

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS  
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA E RELAÇÕES INTERNACIONAIS**

**UMA ANÁLISE SOBRE O PODER DA DIPLOMACIA  
CULTURAL NA POLÍTICA EXTERNA BRASILEIRA  
(2003 – 2010)**

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**Ana Laura Anschau**

**Santa Maria, RS, Brasil**

**2015**

**UMA ANÁLISE SOBRE O PODER DA DIPLOMACIA  
CULTURAL NA POLÍTICA EXTERNA BRASILEIRA  
(2003 – 2010)**

**Ana Laura Anschau**

Monografia realizada apresentada ao Curso de Relações Internacionais, da  
Universidade Federal de Santa Maria como requisito parcial para obtenção do  
grau de  
**Bacharel em Relações Internacionais.**

**Orientador: Prof. Me. Günther Richter Mros**

**Santa Maria, RS, Brasil.**

**2015**

**Universidade Federal de Santa Maria  
Centro de Ciências Sociais e Humanas  
Departamento de Economia e Relações Internacionais**

**A Comissão Examinadora, abaixo assinada,  
aprova a Monografia de conclusão de curso**

**UMA ANÁLISE SOBRE O PODER DA DIPLOMACIA CULTURAL NA  
POLÍTICA EXTERNA BRASILEIRA (2003 – 2010)**

Elaborada por  
**Ana Laura Anschau**

Como requisito parcial para obtenção do grau de  
**Bacharel em Relações Internacionais**

**COMISSÃO EXAMINADORA:**

**Günther Richter Mros, Me.**  
(Presidente/Orientador)

**José Renato Ferraz da Silveira, Dr. (UFSM)**

**Marcos Pascotto Palermo, Me. (UNIFRA)**

Santa Maria, 30 de novembro de 2015.

Aos meus avós: Bruno e Reny Ruff  
Aracy e Alberto Anschau (In memória)

## **AGRADECIMENTOS**

A cada ciclo que se encerra nos damos por conta de que sozinhos não conseguiríamos encerrá-lo com êxito e sucesso. Com o final desse ciclo, chamado graduação, o mínimo que posso fazer é agradecer a cada pessoa que esteve ao meu lado, me apoiaram e deram forças para seguir na luta pelos meus objetivos.

Agradeço primeiramente a Deus, por ter me guiado até aqui, me dando coragem para enfrentar os desafios e perseverança para perseguir os meus sonhos, mesmo com a incerteza do futuro.

Aos meus pais, Roseli e André Marcelino, por não medirem esforços para que eu pudesse realizar esse sonho, mesmo com a distância nunca me faltou carinho, compreensão, incentivo, afeto e amor. Se cheguei até aqui é porque tive em vocês os meus primeiros e mais importantes professores, que me ensinaram com amor e paciência os valores que hoje formam minha base mais sólida. Agradeço também ao meu irmão, André Luis, que incansavelmente escutou meus anseios e estava sempre pronto a me ajudar e me apoiar, mostrando o verdadeiro sentido da palavra irmão. Obrigada por sempre me receber com um sorriso contagiante no rosto e um abraço aconchegante. Família, eu amo muito vocês, essa conquista é nossa, muito obrigada!

Durante a graduação aprendi que os amigos são a família que nos permitiram escolher, e eu por enquanto, modéstia a parte, fiz as melhores escolhas, assim meu agradecimento a todos os meus amigos, os quais perto ou longe estiveram sempre comigo. Aos amigos de Santa Maria que fizeram com que estes 4 anos se tornassem inesquecíveis, em especial à Júlia Loose, Marina C. Andressa e João Gabriel que mostraram que o verdadeiro amigo divide não apenas alegrias, mas também angústias. Também aos amigos de Ivoti da “Katrefa”, sem vocês esse período teria sido mais custoso e bem menos divertido.

Por fim, meus agradecimentos aos professores de Relações Internacionais, que ao longo dos anos moldaram minha formação acadêmica. Em especial ao meu professor orientador e amigo Günther Richter Mros, professor que conheci no final da graduação e que tenho grande admiração e carinho. Obrigada por me apoiar incansavelmente e dar todo apoio acadêmico necessário, e por acreditar no meu potencial. Ao coordenador do curso de Relações Internacionais Prof. Dr. José Renato F. da Silveira por toda a dedicação e empenho para com o nosso curso e ao secretário Rui Tiago Alves, pela sua paciência e atenção e pela amizade criada.

A todos que acreditaram em mim, muito obrigada!

“Opte por aquilo que faz o seu coração vibrar,  
apesar de todas as consequências” Osho

## RESUMO

Monografia de Conclusão de Curso  
Curso de Relações Internacionais  
Universidade Federal de Santa Maria

### UMA ANÁLISE SOBRE O PODER DA DIPLOMACIA CULTURAL NA POLÍTICA EXTERNA BRASILEIRA (2003 – 2010)

AUTORA: ANA LAURA ANSCHAU

ORIENTADOR: GÜNTHER RICHTER MROS

Data e Local da Defesa: Santa Maria, 30 de novembro de 2015.

A partir do século XXI, temas como cultura e identidade passam a se tornar fenômenos centrais para a compreensão dos processos políticos internacionais, o mesmo ocorre com a ascensão de Luiz Inácio Lula da Silva ao poder, que faz com que as questões culturais tornem-se determinantes para a compreensão da Política Externa Brasileira. Sendo assim, o presente trabalho tem como objetivo analisar como a diplomacia cultural foi utilizada nos dois mandatos do governo Lula da Silva (2003-2010) e quais foram seus impactos na política externa brasileira. Para isso, busca-se analisar os benefícios alcançados por meio da utilização do *Soft Power*, para se conseguir melhor inserção internacional, bem como as ações implementadas pelo governo de Lula da Silva em busca de atingir esses objetivos. O presente trabalho se orienta pelas seguintes questões: *Qual a importância do uso do Soft Power cultural na Política Externa Brasileira? Quais mecanismos podem ser utilizados para maior inserção brasileira no sistema internacional, por meio da promoção cultural?* Para responder tais questionamentos, tem-se como hipótese a ser refutada ou corroborada, que: *o aspecto cultural é utilizado desde o século XX, mas é a partir do governo Lula que a diplomacia cultural passa a ter maior relevância na política externa brasileira. Passa-se então a utilizar a diplomacia cultural como um dos meios de promoção de inserção internacional verificando assim benefícios tanto no plano interno como no plano externo.* O Ano do Brasil na França e o Plano Nacional de Cultura são tidos como exemplos sólidos de inserção cultural internacional, faz-se uma análise dos resultados obtidos por meio dessas ações. Por fim corrobora-se com a hipótese central de que a diplomacia cultural é um dos meios de promoção internacional e que sua utilização gera benefícios não somente na busca da inserção internacional, bem como na manutenção dos aspectos nacionais, trazendo também, por vezes, maior prestígio nacional.

**Palavras-chave:** Ano do Brasil na França. Diplomacia Cultural. Política Externa Brasileira. Plano Nacional de Cultura. *Soft Power*.

## ABSTRACT

Senior Thesis  
International Relations Major  
Universidade Federal de Santa Maria

### **AN ANALYSIS OF THE POWER OF CULTURAL DIPLOMACY IN BRAZILIAN FOREIGN POLICY (2003-2010)**

AUTHOR: ANA LAURA ANSCHAU

ADVISER: GÜNTHER RICHTER MROS

Defense Place and Date: Santa Maria, November 30<sup>th</sup>, 2015.

From the XXI century issues such as culture and identity became central points to the understanding of the international political processes, the same feature is presented in Luiz Inácio Lula da Silva's rise to power, that makes cultural issues become crucial to the understanding of the Brazilian Foreign Policy. Therefore, the main goal of this paper is to analyze how cultural diplomacy was used in the two government mandates of Lula da Silva (2003-2010), and also what were their impacts on Brazilian Foreign Policy. This paper seeks to analyze the benefits achieved by the use of Soft Power, to achieve better international insertion and also how were the actions implemented by Lula da Silva's government able to achieve those goals. This paper is based on the two questions below: *What is the importance of the use of cultural Soft Power in Brazilian Foreign Policy? What mechanisms can be used to achieve greater Brazilian participation in the international system through cultural promotion?* To answer these questions it has been hypothesized, to be refuted or confirmed, that: *in Brazil the cultural aspect has been used since the twentieth century, but it is from Lula's government that cultural diplomacy is replaced by more relevancy in Brazilian Foreign Policy. Then Brazil started to use the cultural diplomacy as one of the ways to promote international insertion thus verifying internal and external benefits.* The year of Brazil in France and the National Cultural Plan are examples of Brazilian international cultural insertion. By analyzing the results of the research it supports the central hypothesis of the paper, that cultural diplomacy is one of the ways for international promoting and that its use generates benefits not only in the pursuit of international insertion, but also on the maintenance of the national aspects, it also brings greater national prestige.

**Key words:** Year of Brazil in France. Cultural Diplomacy. Brazilian Foreign Policy. Plano Nacional de Cultura. Soft Power.

## RÉSUMÉ

Thèse principale  
Major Relations Internationales  
Universidade Federal de Santa Maria

### UNE ANALYSE DE LA PUISSANCE DE LA DIPLOMATIE CULTURELLE DANS LE POLITIQUE ÉTRANGÈRE BRÉSILIENNE (2003-2010)

AUTEUR: ANA LAURA ANSCHAU

CONSEILLER: GÜNTHER RICHTER MROS

Lieu e date de la Soutenance: Santa Maria, le 30 Novembre, 2015.

À partir du XXI<sup>ème</sup> siècle des questions culturelles et d'identité sont devenues des points principaux à la compréhension des processus politiques internationaux. Cette même caractéristique est perçue quand le président Luiz Inácio Lula da Silva arrive au pouvoir, ce qui détermine le rôle capital des questions culturelles pour la compréhension de la politique étrangère brésilienne. Ce travail a pour objectif d'analyser la façon dont la diplomatie culturelle a été utilisée dans les deux mandats du gouvernement Lula da Silva (2003-2010), et quels sont ses effets sur la politique étrangère brésilienne. Dans cette perspective, ce travail vise à analyser les avantages obtenus grâce à l'utilisation du *Soft Power*, afin de réaliser une meilleure insertion internationale, ainsi que les actions mises en oeuvre par le gouvernement de Lula da Silva en cherchant à atteindre ces objectifs. Ce travail s'oriente par les questions suivantes : *Quelle est l'importance de l'utilisation du Soft Power culturel dans la politique étrangère brésilienne ? Quels mécanismes peuvent être utilisés pour une plus grande insertion du Brésil dans le système international à travers la promotion culturelle ?* Pour répondre à ces questions, on prend comme hypothèse, à être réfutée ou corroborée, que : *L'aspect culturel est utilisé depuis le XX<sup>ème</sup> siècle, mais c'est à partir du gouvernement Lula que la diplomatie culturelle a obtenu une plus grande ampleur dans la politique étrangère brésilienne. On commence donc à utiliser la diplomatie culturelle comme un moyen de promouvoir l'insertion internationale, ce qui va apporter des bénéfices dans les plans internes et externes. L'année du Brésil en France et le Plan National Culturel sont pris comme exemples d'insertion culturelle internationale. On analyse les résultats obtenus grâce à ces actions pour finalement corroborer avec l'hypothèse centrale selon laquelle la diplomatie culturelle est un moyen de promotion internationale et que leur utilisation génère des avantages, non seulement en quête d'intégration internationale, mais également dans l'affirmation des aspects nationaux, ce qui apporte aussi un plus grand prestige national.*

**Mots clés:** Année du Brésil en France. Diplomatie Culturelle. Politique Étrangère Brésilienne. Plano Nacional de Cultura Soft Power.

## **LISTA DE QUADROS**

Quadro 1 – Estados preponderantes e suas fontes de poder, 1500 –2000.....	20
Quadro 2 – Os três tipos de poder.....	22
Quadro 3 – Atividades que englobam a Diplomacia Cultural.....	27

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Expansão da Rede de Centros Culturais Brasileiros.....	42
Gráfico 2 – Distribuição dos pontos de cultura por ano (2004-2010).....	45
Gráfico 3 – Exportação e Importação de Produtos Criativos Brasileiros.....	47
Gráfico 4 – Exportação e Importação de Serviços Criativos Brasileiros.....	47
Gráfico 5 – Eventos mais citados e lembrados pelo público francês.....	61
Gráfico 6 – Segmentos mais lembrados.....	62
Gráfico 7 – Total de turistas visitando o Brasil.....	64
Gráfico 8 – Turistas franceses no Brasil.....	65
Gráfico 9 – Idade dos turistas franceses no Brasil.....	66
Gráfico 10 – Satisfação dos turistas franceses.....	66
Gráfico 11 – Candidatos do CELPE-Bras – Mundial.....	67
Gráfico 12 – Comércio Internacional Brasil-França.....	68
Gráfico 13 – Eventos Internacionais realizados no Brasil.....	69

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AFAA	Associação Francesa de Ação Artística
CCB	Centros Culturais Brasileiros
CELPE	Certificado de Proficiência em Língua Portuguesa para Estrangeiros
CPLP	Comunidade dos Países de Língua Portuguesa
DPLP	Divisão de Promoção da Língua Portuguesa
EMBRATUR	Instituto Brasileiro de Turismo
IC	Institutos Culturais
IPEA	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
MDIC	Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio.
MINC	Ministério da Cultura
MPB	Música Popular Brasileira
MRE	Ministério das Relações Exteriores
ONU	Organização das Nações Unidas
PIB	Produto Interno Bruto
PNC	Plano Nacional de Cultura
RBEx	Rede Brasileira de Ensino no Exterior
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>13</b>
<b>1 PODER E DIPLOMACIA CULTURAL NA POLÍTICA</b>	
<b>EXTERNA .....</b>	<b>17</b>
1.1 Poder .....	17
1.2 <i>Soft Power</i> ou Poder Brando .....	20
1.3 Diplomacia Cultural. ....	25
1.3.1 O Ministério da Cultura .....	29
1.3.2 A diplomacia cultural como Política Pública.....	31
1.4 Conclusões do capítulo .....	34
<b>2 DIFUSÃO CULTURAL BRASILEIRA NO GOVERNO LULA</b>	
<b>DA SILVA (2003-2010) .....</b>	<b>35</b>
2.1 Política Externa do Governo Lula da Silva (2003-2010) .....	36
2.2 Diplomacia Cultural no Governo Lula da Silva .....	39
2.2.1 Dimensão Simbólica .....	40
2.2.2 Dimensão Cidadã .....	43
2.2.3 Dimensão Econômica .....	45
2.2.4 Plano Nacional de Cultura .....	48
2.3 Conclusões do capítulo .....	50
<b>3 O INVESTIMENTO EM DIPLOMACIA CULTURAL E SEUS</b>	
<b>RESULTADOS .....</b>	<b>52</b>
3.1 A tradição francesa e <i>as saisons culturelles étrangères</i> .....	52
3.2 O ano do Brasil na França .....	55
3.2.1 Balanço da Temporada Cultural na França .....	60
3.3 O poder da Diplomacia Cultural: Brasil – França .....	63
3.4 Conclusões do capítulo .....	69
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>72</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>77</b>

## INTRODUÇÃO

A análise da inserção internacional de determinado Estado tem como preceito o estudo de sua política externa, bem como dos princípios que a regem. Os Estados pautam sua política externa de acordo com seus valores e interesses e assim conseguem manter sua soberania no cenário internacional. Assim também ocorre com a Política Externa Brasileira, que corresponde “a um dos instrumentos com que os governos afetaram o destino de seus povos, mantendo a paz ou fazendo a guerra, administrando os conflitos ou a cooperação, estabelecendo resultados de crescimento e desenvolvimento ou de atraso e dependência”.<sup>1</sup>

A partir do século XXI, temas como cultura e identidade passam a se tornar fenômenos centrais para a compreensão dos processos políticos internacionais, o mesmo ocorre com a ascensão de Luiz Inácio Lula da Silva ao poder, que fez com que as questões culturais se tornem determinantes para a compreensão da Política Externa Brasileira. Tendo em vista a importância das questões culturais para a compreensão da inserção internacional brasileira no século XXI, o tema de monografia é uma análise sobre o poder da Diplomacia Cultural na Política Externa Brasileira entre os anos de 2003 e 2010, anos correspondentes ao governo Lula da Silva.

A Diplomacia Cultural é uma subárea da Política Externa de extrema importância para a promoção internacional e mediação externa de interesses nacionais, é por meio do uso desta diplomacia que os Estados buscam construir uma imagem de prestígio internacional e alcançar a promoção de seu desenvolvimento nacional. Segundo relatório da UNESCO (2002), todos os Estados devem definir uma política cultural e aplicá-la para além de suas fronteiras da maneira que lhes achar mais benéfico, devendo sempre respeitar suas obrigações internacionais.<sup>2</sup> Sendo assim, este trabalho se justifica por apresentar uma realidade que vem alcançando protagonismo e gerando benefícios aos Estados que se utilizam da diplomacia cultural para conseguir melhor inserção internacional.

Utilizar-se do aspecto cultural para obter melhor inserção internacional significa valer-se do uso do *Soft Power*, fazendo-o por meio da indução e atração, mostrando-se atraente aos demais Estados do sistema. Diante do exposto o principal objetivo da monografia é analisar o uso do *Soft Power* cultural na Política Externa Brasileira para que se possam enumerar os

---

<sup>1</sup> CERVO, Amado Luiz; BUENO, Clodoaldo. **História da política exterior do Brasil**. Brasília: Editora UNB, 2014. p. 13.

<sup>2</sup> UNESCO, Declaração Universal Sobre a Diversidade Cultural. 2002 Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127160por.pdf>>. Acesso em 15 out.2015.

benefícios alcançados por meio dessa utilização. Descobrir qual a importância do uso do *Soft Power* cultural e quais os mecanismos que podem ser utilizados para que haja maior inserção brasileira no sistema internacional por meio da promoção cultural, são problemas centrais, bem como interpelações que permeiam o trabalho. Por meio de aplicação de referenciais teóricos de Relações Internacionais, análise da política externa contemporânea, conceitos-chaves a respeito do tema central e interpretação de dados numéricos e econômicos buscou-se responder o questionamento acima apresentado.

A hipótese de um trabalho tem como objetivo a solução provisória para um problema em questão, e pode ser apresentada por meio de caráter explicativo ou preditivo. Sua função é conduzir o trabalho e fazer com que ao longo dele o pesquisador possa testá-la e julgá-la, para que ao fim possa-se confirmar ou refutar tal constatação.<sup>3</sup> Ao considerar o escopo de pesquisa e a definição de hipótese, tem-se como proposição a ser corroborada neste trabalho, que o aspecto cultural é utilizado desde o século XX, mas a partir do governo Lula da Silva a diplomacia cultural passa a ter maior relevância na política externa brasileira. Passa-se então a utilizar a diplomacia cultural como um dos meios de promoção de inserção internacional e verificar assim os benefícios tanto no plano interno como no plano externo.

Para que a hipótese apresentada acima seja corroborada ao final desta monografia, foram traçados objetivos específicos que deram linearidade ao trabalho, sendo apresentados ao longo dos três capítulos. Tem-se como objetivos específicos: Conceituar poder, diplomacia cultural e diplomacia pública; contextualizar a Política Externa Brasileira entre os anos de 2003 e 2010; descrever a importância do uso do *Soft Power*; analisar os avanços obtidos na inserção internacional do Brasil por meio do uso da diplomacia cultural; verificar os resultados obtidos com a realização do Ano do Brasil na França e apresentar ações tomadas também no âmbito interno, em que se optou por fazer uma breve apresentação do Plano Nacional de Cultura.

O presente trabalho, realizado por meio de um estudo descritivo, analisa a Política Externa Brasileira utilizada nos governos Lula da Silva (2003 – 2010) e apresenta o poder do *Soft Power* cultural, utilizado para que se alcançasse melhor inserção internacional. A pesquisa foi realizada em livros, artigos, monografias, acervo do Ministério da Cultura e análise da política externa, e dividida em três diferentes etapas, sendo a primeira constituída por pesquisa bibliográfica. A segunda etapa na análise do conceito de *Soft Power*, adotado por Joseph Nye e sua aplicabilidade para que se obtenha melhor inserção internacional e a terceira

---

<sup>3</sup> LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2003. p. 126-132.

etapa do processo deu-se por meio da redação do trabalho final. A metodologia é apresentada através do método dedutivo, que “parte de argumentos gerais para argumentos particulares. Primeiramente serão apresentados os argumentos que se consideram verdadeiros e inquestionáveis, para depois chegar a conclusões formais”.<sup>4</sup> A partir deste método buscou-se ter um conjunto de premissas a serem fundamentadas durante o trabalho.

Na busca de uma base sólida para o desenvolvimento desta monografia e para que essa pudesse auxiliar na resposta do problema de pesquisa, bem como corroborar com a hipótese, foram utilizadas as seguintes obras, dadas como principais: *Soft Power: the means of success in world politics* de Joseph Nye Jr., 2004; *História da Política Exterior do Brasil*, 2014, dos autores Amado Luiz Cervo e Clodoaldo Bueno; *Copa da Cultura*, de André Chermont Lima, 2013; e *O Ano do Brasil na França: um modelo de intercâmbio cultural*, do autor Ruy Pacheco do Amaral, 2008. Além disso, foram utilizadas obras secundárias que possuem igual importância, uma vez que auxiliaram na evolução da pesquisa, sendo elas: *Inserção Internacional*, de Amado Cervo, 2008; *Política Externa Brasileira: as práticas da política e a política das práticas*, de Monica Lessa, 2012; *Economia criativa*, de Mariana Madeira, 2014; e *Cultura e Poder*, de Estevão Rezende, 2007.

Para que o trabalho pudesse ser apresentado e interpretado de modo mais compreensível, os capítulos foram divididos de maneira evolutiva, partindo-se da apresentação de conceitos chave e primordiais para compreensão do trabalho, ao fazer uma breve apresentação do cenário nacional e terminar com a apresentação e análise de caso prático. Sendo assim, a monografia foi dividida em três grandes capítulos que buscam de forma progressiva mostrar quais os resultados obtidos com a utilização da diplomacia cultural.

O primeiro capítulo, como já mencionado, tem caráter conceitual e teórico, para servir como suporte aos outros capítulos. Primeiro apresenta-se o conceito de poder, que é utilizado para caracterizar o grau de influência que cada Estado exerce no cenário internacional. Em seguida apresenta-se o conceito de *Soft Power*, conceito esse que é primordial para a compreensão do trabalho e que é caracterizado pela utilização de ferramentas de atração e indução para que os objetivos estatais possam ser alcançados com êxito. Dentre as ferramentas do *Soft Power* encontra-se a Diplomacia Cultural, objeto principal do trabalho. Por fim apresenta-se a estrutura do Ministério da Cultura do Brasil, órgão responsável pela

---

<sup>4</sup> MEZZARROBA, Orides. MONTEIRO, Cláudia Servilha. **Manual de metodologia da pesquisa no direito**. São Paulo: Saraiva. 2009. p. 65.

promoção de manifestações culturais tanto no âmbito interno como externo, bem como, é feita uma conceituação acerca do uso da Diplomacia Cultural como Diplomacia Pública.

No segundo capítulo busca-se fazer uma análise da Política Externa Brasileira exercida durante o governo de Lula da Silva (2003 – 2010). Nesse capítulo apresenta-se a importância dada aos aspectos culturais brasileiros e como esses serviram como vetor da inserção internacional do país na época, sendo considerado um projeto global de ascensão internacional. Mostra-se também três dimensões, nas quais os aspectos culturais foram pautados, sendo elas: a dimensão simbólica, que prevê a criação de símbolos que caracterizam o povo brasileiro; a dimensão cidadã, responsável por garantir o direito à cultura; e a dimensão econômica, em que a cultura é vista como fonte de renda. Enfim, denota-se o Plano Nacional de Cultura, ação desenvolvida pelo governo Lula da Silva, em 2010, que tem como propósito a elaboração e execução de políticas públicas voltadas à promoção da diversidade cultural nos planos interno e externo.

O terceiro e último capítulo, busca mostrar de modo pragmático os resultados obtidos por meio da utilização da diplomacia cultural em determinado momento. Nesse capítulo utiliza-se toda a base teórica apresentada anteriormente para que se possa então corroborar com a hipótese por meio prático. Primeiro se apresenta a tradição francesa no que tange à promoção cultural por meio das *saisons culturelles étrangères*. Em seguida é apresentada a temporada cultural brasileira na França, nomeada como Ano do Brasil na França, desde a sua elaboração até a execução final do projeto, apresentando-se de forma sucinta cada etapa desse processo. Em seguida foi feito um balanço da temporada cultural brasileira na França, mostrando-se os resultados práticos obtidos por meio deste investimento. Sendo assim, mostra-se o verdadeiro poder do uso da diplomacia cultural, através da análise de números e pesquisas para mostrar o verdadeiro impacto quando se investe na Diplomacia Cultural, bem como os resultados práticos obtidos na relação Brasil-França, que se refletem até os dias de hoje.

Acredita-se que a maneira com que os segmentos acima foram apresentados traz melhor compreensão ao leitor, fazendo com que ele primeiro entenda os aspectos teóricos e específicos do trabalho, para que ao fim possa ver como o *Soft Power* influencia o cenário internacional na prática. E que com isso, possivelmente concorde que não apenas por meio da imposição e do uso da força que objetivos podem ser alcançados com êxito, mas que esse mesmo êxito pode ser atingido quando se utiliza o poder de indução e atração, mesmo que estes muitas vezes só serão percebidos em longo prazo.

# 1 PODER E DIPLOMACIA CULTURAL NA POLÍTICA EXTERNA

Water is the softest thing, yet it can penetrate mountains and earth. This shows clearly the principles of softness overcoming hardness. Lao Tzu

O campo das Relações Internacionais é caracterizado por diversos conceitos chave que definem o cenário internacional e fazem com que este campo de estudo seja complexo e diversificado. Entre os conceitos principais para se entender o cenário internacional tem-se a definição de poder, que acaba por moldar as relações entre os Estados para fazer com que esses possuam diferentes graus de protagonismo no sistema internacional. O grau de protagonismo, por sua vez, pode ser classificado de acordo com os tipos de recurso de poder utilizados por cada Estado, sendo eles *Soft* e *Hard Power*. Estes recursos de poder englobam diversos instrumentos que podem ser utilizados pelos Estados para que esses consigam sua inserção no cenário internacional, sendo um deles a utilização da cultura no campo interno ou da Diplomacia Cultural, no campo externo.

Diante disso, o presente capítulo terá caráter conceitual, tendo em vista que apresentará os principais conceitos a serem utilizados ao longo da monografia, uma vez que se acredita que primeiramente devam-se entender alguns conceitos principais para que ao fim possa-se fazer uma análise sobre o poder da diplomacia cultural na política externa.

## 1.1 Poder

Um dos conceitos mais discutidos no campo das Relações Internacionais é o conceito de poder, conceito este que era empregado antes mesmo da Paz de Westfália, 1648, marco inicial das relações internacionais. Sua abstração faz com que haja diferentes visões sobre sua definição, porém no campo das Relações Internacionais, a palavra poder é utilizada para caracterizar o grau de influência que cada Estado exerce no cenário internacional, podem ser eles: Superpotência; Potência Média; Potência Emergente; Papel local.

O poder “é um meio e um fim a partir do qual se instaura uma relação de dominação na qual uma ou mais partes obedecem à outra”.<sup>5</sup> Em outras palavras, “poder significa ter a capacidade de afetar o comportamento dos outros para fazer as coisas acontecerem”.<sup>6</sup> Diante dessa conceituação é importante ressaltar que o exercício do poder depende sempre do contexto em que as relações existem, sendo assim, os recursos de poder não devem ser julgados sem que haja um conhecimento sobre este contexto. Ao corroborar com a conceituação de Nye, é visto também que o conceito de poder se caracteriza pela capacidade de se conseguir com que uma pessoa faça algo que não poderia ser feito de outra forma.<sup>7</sup>

No cenário internacional são os Estados os maiores detentores de poder, e estes por sua vez possuem diferentes níveis de poder entre si. Uma instituição estatal é considerada poderosa quando possui certas características<sup>8</sup>, como:

I - Vasta população e território, em que se busca um equilíbrio entre os dois fatores, ao analisar a densidade demográfica e levar em conta também a quantidade de imigrantes. “Estando a população mundial distribuída de forma desigual, podemos admitir que isso gera numerosas situações nas quais a ‘diferença potencial’ convida à ação”.<sup>9</sup>;

II - Capacidade natural, tendo em vista que “o meio geográfico é uma condição necessária e permanente da vida material da sociedade, sendo que constitui o cenário onde se desenrola a política mundial”.<sup>10</sup> Faz-se referência à utilização de matérias primas, como petróleo, minérios, gás natural e produtos agrícolas.

III - Economia consolidada, ou seja, não apenas ter uma economia consolidada, mas sim possuir uma economia independente de outros Estados bem como, possuir baixos índices de desigualdade econômica.<sup>11</sup>

IV - Bom aparato e força militar, tendo em vista que “a condução da política externa de um país é fortemente afetada pela natureza e pela estreiteza dos laços existentes entre

---

<sup>5</sup> PECEQUILO, Cristina Soreanu. **Introdução às relações internacionais**: temas, atores e visões. Petrópolis: Vozes, 2004. p. 57.

<sup>6</sup> Tradução Livre “[...] Power means having the capabilities to affect the behavior of others to make those things happen.” NYE, 2004, p.15

<sup>7</sup> DAHL, Robert A. **The concept of power**. Yale University Department of Political science, 1957. p. 201-215.

<sup>8</sup> Nye, Joseph S., 2004, p.16

<sup>9</sup> DUROSELLE, Jean-Baptiste. **Todo império perecerá**. São Paulo: Editora UNB, 2000. p. 170.

<sup>10</sup> PECEQUILO, Cristina Soreanu. Op. cit. p. 85

<sup>11</sup> DUROSELLE, Jean-Baptiste. Op. cit. p. 171-178.

diplomatas e militares no âmbito da execução”.<sup>12</sup> Verifica-se aqui também a importância do fator tecnológico desenvolvido, bem como as políticas de defesa dos Estados.

V - Pode-se ainda considerar o sistema de valores, que “são uma das grandes forças que agem sobre as comunidades humanas [...] em que na perspectiva de maximização de recursos, o homem sinta a necessidade do apoio de outros homens: ‘a união faz a força’”.<sup>13</sup> Tem-se aqui a importância de sindicatos e associações.

VI - Estabilidade Social, que pode ser obtida por meio do equilíbrio entre as características acima citadas, ou seja, é a união das forças profundas<sup>14</sup> e das forças organizadas.

É importante ressaltar que, nem sempre a união de todos estes fatores significa que o Estado é de fato poderoso e que esse vai conseguir sempre alcançar os objetivos que almejar. Diante do exposto, se poderia então afirmar que, os Estados que não possuem as características acima citadas não possuem qualquer nível de poder. Porém, esta afirmação seria errônea, tendo em vista que todos os Estados possuem algum tipo de poder, nem que este seja ínfimo, e em algumas vezes apenas uma das características acima citadas. Diante dessa conceituação os países podem ser classificados de acordo com seu nível de poder, sendo divididos em: Superpotência, que são os Estados que detém o controle do *Hard e Soft Power* de forma equilibrada; Potências Médias são os Estados que têm um controle do *Hard e Soft Power*, porém o utilizam em escala regional não possuindo recursos para exercer seu poder de maneira significativa; Potências Emergentes, países que se encontram em potencial desenvolvimento, porém ainda não possuem um *Hard e um Soft Power* equilibrados; e os Estados que lutam apenas para conseguirem sobreviver no sistema internacional e manter sua soberania.<sup>15</sup>

Ao longo dos anos, os diferentes períodos históricos moldaram a importância dos recursos de poder, para fazer com que cada período histórico fosse liderado por algum Estado. Ao analisar o quadro 1 nota-se que a partir do século XVIII, a utilização do *Soft Power* passa a ser um dos principais recursos de poder utilizado principalmente pela França, Grã Bretanha e Estados Unidos, que além do poder militar e econômico, utilizaram também fatores culturais para manterem-se como líderes no cenário internacional. No Século XXI, a

<sup>12</sup> DUROSELLE, Jean-Baptiste. Op. cit. p. 103.

<sup>13</sup> Ibidem. p. 178 - 179

<sup>14</sup> Forças cujas quais os governos não possuem total controle, podendo deflagrar-se em crises e problemas conjunturais e até mesmo estruturais.

<sup>15</sup> PECEQUILO, Cristina Soreanu. Op. cit. p. 59-66.

aplicação do poder se dá por meio de um tabuleiro tridimensional que exige dos Estados recursos bélicos, econômicos e intangíveis, que seriam os fatores culturais e políticos, o que passa a ser caracterizado como *Soft Power*<sup>16</sup>.

Período	Estado	Recursos Principais
Século XVI	Espanha	Ouro maciço, comércio colonial, exércitos mercenários, laços dinásticos.
Século XVII	Holanda	Comércio, mercados de capital, marinha.
Século XVIII	França	População, indústria rural, administração pública, exército, cultura (poder brando).
Século XIX	Grã- Bretanha	Indústria, coesão política, finanças e crédito, marinha, normas liberais (poder brando), localização numa ilha (fácil de defender).
Século XX	Estados Unidos	Superioridade econômica, liderança científica e técnica, localização, forças e alianças militares, cultura universalista e regimes internacionais liberais (poder brando).
Século XXI	Estados Unidos	Liderança tecnológica, superioridade militar e econômica (poder brando), centro de comunicações transnacionais.

Quadro 1 - Estados preponderantes e suas fontes de poder, 1500 – 2000

Fonte: Nye (2002, p. 43)

## 1.2 *Soft Power* ou Poder Brando

O conceito de *Hard Power* é caracterizado pelo uso do poder militar e econômico por parte de uma nação para coagir outros Estados e “refere-se aos recursos de poder tradicionais, passíveis de serem vistos com facilidade, como é o caso do tamanho e da geografia de um país”.<sup>17</sup> Esse *Hard Power* consiste na dicotomia entre incentivos, *carrots*<sup>18</sup>, e ameaças, *sticks*, utilizados por Estados poderosos para coagir Estados menores a agir de determinada maneira<sup>19</sup>. Este método coercitivo trouxe benefícios para as nações durante vários anos, porém ao longo do tempo foi-se percebendo que havia além desse, outro método que poderia ser utilizado de maneira atrativa e indutiva e que não acarretaria em fins bélicos, o que foi chamado pelo próprio Nye, de *Soft Power*. O *Soft Power* é uma combinação de indução e atração, ou seja, em busca da cooperação os países utilizam seu poder de influência. Sendo

<sup>16</sup> NYE, Joseph S. 2002. *Soft power: the means to success in world politics*. New York: Public Affairs. 2004. p.

17

<sup>17</sup> PECEQUILO, Cristina Soreanu. Op cit. p. 58.

<sup>18</sup> Carrots, do português, cenoura é utilizado como uma metáfora para incentivos. Sticks, do português, bastões é utilizado como metáfora para punições.

<sup>19</sup> NYE, Joseph S. Op. cit. p. 17.

assim, o *Soft Power* surge como outra fonte de poder, que independe do *Hard Power*. Por definição, *Soft Power* significa “fazer com que os outros busquem os mesmos resultados que você deseja, e isto exige com que se saiba como estes entendem suas ideias, para que o resultado seja positivo.”<sup>20</sup>

Como já mencionado, por *Hard Power* se entende a coerção, ou seja, a imposição de sanções econômicas e/ou militares. Já o *Soft Power* é caracterizado pela não utilização da força para se conseguir melhor inserção internacional. O *Soft Power* é um poder de convencimento, estruturado a partir de alguns pilares, como: 1) Desenvolvimento Econômico; 2) Conhecimento e tecnologia; 3) Ideologia e cultura.<sup>21</sup> Sendo assim, os países mais suscetíveis a ter êxito ao se promoverem por meio do *Soft Power* são aqueles que se utilizam de múltiplos canais de comunicação, ou seja, que possuem uma cultura dominante, que pautam sua agenda em prol de temas relevantes, como os Direitos Humanos e que além disso, possuem credibilidade mediante seus valores e políticas nacionais e internacionais.

Nye enfatiza que todas as grandes potências se utilizaram em algum momento do *Soft Power* e conseguiram os resultados esperados, mesmo que estes demandaram mais tempo do que os obtidos com a utilização do *Hard Power*. Ao analisar a ação dos grandes impérios ao longo da história, percebe-se que estes também buscaram estabelecer seu domínio por meio de outros recursos que não apenas os recursos militares, para se tornarem grandes influenciadores culturais de seus dominados. Os grandes impérios se utilizaram do *Soft Power* como uma fonte extra de poder, porém no início do século XXI, com a ascensão dos países conhecidos como emergentes<sup>22</sup>, estes por não terem um *Hard Power* consolidado, havendo poder militar incipiente e com seu poder econômico em fase de desenvolvimento, viram no uso do *Soft Power* uma das poucas saídas para se inserirem no Cenário Internacional. É possível citar aqui o exemplo de que o Brasil é um “país que dispõe de um *Hard Power* difuso ou até mesmo insuficiente – na forma de instrumentos clássicos de poder militar e econômico, [mas que mesmo assim], detém expressivos e crescentes interesses no continente sul-americano, refletidos no seu peso político e presença comercial”.<sup>23</sup>

---

<sup>20</sup> Tradução Livre. “By definition, Soft Power means getting others to want the same outcomes you want, and that requires understanding how they are hearing your message, and fine-tuning it accordingly. It is crucial to understand the target audience”. NYE, Joseph S. Op. cit. p. 78

<sup>21</sup> PECEQUILO, Cristina Soreanu. Op. cit. P. 59

<sup>22</sup> Países que se encontram em desenvolvimento.

<sup>23</sup> LIMA, André Chermont de. **Copa da cultura**: O campeonato mundial de futebol como Instrumento para a promoção da cultura brasileira no exterior. Brasília: FUNAG, 2013. p. 58.

É importante ressaltar que o *Soft Power* e o *Hard Power* são independentes entre si e podem ser diferenciados pela diversidade de formas existentes, que ambos disponibilizam para que diferentes objetivos possam ser alcançados. O quadro a seguir busca elucidar as principais diferenças destes dois tipos de poder.

	<b>Comportamentos</b>	<b>Moedas Primárias</b>	<b>Políticas Governamentais</b>
<b>Poder Militar</b>	Coerção Dissuasão Proteção	Ameaças Forças	Diplomacia Coercitiva Guerra Aliança
<b>Poder Econômico</b>	Indução Coerção	Pagamentos Sanções	Ajuda Subornos Sanções
<i>Soft Power</i>	Atração Formação de Agenda	Valores Cultura Políticas Instituições	Diplomacia Pública Diplomacia bilateral ou multilateral

Quadro 2 - Os três tipos de poder

Fonte: Nye (2004, p. 31).

Ao analisar o quadro 2 é possível notar que, diferente do poder militar e econômico, o *Soft Power* tem como principal objetivo atrair Estados de acordo com valores, ideologias e políticas. É importante ressaltar que o *Soft Power* é um poder difícil de ser manejado, uma vez que a maioria de seus recursos não depende exclusivamente dos governos, sendo assim, seus efeitos dependem quase que exclusivamente da aceitação por parte dos outros Estados. Outrossim é que os recursos de *Soft Power* muitas vezes atuam de maneira indireta e costumam levar anos para que os resultados sejam percebidos, e muitas vezes estes resultados não podem ser tabulados e provados empiricamente. Diante da autonomia difusa dos governos na promoção da cultura, tem-se a grande importância das empresas, que são grandes responsáveis pela promoção de um país e muitas vezes se utilizam das forças culturais para serem inseridos no cenário internacional.

O conceito de *Soft Power* como já mencionado foi criado por Joseph Nye, porém é importante ressaltar que para tal conceituação o autor teve influência de conceitos apresentados por Antonio Gramsci.<sup>24</sup> Segundo Gramsci a “hegemonia se expressa na

<sup>24</sup> ZAHARAN, Geraldo; RAMOS, Leonardo. From hegemony to *soft power*: Implications of a conceptual change. In: PARMAR, Inderjeet; COX, Michael. **Soft Power and US Foreign Policy**: theoretical, historical and contemporary perspectives. New York: ROUTLEDGE, 2010. P.25.

sociedade como o conjunto de instituições, ideologias, práticas e agentes que compreendem a cultura dos valores dominantes”.<sup>25</sup> Tem-se aí uma das bases do conceito de *Soft Power*.

Hegemonia é a capacidade de determinado grupo de unificar um corpo social não homogêneo e marcado por contradições [...] e no processo de estabelecer essa hegemonia o grupo que o promove torna-se o protagonista da ordem social. [...] A hegemonia, portanto não é apenas econômica ou política, mas também cultural e moral; é uma concepção do mundo. Ela é um processo através do qual um grupo estabelece uma ordem social que combina poder e liderança, coerção e consentimento, em um conjunto de instituições que reconhecem alguns dos interesses de grupos privilegiados.<sup>26</sup>

Por meio da conceituação de Gramsci acerca de hegemonia, nota-se uma relação direta com a conceituação de *Soft Power* estabelecida por Nye, tendo em vista que a “hegemonia como *Soft Power* funciona por meio do consentimento de um conjunto de princípios gerais que assegura a supremacia de um grupo, e ao mesmo tempo, fornece algum grau de satisfação aos grupos restantes”<sup>27</sup> Sendo assim, verifica-se que ambos os autores davam grande importância aos aspectos culturais e ideológicos seguindo uma mesma vertente, porém com conceitos diferentes.

Outro grande responsável pela projeção de poder de um Estado, principalmente no século XXI, com a ascensão da era das comunicações é a mídia. A mídia pode ser tanto um aliado, quanto um fator prejudicial para a promoção internacional, tendo em vista que conflitos internos ou até mesmo protestos podem muitas vezes denegrir a imagem de um Estado. Nye afirma que informação é poder e hoje em dia grande parte da população mundial tem acesso a esse poder<sup>28</sup>.

Como já mencionado, no século XXI existe a ascensão da Era midiática ou mais conhecida como Era da informação que em sua maioria auxilia os países na inserção internacional, sendo assim, há três categorias de países que podem utilizar-se do *Soft Power* e conquistar uma inserção internacional nesta era.

<sup>25</sup> CARNOY, Martin. **Estado e teoria política**. 2. ed. São Paulo: Papirus, 1988. p. 95-96.

<sup>26</sup> Tradução Livre. ZAHARAN, Geraldo; RAMOS, Leonardo. Op. cit. p. 21-23.

<sup>27</sup> Tradução Livre. Ibidem. p.14.

<sup>28</sup> Tradução Livre. “Information is power, and today a much larger part of the world’s population has access to that Power”. NYE, Joseph S. Op. cit. p.76.

- (1) aqueles cujo a cultura e as idéias dominantes estão mais próximos das normas globais prevaletentes (que agora enfatizam o liberalismo, o pluralismo e a autonomia);
- (2) os que têm mais acesso a vários canais de comunicação e, portanto, mais influência sobre a forma como as questões são tratadas; e
- (3) aqueles cuja credibilidade é reforçada por seu desempenho doméstico e internacional<sup>29</sup>

Outro grande potencializador da inserção internacional por meio do *Soft Power* é a participação dos Estados nas mais diversas instituições internacionais.

Quando os países legitimam seu poder aos olhos dos outros, encontram menos resistência à sua vontade. Se a cultura e a ideologia de um país são atrativas, os outros o seguirão de melhor grado. Se um país pode moldar regras internacionais que sejam consistentes com seus interesses e valores, suas ações provavelmente parecerão legítimas aos olhos dos outros. Se ele utilizar instituições e seguir regras que encorajem outros países a canalizar ou limitar suas atividades de acordo com sua preferência, não precisará incorrer em tantos gastos com indução e coações.<sup>30</sup>

Destarte, para um país se tornar influente no Cenário Internacional é necessário que ele busque promover sua política externa de forma que consiga ser coerente e atrativa para se tornar aceitável aos olhos dos outros Estados. É importante ressaltar que não se deve comparar o *Soft Power*, como apenas uma questão de imagem ou busca de popularidade, mas sim, carecer ter em mente que o *Soft Power* passou a ser uma fonte de poder e quando se abre mão de um poder, pode-se pagar um alto preço.

Diante do exposto nesta seção, é possível afirmar que o *Soft Power* foi criado como uma forma complementar de poder, ao que já era conhecido e denominado como *Hard Power*. Ao longo dos anos viu-se que não apenas a coerção e a imposição traziam resultados positivos aos Estados que buscavam o posto de ator central no cenário internacional, mas que o poder de indução e atração também poderia acarretar em ganhos e poderia ajudar um país a se projetar internacionalmente. Identificou-se então que fatores como ideologias, políticas e culturas são as principais forças motrizes do poder denominado como *Soft Power*.

---

<sup>29</sup> Tradução Livre. “(1) those whose dominant culture and ideas are closer to prevailing global norms (which now emphasize liberalism, pluralism, and autonomy); (2) those with the most access to multiple channels of communication and thus more influence over how issues are framed, and (3) those whose credibility is enhanced by their domestic and international performance. NYE, Joseph S. Op. cit. p.69.

<sup>30</sup> Tradução Livre. “When countries make their power legitimate in the eyes of others, they encounter less resistance to their wishes. If a country’s culture and ideology are attractive, others more willingly follow. If a country can shape international rules that are consistent with its interests and values, its actions will more likely appear legitimate in the eyes of others. If it uses institutions and follows rules that encourage other countries to channel or limit their activities in ways it prefers, it will not need as many costly carrots and sticks”. Ibidem. p. 20.

### 1.3 Diplomacia Cultural

O Brasil não possuía uma característica de exportador de cultura, “durante muito tempo, o Brasil foi considerado um simples receptáculo das políticas culturais europeias e norte-americanas, de acordo com a ideia de que os ventos da cultura não sopram senão de leste para oeste ou de norte para sul.”<sup>31</sup> Somente a partir do século XX, que o Brasil começou a se preocupar realmente em exportar seus aspectos culturais e mostrar sua identidade para o mundo, e mesmo que tardio ainda é considerado um dos pioneiros da América Latina,<sup>32</sup> “o Brasil começou a ser reconhecido no exterior como relevante produtor de cultura no final da década de 1950, período que coincidiu com a conquista da Copa do Mundo da Suécia, o surgimento da Bossa Nova e a construção de Brasília.”<sup>33</sup>

Por diplomacia se entende a condução das relações internacionais por meio de negociações pacíficas coordenadas em sua maioria por meio de embaixadas, legações e missões diplomáticas.<sup>34</sup> Por cultura entende-se o conjunto de valores, técnicas, ideias e conhecimentos que orientam uma sociedade ao longo de sua história. Esta por sua vez se apresenta como cartão de visita de um país ao buscar estabelecer relações com outros Estados.

Cultura é o conjunto de valores e práticas que criam um sentido para a sociedade e se dá através das mais diversas manifestações. A cultura é distinguida entre alta cultura, que compreende a literatura, a arte e a educação, fatores que normalmente são de fácil acesso para as elites e cultura popular, que se concentra no entretenimento das massas. Sendo assim, quando a cultura de um país inclui valores universais e quando suas políticas promovem valores e interesses que outros compartilham, aumenta-se a probabilidade de obter-se os resultados desejados, devido à relação de atração que ele cria.<sup>35</sup>

Por conseguinte, o termo Diplomacia Cultural criado no ano de 1966, pelo chanceler alemão Willy Brandt, defendia a cultura como o terceiro pilar da política externa, junto à

<sup>31</sup> DUMONT, Juliette; FLÉCHET, Anaís. “Pelo que é nosso!”: a diplomacia cultural brasileira no século XX. **Revista Brasileira de História**, São Paulo, v.34, nº 6, 2014. p. 204.

<sup>32</sup> Ibidem. p. 204

<sup>33</sup> LIMA, André Chermont de. Op. cit. p. 60

<sup>34</sup> BOBBIO, N.; MATTEUCCI, N.; PASQUINO, G. (orgs). **Dicionário de política**. 2. ed. Brasília: UNB, 1986. p. 348.

<sup>35</sup> Tradução Livre. “Culture is the set of values and practices that create meaning for a society. It has many manifestations. It is common to distinguish between high culture such as literature, art, and education, which appeals to elites, and popular culture, which focuses on mass entertainment. When a country’s culture includes universal values and its policies promote values and interests that others share, it increases the probability of obtaining its desired outcomes because of the relationships of attraction and duty that it creates.” NYE, Joseph S. Op. cit. p.21.

política e o comércio, porém poucas ainda são as nações que se apoderaram desta distinção. Por diplomacia cultural se entende a implantação da cultura de um Estado em apoio das suas metas de política externa, ou seja, “a utilização das questões e/ou fatores culturais para alcançar objetivos relativos à política externa.”<sup>36</sup> Diante do exposto, pode-se afirmar que a Diplomacia Cultural tem o objetivo de revelar o papel de um país diante dos demais membros da comunidade internacional. Em termos mais práticos a diplomacia cultural é a política cultural externa dos países em busca de uma valorização e um conhecimento internacional.

Países como França, Alemanha, Reino Unido e Estados Unidos (RIBEIRO, 2011, p.97) se utilizam da diplomacia cultural para conseguir alcançar alguns dos objetivos traçados em sua política externa, como: busca de novos parceiros comerciais; desenvolvimento dos interesses econômicos; e desenvolvimento de relações bilaterais. Com a utilização da diplomacia cultural os Estados podem então conseguir uma inserção internacional por meio da identificação cultural entre Estados, no entanto, a utilização da diplomacia cultural não gera somente impactos externos, no meio interno o principal impacto é o prestígio nacional para a sociedade e uma maior valorização de seus fatores culturais.

A Diplomacia Cultural tem o poder de unir diferentes culturas, diferentes povos e assim construir um sentimento de solidariedade internacional em longo prazo, baseado no respeito à diversidade. Por aproximar os povos por meio de afinidades e vínculos sociais estas relações políticas culturais podem auxiliar os Estados na efetivação das políticas de cooperação técnica e comercial, sendo muitas vezes responsável pela consolidação e pelo fortalecimento de blocos econômicos.

Como já mencionado, a cultura é um dos valores mais influentes na política externa dos países, contudo se torna muitas vezes um vetor de aproximação entre as nações. Porém, nos últimos anos, devido à globalização e a aproximação de Estados, a cultura tem sido também um vetor de conflitos entre as nações, pelo fato de em muitos casos quererem exercer a ocidentalização da cultura e também dos direitos humanos, ou seja, é ignorada a existência de aspectos culturais orientais, que são tachados como errados e desumanos.

No plano nacional se faz distinção entre cultura popular, que é de fácil acesso a toda população, e a cultura erudita, voltada para a elite de uma sociedade, porém, esta distinção da

---

<sup>36</sup> LESSA, Monica Leite; SARAIVA Miriam Gomes; MAPA, Dhiego de Moura. Entre o Palácio Itamaraty e o Palácio Capanema: perspectivas e desafios de uma diplomacia cultural no governo Lula. In: PINHEIRO, Leticia; MILANI, Carlos R.S.(orgs). **Política externa brasileira**: as práticas da política e a política das práticas. Rio de Janeiro: FGV, 2012. p. 97.

cultura tem pouca ou nenhuma relevância quando se trata da elaboração dos programas culturais no exterior, e segundo Lima<sup>37</sup>, isto se dá por três motivos: 1) Para a maioria dos teóricos esta diferenciação é inexistente do ponto de vista conceitual; 2) As especificidades da cultura brasileira tornam esta distinção ineficaz, pois muitas obras brasileiras inicialmente são eruditas e acabam se difundindo para a cultura popular; 3) Se analisarmos a difusão cultural brasileira no exterior, nos últimos anos, pode-se evidenciar a participação de diversas manifestações que não permitem uma fácil classificação. Diante disso, independente de serem caracterizados como cultura popular ou erudita, ambos os tipos de manifestação são capazes de trazer benefícios para um Estado, pois são formas de apresentar para o cenário internacional as principais características culturais de um país, e trazer uma identificação e até mesmo uma maior aproximação por parte de outros Estados.

Algumas das atividades que englobam a Diplomacia Cultural e que são utilizadas pelos Estados para a inserção internacional são elencadas no quadro a seguir. É importante ressaltar que nenhuma delas possui mais importância que outra, tendo em vista que o “caminho da mútua cooperação, além de estimular a diversidade e o conhecimento da cultura estrangeira, acabou por se tornar mecanismo mais efetivo de diplomacia cultural”.<sup>38</sup>

• Intercâmbio estudantil;	• Esporte, Dança e Música;
• <i>Design</i> e Moda;	• Comidas típicas;
• Produções audiovisuais;	• Atratividades turísticas;
• Atratividade para asilo político;	• Idioma;
• Marcas internacionais e Empresas Multinacionais;	• Sites;

Quadro 3 – Atividades que englobam a Diplomacia Cultural

**Fonte:** Desenvolvido pelo autor.

É por meio da utilização dessas atividades e de investimentos nesses setores que um Estado pode difundir seus valores culturais e conseguir uma inserção internacional baseada em valores e princípios, para buscar a aproximação de Estados que possuem características semelhantes e que possam assim, trabalhar em conjunto em prol de benefícios comuns. Para que esta promoção internacional seja efetiva, é de extrema importância que haja investimento

<sup>37</sup> LIMA, André Chermont de. Op. cit. p. 48-50.

<sup>38</sup> *Ibidem*. p. 52.

massivo no setor cultural, investimento este que em muitos casos acaba por ficar em segundo plano. Conforme Mark<sup>39</sup> ao tratar sobre os investimentos no setor da diplomacia cultural, afirma que,

a diplomacia cultural tem o potencial necessário para se tornar uma ferramenta mais valiosa para os Estados no futuro, e um componente mais valorizado e significativo da prática de diplomacia pública. Se o potencial da diplomacia cultural para contribuir com a política externa do governo é para ser plenamente realizado, no entanto, os governos precisam entender melhor as possibilidades da prática, proporcionar mais financiamento para isso, e pensar sobre a melhor maneira de entregá-lo.

O Ministério das Relações Exteriores (MRE) corrobora com as informações apresentadas anteriormente ao afirmar que, “a diplomacia cultural é um instrumento importante de aproximação entre os povos, contribuindo para abrir mercados para a indústria cultural e para o estabelecimento de vínculos culturais e linguísticos”.<sup>40</sup> Sobre a Diplomacia Cultural brasileira o MRE afirma que:

A diplomacia brasileira promove a divulgação da cultura e das artes brasileiras em suas múltiplas dimensões, procurando estimular a cooperação cultural e o ensino da língua portuguesa. Se, por um lado, ressalta a singularidade de nossa cultura, por outro, revela as afinidades que a unem a outros povos – particularmente significativas, já que nosso país acolheu fluxos migratórios das mais diversas origens. No exterior, a difusão da cultura brasileira é executada por meio dos setores culturais das Embaixadas e Consulados. Cabe-lhes coordenar-se com instituições culturais estrangeiras, entre as quais universidades, museus, festivais de cinema, salas de concerto e teatros. Para a consecução dos objetivos culturais, o Ministério vale-se do Programa Anual do Departamento Cultural, das Comissões Mistas Culturais e dos Programas Executivos Culturais. Na esfera pública, são tradicionais parceiros do Itamaraty o Ministério da Cultura, a Fundação Biblioteca Nacional, as Universidades federais e estaduais e as Secretarias de Cultura dos Estados e Municípios.<sup>41</sup>

Logo, os principais objetivos na promoção da Diplomacia Cultural brasileira são: a promoção da cultura nas suas mais diversas dimensões e também o ensino da língua

<sup>39</sup> Tradução Livre. “Cultural diplomacy has the potential to become a more valuable tool for states in future, and a more valued and significant component of the practice of public diplomacy. If cultural diplomacy’s potential to contribute to a government’s foreign policy and its diplomacy is to be fully realized, however governments need to better understand the practice’s possibilities, provide more funding for it, and think about how best to deliver it”. MARK, Simon. **A greater role for cultural diplomacy**. Netherlands, apr. 2009. p. 37

<sup>40</sup> BRASIL. Ministério das Relações Exteriores. Disponível em: <[http://www.itamaraty.gov.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=698&Itemid=215&lang=pt-BR](http://www.itamaraty.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=698&Itemid=215&lang=pt-BR)>. Acesso em 15 set.2015.

<sup>41</sup> Ibidem.

portuguesa no exterior. Ressalta-se também que a nossa cultura possui características semelhantes a outros Estados, sendo que uma das provas é a constante migração de povos para o Brasil, que muitas vezes o fazem por se sentirem mais perto de casa devido à aproximação cultural.

### 1.3.1 O Ministério da Cultura

O Brasil, por ser um Estado de vasta expansão territorial e também de grande nível populacional, possui diversas características culturais por isso, é difícil de encontrar uma manifestação cultural ou até mesmo uma característica cultural que seja única para o país. Diante disso, a difusão da cultura brasileira é dividida pelas características únicas de cada um de seus 27 Estados, sendo que em sua maioria as manifestações se dão por meio de danças e comidas típicas de cada região. Não seria cabível neste trabalho elencar todas as formas de manifestações culturais deste vasto país, caracterizado pela sua miscigenação e pela cultura da arte.

Segundo relatório da UNESCO (2002), todos os Estados devem definir uma política cultural e aplicá-la para além de suas fronteiras da maneira que lhes for mais benéfico, lembrando que para isso deverá respeitar sempre suas obrigações internacionais. Diante disso, no Brasil tem um ministério centralizador que se encarrega de organizar e criar políticas nacionais de cultura, assim como manter a preservação do patrimônio histórico e cultural. O Ministério da Cultura (MinC) foi criado no ano de 1985, tendo a partir de então autonomia e uma importância fundamental, não mais ligada ao departamento educacional.

A partir do ano de 2003, o MinC passa então a ser indissociável da Diplomacia Cultural do Ministério das Relações Exteriores<sup>42</sup>, tendo dentro do Itamaraty um Departamento Cultural. Este departamento é responsável pela difusão da cultura brasileira no exterior e está dividido em cinco unidades<sup>43</sup>. Cada uma responsável por diferentes atribuições, para

<sup>42</sup> LESSA, Monica Leite; SARAIVA Miriam Gomes; MAPA, Dhiego de Moura. Op. cit. p. 95

<sup>43</sup> As cinco unidades do Departamento Cultural do Itamaraty são: Divisão da Promoção da Língua Portuguesa (DPLP) responsável pela difusão da língua portuguesa falada no Brasil através dos Centros Culturais Brasileiros e dos Núcleos de Estudos Brasileiros; Divisão de Operações de Difusão Cultural (DODC), responsável pela promoção da cultura e da arte brasileira, além de auxiliar na negociação e na implementação de acordos bilaterais de cooperação cultural; Divisão de Promoção Audiovisual (DAV) responsável por promover o cinema brasileiro e difundir a publicidade brasileira no exterior; Coordenação de Divulgação (DIVULG) responsável pela disseminação de informações referentes à cultura e à realidade brasileira; Divisão de Acordos e Assuntos Multilaterais Culturais (DAMC) que responde pelos temas de cultura tratados no âmbito multilateral como, UNESCO, MERCOSUL, entre outros; Divisão de Temas Educacionais (DCE) responsável pelos temas

promover a cultura brasileira no exterior mediante os mais diversos níveis de diálogo. É por meio destas divisões que o Brasil negocia acordos e estabelece contatos em busca da realização de eventos no exterior, levando sempre em conta as prioridades da política externa brasileira, baseados nos seus princípios. Além disso, o departamento auxilia na promoção de festivais internacionais e bienais que queiram ser promovidas no Brasil, para mostrar, que além de estar interessado em despontar sua cultura para o mundo, o Brasil tem grande interesse em receber as mais diversas formas de expressão cultural, advindas de outros Estados.

Atualmente o MinC é responsável por uma série de programas, ações e projetos desenvolvidos em prol da difusão cultural brasileira tanto no exterior como no próprio país. Este ministério trabalha por meio de metas desenvolvidas no Plano Nacional da Cultura, para promover a concepção de cultura articulada em três dimensões, sendo elas: uma dimensão simbólica, dimensão cidadã e dimensão econômica.

A dimensão simbólica aborda o aspecto da cultura que considera que todos os seres humanos têm a capacidade de criar símbolos que se expressam em práticas culturais diversas como idiomas, costumes, culinária, modos de vestir, crenças, criações tecnológicas e arquitetônicas, e também nas linguagens artísticas: teatro, música, artes visuais, dança, literatura, circo, etc.

A dimensão cidadã considera o aspecto em que a cultura é entendida como um direito básico do cidadão. Assim, é preciso garantir que os brasileiros participem mais da vida cultural, criando e tendo mais acesso a livros, espetáculos de dança, teatro e circo, exposições de artes visuais, filmes nacionais, apresentações musicais, expressões da cultura popular, acervo de museus, entre outros.

A dimensão econômica envolve o aspecto da cultura como vetor econômico. A cultura como um lugar de inovação e expressão da criatividade brasileira faz parte do novo cenário de desenvolvimento econômico, socialmente justo e sustentável.<sup>44</sup>

O Plano Nacional de Cultura (PNC) foi criado no ano de 2010, tendo validade de 10 anos, e tem como objetivo orientar o desenvolvimento de ações culturais que garantam a valorização, o reconhecimento e a promoção da diversidade cultural brasileira. Este plano nada mais é do que um conjunto de princípios, objetivos e diretrizes que visa conduzir as ações culturais brasileiras. Como citado anteriormente, os três eixos de ação do PNC são as dimensões simbólica, cidadã e econômica.

---

educacionais tratados nos acordos multilaterais bem como pela divulgação de oportunidades de bolsas de estudo para estrangeiros no Brasil, bem como as bolsas de estudos no exterior oferecidas para brasileiros, como é o exemplo do programa Ciência sem Fronteiras, criado no ano de 2011.

<sup>44</sup> BRASIL, Ministério da Cultura. **O Ministério**. Disponível em: < <http://www.cultura.gov.br/o-ministerio>>. Acesso em 15 out.2015.

Este plano tem caráter nacional, porém se compreende que com a consolidação das metas em busca da valorização da cultura brasileira auxiliará também na consolidação da Diplomacia Cultural brasileira, bem como na promoção internacional da cultura brasileira no exterior.

### 1.3.2 A diplomacia cultural como Política Pública

Ainda que seus estudos no Brasil sejam incipientes e que não haja o uso apropriado da diplomacia pública, é importante caracterizá-la, pois a diplomacia pública vem ao encontro com a difusão cultural por meio da Diplomacia Cultural. Assim como os conceitos acima citados, como Diplomacia Cultural e poder, diversas são as conceituações para o termo Diplomacia Públicas, e mais diversas ainda são as suas atribuições.

O termo Diplomacia Pública foi criado no ano de 1963, por Edward R. Murrow que a definiu como “interações visando não só os governos estrangeiros, mas principalmente indivíduos e organizações não governamentais que apresentava a variedade dos pontos de vista particulares e também os pontos de vista dos governos de determinado Estado.”<sup>45</sup>

Outra conceituação para o termo foi dada no ano de 1965, por Edmund Gullion, que ao criar o Centro de Diplomacia Pública afirmou que:

diplomacia pública lida com a influência das atitudes públicas sobre a formação e execução de políticas estrangeiras. Ela engloba dimensões das relações internacionais para além da diplomacia tradicional; o cultivo por parte dos governos da opinião pública em outros países; a interação de grupos e interesses de um país com os de outro privadas; a comunicação de assuntos externos e seu impacto na política; a comunicação entre aqueles cujo trabalho é a comunicação, entre diplomatas e correspondentes estrangeiros; e os processos de comunicação interculturais.<sup>46</sup>

<sup>45</sup>Tradução Livre. “[...]defined public diplomacy as interactions aimed not only at foreign governments but primarily with nongovernmental individuals and organizations, and often presented as a variety of private views in addition to government views”. NYE, Joseph S. Op. cit. p. 75-76

<sup>46</sup>Tradução Livre. "Public diplomacy deals with the influence of public attitudes on the formation and execution of foreign policies. It encompasses dimensions of international relations beyond traditional diplomacy; the cultivation by governments of public opinion in other countries; the interaction of private groups and interests in one country with those of another; the reporting of foreign affairs and its impact on policy; communication between those whose job is communication, as between diplomats and foreign correspondents; and the processes of inter-cultural communications". THE FLETCHER SCHOOL. What is Public Diplomacy. Disponível em: <http://fletcher.tufts.edu/Murrow/Diplomacy>. Acesso em: 13 Ago. 2015.

Ou seja, assim como a Diplomacia Cultural, a Diplomacia Pública também tem o objetivo de influenciar outras nações por meio da difusão das manifestações públicas, e se fazer de certa forma, uma propaganda positiva de determinado Estado com o intuito de construir novas relações interestatais pacíficas e de longa durabilidade.

Joseph Nye além de caracterizar o tabuleiro tridimensional do poder, também identificou as três dimensões da Diplomacia Pública, sendo elas:

- 1) A Comunicação Diária: Envolve explicar o contexto das decisões políticas nacionais e internacionais. Esta muitas vezes é direcionada pelos governantes apenas para a imprensa interna, porém é mais importante que as atenções sejam voltadas à imprensa internacional.
- 2) A comunicação estratégica: é desenvolvido um conjunto de temas simples, parecido com o que ocorre em uma campanha política ou publicitária. Esta campanha planeja eventos simbólicos de comunicação durante determinado período de tempo para marcar os temas centrais ou até mesmo para avançar em uma política governamental.
- 3) Desenvolvimento de Relações duradouras: Esta via se dá por meio da concessão de bolsas de estudos, intercâmbio, formação, seminários e acesso a canais de mídia.

<sup>47</sup>

É importante ressaltar ainda que, “cada uma destas três dimensões da diplomacia pública desempenha um papel importante para ajudar a criar uma imagem atrativa de um país e isso pode melhorar suas perspectivas de obtenção de seus resultados desejados”.<sup>48</sup>

Ao analisar a terceira dimensão da Diplomacia Pública, o desenvolvimento de relações duradouras, nota-se alguns elementos que são essenciais para a promoção da Diplomacia Cultural, são eles: a concessão de bolsa de estudos, intercâmbios, formação, seminários e acesso a canais de mídia. Com esta caracterização pode-se ter a percepção de que a Diplomacia Pública e a Diplomacia Cultural não são diplomacias excludentes, mas sim, complementares. Diante disso, é possível afirmar que uma Diplomacia Pública bem

---

<sup>47</sup>Tradução Livre. “The first is daily communications which involves explaining the context of domestic and foreign policy decisions. After making decisions, government officials in modern democracies usually pay a good deal of attention to what to tell the press and how to do it. They generally focus on the domestic press—yet the foreign press corps has to be the most important target for the first dimension of public diplomacy. [...] The second dimension is strategic communication, in which a set of simple themes is developed, much like what occurs in a political or advertising campaign. The campaign plans symbolic events and communications over the course of a year to brand the central themes, or to advance a particular government policy. Sometimes this is easier planned than done. [...] The third dimension of public diplomacy is the development of lasting relationships with key individuals over many years through scholarships, exchanges, training, seminars, conferences, and access to media channels”. NYE, Joseph S. Op. cit. p. 77-78.

<sup>48</sup> Tradução Livre. “Each of these three dimensions of public diplomacy plays an important role in helping to create an attractive image of a country and this can improve its prospects for obtaining its desired outcomes.” NYE, Joseph S. Op. cit. p. 78.

consolidada auxilia na consolidação da Diplomacia Cultural, e por meio desta complementaridade pode-se então obter os resultados desejados de maneira mais efetiva.

Assim como na Diplomacia Cultural, na Diplomacia Pública a mídia pode atuar tanto positivamente quanto negativamente na promoção de um Estado, e esta atuação midiática depende única e exclusivamente do grau de importância que um Estado confere aos mais diversos meios de comunicação. Sendo assim, para ser eficaz, a Diplomacia Pública deve ser como uma via de dois níveis, em que ouvir se torna mais importante do que falar.<sup>49</sup> Ou seja, para um Estado conseguir o prestígio e a empatia da mídia, para que esta o auxilie, ele deverá primeiro identificar quais são as intenções da mídia e o que ela busca ouvir, para então se adequar ao que será dito. Diante disso, é plausível também afirmar que a mídia estará manipulando o Estado a atuar como esta deseja, mas acredita-se que esta discussão possa ser debatida em outro momento.

A Diplomacia Pública utiliza-se de três abordagens para definir o que constitui o público e onde ele se encaixa na prática diplomática. A primeira abordagem define que o público é um alvo de influência que gera pressões sobre os governos estrangeiros e atua como instrumento indireto para poder influenciar até mesmo seu governo nacional. Esta influencia geralmente é manipulada pela mídia na opinião pública. A segunda abordagem define a diplomacia pública como uma diplomacia que é gerada pelos cidadãos e não apenas para os cidadãos. Nesta abordagem o público se utiliza principalmente da internet para exercer algum tipo de influência na política internacional, e busca intervir de forma independente aos governos. Destarte, a terceira abordagem não vê o público nem como gerador e nem como alvo da atividade diplomática, mas sim como um consumidor de diplomacia, principalmente por meio do turismo internacional.<sup>50</sup> Diante do exposto é notável que nem sempre a Diplomacia Pública é direcionada dos governos para a população, mas também da população para o governo.

Pode-se concluir então que, a Diplomacia Cultural e a Diplomacia Pública devem, sempre que possível, ser utilizadas em conjunto, pois ambas são diplomacias complementares e que se utilizadas desta forma poderão trazer mais benefícios para a inserção de um país no Cenário Internacional. Além disso, ambas as diplomacias podem trazer benefícios tanto para os governos quanto para os cidadãos, e gerar também certo prestígio nacional. A utilização da

---

<sup>49</sup> NYE, Joseph S. Op. cit. p.79

<sup>50</sup> HOCKING, Brian. Rethinking the “new” public diplomacy. In: MELISSEN. Jan . **The new public diplomacy: soft power** in international relations. Nova York: Macmillan, 2005. p. 29-41.

Diplomacia Pública bem como da Diplomacia Cultural pelo governo brasileiro, será apresentado nas próximas seções.

#### **1.4 Conclusões do capítulo**

Conceitos apresentados neste capítulo, como poder, *Soft Power*, Diplomacia Cultural e Diplomacia Pública são conceitos que não possuem uma verdade absoluta, assim como a maioria dos termos utilizados nas Relações Internacionais. Por meio da conceituação utilizada para a elaboração deste capítulo de certa forma estes se correlacionam, tendo em vista que se utilizados em conjunto os benefícios serão alcançados de maneira mais exitosa. O poder passa a ser entendido como uma das fontes mais importantes das Relações Internacionais e que ele rege as relações interestatais e quanto mais poder uma nação possui, mais provável será sua sobrevivência no cenário internacional. Este poder por sua vez, poderá ser distinguido entre *Hard Power* e *Soft Power*, que são fontes de poder utilizadas para que os Estados possam influenciar outros e dessa forma conseguirem atingir seus objetivos de política externa.

Confirma-se que todos os países possuem algum nível de poder, e buscam se utilizar dele para que possam defender seus princípios e relacioná-los com os princípios dos outros Estados, na busca de interações interestatais e gerando maior cooperação. Estados que não possuem um poder militar consolidado e forte acabam muitas vezes se utilizando do *Soft Power*, poder este que por meio da indução angaria seus objetivos. Apresenta-se então a importância do fator cultural para a promoção internacional e sua correlação com a diplomacia pública, para que a inserção internacional não dependa única e exclusivamente do governo, mas também, da participação de seus cidadãos, para que juntos possam criar políticas em busca desta almejada inserção no cenário internacional.

A partir do pressuposto que a ação conjunta de mecanismos governamentais e da participação da comunidade geram benefícios mútuos analisaremos então a política externa brasileira e buscaremos identificar se o país utilizou-se da diplomacia cultural, para conseguir alcançar seus objetivos de modo mais eficaz.

## 2 DIFUSÃO CULTURAL BRASILEIRA NO GOVERNO LULA DA SILVA (2003 – 2010)

*In the last eight years, Brazil's role in the world has undeniably attained new heights. Our voice is heard with greater attention not because we scream louder, but because we are more respected. – Celso Amorim, 2010*

É comum achar que a política interna de um país nada tem a ver com sua política externa, muitas vezes se acredita que as decisões tomadas no âmbito interno não têm reflexo no externo, que esses dois aspectos são independentes entre si e que devem ser tratados como tal. Isso também ocorre quando se fala da cultura, onde grande parte da população acredita que os aspectos culturais não têm relevância no âmbito externo.

O fato é que na verdade “há um vínculo profundo entre a política cultural externa de um país e sua realidade cultural interna”.<sup>51</sup> Ou seja, os aspectos culturais de determinada região ou Estado, tem suma importância nas suas ações externas, uma vez que servem como promotores estatais. Esse vínculo profundo foi um dos temas trabalhados na gestão de governo entre os anos de 2003 e 2010, nesse período, a cultura brasileira obteve grande relevância tanto no escopo interno quanto no externo. Diversas foram as ações tomadas para que as mais diversas manifestações culturais tivessem voz e passassem a ser conhecidas mundialmente, para representar a cultura brasileira como um todo, fator esse que até os dias de hoje atrai muitos turistas ao nosso país, que vêm em busca das nossas riquezas naturais e também culturais.

O Plano Nacional de Cultura foi uma das consequências dessas preocupações, criado no ano de 2010, final do mandato do presidente Lula da Silva, e projetado para um espaço temporal de dez anos, ou seja, é uma política pública criada em longo prazo, dissociada dos regimes políticos, que busca uma relação de interdependência entre a sociedade e o poder público. O presente capítulo visa identificar as principais preocupações brasileiras no que tange à promoção e proteção dos direitos culturais brasileiros, bem como suas manifestações a nível internacional, e visar melhor inserção brasileira no cenário internacional.

---

<sup>51</sup> RIBEIRO, Edgard Telles. **Diplomacia cultural**: seu papel na política externa brasileira. Brasília.: Editora Fundação Alexandre de Gusmão, 2011. p.107.

## 2.1 Política Externa do Governo Lula da Silva (2003-2010)

Com a ascensão do governo Lula da Silva ao poder, no ano de 2003, verifica-se pequenas mudanças na característica de gestão da política externa em relações às prioridades do governo anterior de Fernando Henrique Cardoso.<sup>52</sup> Pode-se dividir as prioridades apresentadas no governo Lula da Silva em três pequenas agendas. A primeira seria uma agenda tradicional, em que há a manutenção dos princípios tradicionais da política externa brasileira, presentes também no artigo 4º da constituição, visando sempre um “ambiente externo favorável ao crescimento e à estabilidade da economia brasileira”.<sup>53</sup> A segunda agenda pode ser caracterizada pela busca do protagonismo internacional, e a terceira agenda, caracterizada como ideológica, em que se buscou promover uma nova ordem internacional.<sup>54</sup>

As mudanças percebidas na política externa do governo Lula da Silva tiveram algumas diretrizes: (1a) contribuir para a busca de maior equilíbrio internacional, procurando atenuar o unilateralismo; (2a) fortalecer relações bilaterais e multilaterais de forma a aumentar o peso do país nas negociações políticas e econômicas internacionais; (3a) adensar relações diplomáticas no sentido de aproveitar as possibilidades de maior intercâmbio econômico, financeiro, tecnológico, cultural etc.; e (4a) evitar acordos que possam comprometer a longo prazo o desenvolvimento.<sup>55</sup>

A Política Externa do governo Lula da Silva caracterizou-se como ativa e altiva<sup>56</sup>, pela diversidade da sua agenda internacional e pela busca por maior desenvolvimento. Diante disso, caracteriza-se o período do governo Lula da Silva como um Estado Logístico, ou seja, há um repasse de responsabilidades também à sociedade. De acordo com Amado Cervo, a Política Exterior de um Estado Logístico “volta-se à realização de interesses nacionais diversificados: dos agricultores, dos empresários, dos operários, e dos consumidores”.<sup>57</sup> O Estado logístico é um Estado que não se reduz apenas à prestação de serviços, mas sim busca

<sup>52</sup> VIGEVANI, Tullo; CEPALUNI, Gabriel. A política externa de Lula da Silva: a estratégia da autonomia pela diversificação. **Contexto Internacional**, Rio de Janeiro, v. 29, n. 2, jul./dez. 2007. p. 275.

<sup>53</sup> ALBUQUERQUE, José Augusto Guilhon. Economia política e política externa do governo Lula. **Plenarium**, ano II, n. 2, 2005. p. 91.

<sup>54</sup> *Ibidem*. p. 91-92.

<sup>55</sup> VIGEVANI, Tullo; CEPALUNI, Gabriel. *Op. cit.* p. 291.

<sup>56</sup> Conceito criado por Celso Amorim, em que a política visa ampliar a posição do Brasil no cenário Internacional tendo uma característica ideológica e estratégica.

<sup>57</sup> CERVO, Amado Luiz. **Inserção internacional: formação dos conceitos brasileiros**. São Paulo: Saraiva, 2008. p. 86.

a inserção internacional por meio da internacionalização de empresas e assim cria estratégias para o desenvolvimento econômico.

À política exterior cabe recheiar a diplomacia e a ação externa de interesse nacional. Mantendo a tradição de concebê-la e programá-la como política de Estado, a política exterior do Governo Lula preserva valores, interesses e padrões de conduta veiculados historicamente, como a vocação industrial e a harmonização do nexo entre Estado e sociedade. Preserva a intensa presença nos órgãos de negociação multilateral e aumenta em mais de trinta por cento o número de países com representação diplomática. Com esses pressupostos, fixa os objetivos externos: o liberalismo de mercado com regras de reciprocidade de benefícios, a expansão dos negócios no exterior pela via do comércio e da internacionalização de empresas brasileiras e, enfim, o reforço de poder para influir sobre o ordenamento global e os regimes setoriais. Nisso consiste a estratégia logística.<sup>58</sup>

A consolidação do Estado logístico brasileiro se dá por meio de três causalidades, em que a sociedade se encontra em um nível organizacional avançado; possui estabilidade econômica e política; e possui um nível avançado dos agentes econômicos e sociais.<sup>59</sup>

Os oito anos de mandato do governo Lula da Silva, foram caracterizados pela diplomacia presidencial, em que pode-se notar grande envolvimento dos Chefes de Estado com as questões internacionais e de Política Externa, tendo assim maior envolvimento do presidente nos assuntos internacionais, o que pode ser corroborado com a quantidade de viagens internacionais realizadas pelo presidente durante esse período<sup>60</sup>.

Concomitante com o aumento de viagens presidenciais verifica-se também nova configuração acerca das parcerias e do alinhamento com os mais diversos países, caracterizando-se assim como uma política universalista em que há maior aproximação brasileira com os países da América do Sul, em busca de maior desenvolvimento regional e um interesse de uma mudança na ordem internacional; Europa, na busca de promover maior cooperação política, e o interesse na reforma da ONU bem como o combate aos problemas ambientais; e na África, com diversas ações visando melhor desenvolvimento da região. (SOUSA NETO, 2011; VIGEVANI; CEPALUNI, 2007) Essa política universalista apresenta também outra característica do governo Lula da Silva, conhecida como autonomia pela diversificação, em que há

<sup>58</sup> CERVO, Amado Luiz; BUENO, Clodoaldo. Op. cit. p. 528.

<sup>59</sup> Ibidem. p. 529;

<sup>60</sup> HORTA, Luiz Fernando Rebello. **O conceito de diplomacia presidencial**. Brasília: FINATEC. 2012. p. 6

adesão do país aos princípios e às normas internacionais por meio de alianças Sul-Sul, inclusive regionais, e de acordos com parceiros não tradicionais (China, Ásia-Pacífico, África, Europa Oriental, Oriente Médio etc.), pois acredita-se que eles reduzem as assimetrias nas relações externas com países mais poderosos e aumentam a capacidade negociadora nacional.<sup>61</sup>

Sendo assim, tem-se no governo Lula da Silva uma percepção de que não apenas as potências podem exercer algum poder no mundo, mas também que os países médios possuem essas condições. Adotar este caráter multilateralista mostra de certa forma que, o “país se encontra pronto para exercer um papel de protagonista no sistema internacional”.<sup>62</sup>

A busca pelo protagonismo internacional esteve presente, durante os dois mandatos de Lula da Silva, o Brasil buscava um papel de liderança internacional, bem como a reforma do Conselho de Segurança das Nações Unidas e um assento permanente nesse conselho, para retomar as aspirações dos anos 1990.<sup>63</sup> A aspiração por liderança internacional era presente nos discursos do Ministro das Relações Exteriores da época, Celso Amorim.

Às vezes nos perguntam se o Brasil quer ser líder. Nós não temos pretensão à liderança, se liderança significa hegemonia de qualquer espécie. Mas, se o nosso desenvolvimento interno, se as nossas atitudes [...] de respeito ao direito internacional, da busca de solução pacífica para controvérsias, de combate a todas as formas de discriminação, de defesa dos direitos humanos e do meio ambiente, se essas atitudes geram liderança, não há por que recusá-la.<sup>64</sup>

Essa busca por protagonismo internacional deu-se por meio da utilização dos princípios da Política Externa, presentes no artigo 4º da Constituição Federal de 1988, sendo eles: I- Independência Nacional; II- Prevalência dos Direitos Humanos; III- Autodeterminação dos Povos; IV- Não Intervenção; V- Igualdade entre os Estados; VI- Defesa da Paz; VII- Solução Pacífica dos conflitos; VIII- Repúdio ao terrorismo e ao racismo; IX- Cooperação entre os povos para o progresso da humanidade; X- Concessão de Asilo Político; XI- Integração Econômica, política, social, e cultural dos povos da América Latina.<sup>65</sup>

<sup>61</sup> VIGEVANI, Tullo; CEPALUNI, Gabriel. Op. cit. p.273-335.

<sup>62</sup> SOUZA NETO, Danilo Marcondes de. **A política externa brasileira nos oito anos do governo Lula: legados e lições para a inserção do Brasil no mundo.** In.: PAULA, Marilene De. “Nunca antes na história desse país”...? Rio de Janeiro: Heinrich Böll Stiftung, 2011. p. 101.

<sup>63</sup> Ibidem. p.104

<sup>64</sup> AMORIM, Celso. Discurso do ministro de Estado das Relações Exteriores, embaixador Celso Amorim, por ocasião da cerimônia de transmissão do cargo de secretário-geral das Relações Exteriores, em Brasília. In: AMORIM, C.; GUIMARÃES, S. P.; LULA DA SILVA, L. I. **A política externa do Brasil.** Brasília: IPRI/FUNAG, 2003. p.77

<sup>65</sup> SILVA, Alexandre Pereira da,. **Os princípios das relações internacionais e os 25 anos da Constituição Federal.** 2013. p. 16-30.

Sendo assim, há prevalência do princípio de não indiferença, muito utilizado pelo presidente, que afirmava que:

Não aceitamos como fato consumado uma ordem internacional injusta (...). Nossa atuação diplomática é fundada na defesa de princípios, mas também na busca de resultados. Tem uma dimensão utópica sem deixar de ser pragmática. (...) Em um mundo globalizado e independente, nossa contribuição à paz e à democracia é determinada pelo princípio da não indiferença.<sup>66</sup>

A política externa do governo Lula da Silva é caracterizada por mudanças, e mostra que nem sempre a aceitação e a acomodação trazem melhores benefícios. Durante todo seu mandato o então presidente buscou a não aceitação de paradigmas já implantados e se manifestou apto a conseguir melhor inserção internacional, sem ter que se alinhar aos países desenvolvidos, mas sim, voltado para as relações com países em desenvolvimento, que possuem características semelhantes ao Brasil e que da mesma forma buscam melhor inserção no cenário internacional. De acordo com Celso Amorim, a política externa do governo Lula da Silva “enfrentou aquela velha opinião de que exercer, na cena internacional, o protagonismo compatível com a nossa grandeza – econômica política e cultura – seria inútil ou até mesmo perigoso<sup>67</sup>.”

## 2.2 Diplomacia Cultural no Governo Lula da Silva

No campo da cultura o governo Lula da Silva propôs o alcance de importantes metas, a diplomacia cultural deste governo buscou sempre um projeto global de ascensão internacional, estando a cultura entre uma das principais preocupações do presidente.

A cultura era entendida, no governo Lula, um sistema de valores estruturante da identidade da nação e promotor da inserção internacional do país, ao mesmo tempo em que era percebida como inextricável e central ao desenvolvimento econômico, oferecendo tanto o contexto no qual o progresso econômico ocorre quanto ao próprio objeto de desenvolvimento, quando vista sob a perspectiva das necessidades individuais.<sup>68</sup>

---

<sup>66</sup> Discurso do presidente Luis Inácio Lula da Silva na cerimônia de formatura da turma “Celso Furtado” (2002) do Instituto Rio Branco, em 1º de setembro de 2005.

<sup>67</sup> AMORIM, Celso. **Conversas com jovens diplomatas**. São Paulo: Editora Benvirá, 2011. p 273.

<sup>68</sup> PINHEIRO, Letícia; MILANI, Carlos R.S. (Orgs.) **Política externa brasileira: as práticas da política e a política das práticas**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2012. p. 99.

Tamanha é a importância delegada aos fatores culturais e suas manifestações, que a cultura passa a ter uma tripla funcionalidade na Política Externa Brasileira, e assim cria vínculos de identidade, para fortalecer blocos regionais e se aproximar de países estratégicos e em desenvolvimento<sup>69</sup>. Diante disso, a cultura passou a ter extrema importância no plano interno, externo e no plano econômico. Tal importância também pode ser percebida nas palavras proferidas pelo Ministro da Cultura Gilberto Gil, quando houve sua transmissão de cargo.

Juntamente com o Ministério das Relações Exteriores, temos de pensar, modelar e inserir a imagem do Brasil no mundo. Temos de nos posicionar estrategicamente no campo magnético do Governo Lula, com sua ênfase na afirmação soberana do Brasil no cenário internacional. E, sobretudo, temos de saber que recado o Brasil – enquanto exemplo de convivência de opostos e de paciência com o diferente – deve dar ao mundo, num momento em que discursos ferozes e estandartes bélicos se ouriçam planetariamente.<sup>70</sup>

Como visto anteriormente, o governo de Lula da Silva passou a dar relativa importância para os assuntos culturais, ao afirmar que “a cultura está investida de um papel estratégico, no sentido da construção de um país socialmente mais justo e de nossa afirmação soberana no mundo<sup>71</sup>”. Além disso, o presidente afirmava que a cultura não deveria ser vista como algo meramente decorativo, mas sim como a “base da construção e da preservação da nossa identidade, como espaço para a conquista da cidadania, e como instrumento para a superação da exclusão social.”<sup>72</sup>

A Diplomacia Cultural brasileira do período foi pautada e baseada em três diferentes dimensões para que todos os setores culturais pudessem mostrar sua relevância.

### 2.2.1 Dimensão Simbólica

Como já referido no capítulo anterior, a dimensão simbólica da cultura busca desenvolver as mais diversas possibilidades de criação simbólica, partindo do pressuposto de que a capacidade de criar símbolos é uma característica inerente ao ser humano<sup>73</sup>,

<sup>69</sup> PINHEIRO, Letícia; MILANI, Carlos R.S. Op. cit. p. 105

<sup>70</sup> Discurso proferido pelo Ministro da cultura – Gilberto Gil;

<sup>71</sup> Discurso de Lula da Silva, 2007.

<sup>21</sup> Ibidem.

<sup>73</sup> BRASIL, Ministério da Cultura. **O Ministério**. Disponível em: < <http://www.cultura.gov.br/o-ministerio>>. Acesso em 15 out.2015.

característica essa que é formulada a partir das visões de mundo de cada cidadão. É a partir da criação de símbolos que surgem as mais diversas manifestações culturais, como: a língua, os costumes, a culinária, as crenças, o teatro, a música, as artes visuais, a dança e a literatura. Estas manifestações culturais, no caso do Brasil, podem ser percebidas tanto em ambiente micro, em que cada região é composta por características culturais distintas, desde o chimarrão no Rio Grande do Sul até o acarajé na Bahia, bem como no ambiente macro, tendo em vista que há características culturais que representam o Brasil como um todo, o que é o caso do carnaval, da língua portuguesa, do futebol e da capoeira, conhecidos mundialmente.

Contudo, a diversidade cultural brasileira, o Plano Nacional de Cultura tem como objetivo preservar todo e qualquer tipo de manifestação cultural, sendo assim, para estimular essa diversidade, prevê-se a “presença do poder público nos diferentes ambientes e dimensões em que a cultura brasileira se manifesta<sup>74</sup>” para reconhecer e valorizar este capital simbólico, “por meio do fomento à sua expressão múltipla, gerando qualidade de vida, autoestima e laços de identidade entre os brasileiros”.<sup>75</sup>

O idioma é uma das características principais de um país, é por meio dele que as pessoas e Estados conseguem se comunicar com mais facilidade, para que haja melhor compreensão entre os Estados, em relação a assinatura de acordos internacionais, por exemplo, a Organização das Nações Unidas (ONU) instituiu seis idiomas oficiais, sendo eles: árabe, chinês, espanhol, francês, inglês e russo, de acordo com o número de países falantes de cada idioma. Diante disso, nota-se que o idioma português ainda está pouco difundido pelo mundo. Portanto, a disseminação da língua portuguesa no mundo passou a ser uma das preocupações do governo brasileiro, em busca de melhor inserção internacional, uma vez que se sabe que “os países cujas línguas são faladas em grande escala além-fronteiras naturalmente desfrutam de maiores facilidades em termos de comunicação mais instantânea- e prestígio”.<sup>76</sup>

O Brasil, tendo a língua portuguesa como sua língua oficial, faz parte da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa<sup>77</sup>, e tem assim uma responsabilidade de promover o ensino e a difusão do idioma mundialmente, e o faz por meio da promoção e da difusão da língua portuguesa. Dentre os principais objetivos do governo na promoção e difusão do idioma

<sup>74</sup> BRASIL. Ministério da Cultura. **Porque aprovar o Plano Nacional de Cultura**. Brasília, 2009. p. 12.

<sup>75</sup> Ibidem. p. 12.

<sup>76</sup> RIBEIRO, Edgard Telles. Op. cit. p.113

<sup>77</sup> A CPLP é uma comunidade internacional de países e povos que partilham a língua portuguesa, tendo como membros: Angola, Brasil, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Guiné-Equatorial, Moçambique, Portugal, São Tomé e Príncipe, e Timor Leste.

estão: “promover o aprendizado da Língua Portuguesa falada no Brasil; difundir a cultura brasileira por meio da divulgação da história e das artes do Brasil; e acompanhar a aplicação, dos exames para a obtenção do Certificado de Proficiência em Língua Portuguesa para Estrangeiros.”<sup>78</sup>

Na busca de promover a língua portuguesa no exterior e também em procura de uma difusão da cultura brasileira mais efetiva, criou-se a Rede Brasileira de Ensino no Exterior (RBEx), gerida atualmente pela Divisão de Promoção da Língua Portuguesa (DPLP), vinculado ao (MinC). Esta rede se estende por mais de 50 países e é vinculada às embaixadas que oferecem curso de língua portuguesa. Além disso, a rede é composta por 21 Centros Culturais Brasileiros (CCBs), sete Institutos Culturais (ICs) e 60 Leitorados<sup>79</sup>. Os CCBs tem extrema importância no que tange à promoção da língua portuguesa no exterior, é nesses centros que o cidadão estrangeiro poderá imergir na cultura brasileira. Nos CCBs o cidadão estrangeiro poderá aprender a língua portuguesa e também ter acesso as mais diversas literaturas brasileiras, bem como prestigiar exposições artísticas, espetáculos teatrais, concertos de músicas popular e erudita, festividades típicas brasileiras, além de seminários e conferências, tudo relacionado ao Brasil. Atualmente esses centros estão distribuídos no continente americano, na África e na Europa.

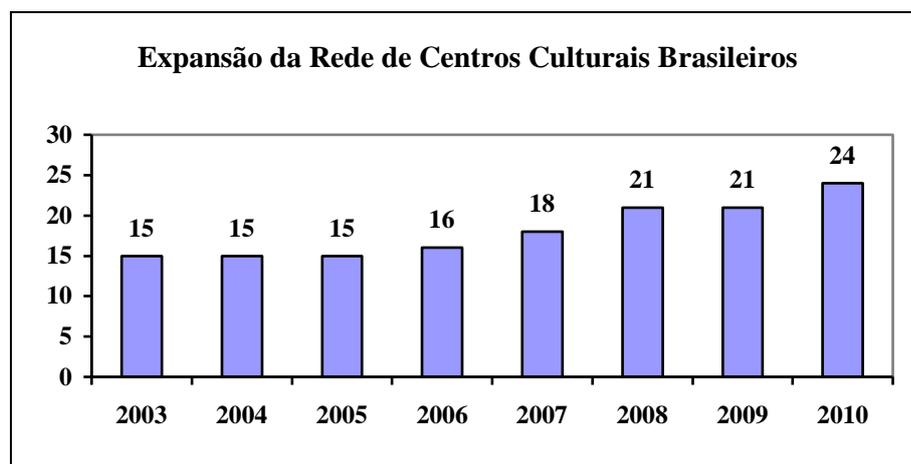


Gráfico 1 - Expansão da Rede de Centros Culturais Brasileiros

Fonte: Balanço da Política Externa Brasileira 2003 a 2010 – Promoção Cultural. Promoção e Difusão da Língua Portuguesa

<sup>78</sup> BRASIL. Ministério da Relações Exteriores. **Balanço da Política Externa Brasileira (2003-2010)**.

Disponível em < [https://i3gov.planejamento.gov.br/textos/livro6/6.1\\_Politica\\_Externa.pdf](https://i3gov.planejamento.gov.br/textos/livro6/6.1_Politica_Externa.pdf)>. Acesso em 17 set. 2015.

<sup>79</sup> Ibidem.

Os CCBs tiveram grande expansão entre os anos de 2003 a 2010. No ano de 2003, eram 15 os centros que atendiam um total de 15.559 alunos, já no ano de 2009, passaram a um total de 21 centros, responsáveis pelo atendimento de 28.357 alunos. Estes números mostram a preocupação do governo na época, com a promoção cultural brasileira.

Já os Institutos Culturais Brasileiros são entidades de direito privado local, que também contam com subsídios do governo e são responsáveis pela promoção da língua portuguesa. É nos CCBs e nos Institutos Culturais Brasileiros, que o cidadão estrangeiro, que compreende o português como segunda língua, pode realizar o teste de proficiência em Língua Portuguesa para Estrangeiros (CELPE-Bras), com este teste de proficiência em mãos o estrangeiro poderá ingressar no sistema universitário brasileiro. Assim, como o número de alunos dos Centros Culturais Brasileiros, tem aumentado o número de estrangeiros interessados na realização do CELPE-Bras também tem ampliado. No ano de 2003, o teste contou com 1.712 candidatos inscritos no qual, o índice de aprovação foi de 50 por cento. Já no ano de 2009, o número de inscritos subiu para 5.074 candidatos, apresentando um índice de 75 por cento de aprovação. Esses dados também mostram que a demanda pelo ensino da Língua Portuguesa vem crescendo diante da projeção internacional alcançada pelo Brasil. É importante ressaltar que além da presença brasileira por intermédio dos CCBs e dos ICs, o Brasil está presente em mais de 60 universidades estrangeiras, com professores universitários especialistas em Língua Portuguesa e cultura brasileira.

### 2.2.2 Dimensão Cidadã

A Declaração Universal dos Direitos Humanos prevê no seu artigo XXVII, parágrafo 1, que “toda a pessoa tem direito de participar livremente da vida cultural da comunidade, de fruir das artes e de participar do progresso científico e de seus benefícios”. O mesmo está previsto na Constituição Federal Brasileira de 1988 no Art. 215.

Art.215 “O Estado garantirá a todos o pleno exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura nacional, e apoiará e incentivará a valorização e a difusão das manifestações culturais.

§ 1º O Estado protegerá as manifestações das culturas populares, indígenas e afro-brasileiras, e das de outros grupos participantes do processo civilizatório nacional.

§ 2º A lei disporá sobre a fixação de datas comemorativas de alta significação para os diferentes segmentos étnicos nacionais.

§ 3º A lei estabelecerá o Plano Nacional de Cultura, de duração plurianual, visando ao desenvolvimento cultural do País e à integração das ações do poder público que conduzem à:

I defesa e valorização do patrimônio cultural brasileiro;

II produção, promoção e difusão de bens culturais;

III formação de pessoal qualificado para a gestão da cultura em suas múltiplas dimensões;

IV democratização do acesso aos bens de cultura;

V valorização da diversidade étnica e regional.<sup>80</sup>

A dimensão cidadã preocupa-se em disseminar o acesso à cultura no país, tendo em vista que “os indicadores de acesso a bens e equipamentos culturais no Brasil refletem conhecidas desigualdades e estão entre os piores do mundo”.<sup>81</sup> Sabe-se que uma pequena parcela da população brasileira tem acesso à cultura, sendo assim, foram criados os pontos de cultura, característica principal do Programa Cultura Viva.

O Programa Cultura Viva foi criado no ano de 2004, e é atualmente um dos principais projetos do (MinC)<sup>82</sup>. Nas palavras do então Ministro Gilberto Gil, “os pontos de cultura são intervenções agudas nas profundezas do Brasil urbano e rural, para despertar, estimular e projetar o que há de singular e mais positivo nas comunidades, nas periferias, nos quilombos, nas aldeias: a cultura local”.<sup>83</sup> Ainda de acordo com o Ministro, “cada Ponto de Cultura será um amplificador das expressões culturais de sua comunidade”. Sendo assim, os pontos de cultura nada mais são do que um espaço onde a comunidade pode expressar suas mais diversas manifestações culturais, caracterizados como políticas públicas que só terão sucesso com o envolvimento efetivo das comunidades. Por necessitar de um envolvimento da sociedade, os pontos de cultura não são impostos pelo governo, ou seja, são abertas licitações e as comunidades devem solicitar o recebimento de verba para a construção do ponto, que pode chegar à quantia de 185 mil reais<sup>84</sup>.

<sup>80</sup> BRASIL. **Constituição Federal de 1988**. Disponível em: <  
[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm)>. Acesso em: 17 set.2015. Art. 215.

<sup>81</sup> Ministério da Cultura, 2009, p. 12.

<sup>82</sup> RUBIM, Antonio Albino Canelas. (Org.) **Políticas culturais no governo Lula**. Salvador: Editora EDUFBA, 2010. p. 111.

<sup>83</sup> Pronunciamento sobre o Programa Cultura Vive, Berlim, Alemanha, set.2004.

<sup>84</sup> BRASIL. Ministério da Cultura. **Cultura Viva: Programa Nacional de Arte, Educação, Cidadania e Economia Solidária**. 3. ed. Brasília, 2004. p.21.

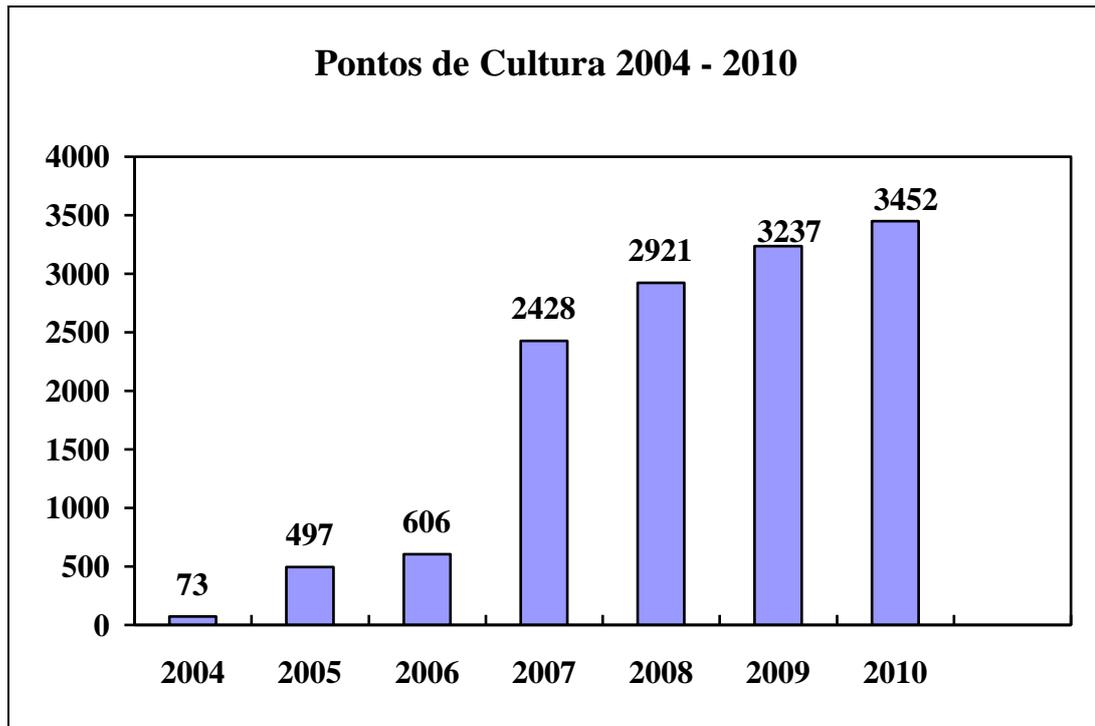


Gráfico 2 – Distribuição dos Pontos de Cultura, por ano (2004 – 2010)

Fonte: Planilha Operacional de Projetos/SCDC/MinC

Além dos pontos de cultura no território brasileiro, algumas foram as tentativas de se instalar pontos de cultura no exterior para atender a comunidade brasileira que reside nos mais diversos países. Os Estados Unidos e a França foram países que desenvolveram os pontos pilotos, porém a iniciativa não obteve sucesso devido à legislação brasileira para a remessa de dinheiro ao exterior<sup>85</sup>.

### 2.2.3 Dimensão Econômica

A cultura também pode ser vista como uma fonte de geração de renda, em que a criatividade e a inovação se tornam seus principais vetores, e nisso é baseada a dimensão econômica, que auxilia no desenvolvimento econômico brasileiro e é regulamentada pela “economia das culturas”, para evitar a criação de monopólios comerciais<sup>86</sup> e possibilitar a participação de todos os níveis societários. Foi no início do século XXI, que o conceito de economia criativa passou a ser estudado, devido às rápidas transformações da economia

<sup>85</sup> BRASIL, Ministério da Cultura

<sup>86</sup> Ministério da Cultura, 2009. p. 13.

global, sendo assim, a criatividade passou a ser um dos termos mais comentados da era contemporânea, e passou a ser “considerada ingrediente essencial do crescimento econômico e de ganhos de produtividade”.<sup>87</sup> De acordo com John Howkins, 15 são as indústrias criativas que formam essa economia, são elas: “Pesquisa e desenvolvimento, publicação, *Software*, televisão e rádio, *design*, música, cinema, brinquedos e jogos, propaganda, arquitetura, artes performáticas, artesanatos, jogos eletrônicos, moda e arte”.<sup>88</sup>

A economia criativa possui grande importância no desenvolvimento dos Estados, e atualmente “seu comércio mundial cresce a taxas mais elevadas do que o resto da economia, independente da forma de mensuração<sup>89</sup>”. No ano de 2009, os setores da economia criativa eram responsáveis por um por cento do valor do PIB brasileiro, tendo como principal vetor o segmento audiovisual<sup>90</sup>. O avanço das tecnologias e o turismo estão entre os principais fatores que impulsionam a economia criativa no mundo, sendo o turismo uma das principais atrações do Brasil.

A economia da cultura não movimentada apenas o mercado interno do país, mas também seu mercado externo, sendo utilizada como propulsora da cultura de determinado país. (Gráfico 3 e 4) No caso do Brasil isso não é diferente, nos últimos anos o país tem se tornado um grande exportador de serviços e produtos culturais, em que a música e as novelas são os produtos mais tradicionais e mais consumidos no exterior<sup>91</sup>.

A música brasileira atende atualmente cerca de oitenta por cento da população nacional, e é considerado um dos setores mais tradicionais de exportação, tendo em vista que ela pode ser encontrada intrinsecamente nos mais diversos meios de comunicação como, por exemplo, em propagandas, e no cinema. Internacionalmente a música brasileira tem atingido níveis mais altos de aceitação e disseminação, como é o caso do samba, da bossa nova e da MPB (música popular brasileira), sendo que “Garota de Ipanema” é a terceira música mais tocada no mundo<sup>92</sup>.

---

<sup>87</sup> MADEIRA, Mariana Gonçalves. **Economia criativa: implicações e desafios para a política externa brasileira**. Brasília: FUNAG, 2014. p 37-48.

<sup>88</sup> Ibidem. p. 54.

<sup>89</sup> OLIVEIRA, João Maria de; ARAUJO, Bruno Cesar de; SILVA, Leandro Valério. **Panorama da economia criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: IPEA, 2013. p. 7.

<sup>90</sup> Ibidem. p.36-37.

<sup>91</sup> MADEIRA, Mariana Gonçalves. Op. cit. p. 204.

<sup>92</sup> Ibidem. p. 204-205.

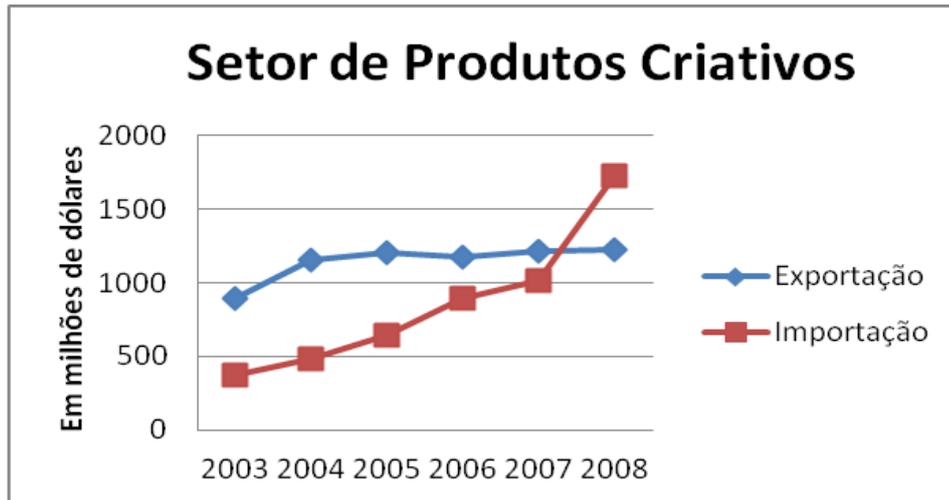


Gráfico 3 - Exportação e Importação de Produtos Criativos Brasileiros

Fonte: Economia Criativa: Uma opção de desenvolvimento viável/ UNCTAD –pág 304 e 305

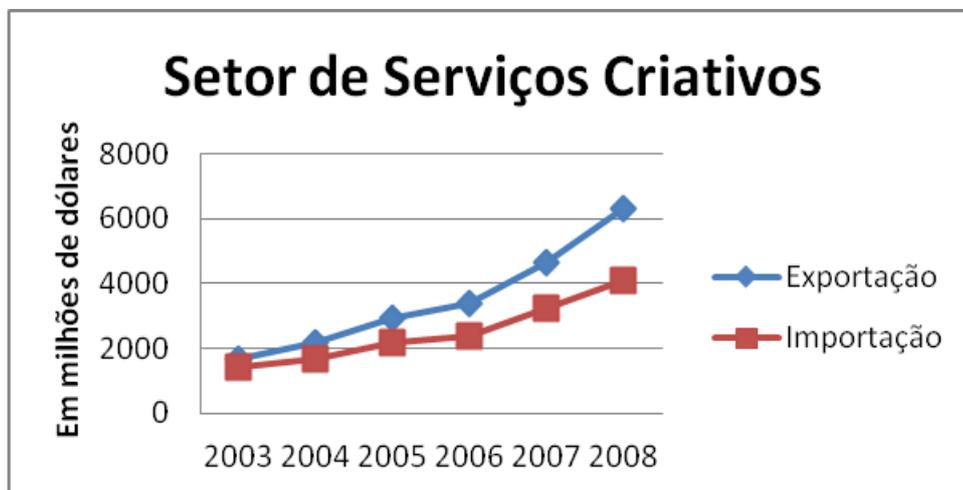


Gráfico 4 - Exportação e Importação de Serviços Criativos Brasileiros

Fonte: Economia Criativa: Uma opção de desenvolvimento viável/ UNCTAD– p. 319 e 321

Outro setor muito importante da economia cultural brasileira que vem crescendo a números exponenciais nos últimos anos é o setor audiovisual, que engloba os filmes nacionais e também as telenovelas, que fazem grande sucesso no exterior. Além destes setores da economia cultural, outros possuem extrema relevância como: o setor de livros, sendo o Brasil o oitavo produtor mundial de livros<sup>93</sup>, o artesanato, e a moda, que se encontra em crescente desenvolvimento.

<sup>93</sup> MADEIRA, Mariana Gonçalves. Op. cit. p 211.

Mesmo que a economia da cultura brasileira esteja em pleno desenvolvimento constata-se uma balança comercial positiva no que tange à exportação/importação de serviços e bens culturais, como mostram os gráficos a seguir.

O setor de serviços culturais e o de produtos culturais são independentes entre si, mas ambos são responsáveis pela divulgação da imagem brasileira no exterior. É com a realização de eventos no exterior que a imagem brasileira é divulgada de maneira mais efetiva, uma vez que o cidadão estrangeiro tem a oportunidade de vivenciar um pouco do Brasil no exterior, sendo exemplos disso, o *Rock in Rio*, presente nos mais diversos países, a Copa da Cultura em 2006, o *Brazilian Day*, e os anos do Brasil no exterior, como o ano do Brasil em Portugal em 2013 e o Ano do Brasil na França em 2005, aspecto que será analisado no próximo capítulo.

#### 2.2.4 Plano Nacional de Cultura

A política cultural do governo Lula da Silva, como visto anteriormente, foi pautada sobre três dimensões distintas que ao longo do período, mostrou efetividade e trouxe benefícios para o país, alcançando esse desenvolvimento cultural brasileiro, no ano de 2010, por meio da lei nº. 12.343, foi criado o PNC. A criação desse plano, portanto, já era projeto da campanha presidencial do presidente Lula da Silva ainda no ano de 2002, ele afirmava que esse seria um plano estratégico de longo prazo, tendo assim caráter apartidário<sup>94</sup>. É importante ressaltar que, esta não foi a primeira tentativa de se formalizar um plano nacional para a área da cultura, este assunto já era discutido no período do regime militar.<sup>95</sup>

O PNC tem como propósito elaborar e executar políticas públicas de longo prazo voltadas à promoção da diversidade cultural brasileira, para almejar o alcance de maior desenvolvimento socioeconômico do país. Com isso, o plano “busca abranger as demandas culturais dos brasileiros e de todas as situações econômicas, localizações, origens étnicas, faixas etárias e demais situações de identidade”.<sup>96</sup> Portanto, segundo a Lei nº. 12.343, o plano “está voltado ao estabelecimento de princípios, objetivos, políticas, diretrizes e metas para

---

<sup>94</sup> RUBIM, Antonio Albino Canelas. Op. cit. p.32.

<sup>95</sup> Ibidem. p. 61-62.

<sup>96</sup> Ministério da Cultura, 2009. p. 12.

gerar condições de atualização, desenvolvimento e preservação das artes e das expressões culturais, inclusive aquelas até então desconsideradas pela ação do Estado no País.”<sup>97</sup>

Como já mencionado, o PNC é um plano elaborado para ser executado em longo prazo, e tem como ano final 2020. Durante os dez anos de realização e implementação do plano, são lançados periodicamente em plataforma específica<sup>98</sup>, documentos de acompanhamento do plano em que não somente o poder público poderá controlar as metas, mas também os cidadãos podem acompanhar o que falta para que essas sejam concluídas.

Composto por 53 metas estabelecidas conforme as demandas cidadãs e políticas, o PNC não é mais um documento criado pelo governo e imposto à população, mas sim é um programa da sociedade para a sociedade. Este documento busca “redefinir o papel do Estado e seu dever de garantir as condições para que a sociedade brasileira possa criar e acessar o que é produzido no universo da cultura”.<sup>99</sup>

Uma das grandes preocupações do Estado ao criar o Plano foi a não imposição das políticas culturais, para buscar entender os anseios e as dificuldades dos cidadãos comuns e daqueles que de alguma forma são responsáveis por expressar a cultura brasileira. Foi com essa preocupação que a partir do ano de 2003, criaram-se diversos debates públicos, seminários e fóruns em que os cidadãos puderam expor seus desejos de acordo com suas visões de mundo e suas experiências, e assim fazer com que pudessem ser traçados as metas e os objetivos principais do plano. Tem-se então, dentre os principais objetivos desse plano:

- 1) o fortalecimento institucional e definição de políticas públicas que assegurem o direito constitucional à cultura;
- 2) a proteção e promoção do patrimônio e da diversidade étnica, artística e cultural;
- 3) a ampliação do acesso à produção e fruição da cultura em todo o território;
- 4) a inserção da cultura em modelos sustentáveis de desenvolvimento socioeconômico e;
- 5) o estabelecimento de um sistema público e participativo de gestão, acompanhamento e avaliação das políticas culturais.<sup>100</sup>

Durante as sessões de elaboração do PNC, o poder público e a sociedade identificaram 33 desafios que poderiam ser superados em caso de pleno sucesso na implementação do

---

<sup>97</sup> BRASIL. Lei 12.343 Plano Nacional de Cultura

<sup>98</sup> Pnc.culturadigital.br

<sup>99</sup> Ministério da Cultura, 2009, p.28.

<sup>100</sup> Plano Nacional de Cultura. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/plano-nacional-de-cultura-pnc>>  
Acesso em: 10 Set. 2015

plano, e dentre um deles pode-se destacar a qualificação da cultura brasileira no exterior, bem como o visível aumento na exportação de audiovisual. Diante de todo o exposto nessa seção, pode-se afirmar que o PNC é uma das políticas públicas implantadas pelo governo Lula da Silva para garantir direitos sociais aos cidadãos.

Como citado no capítulo anterior, o PNC visa abarcar as mais diferentes áreas e manifestações culturais, sendo assim articula-se em três dimensões distintas, como também mencionou ministro da cultura, Gilberto Gil,

Nos primeiros quatro anos do Governo Lula, tentamos orientar as políticas públicas de cultura no Brasil a partir de três diretrizes conceituais. A cultura foi compreendida em suas dimensões simbólicas, econômicas e cidadãs. Tal conceituação representa uma tentativa de organizar o papel do Estado e reconhecer a abrangência dos fenômenos culturais no mundo contemporâneo. Representa uma forma de traduzir esses desafios, políticos e simbólicos, em ações públicas efetivas.<sup>101</sup>

O PNC está ainda em vigência e já trouxe benefícios para o país, porém alguns setores demandam ainda certa prioridade para que as metas sejam alcançadas até o ano de 2020.

### 2.3 Conclusões do capítulo

Entre os anos de 2003 e 2010, o fator cultural passou a ter grande relevância nos assuntos internos e externos brasileiros. A importância dada a este setor, pelo poder público, fez com que os mais diversos grupos societários pudessem se sentir livres de exporem suas manifestações culturais, para fazer com que estas ganhem não apenas apreciação brasileira, mas também que consigam maior valorização no âmbito externo.

O PNC teve e ainda tem a grande responsabilidade de fazer com que poder público e a sociedade brasileira caminhem juntos, para traçar objetivos e metas comuns, que por meio da cultura, o Brasil seja reconhecido internacionalmente, gerando assim desenvolvimento econômico, social e sustentável. É por meio do PNC que a sociedade brasileira passou a ter reconhecido o direito de cultura e da expressão cultural, esse plano assegura que todas as manifestações culturais sejam aceitas no âmbito nacional, mostrando que devem ser entendidas sem que haja uma hierarquização.

---

<sup>101</sup> Gilberto Gil, **Cultura, diversidade e acesso**. Disponível em: <[http://www.gilbertogil.com.br/sec\\_texto.php?id=1026&page=1&id\\_type=3](http://www.gilbertogil.com.br/sec_texto.php?id=1026&page=1&id_type=3)> Acesso em: 10 Set. 2015

O Brasil diante sua dimensão geográfica, possui as mais diversas manifestações culturais, que representam o Brasil como um todo, mas que também trazem peculiaridades para cada região brasileira, mostrando que mesmo diante às distinções, todas as manifestações culturais podem ser expressas diante de um cenário de respeito mútuo, e fazer assim com que os turistas afirmem que: “o melhor do Brasil é o brasileiro”.<sup>102</sup>

---

<sup>102</sup> MADEIRA, Mariana Gonçalves. Op. cit. p. 187.

### 3 O INVESTIMENTO EM DIPLOMACIA CULTURAL E SEUS RESULTADOS

A presente monografia teve como objeto de estudo a Diplomacia Cultural e a Política Externa Brasileira, conceitos apresentados nos capítulos anteriores. Portanto, este capítulo visa analisar alguns dos efeitos obtidos por meio da promoção cultural brasileira no exterior, em especial a temporada cultural brasileira na França, conhecida também como Ano do Brasil na França, *Brésil, Brésils*.

Sabe-se que a realização de eventos internacionais demandam altos custos, para isso houve uma análise referente a este investimento, se gera benefícios e resultados positivos para o Brasil, além da inserção internacional. Há na França uma oportunidade de aprendizagem e um espaço para a consolidação da cultura brasileira no exterior, bem como o desafio de se questionar preconceitos a respeito da cultura brasileira, como é o caso da violência, da prostituição e o fato de que para os estrangeiros o Brasil vive apenas de samba, carnaval e futebol.

O investimento em cultura traz muitas vezes resultados que não eram esperados e a promoção cultural é um dos principais responsáveis pela imagem de um país para além de suas fronteiras. Além disso, verifica-se um aumento de turistas interessados em conhecer a cultura brasileira mais de perto, bem como um maior interesse por parte dos estudantes, que passam a interessar-se também no aprendizado do português. Dividido em quatro seções, se apresenta primeiro o aspecto histórico francês na recepção de temporadas culturais; um panorama geral da temporada brasileira na França; os resultados obtidos ao longo dessa temporada; e por fim realiza-se uma análise temporal (2003-2010) acerca da preocupação com a cultura e seus resultados obtidos.

#### 3.1 A tradição francesa e as *saisons culturelles étrangères*<sup>103</sup>

A preocupação francesa com a difusão cultural é datada desde o século XVIII, porém é a partir do século XX, que a França apresenta ampla preocupação com a promoção cultural, seja ela a promoção de sua cultura no exterior ou a promoção de culturas externas em seu

---

<sup>103</sup> Temporadas culturais estrangeiras – Tradução livre.

território, fazendo assim com que o país se torne um exemplo no que tange à promoção e aceitação das mais diversas expressões culturais, tornando-o conhecido mundialmente como um exemplo de inserção internacional por meio da Diplomacia Cultural.<sup>104</sup> A política exterior francesa tem grande preocupação com a preservação cultural de sua nação, uma vez que acredita que “o diálogo entre culturas tem um lugar importante na política exterior, pois promove, além da abertura e do enriquecimento pessoal, a manutenção das relações benéficas entre os países, na promoção de paz e cooperação”<sup>105</sup> nos seus níveis econômico, tecnológico, científico e humanitário.

A preservação da diversidade cultural transformou-se em objetivo maior da diplomacia cultural francesa. Esse apoio à diversidade cultural implica, ao mesmo tempo, a possibilidade de se fazer entender fora de casa, de acolher todas as culturas em toda sua diversidade e de resistir à força avassaladora das indústrias culturais norte-americanas. Consolidou-se a visão de que a abertura de outras culturas favorece a preservação da própria<sup>106</sup>.

Diante desta preocupação com a promoção cultural, no ano de 1985, iniciaram-se os *saisons culturelles étrangères*, programas que visavam a promoção de culturas de diferentes países em solo francês, sendo formada por manifestações culturais em suas mais diversas formas, em um período de até um ano. Ou seja, é a realização de eventos voltados à promoção cultural de um país específico, para fazer com que os laços entre a França e o país em questão se estreitem.<sup>107</sup>

A realização dessas temporadas culturais traz inúmeros benefícios tanto para a França quanto para o país homenageado, e diante do grande sucesso, o governo francês criou um documento que contém os princípios gerais das temporadas estrangeiras na França, com o intuito de padronizar a execução das temporadas culturais, bem como especificar as obrigações de cada país para que o evento transcorra da melhor maneira possível. Diante disso, o financiamento destas manifestações culturais é assumido por ambos os países, sendo que cada um fornece os custos previstos para a preparação, execução e divulgação da temporada. Além disso, ambos os Estados criam um fundo comum para a realização de

<sup>104</sup> RIBEIRO, Edgard Telles. Op. cit. . p. 69-72

<sup>105</sup> Tradução Livre. “Le dialogue des cultures tient une place importante dans la politique extérieure française, car il favorise, outre l’ouverture d’esprit et l’enrichissement personnel, l’entretien de relations sereines avec les pays concernés, ce qui favorise la paix et la coopération (économique, technologique, scientifique, humanitaire...)”. VALMORIN, Sophie. **2005: L’année du Brésil en France**: les enjeux d’une coopération culturelle internationale. Paris, 2006. p. 3.

<sup>106</sup> AMARAL, Ruy Pacheco de Azevedo. **O ano do Brasil na França**: um modelo de intercâmbio cultural. Brasília: FUNAG, 2008. p. 28.

<sup>107</sup> VALMORIN, Sophie. Op. cit. p. 3.

projetos mais complexos, sendo esse valor em torno de vinte e cinco por cento do orçamento total.<sup>108</sup> Fica também estabelecido que os custos de transporte internacional e alocação dos artistas, ficam sob-responsabilidade do país homenageado, e os custos de transporte interno e disponibilização de espaços públicos, bem como a divulgação dos eventos, sob-responsabilidade da França.<sup>109</sup>

Dentre os pilares básicos das temporadas culturais é possível destacar: a premissa de que a promoção cultural estrangeira na França além de facilitar o acesso a essas culturas também é um compromisso em busca da defesa da diversidade cultural; o intercâmbio de manifestações culturais com a promoção recíproca dessas manifestações, fazendo com que não apenas se promova um Estado, mas sim que os ganhos sejam recíprocos; e a ideia de que “difusão cultural eficiente é difusão cultural visível”<sup>110</sup>, ou seja, baseia-se na premissa de que a diplomacia cultural só é eficiente se difundida.

Reflexo de seu tempo, as “estações culturais” mobilizam numerosos parceiros dos dois países em torno dessas vitrines heterogêneas, pois as possibilidades de expressão são numerosas, os financiamentos, por natureza, insuficientes e as relações internacionais não são mais o domínio dos diplomatas.<sup>111</sup>

Sobre as temporadas culturais, pode-se então afirmar que são espaços concedidos para que haja uma promoção cultural bem como um intercâmbio cultural, em que se possa conhecer e promover tanto a cultura francesa, quanto a cultura de outros países. Além de fomentar a cooperação entre os países e fazer com que não somente diplomatas sejam propagadores culturais, mas também a comunidade em geral.

O ano de 1985 foi o marco inicial da realização de temporadas culturais na França, sendo o primeiro país homenageado a Índia, e desde então todos os anos foi realizado pelo menos um festival. Dentre os países homenageados, pode-se destacar a presença massiva de países em desenvolvimento, bem como dos países emergentes, isso demonstra que a França também se preocupa em difundir culturas pouco conhecidas no mundo, que muitas vezes não possuem destaque no cenário internacional. Um destes casos é o Brasil, país homenageado no ano de 2005, com a temporada *Brésil, Brésils*, temporada que será estudada nas próximas

---

<sup>108</sup> VALMORIN, Sophie. Op. cit. p. 4.

<sup>109</sup> Ibidem. p. 4.

<sup>110</sup> AMARAL, Ruy Pacheco de Azevedo. Op. cit. p.29.

<sup>111</sup> VILLECHENON, Florence Pinot de. Cultura e diplomacia: os projetos culturais em prol da imagem-país. In.: COSTA, Frederico Lustosa da. **Política e gestão cultural: perspectivas Brasil e França**. Salvador: Editora. EDUFBA, 2013. p.257.

seções. É evidente que não se pode negar que as *saisons culturelles* também geram muitos benefícios para a França, como movimento da economia, maior número de turistas, difusão de sua cultura e também, passa de certa forma, a visão de bom ator das relações internacionais, fazendo com que influencie o cenário internacional.

### 3.2 O ano do Brasil na França

As relações entre o Brasil e a França não são recentes<sup>112</sup>, porém a partir do ano de 2005 passaram a se estreitar e atualmente configuram parceria estratégica. “O Brasil é um parceiro estratégico da França, que lhe permite ser capaz de adquirir os instrumentos necessários para a manutenção de sua soberania<sup>113</sup>”. Cabe ressaltar que como parceria estratégica se entende que estas buscam “alcançar objetivos comuns por meio de cooperação, associação e colaboração<sup>114</sup>”, bem como que estas se dão por meio da “aceitação mútua da importância dos Estados parceiros<sup>115</sup>”.

O conceito de parceria estratégica não tem consenso, com isso, cada Estado define o que irá caracterizar por parceria estratégica, além disso, esse conceito pode ser empregado de maneiras distintas por cada chefe de Estado. Sendo assim, para o governo Lula da Silva, é considerado parceiro estratégico aquele Estado “que é capaz de trazer algo substantivo para o desenvolvimento”<sup>116</sup> do país. Foi perante este conceito que a França passou a se tornar parceiro estratégico brasileiro, tendo seu marco inicial na realização do Ano do Brasil na França.

A presença cultural brasileira na França, já antes do ano de 2005 era massiva, visto que a comunidade brasileira desempenha importante função também na promoção de sua cultura de origem, não apenas na capital Paris, mas também nas mais diversas regiões francesas.

<sup>112</sup> Um exemplo disso foi o “Projeto Brasil-França”, realizado entre os anos de 1986 a 1989, em que foram realizadas diversas atividades brasileiras na França, principalmente no âmbito acadêmico. MRE, [http://dai-mre.serpro.gov.br/atos-internacionais/bilaterais/1985/b\\_56/](http://dai-mre.serpro.gov.br/atos-internacionais/bilaterais/1985/b_56/)

<sup>113</sup> Tradução Livre. “le Brésil est un « partenariat stratégique » de la France ce qui lui permet, par exemple, de pouvoir acquérir les instruments de sa souveraineté”. DROULERS, Martine; RAIMBERT, Celine. **Relance des relations France-Bresil?:** relations internationales du Bresil, les chemins de la puissance; vol 2 aspects regionaux et thematiques. L'Harmattan: 2010. v. 2. p. 4.

<sup>114</sup> FARIAS, Rogério de Souza. Parcerias Estratégicas: marco conceitual. In.: ALTEMANI, Henrique. **Parcerias estratégicas do Brasil:** os significados e as experiências tradicionais. Belo Horizonte: Editora Fino Traço, 2013. p. 24.

<sup>115</sup> Ibid., p. 24.

<sup>116</sup> CERVO, Amado Luiz. Op. cit. p. 225.

Na França, a comunidade brasileira é muito ativa culturalmente. Brasil é o lar presente para a cidade internacional de Paris desde 1959. A Embaixada do Brasil na França conta com mais de 100 associações de amizade Franco Brasileira divulgando cultura brasileira. Pode-se desfrutar a cultura brasileira na capital e em diversas regiões, fazendo cursos de percussão brasileira, aprender capoeira (arte marcial brasileira misturada com dança e música), além disso, todos os anos, a cidade de Bagnolet, ressoa ao ritmo do Carnaval brasileiro.<sup>117</sup>

Diante dessa presença cultural brasileira, iniciam-se em 2002, durante o governo Fernando Henrique Cardoso, as negociações para que fosse realizado um ano cultural do Brasil na França, com o objetivo de promover a cultura brasileira. Com a troca de governo no Brasil, este plano não foi deixado de lado, mas serviu para que o então presidente Lula da Silva pudesse colocar em prática o compromisso assumido acerca da promoção cultural, bem como, mostrar que esta ação não era um interesse partidário, mas sim, brasileiro. Então, no ano de 2004, foi assinada uma carta para anunciar o Ano do Brasil na França, em que ambos os Estados, Brasil e França, assinam o compromisso para que o evento tivesse pleno êxito<sup>118</sup>.

Com o Ano do Brasil na França: a cultura brasileira ganharia, nessa nova fase, potencial para transformar-se em objeto de difusão muito mais amplo do que as tradicionais e pontuais exposições de artes plásticas e festivais de cinema. Dois instrumentos possibilitaram a execução de programas com formato mais ambicioso: o já visto incremento do orçamento na pasta da cultura e a cooperação interinstitucional<sup>119</sup>.

A realização do Ano do Brasil na França passa então a ter grande importância para o Brasil, uma vez que se tem a oportunidade de expor sua cultura no exterior e fazer com que alguns paradigmas culturais sejam quebrados, tendo em vista que uma cultura só pode ser defendida se exposta. A partir disso, diversos foram os esforços brasileiros para que o ano de 2005 trouxesse ao país benefícios e oportunidades.

Para nós, trata-se de uma excelente oportunidade de apresentar aos europeus, e aos milhões de turistas de outros continentes que visitam a França no período da Saison,

---

<sup>117</sup> Tradução Livre. » En France, la communauté brésilienne est très active sur le plan culturel. La maison du Brésil est présente à la cité internationale de Paris depuis 1959. L'ambassade du Brésil en France dénombre plus de 100 associations d'amitié franco brésilienne diffusant la culture brésilienne. On peut manger brésilien dans la capitale comme en régions, prendre des cours de percussions brésiennes, apprendre la capoeira (art martial brésilien mêlé de danse et de musique), tandis que tous les ans, à Bagnolet, la ville résonne au rythme du Carnaval brésilien. ». VALMORIN, Sophie. Op. cit. p. 5.

<sup>118</sup> AMARAL, Ruy Pacheco de Azevedo. Op. cit. p. 56.

<sup>119</sup> LIMA, André Chermont de. Op. cit. p. 46-47

em especial nos meses de julho e agosto, um retrato significativo da variedade e da intensidade cultural do país.<sup>120</sup> (Ministro Gilberto Gil).

Para a implementação do Ano do Brasil na França criou-se uma comissão mista que ficou responsável pela seleção dos grupos culturais que teriam a incumbência de representar o Brasil e sua diversidade cultural na França. Por parte francesa foram responsáveis pela organização do evento o Ministério dos Negócios Estrangeiros, o Ministério da Cultura e a Associação Francesa de Ação Artística (AFAA). Já no Brasil o evento ficou a cargo do MinC e do MRE. Ficou então estabelecido, que o Brasil seria responsável pelo transporte internacional dos grupos culturais, e cabia à França disponibilizar locais públicos para a realização das manifestações como: teatros, museus e galerias de arte, bem como a responsabilidade de difundir a propaganda acerca das manifestações.

Com a ideia de difundir a cultura brasileira e mostrar um Brasil diferente dos paradigmas criados acerca da cultura brasileira, buscou-se mostrar que não apenas de samba, carnaval e futebol vive o brasileiro. O evento foi intitulado como *Brésil, Brésils*, visando mostrar ao público que o Brasil não é um país singular, mas sim plural. O evento teve seu lançamento oficial no dia 15 de março de 2005, e seguiu com diversas programações culturais até o dia 15 de dezembro do mesmo ano. Não se pode negar que alguns entraves foram encontrados durante o planejamento da temporada, uma vez que o que os franceses esperavam do Brasil não era exatamente o que o Brasil queria passar à França<sup>121</sup>. Mais uma vez se esbarra na questão dos paradigmas criados em torno da cultura brasileira que deveriam ser quebrados<sup>122</sup>.

A França tem imensa simpatia pelo Brasil, mas no imaginário francês subsiste uma soma de clichês: um país exótico onde as mulheres são todas "garotas de Ipanema" e joga-se muito bem o futebol. E, ainda, onde se faz o carnaval mais endiabrado do planeta ao ritmo das "écoles de samba". Não raro, perguntam qual é a língua falada pelos brasileiros. Nossa cultura é desconhecida da maioria e nomes de artistas que fazem parte do nosso patrimônio cultural podem ser completamente desconhecidos.

<sup>120</sup> Ministro Gilberto Gil. Cerimônia de Lançamento do Ano do Brasil na França. Disponível em: < <http://thacker.diraol.eng.br/mirrors/www.cultura.gov.br/site/2004/06/30/ministro-da-cultura-gilberto-gil-na-cerimonia-de-lancamento-do-ano-brasil-na-franca-2005/>> Acesso em: 20 Out. 2015.

<sup>121</sup> 2005: Ano do Brasil na França. Disponível em: < [http://www1.rfi.fr/actubr/articles/063/article\\_19.asp](http://www1.rfi.fr/actubr/articles/063/article_19.asp)> Acessado em: 03/10/2015.

<sup>122</sup> “Uma pesquisa, realizada sob coordenação de Thierry Chanchorle, no primeiro semestre de 2005, mostra que a imagem do Brasil na França é marcada por estereótipos que englobam a quase totalidade da cultura brasileira. A grande maioria dos entrevistados demonstrou deter conhecimento limitado do País, frequentemente reduzido aos clichês habituais do carnaval, do samba, da paixão pelo futebol, da praia, do gosto pelas festas, mas também da violência, das drogas, das desigualdades sociais e da pobreza nas grandes cidades e nas favelas. A imagem do Brasil mostrou-se influenciada pelos interesses pessoais de cada um. Assim, o público cinéfilo tendia a ter percepção marcada pela violência, pela droga, pela pobreza e pelas desigualdades da sociedade brasileira, mostradas através do “realismo social” predominante no cinema brasileiro”.

Apenas alguns iniciados cultivam uma ligação estreita com o país através da música, do cinema, da literatura ou das artes plásticas.<sup>123</sup>

Com o intuito de quebrar paradigmas e desmistificar clichês, os franceses iriam não apenas redescobrir aspectos brasileiros, mas também encontrar novas características de um país em que a miscigenação e a diversidade cultural são seu ponto forte. O Ano do Brasil na França foi então dividido em três seções, ou pequenas temporadas, sendo elas: *Raízes do Brasil*<sup>124</sup>, na primavera, que tinha como intuito difundir a mestiçagem presente na cultura brasileira; *Verdade Tropical*<sup>125</sup>, no verão; e *Galáxias*<sup>126</sup>, no outono, que visava à difusão da cultura contemporânea brasileira<sup>127</sup>.

A temporada *Raízes do Brasil* visava apresentar aspectos indígenas e africanos, matrizes culturais da identidade brasileira. Foi o marco inicial de um ano de homenagens e teve como vetor principal exposições de arte que retratavam o Brasil sob influência africana e indígena. Além disso, tiveram ação importante às apresentações de MPB, com enfoque especial o samba, o baião e o choro.

No verão francês foi realizada a segunda parte da temporada cultural brasileira, com o tema *Verdade Tropical*. Foram aproveitados espaços públicos ao ar livre, bem como as praias artificiais francesas para que o público pudesse se identificar também com o verão brasileiro, época do ano que o país recebe o maior número de visitantes devido às suas belezas naturais. Nesta ocasião, também foram realizados festivais musicais ao ar livre, bem como a passagem de trios elétricos, para enfatizar o carnaval de rua brasileiro. As exposições artísticas continuaram também nesse período, tendo um destaque especial para uma homenagem à artista Tarsila do Amaral, também integrante do movimento tropicalista brasileiro da década de 1960.

A terceira e última temporada foi realizada no outono francês, com o tema *Galáxias*, tendo como cerne o desenvolvimento brasileiro nos últimos anos e sua inserção internacional.

<sup>123</sup> Brésil, Brésils. Disponível em: [http://www.cultura.gov.br/o-dia-a-dia-da-cultura/-/asset\\_publisher/waaE236Oves2/content/bresil-bresils-43140/10883](http://www.cultura.gov.br/o-dia-a-dia-da-cultura/-/asset_publisher/waaE236Oves2/content/bresil-bresils-43140/10883) Acessado em: 03/10/2015

<sup>124</sup> Homenagem ao escritor Sérgio Buarque de Holanda (1902 – 1982), autor do Livro *Raízes do Brasil*, que apresenta o processo de formação da sociedade brasileira, dando destaque ao legado cultural dos colonizadores portugueses.

<sup>125</sup> Homenagem à Caetano Veloso, autor do livro autobiográfico “*Verdade Tropical*”, que mostra a realidade das manifestações culturais do tropicalismo de 1960 a 1970.

<sup>126</sup> Homenagem ao escritor Haroldo de Campos, poeta brasileiro autor do livro *Galáxias*.

<sup>127</sup> VALMORIN, Sophie. Op. cit. p. 5-6.

As manifestações artísticas foram as mais diversas e mostraram toda a evolução cultural brasileira, por meio da música, do teatro, da dança, do cinema, entre outros.<sup>128</sup>

Essa divisão em pequenas temporadas foi de extrema importância para que o público francês não apenas pudesse conhecer melhor a cultura brasileira, mas também, para que esta apreciação da cultura fosse progressiva, e mostrar que a cultura de um país ao longo dos anos vai sendo incrementada, porém suas raízes nunca poderão ser modificadas, pois possuem um valor ímpar dentro da sociedade.

Assim como todos os eventos realizados, o Ano do Brasil na França também passou por momentos complicados e correu o risco de não ser realizado. No ano de 2004, houve a falência de um importante banco brasileiro que até então era o responsável por patrocinar a exposição inaugural do evento. Essa exposição tinha grande importância tanto para o Brasil quanto para a França, tendo a França, concordado em reabrir o espaço do *Grand Palais* depois de diversos anos fechado<sup>129</sup>.

Mesmo com alguns percalços o Ano do Brasil na França teve grande sucesso e teve na música seu principal expoente. Diversos foram os cantores brasileiros que conseguiram mostrar, na França, a beleza e a alegria do povo brasileiro. Alguns cantores já bem conhecidos pelos franceses, pois muito apreciam a música popular brasileira, outros que conseguiram por meio do Ano do Brasil na França inserir-se no cotidiano dos franceses. Um dos concertos marcantes ocorridos durante o evento foi realizado por Lenine, em que houve uma preocupação em realizar um intercâmbio musical entre os dois países. Para isso, o cantor se apresentou com uma orquestra sinfônica e com coral que tinha cerca de 1.500 crianças da periferia francesa<sup>130</sup>, para mostrar que a música é capaz de quebrar qualquer barreira.

O Ano do Brasil na França foi marcado por sucesso e trouxe benefícios para ambos os países. Além disso, teve como seu ponto alto, a presença do então presidente brasileiro Lula da Silva durante as festas comemorativas francesas de 14 de julho, bem como a realização do concerto Viva Brasil, que contou com apresentações de vários ícones musicais brasileiros, tais como Gilberto Gil, Jorge Ben Jor, Gal Costa, entre outros. Além disso, o evento contou com a presença de cerca de 80 mil espectadores, o que mostrou que a música popular brasileira possui grande apreço no cenário internacional.

---

<sup>128</sup> AMARAL, Ruy Pacheco de Azevedo. Op. cit. p. 57.

<sup>129</sup> MIDANI, André. **Do vinil ao download**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2015. p. 136.

<sup>130</sup> Ibidem. p.136.

### 3.2.1 Balanço da Temporada Cultural na França

Diante das constatações feitas anteriormente, pode-se notar que o Ano do Brasil na França, apesar de alguns entraves, foi um grande sucesso e para verificar tal sucesso serão apresentados alguns números relativos a essa temporada. É importante lembrar o que foi apresentado no primeiro capítulo deste trabalho, quando se afirma que os ganhos com ações culturais muitas vezes não podem ser quantificados, uma vez que muitos dos seus resultados podem ser percebidos apenas em longo prazo. Além disso, não se pode também quantificar se as ações culturais brasileiras impactaram realmente a vida de todos os espectadores. O que se buscará nas próximas páginas, é apresentar alguns números obtidos durante a realização do evento. Independente dos números que serão mostrados nas próximas páginas, o que se pode afirmar é que a temporada brasileira na França chamou atenção de grande parte do público.

Ocupou um espaço considerável na atenção do público e dos meios de comunicação em uma cidade que se notabiliza pela amplitude de sua oferta de bens culturais e oportunidades de lazer e em um momento particularmente fértil na produção de notícias e concentrador da atenção [...] Oportunidades de investimento, a atração da Amazônia, a beleza de nosso barroco, a riqueza de nossa agenda nacional, realizações no campo tecnológico e industrial vieram somar-se ao futebol e à música para fazer uma combinação feliz de recriação e fortalecimento da imagem do Brasil na França. [...] As atividades deram ao Brasil um lugar de prestígio e uma visibilidade que nunca antes havíamos tido na França e que nos coloca (ou recoloca) em lugar de destaque no horizonte internacional deste país<sup>131</sup>

O Ano do Brasil na França, como já mencionado, contou com diversas manifestações culturais, entre elas pode se quantificar<sup>132</sup>:

- 124 exposições de artes, fotografia, *design* e arquitetura;
- 430 filmes e documentários apresentados em mais de 30 festivais de cinema;
- 867 performances de artes cênicas;
- 83 simpósios e eventos literários;
- 2.500 artistas brasileiros enviados à França;
- 16 milhões de espectadores, divididos em 161 cidades francesas;
- 15 mil aparições na mídia, 35 revistas especiais sobre o evento;

<sup>131</sup> Marcos Azambuja. Telegrama no 702, de 3 jul. 1998, da Embaixada em Paris

<sup>132</sup> Números de acordo com a imprensa francesa e com o Ministério da Cultura brasileiro (MinC).

- 82 programas de TV, e 66 programas de rádio.

Os números mostram que a presença brasileira em território francês foi massiva durante o ano de 2005, com diversos artigos e documentários brasileiros e franceses sobre o<sup>133</sup>. Em pesquisa realizada para se levantar quais foram as atrações que marcaram o público francês, os *shows* e as exposições fotográficas foram as manifestações que mais atraíram o público.

Por conseguinte, junto às manifestações musicais, as exposições de arte foram as mais lembradas pelos visitantes, porém é importante ressaltar que este número não é preciso e exato, e pode variar para mais ou para menos, tendo em vista que não se sabe ao certo se todos os espectadores relacionaram as músicas ouvidas e as exposições visitadas diretamente com o Brasil.

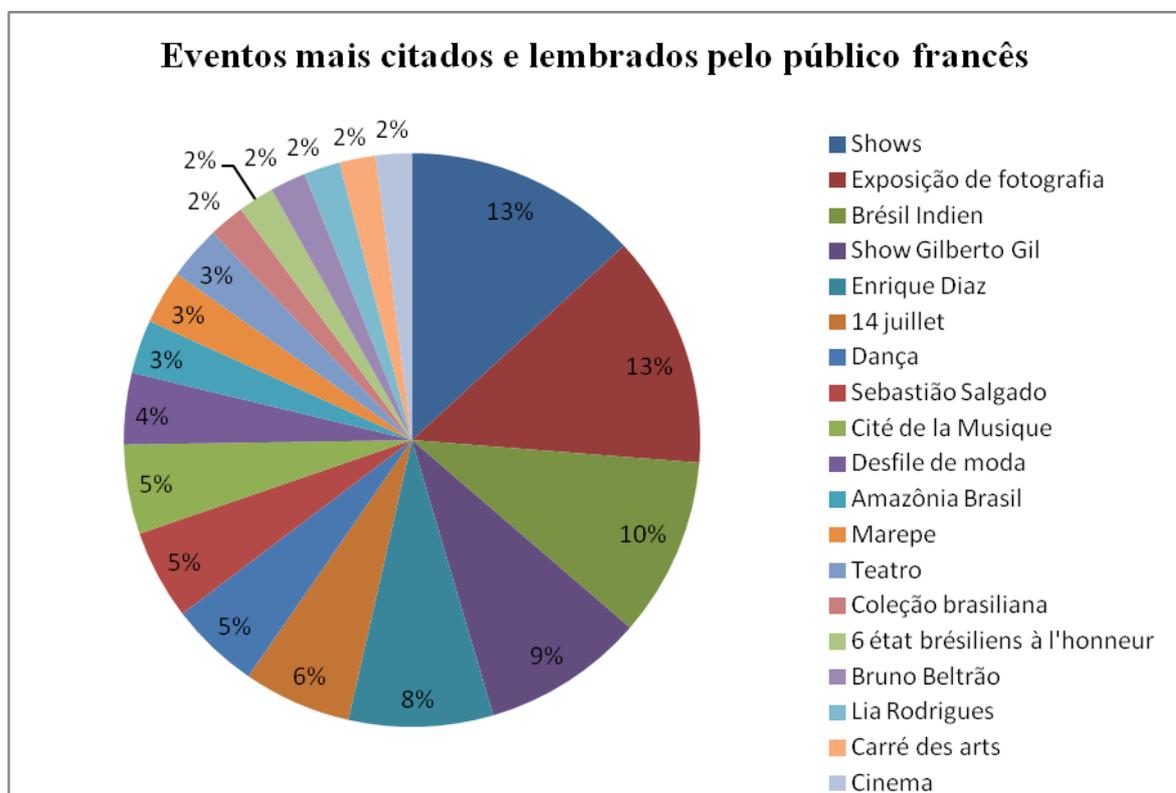


Gráfico 5 - Eventos mais citados e lembrados pelo público francês

Fonte: Bilan de la Saison Culturelle du Brésil Organisée en France en 2005

<sup>133</sup> AMARAL, Ruy Pacheco de Azevedo. Op. cit. p. 126.

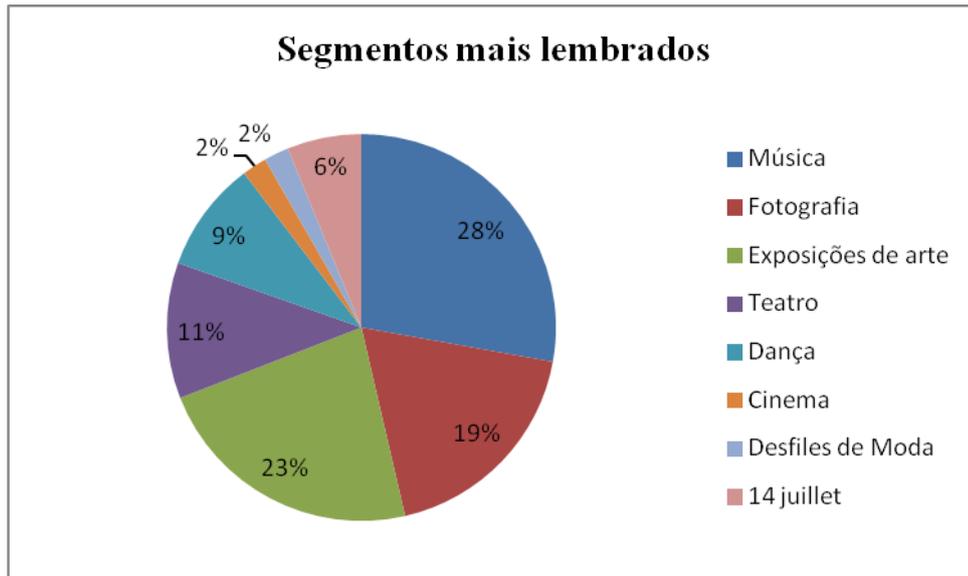


Gráfico 6 - Segmentos mais lembrados

Fonte: Bilan de la Saison Culturelle du Brésil Organisée en France en 2005

Sabe-se que no Brasil, durante o governo Lula da Silva, o acesso à cultura era considerado uma política pública, ou seja, um direito de todos os cidadãos, sendo assim difundida entre as diversas classes sociais, como um direito de todos. Porém, o mesmo não pode ser afirmado no que tange à promoção da cultura brasileira no âmbito externo, tendo em vista que os objetivos de promoção cultural externos tem pouca ou nenhuma relação com os objetivos de promoção cultural interno. Isso se dá devido ao fato de que ao promover sua cultura internacionalmente os Estados buscam minimizar seus custos e maximizar os lucros, em busca de maior inserção internacional e desenvolvimento.

Para isso, pesquisas realizadas após a realização do Ano do Brasil na França, constataram que a temporada foi voltada principalmente ao público jovem, de maioria graduada em nível superior e economicamente ativa, que não apenas apreciava as manifestações culturais brasileiras, mas também acabava adquirindo algum produto brasileiro. Outra explicação para tal classificação do público alvo era que esta parcela da população caracteriza os formadores de opinião, que mais tarde serão de certa forma responsáveis pela difusão da imagem do Brasil, ou seja, deveriam ter uma boa impressão do evento, para que futuramente não fossem difamar o Brasil, criando possivelmente mais paradigmas que os já citados anteriormente. Diante disso, é evidente que o evento teve ínfimo ou nenhum efeito sob

a população popular francesa, idosa e de baixa renda, com a afirmação de que 97 por cento dos operários franceses não tiveram acesso às manifestações culturais<sup>134</sup>.

Por fim, os investimentos totais com esta temporada seriam de um milhão e seiscentos mil euros, divididos igualmente entre os dois países, sendo que desse valor 25 por cento serviria como fundo de reserva para os eventos que dependiam de mais esforços<sup>135</sup>. No final do evento foi realizada uma prestação de contas brasileira<sup>136</sup> que mostrou um gasto brasileiro de R\$ 58.912.863,12 assim divididos: R\$ 41.039.720,18 provenientes de verbas orçamentárias do Ministério da Cultura e R\$ 17.883.142,94, de patrocínio, sendo R\$ 9.161.142,00 ao amparo da Lei Rouanet<sup>137</sup>.

Além dos resultados quantitativos deve-se também mostrar alguns efeitos qualitativos que muitas vezes trazem mais benefícios. Tem-se então que houve uma maior integração entre artistas brasileiros e franceses que não se restringiu apenas ao período da temporada; maior aparição de notícias relacionadas ao Brasil na mídia francesa; o aumento das exportações e o fortalecimento desta cooperação bilateral<sup>138</sup>. Por fim os efeitos dessa temporada foram positivos para ambos os países. “A temporada cultural brasileira foi, inequivocamente, aquela que contou com maior afluência de público entre todas as organizadas pela França ao longo de 20 anos<sup>139</sup>”. Segundo o Diretor da AFAA, a temporada do Brasil superou as expectativas e “tudo quanto *Cultures France* organizar doravante parecerá um fracasso diante do Ano do Brasil na França<sup>140</sup>”.

### 3.3 O poder da Diplomacia Cultural: Brasil – França

Durante a elaboração deste trabalho afirmou-se que os efeitos da utilização da Diplomacia Cultural só podem ser notados mais efetivamente em longo prazo, sendo assim as constatações apresentadas nas próximas páginas são apenas uma análise dos resultados obtidos antes e após a realização da temporada cultural brasileira na França. Não são

<sup>134</sup> AMARAL, Ruy Pacheco de Azevedo. Op. cit. p.105.

<sup>135</sup> Ibidem. p. 87.

<sup>136</sup> Ibidem. p. 90-91.

<sup>137</sup> BRASIL. Lei 8.313/91 que institui políticas públicas para a cultura nacional, tendo como cerne a política de incentivos fiscais que possibilita tanto pessoa física quanto jurídica a aplicarem parte do Imposto de Renda em ações culturais.

<sup>138</sup> VALMORIN, Sophie. p.8

<sup>139</sup> AMARAL, Ruy Pacheco de Azevedo. Op. cit. p.67.

<sup>140</sup> Ibidem. p.74

relatórios finais, mas sim uma análise do autor para verificar se houveram ou não avanços positivos após a realização do Ano do Brasil na França. Para isso, utilizou-se o escopo temporal de 2003-2010, anos relativos ao governo Lula da Silva, foco principal do trabalho. Analisaremos os principais pontos que caracterizam uma Diplomacia Cultural, apresentados no primeiro capítulo desta monografia.

O primeiro aspecto a ser analisado é a atratividade turística brasileira para os franceses, tendo em vista que a França é o sétimo país que mais envia turistas ao Brasil, e este número encontrou-se constante durante os anos de 2003 a 2010, mesmo que o número total de turistas teve mudanças significativas em alguns anos. O gráfico 7 mostra o total de turistas que visitaram o Brasil, por ano.



Gráfico 7 - Total de turistas visitando o Brasil

Fonte: Embratur, Ministério do Turismo 2003 - 2010

Nota-se que há um aumento no número de turistas entre 2003 a 2005, que pode ser relacionado com a crescente inserção brasileira a partir daquele período, bem como um retrocesso no ano de 2009, que muito possivelmente pode ser relacionado ao período de crise enfrentado por todo o mundo. Com o crescimento de um milhão de turistas em um período de sete anos, pode se afirmar que o Brasil passou a ser um atrativo cultural mundial, mas também para o público francês, que sempre esteve presente com cinco por cento dos turistas vindos para o Brasil.

Ao analisar-se o gráfico 8 tem-se que o número de turistas franceses no Brasil teve um crescimento de 24 por cento entre os anos de 2004 e 2006, respectivamente um ano antes e um ano após a realização da temporada brasileira na França, com isso se afirma que essa temporada fez com que os franceses se interessassem ainda mais pelo nosso país. Essa relação torna-se ainda mais efetiva quando se compara o crescimento percentual no total de turistas vindos ao Brasil no mesmo período, que foi de apenas cinco por cento.

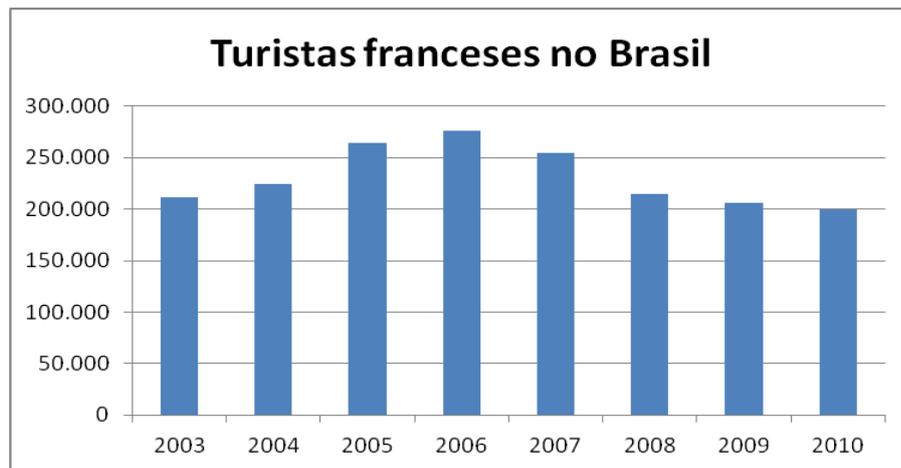


Gráfico 8 - Turistas franceses no Brasil  
Fonte: Embratur, Ministério do Turismo 2003 - 2010

O Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR) realiza a cada ano pesquisas referente ao turismo brasileiro e ao final de cada ano lança um balanço geral dos resultados obtidos. Durante o período pesquisado, 2004 a 2010, têm-se então que 40 por cento dos turistas franceses que vem ao Brasil vêm para lazer e 30 por cento vem visitar o Brasil por motivos culturais. Verificou-se também que a média de estadia no Brasil é de 16 dias e que apenas seis por cento dos franceses afirma que não quer voltar para o Brasil em outra ocasião.

Na sessão anterior afirmou-se que a temporada cultural brasileira na França teve como público alvo os jovens, graduados e ativos economicamente, uma vez que este grupo de pessoas tende a trazer mais retornos ao Brasil. O gráfico 9 mostra que focar-se neste público realmente pode trazer mais retorno, tendo em vista que são o grupo que mais realiza viagens ao Brasil.

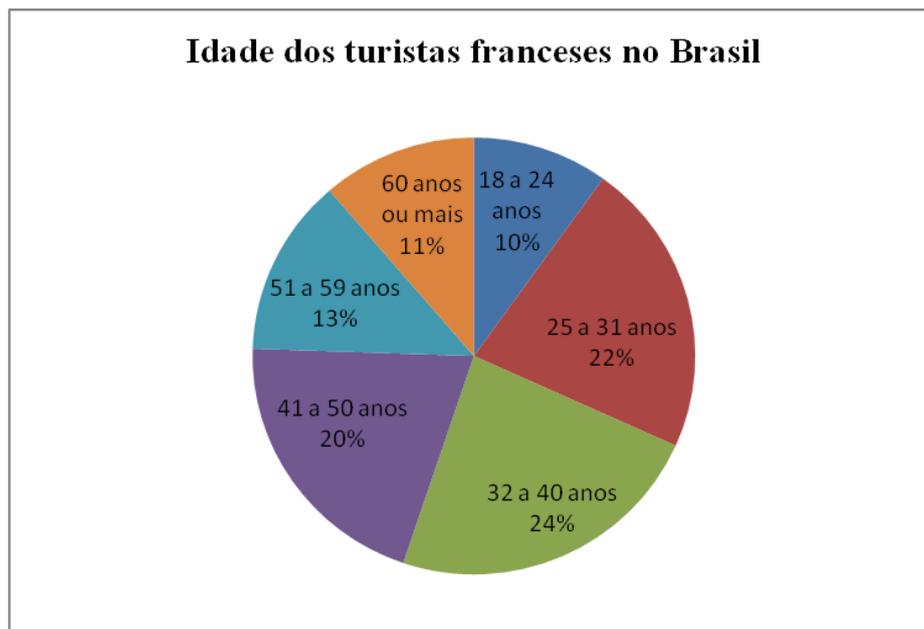


Gráfico 9 - Idade dos turistas franceses no Brasil

Fonte: EMBRATUR, Ministério do Turismo, 2003 a 2010

Mencionou-se anteriormente que apenas seis por cento dos turistas franceses não tinham interesses em voltar novamente ao Brasil. Buscando avaliar o grau de satisfação dos turistas franceses com sua visita ao Brasil, é visto que 62 por cento dos franceses voltaram ao seu país, com as expectativas atendidas e satisfatórias.

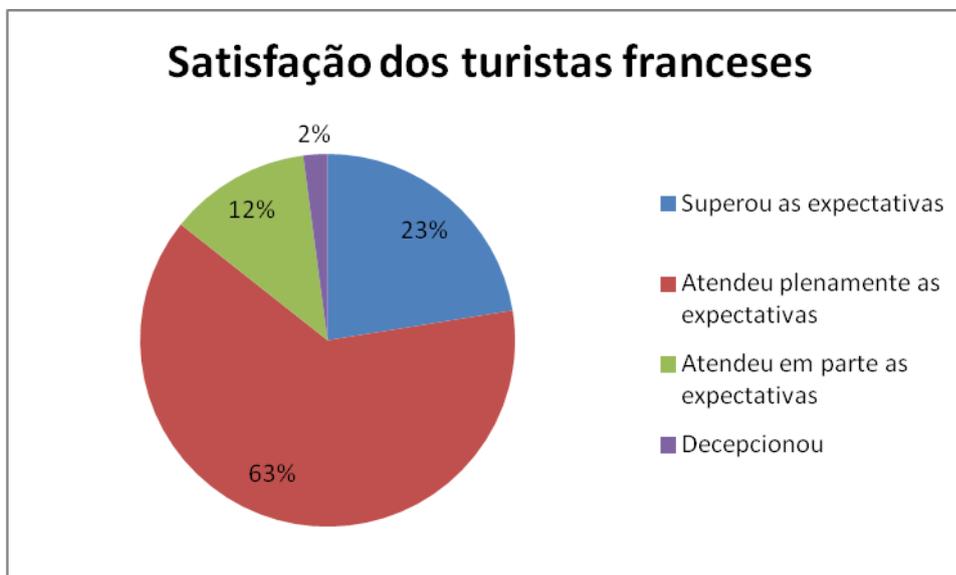


Gráfico 10 - Satisfação dos turistas franceses

Fonte: EMBRATUR, Ministério do Turismo, 2003 a 2010.

Foi averiguado então, que o turismo brasileiro teve grande satisfação e crescente interesse por parte dos turistas franceses.

Outro aspecto importante a ser analisado é a difusão da língua brasileira no exterior, que pode ser mensurado através do número de candidatos que realizam o CELPE-Bras, teste de proficiência da língua portuguesa.



Gráfico 11 - Candidatos do CELPE-Bras – mundial

Fonte: Acervo Celpe-Bras/UFRGS

Nota-se um aumento no número de candidatos que realizaram o teste de proficiência em língua portuguesa, porém infelizmente não existem dados estatísticos separados por país, apenas dados mundiais. O que se pode afirmar é que houve grande investimento na difusão da língua portuguesa no exterior, atualmente existem mais de 80 postos espalhados pelos cinco continentes, autorizados a realizar essas provas de proficiência, sendo a França o segundo país com mais postos autorizados, apenas atrás da Argentina<sup>141</sup>. Além disso, o número de estudantes franceses interessados em aprender a língua portuguesa aumentou consideravelmente entre os anos de 2004 a 2005, passando de 10.000 alunos para 12.000<sup>142</sup>.

<sup>141</sup> INEP. Postos aplicadores. Disponível em: <[http://download.inep.gov.br/outras\\_acoes/celpe\\_bras/postos\\_aplicadores/2015/postos\\_aplicadores\\_CelpeBras\\_2015.pdf](http://download.inep.gov.br/outras_acoes/celpe_bras/postos_aplicadores/2015/postos_aplicadores_CelpeBras_2015.pdf)> Acesso em: 15 Out. 2015

<sup>142</sup> AMARAL, Ruy Pacheco de Azevedo. p. 78

Outro fator a ser analisado e que também mostra a presença brasileira na França, bem como o estreitamento de sua cooperação bilateral, são as exportações e importações entre os dois países.

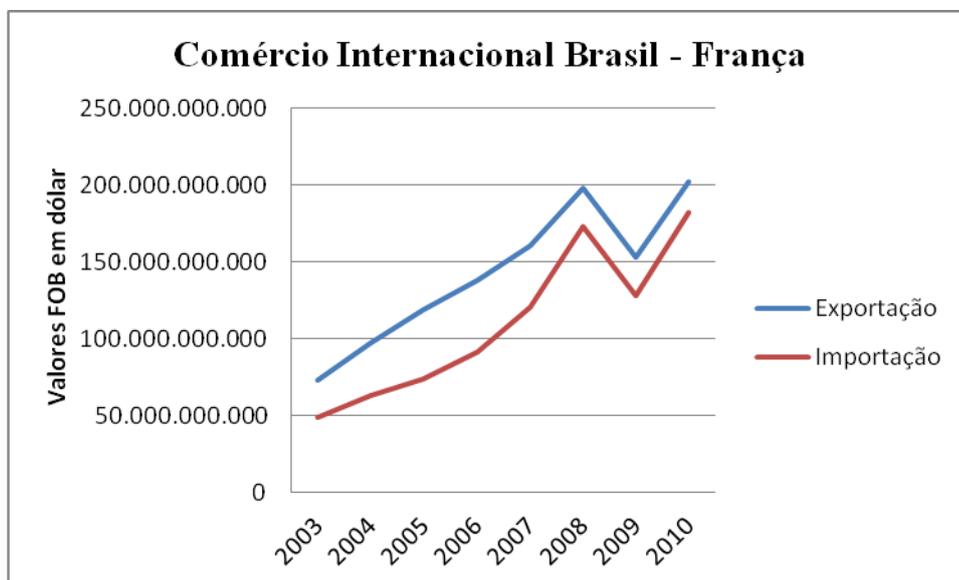


Gráfico 12 - Comércio Internacional Brasil-França  
Fonte: MDIC, 2003 a 2010.

O comércio internacional com a França também apresentou crescimento visível, e mostrou queda apenas no ano de 2009, devido possivelmente à crise mundial. Além disso, o Brasil é o principal mercado latino americano para a França, sendo a maioria de suas importações as *commodities*<sup>143</sup>. O número de empresas brasileiras na França também vem crescendo consideravelmente, segundo relatório do tribunal de comércio de Paris, em 2000 havia apenas 60 empresas brasileiras em território francês, já no ano de 2007 passou para 135. Dentre essas empresas destacam-se os setores de moda e cultura, presentes em 40 por cento das empresas<sup>144</sup>.

Por fim, destaca-se a quantidade de eventos internacionais sediados no Brasil, com característica itinerante, periodicidade fixa, público de no mínimo 50 participantes e realizados no mínimo em três edições.

<sup>143</sup> EMBAIXADA DA FRANÇA NO BRASIL. Disponível em: <<http://www.ambafrance-br.org/O-Brasil-e-a-Franca>>. Acesso em: 06 out.2015.

<sup>144</sup> BBC. **Número de empresas brasileiras na França dobrou em 7 anos**. Disponível em: <[http://www.bbc.com/portuguese/reporterbbc/story/2007/09/070907\\_brasilfranca\\_df\\_ac.shtml](http://www.bbc.com/portuguese/reporterbbc/story/2007/09/070907_brasilfranca_df_ac.shtml)>. Acesso em: 06 out.2015.



Gráfico 13 - Eventos Internacionais realizados no Brasil

Fonte: EMBRATUR, Ministério do Turismo, 2003 a 2010.

Com o gráfico 13 pode-se notar que há um crescente interesse internacional no Brasil, aumentando em 345 por cento o número de eventos internacionais sediados no Brasil, lembrando que esses eventos também fazem com que a cultura brasileira seja mostrada para o resto do mundo. É interessante notar que ao contrário das outras estatísticas apresentadas nesta seção, o ano de 2009 apresentou números crescentes, não sofrendo impacto da crise, tendo em vista que esses eventos são organizados com antecedência de no mínimo um ano.

Diante dos números e estatísticas precedentemente apresentados, se pode-se afirmar que uma Diplomacia Cultural bem estruturada e trabalhada tem todas as possibilidades de gerar benefícios aos Estados, bem como auxiliá-los na sua busca por inserção internacional. É importante ressaltar que as conclusões acima apresentadas ainda carecem de estudos e que a realização de apenas uma temporada cultural não é capaz de mudar todos os rumos de um país, para isso tem-se que manter constantes os investimentos na difusão cultural, para que se mantenha sempre acesa esta chama cultural brasileira no exterior.

### 3.4 Conclusões do capítulo

A oportunidade brasileira de sediar uma temporada cultural na França fez com que o Brasil pudesse dar um passo importante no que tange à sua promoção cultural internacional,

bem como na sua busca pela inserção internacional com bases mais sólidas. Além disso, ter a França como uma das primeiras oportunidades fez com que aprendêssemos com o país pioneiro no que diz respeito à preocupação com a promoção cultural.

O Brasil encontrou na França não apenas um parceiro cultural, mas também um novo parceiro bilateral, classificado também como parceiro estratégico, que visa não apenas o intercâmbio cultural, mas também a cooperação técnica, econômica e científica. Parceria esta que não durou apenas uma temporada, mas sim, foi se fortalecendo ao longo dos anos, fazendo com que o Brasil seja atualmente o principal parceiro econômico da França na América Latina.

A aproximação do Brasil com a França, no ano de 2005, fez com que houvesse um “processo de ampliação gradual dos processos racionais de organização das políticas públicas em âmbito internacional”<sup>145</sup> caracterizado pelo processo de *spill-over effect*, o efeito de transbordamento, efeito este que “se verifica quando o sucesso de uma determinada forma de realização eficiente de uma tarefa [...] se transfere para uma outra área, incentivando a cooperação intergovernamental”.<sup>146</sup> Não apenas se verificou efeitos no setor cultural, mas sim, esses se expandiram para os mais diversos setores, como: economia, educação, inovação, tecnologia, política e até mesmo militar, na medida em que a sociedade francesa passou a conhecer a verdadeira realidade brasileira, fazendo com que o estranho não fosse mais tão estranho.

Os acordos de cooperação bilateral entre os dois países continuam sendo firmados até os dias de hoje, pode-se citar: acordos de cooperação técnica em meio ambiente; na área de inovação, por intermédio do MDIC, com a criação de um grupo de trabalho de inovação Brasil-França<sup>147</sup>; a assinatura de um acordo que envolve a criação de uma infraestrutura, de computação de alto desempenho e a transferência de tecnologia para o satélite geoestacionário de defesa e comunicações estratégicas<sup>148</sup>; acordo de cooperação assinado com o IPEA para o desenvolvimento de estudos de aspectos econômicos e sociais do Brasil e América Latina<sup>149</sup>;

<sup>145</sup> NOGUEIRA, João Pontes. **Teoria das relações internacionais: correntes e debates**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. p. 77.

<sup>146</sup> *Ibidem*. p. 78

<sup>147</sup> Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio. **Cooperação internacional em inovação** Disponível em: <<http://www.cooperacaointernacional.mdic.gov.br/france/content/164/>> Acesso em: 10 nov. 2015

<sup>148</sup> BRASIL. **Cooperação bilateral Brasil e França**. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/ciencia-e-tecnologia/2013/12/brasil-e-franca-fecham-acordos-de-cooperacao-bilateral>> Acesso em: 10 nov 2015.

<sup>149</sup> IPEA. **Brasil e França assinam acordo de cooperação**. Disponível em: <[http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com\\_content&view=article&id=21574](http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=21574)> Acesso em: 10 nov.2015.

e um acordo para a cooperação na área da Aeronáutica Militar, com a troca de experiências e informações técnicas e operacionais.<sup>150</sup>

A realização do Ano do Brasil na França trouxe muitos benefícios para o país, além de dar maior visibilidade a este país emergente, aumentou o intercâmbio econômico, o interesse na língua portuguesa, bem como o número de turistas que anualmente tem o Brasil como destino final e local de descanso nas suas férias. Acredita-se, no entanto, que o principal legado deixado com a realização desta temporada cultural, foi à quebra de paradigmas e estereótipos existentes à cerca da cultura brasileira. É notável que muitos paradigmas ainda não de ser quebrados, mas muito se conseguiu mudar a visão distorcida que alguns estrangeiros possuíam do Brasil, e assim mostrar que há mais aspectos culturais positivos do que negativos e que a mestiçagem existente no Brasil faz com que esse país seja interessante, com uma riqueza cultural ímpar e um grande atrativo turístico.

---

<sup>150</sup> Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2007-2010/2007/Decreto/D6011.htm?>](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2007/Decreto/D6011.htm?>)

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Dentre os princípios que tangem as Relações Internacionais observa-se que todos os Estados do Sistema Internacional buscam primordialmente a sua manutenção no *status quo*, ou o progresso em relação ao *status quo*, e o fazem por meio do uso de seus aparatos de poder, expressos nas mais diversas formas e níveis. A utilização dos mecanismos de poder faz com que os Estados sejam divididos de acordo com a sua influência no cenário internacional, sendo assim, quanto mais desenvolvidas forem suas ferramentas de poder, mais propensos estão a permanecerem firmes no sistema internacional, bem como atuando como líderes desse, sendo muitas vezes responsáveis pela influência de outros atores.

Dentre os aparatos de poder, verifica-se um em especial que aos poucos foi se tornando peça de extrema importância para a sobrevivência dos Estados no sistema internacional, principalmente daqueles considerados emergentes, que encontram-se em fase de desenvolvimento e que não possuem ainda seu *Hard Power* consolidado. Discorre aqui ao uso do *Soft Power*.

A utilização do *Soft Power* pode ser vista como uma alternativa ao uso do *Hard Power*, mas na verdade é um complemento deste último, tendo em vista que a utilização de um nível de poder não exclui a utilização de outro. Logo, quanto mais equilibrada for a relação entre o uso do *Soft Power* e do *Hard Power*, melhores serão os benefícios gerados para os Estados e melhor será sua inserção internacional. Cita-se aqui o exemplo dos Estados Unidos, que com a influente indústria *Hollywoodiana*, e seu aparato militar forte e consolidado é atualmente um dos Estados que mais influencia o cenário atual.

Ao longo dos anos, averiguou-se a presença de outros Estados que também tiveram essa importância, por hora exercida pelos Estados Unidos, como é o caso da França, da Alemanha e do Reino Unido. É importante ressaltar que o equilíbrio entre *Soft Power* e *Hard Power* só é possível com investimentos massivos e em longo prazo, e por demandarem certo tempo, acabam fazendo com que os Estados prefiram investir em apenas um destes segmentos de poder, no qual, optam na maioria das vezes pelo *Hard Power* tendo em vista que ele produz resultados de maneira mais quantitativa e rápida.

As diferenças entre o *Soft Power* e o *Hard Power* foram apresentadas no decorrer deste trabalho, em suma o *Soft Power* é caracterizado pelo uso de ferramentas responsáveis por influenciar outros atores e Estados, é um poder de atração em que valores, ideologias e

cultura, aspecto principal deste trabalho, são peças fundamentais, para a elaboração do mesmo. Optou-se por apresentar o poder da diplomacia cultural, que se caracteriza pela utilização da cultura em âmbito externo, para se conseguir melhor inserção internacional. A cultura como ferramenta diplomática acaba sendo expressa de diversas maneiras e por ter característica ampla, acaba não abarcando apenas um setor, mas sim diversos setores da política nacional dos Estados, como por exemplo: a educação, a ciência, a tecnologia, a literatura, as artes cênicas, a moda, a mídia, e até mesmo a economia. Ou seja, ao se investir no desenvolvimento de questões culturais, constata-se também efeitos positivos em outros setores correlatos, o que é caracterizado pelo processo de *spill-over effect*.

Seria, portanto ingenuidade do pesquisador afirmar categoricamente que os aspectos culturais resultam apenas em benefícios para os Estados, tendo em vista os diversos conflitos, até mesmo atuais, que são deflagrados por incompatibilidades culturais e pela tentativa de se impor determinada cultura a uma nação. Bem como, seria também de certa simplicidade afirmar que o investimento em cultura é apenas uma questão de preocupação com a imagem do Estado, tendo em vista que os benefícios perpassam essa dimensão.

Sabe-se que a cultura sempre teve importante desempenho nas questões internacionais, porém com o advento do século XXI, como mencionado ao longo do trabalho, estas questões culturais passaram a ter maior relevância no cenário internacional, tendo em vista a ascensão do processo de globalização, fazendo assim com que as fronteiras passassem a ser intangíveis, ou seja, com o advento da tecnologia, em poucos minutos pode ser aprender sobre a cultura de qualquer país, porém, é importante ressaltar que, de fato só se conhece verdadeiramente uma cultura quando se pode vivenciá-la.

Para que se pudesse fazer uma análise do desenvolvimento gerado pelo investimento de um Estado em sua Diplomacia Cultural foi utilizado como exemplo o caso brasileiro, em que se tem um Estado emergente que aos poucos direciona sua inserção internacional por meio da utilização de aspectos culturais.

Como visto, o Brasil é um país que vem se preocupando com tais aspectos em marcha lenta, porém gradual. Grande parte do prestígio internacional brasileiro vem de aspectos culturais que são utilizados há certo tempo, em que provavelmente ainda não se pensava em uma inserção internacional por meio da cultura, se aluda aqui exemplos como: o futebol, o samba e o carnaval, componentes da raiz cultural brasileira e que estão sendo difundidos há muito tempo. O problema encontrado na difusão de tais aspectos culturais sem que houvesse

determinada preocupação, é que por não terem certo grau de acompanhamento quando do início de sua utilização, acabam por ser vistos com certos paradigmas que devem, aos poucos, ser desmistificados, como é o exemplo de alguns estrangeiros que pensam que todo cidadão brasileiro convive diariamente com o samba e com o carnaval, aspecto este que não pode ser corroborado.

Com a ascensão do governo Lula da Silva ao poder examinou-se crescente preocupação com o desenvolvimento de questões culturais. Durante os dois mandatos buscou-se a inserção internacional brasileira por meio da criação de uma base sólida, ao se utilizar a cultura como um dos pilares da política externa brasileira. Para que tal pilar fosse sólido, o então governo buscou não apenas disseminar a diversidade cultural brasileira para o exterior, mas procurou criar mecanismos para que se solidificassem primeiro as questões culturais em âmbito interno, para fazer com que assim os objetivos externos fossem alcançados com mais êxito no futuro.

Para que esse processo fosse gradual e que surtisse bons efeitos, criou-se o Plano Nacional de Cultura, ação que tem como objetivo consolidar a cultura brasileira por meio de seus mais diversos mecanismos. Dividido em três dimensões distintas, esse Plano busca abarcar todos os setores culturais, bem como fazer com que todos os cidadãos brasileiros tenham garantido o seu direito à cultura, e fazer com que aos poucos ele participe de manifestações culturais, e quiçá desenvolva estas por meio de intercâmbios, viagens internacionais e por que não, por meio da aparição na mídia internacional. Acredita-se que a divisão de questões culturais em três pequenas dimensões fez com que se surtisse efeitos mais práticos e para que problemas pontuais pudessem ser resolvidos de maneira mais específica, bem como, fazendo com que todos os setores culturais fossem abarcados e tivessem devida atenção.

É evidente que, ao se buscar melhor inserção internacional, não se podem apostar todas as fichas em apenas uma ação, mas sim criar diversas ações que possam se complementar ao gerar certo grau de cooperação, se inclui diversas “cartas na manga”. Sendo assim, a política exterior do governo Lula buscou sua inserção internacional a passos largos e concomitantes. Ao mesmo tempo em que se desenvolvia uma ação nacional para a consolidação de aspectos culturais, que manarão tempo até que todos os objetivos sejam alcançados, tendo em vista o vasto território nacional e a miscigenação cultural, o governo de Lula da Silva buscou desenvolver ações de promoção cultural no âmbito externo, por meio do uso da Diplomacia Cultura, e o fez com o auxílio da Diplomacia Pública, em que a sociedade

brasileira teve extrema importância para com a realização destas manifestações culturais, tendo artistas dos mais diversos segmentos enviados à França para representar o país.

Para que se pudesse verificar esta insipiente inserção internacional por meio da utilização de fatores culturais sediou-se em 2005 o Ano do Brasil na França, evento que teve duração de um ano. Ao longo desse ano, pode-se diariamente, pouco a pouco, apresentar os principais aspectos culturais brasileiros, por vezes distorcidos pelos estrangeiros, bem como influenciar de forma gradual as percepções acerca de nosso país. Com um avanço cronológico e com a presença, quase que diária, das manifestações culturais brasileiras nas mais diversas cidades e monumentos franceses, o povo francês, bem como turistas que visitavam o país, puderam conhecer nossa cultura, nossa gente e também, por vezes, se identificar com o nosso povo e criando um sentimento de solidariedade internacional.

Acredita-se que a realização do Ano do Brasil na França foi de extrema importância para os primeiros passos da insipiente busca por inserção internacional brasileira por meio da difusão cultural, bem como uma grande oportunidade para se aprender com um dos Estados que mais investe em aspectos culturais. O interessante de se investir na promoção cultural, é que seus benefícios podem ser vistos com o desenrolar dos anos. Hoje, dez anos após a temporada brasileira na França, os Estados possuem um laço de parceria estratégica, bem como relações duradouras e benéficas, que não se limitam apenas às questões culturais, mas se verifica também em diversos acordos de cooperação nas mais diversas áreas.

De acordo com o exposto acima, pode-se afirmar que os objetivos propostos pelo trabalho foram cumpridos. Ao longo dos três capítulos foram cumpridos os objetivos específicos que serviram como norteadores para que se pudesse cumprir com o objetivo principal do trabalho, analisar o uso do *Soft Power* cultural na Política Externa Brasileira e seus benefícios. Sendo assim, o estudo da Diplomacia Cultural e da Política Externa Brasileira dos anos 2003-2010 corrobora com a hipótese levantada no início do texto, em que se afirma que a partir do governo Lula da Silva os aspectos culturais passam a ser mais relevantes, portanto, passou-se a utilizar a Diplomacia Cultural como um dos meios de promoção de inserção internacional, em que se verificou também benefícios tanto no plano interno como no externo.

Ao longo do texto responderam-se também as duas questões centrais que permeavam o trabalho. Ao questionarmos qual a importância do *Soft Power* cultural na Política Externa Brasileira, podemos afirmar que muitos foram os benefícios que surtiram efeito até o

momento. Por meio da utilização do *Soft Power* o Brasil conseguiu maior inserção internacional, bem como maior prestígio internacional. Por meio da promoção cultural o Brasil conseguiu firmar diversos acordos de cooperação, ampliamos nossa atratividade turística, notou-se maior interesse pela língua portuguesa, movimentou-se a economia criativa e também se quebraram alguns paradigmas referentes a aspectos culturais anteriormente mal interpretados.

Ao questionarmos então quais foram os mecanismos utilizados para maior inserção brasileira no sistema internacional por meio da promoção cultural, é possível citar as mais diversas manifestações culturais, como: a dança, a música, as artes cênicas, a gastronomia, a literatura, o audiovisual, a moda, entre outros.

Ao longo do trabalho novos questionamentos foram surgindo, mostrando assim que a área da diplomacia cultural ainda tem muito a ser explorada. Sugere-se então, como futuras pesquisas, verificar quais são as diretrizes da atuação cultural internacional brasileira e se essa se mantém ao longo dos governos; Como identificar os traços da cultura a serem difundidos como características de um Estado; Comparar a diplomacia cultural do governo Lula com uma possível diplomacia cultural exercida pelo governo Rousseff, verificando os resultados obtidos; e por fim, verificar qual a influência da mídia na cultura.

Acredita-se que essas novas pesquisas serão de extrema relevância para que aos poucos mais pesquisadores se interessem pela área da Diplomacia Cultural. Área essa que atualmente carece de bibliografias e estudos críticos, tendo em vista a suma importância dos assuntos culturais nos dias de hoje.

## REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, José Augusto Guilhon. Economia política e política externa do governo Lula. **Plenarium**, ano II, n. 2, 2005.

ALMEIDA, Paulo Roberto de. Uma política externa engajada: a diplomacia do governo Lula. **Revista Brasileira de Política Internacional**, v. 47, n. 1. p. 162-184, 2004.

AMARAL, Ruy Pacheco de Azevedo. **O ano do Brasil na França: um modelo de intercâmbio cultural**. Brasília: FUNAG, 2008.

AMORIM, Celso. **Conversas com jovens diplomatas**. São Paulo: Editora Benvirá, 2011.

AMORIM, Celso. Discurso do ministro de Estado das Relações Exteriores, embaixador Celso Amorim, por ocasião da cerimônia de transmissão do cargo de secretário-geral das Relações Exteriores, em Brasília. In: AMORIM, C.; GUIMARÃES, S. P.; LULA DA SILVA, L. I. **A política externa do Brasil**. Brasília: IPRI/FUNAG, 2003.

ARON, Raymond. **Paz e guerra entre as nações**. Brasília: Editora UNB, 2002

BARÃO, Giulia Ribeiro. Cultura e diplomacia cultural no século XXI: proposta de revisão do pensamento brasileiro de relações internacionais. **Monções: Revista de relações internacionais da UFGD**, Dourados, v.3. n.5, jan./jun., 2014.

BBC. **Número de empresas brasileiras na França dobrou em 7 anos**. Disponível em: <[http://www.bbc.com/portuguese/reporterbbc/story/2007/09/070907\\_brasilfranca\\_df\\_ac.shtm](http://www.bbc.com/portuguese/reporterbbc/story/2007/09/070907_brasilfranca_df_ac.shtm)>. Acesso em: 06 out.2015.

BIJOS, Leila; ARRUDA, Veronica. A diplomacia cultural como instrumento de política externa brasileira. **Revista diálogos: a cultura como dispositivo de inclusão**, Brasília, v.13, n.1, ago, 2010.

BIONDO, Vinicius Menegueli. As relações culturais internacionais: uma trajetória brasileira. **Estudios Latinoamericanos**, n. 7, año 4, p. 9-29, Primer semestre 2012.

BOBBIO, N.; MATTEUCCI, N.; PASQUINO, G. (orgs). **Dicionário de política**. 2. ed. Brasília: UNB, 1986.

BRASIL. **Balanco da política externa brasileira: (2003-2010)**. Brasília, 2010.

\_\_\_\_\_. Ministério das Relações Exteriores. Disponível em: <[http://www.itamaraty.gov.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=698&Itemid=215&lang=pt-BR](http://www.itamaraty.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=698&Itemid=215&lang=pt-BR)>. Acesso em 15 set.2015.

\_\_\_\_\_. **Decreto nº 6.011, de 5 de janeiro de 2007**: promulga o Acordo para Cooperação na Área da Aeronáutica Militar entre o Governo da República Federativa do Brasil e a República Francesa, celebrado em Paris, em 15 de julho de 2005. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2007-2010/2007/Decreto/D6011.htm?>](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2007/Decreto/D6011.htm?>). Acesso em: 10 nov.2015

\_\_\_\_\_. Ministério da Cultura. **Cultura Viva: Programa Nacional de Arte, Educação, Cidadania e Economia Solidária**. 3. ed. Brasília, 2004.

\_\_\_\_\_. Ministério da Cultura. **Porque aprovar o Plano Nacional de Cultura**. Brasília, 2009.

\_\_\_\_\_. IPEA. Brasil e França assinam acordo de cooperação. Disponível em: <[http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com\\_content&view=article&id=21574](http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=21574)> Acesso em: 10 nov.2015.

\_\_\_\_\_. Cooperação bilateral Brasil e França. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/ciencia-e-tecnologia/2013/12/brasil-e-franca-fecham-acordos-de-cooperacao-bilateral>> Acesso em: 10 nov 2015.

\_\_\_\_\_. Lei 12.343: Plano Nacional de Cultura. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/documents/10907/963783/Lei+12.343++PNC.pdf/e9882c97-f62a-40de-bc74-8dc694fe777a>> Acesso em: 9 set.2015.

\_\_\_\_\_. Ministério da Cultura. Disponível em <<http://www.cultura.gov.br/o-ministerio>>. Acesso em: 23 jun.2015

\_\_\_\_\_. **Pronunciamento sobre o Programa Cultura Viva**. Berlim, Alemanha, set.2004.

\_\_\_\_\_. Ministério das Relações Exteriores. Disponível em: <[http://www.itamaraty.gov.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=698&Itemid=215&lang=pt-BR](http://www.itamaraty.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=698&Itemid=215&lang=pt-BR)>. Acesso em: 03 out.2015.

\_\_\_\_\_. \_\_\_\_\_. **O departamento cultural**. Disponível em:<<http://dc.itamaraty.gov.br/sobre-o-departamento>> Acesso em: 23 jun.2015.

\_\_\_\_\_. \_\_\_\_\_. **Diplomacia cultural**. Disponível em: <[http://www.itamaraty.gov.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=698:diplomacia-cultural&catid=38&lang=pt-BR&Itemid=215](http://www.itamaraty.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=698:diplomacia-cultural&catid=38&lang=pt-BR&Itemid=215)> Acesso em: 23 jun.2015

\_\_\_\_\_. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio. **Cooperação internacional em inovação**. Disponível em: <<http://www.cooperacaointernacional.mdic.gov.br/france/content/164/>> Acesso em: 10 novembro de 2015.

BOBBIO, N; MATTEUCCI, N; PASQUINO, G (Orgs). **Dicionário de Política**. 2ªed. Editora UNB, Brasília. Hamburg,1986.

BRÉSIL, BRÉSILS. Disponível em: [http://www.cultura.gov.br/o-dia-a-dia-da-cultura/-/asset\\_publisher/waaE236Oves2/content/bresil-bresils-43140/10883](http://www.cultura.gov.br/o-dia-a-dia-da-cultura/-/asset_publisher/waaE236Oves2/content/bresil-bresils-43140/10883) Acesso em: 03 out.2015.

CARNOY, Martin. **Estado e teoria política**. 2. ed. São Paulo: Papirus, 1988.

CERVO, Amado Luiz. **Inserção internacional: formação dos conceitos brasileiros**. São Paulo: Saraiva, 2008.

CERVO, Amado Luiz; BUENO, Clodoaldo. **História da política exterior do Brasil**. Brasília: Editora UNB, 2014.

DAHL, Robert A. **The concept of power**. Yale University Department of Political science, 1957.

DROULERS, Martine; RAIMBERT, Celine. **Relance des relations France-Bresil?: relations internationales du Bresil, les chemins de la puissance; vol 2 aspects regionaux et thematiques**. L'Harmattan:2010.

DUMONT, Juliette; FLÉCHET, Anaís. “Pelo que é nosso!”: a diplomacia cultural brasileira no século XX. **Revista Brasileira de História**, São Paulo, v.34, nº 6, 2014.

DUROSELLE, Jean-Baptiste. **Todo império perecerá**. São Paulo: Editora UNB, 2000.

EMBAIXADA DA FRANÇA NO BRASIL. Disponível em: <<http://www.ambafrance-br.org/O-Brasil-e-a-Franca>>. Acesso em: 06 out.2015.

FARIAS, Rogério de Souza. Parcerias Estratégicas: marco conceitual. In.: ALTEMANI, Henrique. **Parcerias estratégicas do Brasil: os significados e as experiências tradicionais**. Belo Horizonte: Editora Fino Traço, 2013.

GRIFFITHS, Martin. **Fifty Keys Thinkers in International Relations**. Routledge, Nova York, 1999.

HOCKING, Brian. Rethinking the “new” public diplomacy. In: MELISSEN, Jan. **The new public diplomacy: soft power in international relations**. Nova York: Macmillan, 2005.

HORTA, Luiz Fernando Rebello. **O conceito de diplomacia presidencial**. Brasília FINATEC, 2012.

LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2003.

LESSA, Monica Leite. Relações Culturais Internacionais. **Olhares sobre o político: novos ângulos e novas perspectivas**. Editora Eduerj, Rio de Janeiro, 2002.

LESSA, Monica Leite; SARAIVA Miriam Gomes; MAPA, Dhiego de Moura. Entre o Palácio Itamaraty e o Palácio Capanema: perspectivas e desafios de uma diplomacia cultural no governo Lula. In: PINHEIRO, Letícia. MILANI, Carlos R.S. **Política externa brasileira: as práticas da política e a política das práticas**. Rio de Janeiro: FGV, 2012.

LIMA, Maria Regina Soares, de. A política externa brasileira e os desafios da cooperação sul-sul. **Revista Brasileira de Política Internacional**, v. 48, n. 1, p. 24-59, 2005.

LIMA, André Chermont de. **Copa da cultura: O campeonato mundial de futebol como Instrumento para a promoção da cultura brasileira no exterior**. Brasília: FUNAG, 2013.

MADEIRA, Mariana Gonçalves. **Economia criativa: implicações e desafios para a política externa brasileira**. Brasília: FUNAG, 2014.

- MARK, Simon. **A greater role for cultural diplomacy**. Netherlands, apr. 2009.
- MARTINS, Estevão C. de Rezende. **Cultura e poder**. São Paulo: Saraiva, 2007.
- MEZZARROBA, Orides. MONTEIRO, Cláudia Servilha. **Manual de metodologia da pesquisa no direito**. São Paulo: Saraiva. 2009.
- MIDANI, André. **Do vinil ao download**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2015.
- NOGUEIRA, João Pontes. **Teoria das relações internacionais: correntes e debates**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- NYE, Joseph S. 2002. *Soft power: the means to success in world politics*. New York: Public Affairs. 2004.
- \_\_\_\_\_. **O paradoxo do poder americano: por que a única superpotência do mundo não pode prosseguir isolada**. São Paulo: UNESP, 2002.
- OLIVEIRA, João Maria de; ARAUJO, Bruno Cesar de; SILVA, Leandro Valério. **Panorama da economia criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: IPEA, 2013.
- PAULA, Marilene de (Org.) **“Nunca Antes na História desse País”...? um balanço das políticas do governo Lula** Rio de Janeiro: Editora Fundação Heinrich Böll, 2011.
- PECEQUILO, Cristina Soreanu. **Introdução às relações internacionais: temas, atores e visões**. Petrópolis: Vozes, 2004.
- PINHEIRO, Letícia; MILANI, Carlos R.S. (Orgs.) **Política externa brasileira: as práticas da política e a política das práticas**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2012.
- RFI: Ano do brasil na França. Disponível em:  
<[http://www1.rfi.fr/actubr/articles/063/article\\_19.asp](http://www1.rfi.fr/actubr/articles/063/article_19.asp)> Acesso em: 03 out.2015.
- RIBEIRO, Edgard Telles. **Diplomacia cultural: seu papel na política externa brasileira**. Brasília.: Editora Fundação Alexandre de Gusmão, 2011.
- RUBIM, Antonio Albino Canelas. (Org.) **Políticas culturais no governo Lula**. Salvador: Editora EDUFBA, 2010.
- SILVA, Alexandre Pereira da,. **Os princípios das relações internacionais e os 25 anos da Constituição Federal**. Brasília. 2013.
- SOARES, Maria Suzana Arrosa. A diplomacia cultural no Mercosul. **Revista Brasileira de Política Internacional**, v. 51, n. 1, pp. 53-69, 2008.
- SOUZA NETO, Danilo Marcondes de. **A política externa brasileira nos oito anos do governo Lula: legados e lições para a inserção do Brasil no mundo**. Rio de Janeiro: 2011.

SUPPO, Hugo Rogelio; LESSA, Mônica Leite. **A quarta dimensão das relações internacionais: a dimensão cultural**. Rio de Janeiro: Editora Contra Capa, 2002.

THE FLETCHER SCHOOL. **What is Public Diplomacy**. Disponível em: <http://fletcher.tufts.edu/Murrow/Diplomacy>. Acesso em: 13 Ago. 2015.

UNCTAD. Relatório de economia criativa. economia criativa: uma opção de desenvolvimento viável. São Paulo: UNCTAD, 2010.

UNESCO, Declaração Universal Sobre a Diversidade Cultural. 2002 Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127160por.pdf>>. Acesso em 15 out.2015.

VALMORIN, Sophie. **2005: L'année du Brésil en France**: les enjeux d'une coopération culturelle internationale. Paris, 2006.

VIGEVANI, Tullo; CEPALUNI, Gabriel. A política externa de Lula da Silva: a estratégia da autonomia pela diversificação. **Contexto Internacional**, Rio de Janeiro, v. 29, n. 2, jul./dez. 2007.

VILLECHENON, Florence Pinot de. Cultura e diplomacia: os projetos culturais em prol da imagem-país. In.: COSTA, Frederico Lustosa da. **Política e gestão cultural**: perspectivas Brasil e França. Salvador: Editora. EDUFBA, 2013.

ZAHARAN, Geraldo; RAMOS, Leonardo. From hegemony to *soft pPower*: Implications of a conceptual change. In: \_\_\_\_\_. **Soft Power and US Foreign Policy**: theoretical, historical and contemporary perspectives. New York: ROUTLEDGE, 2010.