonte: Google Forms
- Gráfico 12: Clareza das Informações Publicadas
    - Fonte: Google Forms
- Gráfico 13: Visitas ao Facebook e Instagram (Abril-Maio)
    - Fonte: Meta Platforms
- Gráfico 14: Pesquisas no Facebook e Instagram (Abril-Maio)
    - Fonte: Meta Platforms
- Gráfico 15: Seguidores do Facebook e Instagram (Abril-Maio)
    - Fonte: Meta Platforms
- Gráfico 16: Visitas ao Facebook e Instagram (Maio-Junho)
    - Fonte: Meta Platforms
- Gráfico 17: Pesquisas no Facebook e Instagram (Maio-Junho)
    - Fonte: Meta Platforms
- Gráfico 19: Visitas ao Facebook e Instagram (Junho-Julho)
    - Fonte: Meta Platforms
- Gráfico 20: Pesquisas no Facebook e Instagram (Junho-Julho)
    - Fonte: Meta Platforms
- Gráfico 21: Seguidores do Facebook e Instagram (Junho-Julho)
    - Fonte: Meta Platforms
- Gráfico 22: Visitas ao Facebook e Instagram (Julho-Agosto)
    - Fonte: Meta Platforms
- Gráfico 23: Pesquisas no Facebook e Instagram (Julho-Agosto)
    - Fonte: Meta Platforms

- Gráfico 24: Seguidores do Facebook e Instagram (Julho-Agosto)
    - Fonte: Meta Platforms

Se precisar de mais ajustes, estou à disposição!

4o

Dito por si:

desse mesmo documento faça o índice de figuras

Dito pelo ChatGPT:

ChatGPT

Aqui está o índice de figuras baseado nas informações extraídas do seu documento:

Índice de Figuras

- **Figura 1**: Visão geral do desempenho nas redes sociais da Embaixada de Portugal na Hungria (24 a 30 de agosto de 2023)
    - Fonte: Meta Platforms
- **Figura 2**: Perfil demográfico dos seguidores da Embaixada de Portugal na Hungria nas plataformas Facebook e Instagram
    - Fonte: Meta Platforms
- **Figura 3**: Distribuição por gênero e faixa etária dos seguidores da Embaixada de Portugal na Hungria
    - Fonte: Meta Platforms
- **Figura 4**: Captura de tela do perfil da Embaixada de Portugal no Instagram (23/08/2024)
    - Fonte: Instagram da Embaixada de Portugal em Budapeste
- **Figura 5**: Calendário de publicações do mês de Maio
    - Fonte: Criado no Canva

Apêndices

Apêndice 1- Discurso do Sr. Embaixador Jorge Roza de Oliveira

1 de Julho - Galgagyörk, Hungria.
Homenagem a Sampaio Garrido e Teixeira Branquinho

Many thanks for being here.
Today, July 1st, is the exact middle of the year. It is the first day of the Hungarian Presidency of the Council of the EU. We wish it all the successes.
And it is today that we celebrate the 50th anniversary of the renewal of diplomatic relations between Portugal and Hungary, following our revolution in April 1974.

But today we are not here in Galgagyörk to celebrate. We are here to remember and to pay tribute.
We are here to remember the Hungarian Holocaust 80 years ago. Horrific, in that it lasted only a few months with a final death toll of almost half a million Hungarian Jews, two thirds of the community living and integrated in this country.

Portugal was neutral during the war, and on St. Joseph's Day 1944, when the nazis invaded and occupied Hungary, our Embassy was advised to temporarily leave the capital.Maybe thanks to the social acquaintances of our Ambassador, he found this building here, the Castle of Tahy, then belonging to that family. He moved the Embassy, along with a group of Hungarians escaping the nazis.But one month later the Hungarian Gestapo arrived here and detained everyone, taking them to Budapest. Our Ambassador insisted on going too and his brave actions at the police station, facing nazis, succeeded in having everyone released.

We are thus here in Galgagyork to pay tribute to our Ambassador. His name was Carlos Sampaio Garrido. We have today with us his grandson, Salvador Sampaio Garrido Reis, who has dedicated his life to honoring his grandfather's legacy.

Because of those incidents here in Galgagyork, and because he had already been vocal in defending the rights of the Jewish community, he was ordered by the Hungarian government to leave the country. Posted to Bern, Switzerland, he continued to give instructions to his deputy in Budapest. At the end they managed to save hundreds and hundreds of Hungarians. They travelled to Lisbon and from there to elsewhere.

Diplomacy then wasn't lunches, concerts, receptions and meetings. The SS and the Gestapo were in town. Adolf Eichmann (the SS described by Hanna Arendt as “the banality of evil”) had just arrived. Soon there would be 4 trains a day to Auschwitz.

It is thus humbly that I pay tribute to my former colleagues. What they did is not taught in diplomatic academies. What they did can only spring from their unique character, facing danger without fear, forgoing all their privileges but none of their rights. Their

actions continue to be well remembered.

Kedves Polgármester. Many thanks for hosting us here today. We wish you and all the residents of Galgagyork a happy and successful life.

1 de Julho -Hotel InterContinental, Budapeste.
Homenagem a Sampaio Garrido e Teixeira Branquinho

Today, July 1st, is the exact middle of the year. It is the first day of the Hungarian Presidency of the Council of the EU. We wish it all the successes.
And it is today that we celebrate the 50th anniversary of the renewal of diplomatic relations between Portugal and Hungary, following our revolution in April 1974.

But today we are not here to celebrate. We are here to remember and to pay tribute.
We are here to remember the Hungarian Holocaust of 80 years ago. It lasted only a few months but left a death toll of almost half a million Hungarian Jews, two thirds of the community living and integrated in this country. And to pay tribute to the Portuguese diplomats who helped save hundreds of Hungarians from the Holocaust.

But why did we choose this location, at the InterContinental Hotel?
In 1944 there was another building in this location, the Ritz Dunapalota. In 1945 it was hit by a Soviet bomb, burned for several days and was demolished two years later. And our Embassy in 1944 was located in a suite

These plaques here were placed in 1998 by the then Portuguese PM, António Guterres, today SG of the UN. - myself, then a junior diplomat working for him, was involved in the preparation of that visit, so I have a personal attachment to this. It is an honour to again be involved in this remembrance. So close to the Danube where so many Hungarians met their fate. The memorial Shoes on the Danube is less than 1km away.

Portugal was neutral during the war, and when the nazis invaded and occupied Hungary, March 1944, our Embassy was advised to temporarily leave the city. It moved to Galgagyörk, an hour from here, to the Castle of Tahy, then belonging to that family, today the Town Hall. Along with the Embassy staff was a group of Hungarians escaping the nazis.

It remained there for only a month, before the Hungarian Gestapo arrived there and detained everyone, taking them to Budapest. Our Ambassador insisted on also going and his brave actions at the police station, facing the nazis, allowed for the release of everyone.

This morning we were in Galgagyörk, paying tribute to our Ambassador. His name was Carlos Sampaio Garrido and we have today with us his grandson, Salvador Sampaio Garrido Reis, who has dedicated his life to honoring his grandfather's legacy.

Because of those incidents in Galgagyörk, and because he had already been vocal in defending the rights of the Jewish community, Sampaio Garrido was expelled from the country. Posted to Bern, Switzerland, he continued to give instructions to his deputy in Budapest His name was Alberto Teixeira Branquinho, the other diplomat we are paying tribute to. They both managed to save hundreds and hundreds of Hungarians.

What our diplomats did, as well as diplomats from many other nations, was nothing short of bravery.
Diplomacy then wasn't lunches, concerts, receptions and meetings. The SS and the Gestapo were in town and Adolf Eichmann (described by Hanna Arendt as "the banality of evil") had just arrived. Soon there would be 4 trains a day to Auschwitz.

It is thus humbly that I pay tribute to my former colleagues, Carlos Sampaio Garrido and Alberto Teixeira Branquinho. What they did is not taught in diplomatic academies. What they did can only spring from their unique character, facing dangers, forgoing all of their privileges but none of their rights.

Antisemitism is not just a problem for Jews. It is a problem for all of our societies. In these times of growing antisemitism in Europe, it is important that we continue to remember the millions who fell and pay homage to those who did all they could to help. Their actions continue to be well remembered today.
Many thanks.