

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA E RELAÇÕES INTERNACIONAIS**

GABRIEL LUIZ MACHADO

**A DIFUSÃO CULTURAL BRASILEIRA COMO INSTRUMENTO DE POLÍTICA
EXTERNA: ESTRATÉGIAS CONTEMPORÂNEAS**

Porto Alegre

2012

GABRIEL LUIZ MACHADO

**A DIFUSÃO CULTURAL BRASILEIRA COMO INSTRUMENTO DE POLÍTICA
EXTERNA: ESTRATÉGIAS CONTEMPORÂNEAS**

Trabalho de conclusão submetido ao Curso de Graduação em Relações Internacionais da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS, como requisito parcial para obtenção do título Bacharel em Relações Internacionais.

Orientador: Prof. Dr. Érico Esteves Duarte

Porto Alegre

2012

GABRIEL LUIZ MACHADO

**A DIFUSÃO CULTURAL BRASILEIRA COMO INSTRUMENTO DE POLÍTICA
EXTERNA: ESTRATÉGIAS CONTEMPORÂNEAS**

Trabalho de conclusão submetido ao Curso de Graduação em Relações Internacionais da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS, como requisito parcial para obtenção do título Bacharel em Relações Internacionais.

Aprovada em: Porto Alegre, 20 de dezembro de 2012.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Érico Esteves Duarte

UFRGS

Prof^a. Dr^a. Analúcia Danilevich Pereira

UFRGS

Prof. Dr. Leandro Valiati

UNISINOS

Ao meu pai.

AGRADECIMENTOS

Antes de tudo, agradeço a Deus, que me carregou até aqui quando eu estava fraco demais para poder prosseguir.

Agradeço à minha mãe, Neusa, minha vó Antônia e minha madrinha Maria de Lourdes por terem sido os anjos que foram, fornecendo apoio em todos os momentos em que eu mais precisei.

Aos preciosos amigos que me acompanharam nessa jornada e que serão os grandes tesouros que eu levo daqui: Ana Paula Ranzi, Anaís Passos, Raquel Tebaldi, Francisco Tuthtenhagen Jr, Camilo Bresolin, e, principalmente, à melhor amiga do mundo, Genivone Viana.

À minha amiga inspiradora Bili Guerra por todas as conversas e desabafos. À Adriana Bruch e à Camila Ocana pelas risadas.

Ao professor Érico Duarte que gentilmente aceitou orientar o meu trabalho e foi paciente com todos os meus atrasos.

À professora Analúcia Danilevicz e ao professor Leandro Valiati por cordialmente terem aceito e se interessado em participar de banca de avaliação.

Aos professores Pedro Fonseca, Eduardo Filippi, Luiz Noguerol e Dario Teixeira Ribeiro pelas aulas mais interessantes e memoráveis dessa graduação.

A todos os contribuintes federais que mantêm esta Universidade.

Ao meu irmão e ídolo, Vinícius Machado e sua linda Brunielle.

E por último, ao meu pai, Edison Machado, que foi quem me manteve aqui todo esse tempo e que agora olha por mim de um lugar melhor.

É isso, estou em uma forma.

Culture is everything that makes life worth living.

T. S. Eliot

RESUMO

A configuração do cenário internacional, marcada por uma acirrada disputa por mercados e investimentos, exige dos Estados a adoção de medidas criativas, as quais possam vir a ser um diferencial na busca pela consecução de seus objetivos de política externa. Nesse contexto, o fator cultural emerge como uma ferramenta diplomática de extrema valia. Ao gerar um ambiente de identificação, entendimento e respeito mútuo, o fator cultural pode gerar um ambiente favorável à realização dos tópicos de política externa de caráter político, econômico, financeiro e de cooperação técnica. Quando um Estado se vale de seu aparato de difusão cultural com o intuito de abrir uma via facilitadora aos demais objetivos da agenda internacional, dizemos que este Estado se valendo de uma diplomacia cultural. França, Alemanha e Grã-Bretanha são alguns países que se destacaram nessa vertente diplomática. O objetivo do presente estudo é analisar o uso da difusão cultural brasileira como instrumento de política externa, sobretudo no Governo Lula (2003-2010), a fim de verificar se as estratégias adotadas para a difusão da cultura e da imagem do Brasil no exterior estão em consonância com os demais tópicos prioritários de nossa política externa.

Palavras-chaves: Diplomacia Cultural. Difusão Cultural, *Soft Power*, Política Externa Brasileira, Governo Lula.

ABSTRACT

The conformation of the international system, marked by fierce competition for markets and investments, requires States to adopt creative diplomatic measures, which may be a differential factor in the quest to achieve its foreign policy objectives. In this context, the cultural factor emerges as a diplomatic tool of extreme value. When promoting an environment of identifying, understanding and mutual respect, the cultural factor can generate a favorable scene for the implementation of foreign policy topics of politics, economics, financials and technical cooperation. When a State relies on its apparatus of cultural diffusion in order to open a path to facilitate the other goals of its international agenda, we can say that this State is using cultural diplomacy. France, Germany and Britain are among countries that have succeeded in this diplomatic aspect. The aim of this study is to analyze the use of Brazilian cultural diffusion as an instrument of foreign policy, especially in Lula's government (2003-2010) in order to verify if the strategies adopted to spread the culture and image of Brazil abroad are in line with the other priority topics of our foreign policy.

Keywords: Cultural Diplomacy, Cultural Diffusion, *Soft Power*, Foreign Policy, Lula's Government.

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1. Relatório de Balanço de Política Externa 2003-2010 ó Promoção Cultural ó Eventos Culturais ó Ministério das Relações Exteriores.....	68
Anexo 2. Evolução dos leitorados brasileiros 2003-2010 ó Promoção Cultural ó Língua Portuguesa ó Fonte: Ministério das Relações Exteriores.....	71
Anexo 3. Execução Orçamentária do Departamento Cultural do Ministério das Relações Exteriores ó Ano base 2010.....	73

LISTA DE FIGURAS

- Figura 1. Tabela elaborada por Roberto Guimarães Guerardi (2005). 41
- Figura 2. Mapa elaborado por Silva (2010) com base em dados fornecidos pelo Departamento Cultural do Itamaraty e pelo Instituto Camões..... 46
- Figura 3. Ranking elaborado pelo *Institute for Cultural Diplomacy* referente às atividades relacionadas a projetos de diplomacia cultural no ano de 2011 entre 40 países escolhidos para representar todas as regiões do globo (ICD, 2011)..... 57

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1 FUNÇÃO E IMPORTÂNCIA DA DIFUSÃO CULTURAL NAS RELAÇÕES INTERNACIONAIS	14
1.1 ALGUMAS DEFINIÇÕES CONCEITUAIS	15
1.2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	19
1.3 ESTADO E DIFUSÃO CULTURAL	24
1.4 CASOS INTERNACIONAIS DE USO DA DIPLOMACIA CULTURAL	27
1.4.1 FRANÇA	27
1.4.2 REINO UNIDO	29
1.4.3 ALEMANHA.....	31
2 A DIFUSÃO CULTURAL BRASILEIRA COMO INSTRUMENTO DE POLÍTICA EXTERNA	35
2.1 FORMAÇÃO DA IDENTIDADE NACIONAL BRASILEIRA.....	35
2.2 ESTRUTURA E FUNÇÃO DO DEPARTAMENTO CULTURAL DO MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES.....	42
2.2.1 DIVISÃO DE PROMOÇÃO DA LÍNGUA PORTUGUESA (DPLP)	44
2.2.2 DIVISÃO DE TEMAS EDUCACIONAIS (DCE).....	47
2.2.3 DIVISÃO DE OPERAÇÕES DE DIFUSÃO CULTURAL (DODC).....	49
2.2.4 DIVISÃO DE PROMOÇÃO DO AUDIOVISUAL (DAV)	51
2.2.5 COORDENAÇÃO DE DIVULGAÇÃO (DIVULG) E DIVISÃO DE ACORDOS E ASSUNTOS MULTILATERAIS CULTURAIS	52
2.3 AVALIAÇÃO DA DIFUSÃO CULTURAL BRASILEIRA DURANTE O GOVERNO LULA (2003-2010)	54
CONSIDERAÇÕES FINAIS	58
REFERÊNCIAS	63
ANEXOS.....	68

INTRODUÇÃO

A multiplicação de Estados, a explosão demográfica, a capacidade de organização crescente, o acirramento da competição internacional por mercados e recursos, os vertiginosos progressos no campo dos transportes e das comunicações, são todos fatores que vêm influenciando fortemente as relações internacionais contemporâneas e provocando um processo de mutação nas relações entre os Estados. A cultura não é um privilégio de determinadas classes sociais, mas sim uma aspiração universal das massas; cinema, publicidade alteram costumes e hábitos, exercendo influências que por vezes chegam a nocivas, pois ameaçam suas identidades. Ainda que a vida cultural internacional não constitua um fenômeno recente nem seja fruto da era eletrônica, seja qual for o cenário e época, o Estado sempre deteve uma função primordial nesses processos de aproximação internacional: a de assegurar e facilitar o fluxo de trocas que os homens espontaneamente estabelecem entre si. E ao fazê-lo, cada vez mais os Estados vêm procurando tirar partido desses canais naturais de comunicação. Todos os países desenvolvidos (em menor ou maior grau, com intenções declaradas ou camufladas) tiram enorme proveito do uso do fator cultural, que procuram entrosar às demais vertentes de suas atuações diplomáticas (RIBEIRO, 1989).

O fator cultural por vezes desempenha um papel coadjuvante nos estudos das relações internacionais, mas alguns estudos vêm consolidando a opinião acerca do papel positivo que a diplomacia cultural pode desempenhar na consecução dos objetivos de política externa, sejam eles políticos, comerciais ou econômicos, sobretudo, quando essa prática é conduzida pelo Estado de maneira sistemática e planejada. Pela experiência bem sucedida de quase todos os países desenvolvidos, pode-se perceber o papel fundamental que o fator cultural tem em entrosar as diversas vertentes diplomáticas ó política, econômica, comercial. Isso se deve ao fato de que, enquanto a diplomacia política geralmente atua somente em prol dos objetivos políticos, a diplomacia econômica, dos objetivos econômicos, e assim por diante, a diplomacia cultural, ao gerar exteriormente sensações de confiabilidade, respeito, familiaridade, acaba por ser uma via facilitadora na consecução de todos os objetivos diplomáticos, sejam eles do caráter que forem, embora por muitas vezes essa relação não seja tão facilmente identificável.

No Brasil há certa escassez de trabalhos acadêmicos que tratem sobre o poder diplomático da cultura, revelando certa subestimação do tema. O assunto, muitas vezes, fica à margem do campo de visão das discussões das relações internacionais no âmbito nacional; muitos teóricos brasileiros, inclusive, não acreditam na existência da diplomacia cultural, considerando-a um conceito que existe apenas no campo teórico. Mesmo entre aqueles que aceitam a diplomacia cultural como um agente real das relações internacionais, não há um consenso se o Brasil se vale ou não dessa, o que faz desse debate um tema extremamente válido para ser melhor analisado e aprofundado, sobretudo porque pesquisas sobre o tema podem iniciar uma tendência de transformação da atuação da política externa brasileira, fazendo-a considerar de forma crescente a importância do fator cultural na diplomacia, o que pode trazer importantes ganhos político-diplomáticos ao Brasil. Ao lado disso, poucas obras se dedicam à análise da coesão do alinhamento das atividades de difusão cultural com a política externa brasileira através do levantamento de dados e análise das escolhas estratégicas.

Este presente trabalho de conclusão de curso tratará, portanto, da verificação do alinhamento das atividades do Departamento Cultural do Ministério das Relações Exteriores do Brasil (Itamaraty) com os tópicos da Política Externa Brasileira (PEB), para, através disso, concluir se o Brasil se vale ou não de uma eficiente Diplomacia Cultural. É óbvio que, como parte integrante do quadro diplomático brasileiro, é impossível que o Departamento Cultural do MRE não esteja alinhado à política externa nacional; o que trabalho visa, entretanto, é constatar se as estratégias de difusão cultural brasileira privilegiam os tópicos colocados como prioritários pela nossa atual política externa e em que medida colabora para facilitar a inserção brasileira no cenário internacional. Cada vez mais fica comprovada a utilidade de uma boa Diplomacia Cultural para a consecução dos objetivos internacionais (como bem mostra a experiência da França, da Grã-Bretanha e da Alemanha) e há certo debate teórico se o Brasil se utiliza ou não dessa poderosa ferramenta de diplomacia, bem como quanto à eficácia desse meio. Um bom meio para se verificar isso é analisar se a difusão cultural brasileira vem trabalhando os recursos destinados a esse fim com maior atenção naqueles pontos que também são os tópicos principais da Política Externa (a América Latina, a África e demais países em desenvolvimento).

Tenta-se verificar a hipótese de que as atividades promovidas pelas seis divisões do Departamento Cultural do Ministério das Relações Exteriores no tocante à difusão cultural brasileira no exterior apresentam coesão e coerência com os tópicos políticos, econômicos e financeiros da política externa brasileira, ou seja, as atividades do Departamento privilegiam

os mesmos países e regiões tidos como prioritários pelos outros tópicos da PEB. Para tanto, o trabalho se vale, no que se refere à metodologia de abordagem, do método hipotético-dedutivo, através do qual se submeterá as hipóteses construídas a testes tanto de teor qualitativo ó confrontando as hipóteses com a discussão crítica já existente sobre o tema ó quanto de teor quantitativo ó através do confronto das hipóteses com os dados levantados durante a pesquisa.

Para tanto, o trabalho encontra-se estruturado da seguinte maneira: o primeiro capítulo trata-se de um capítulo teórico-conceitual, que busca definir, com base nos autores selecionados, a função e a relevância da difusão cultural nas relações internacionais contemporâneas. Tendo em vista, entretanto, que essa discussão abarca conceitos bastante abstratos, como cultura e identidades nacionais, a primeira seção desse capítulo tem por objetivo fazer algumas delimitações conceituais, a fim de clarificar quais são as definições que norteiam o trabalho todas as vezes que esses conceitos aparecerem. A segunda seção do capítulo constitui a fundamentação teórica, onde se expõe a visão de autores expoentes na percepção da importância do valor do fator cultural como instrumento de política externa, principalmente J. M. Mitchell, Phillip H. Coombs, Simon Mark e o brasileiro Edgard Telles Ribeiro. Ainda faz-se uma ligação da argumentação desses autores com o conceito de *soft power* desenvolvido por Joseph Nye Jr. Em seguida, na seguinte seção, é realizada uma análise do papel do Estado na difusão cultural, pois é este o agente responsável pela difusão cultural como instrumento deliberado de política externa, cabendo aqui uma análise de como se dá a atuação desse agente nas relações culturais internacionais e porque necessariamente essa função precisa passar por suas agências. Por último, o capítulo se encerra com três estudos de caso de países que podem ser considerados casos clássicos de uso bem sucedido da diplomacia cultural: França, Grã-Bretanha e Alemanha. Com esses exemplos mais exitosos de práticas de diplomacia cultural em mente, parte-se então especificamente para a análise da experiência brasileira no que tange a atuação internacional no campo cultural, tema do segundo capítulo do trabalho.

É no segundo capítulo onde se ataca a questão central desse trabalho ó a análise do caso brasileiro no uso da difusão cultural como instrumento de política externa. Antes de qualquer coisa, para compreender melhor quais são os valores sobre os quais estão embasados os elementos culturais que nosso País busca difundir, é preciso apresentar um breve estudo sobre a formação da identidade nacional brasileira, pois afinal, são dos elementos constituintes dessa identidade que o Estado elegerá os elementos que procurará difundir em suas ações diplomáticas. Uma vez identificados os valores de sua identidade nacional que o

Brasil busca difundir ao exterior, é possível partir para o estudo do órgão responsável pela difusão da cultura e da imagem brasileira ó o Departamento Cultural do Ministério das Relações Exteriores. O que se segue é um detalhamento de cada uma das seis divisões do departamento, buscando identificar suas linhas de atuação em que medida suas atividades convergem com as prioridades e objetivos mais amplos da política externa nacional. A análise que se faz é da estrutura vigente do Departamento Cultural do MRE, reformada em 2003 na gestão de Celso Amorim. Dessa forma o recorte temporal do trabalho privilegia o período do governo de Luís Inácio Lula da Silva (2003-2010) ó escolha feita, sobretudo, por base nos dados disponíveis. A última seção do capítulo visa avaliar o modo como foi conduzida a política cultural externa brasileira justamente no governo Lula, com base nos relatórios de avaliação feitos pelo próprio MRE, a fim de procurar identificar traços de uma diplomacia cultural brasileira. Por fim, realizam-se as considerações finais onde se procura identificar possíveis respostas às questões levantadas.

1 FUNÇÃO E IMPORTÂNCIA DA DIFUSÃO CULTURAL NAS RELAÇÕES INTERNACIONAIS

De acordo com Demétrio Magnoli¹, a figura do diplomata enquanto agente político existe desde a Grécia Antiga ó derivando justamente do grego a etimologia da palavra (*diploma*, em grego, significa õobjeto duplo, tablete de papel dobrado em dois², em uma alusão à função burocrática do diplomata grego: registrar documentos em duas tábuas). É somente a partir da renascença italiana, entretanto, que a função do diplomata começa a se assemelhar ao modo pelo qual a conhecemos hoje ó um embaixador permanente em terras estrangeiras, o qual dispunha de privilégios de circulação e acesso a informações. No século XVII, com o arranjo moderno de Estados soberanos que resultou dos acordos da Paz de Westphalia, a figura do diplomata passa a ser uma peça chave na manutenção dos interesses das nações soberanas, papel que ainda hoje define esse agente dentro das Relações Internacionais (MAGNOLI, 2004).

Sendo o diplomata um representante dos interesses de seu Estado em missões ao exterior, o imaginário comum pressupõe que este seja um homem exponencialmente polido e culto, dominando, sobretudo, a cultura da nação que representa. Por essa ótica, seria óbvia, portanto, a relação entre diplomacia e cultura nacional, como sugere Antonio Houaiss no prefácio de *Diplomacia Cultural: Seu Papel na Política Externa Brasileira* (1989), de Edgard Telles Ribeiro. No entanto, embora seja um dos cernes da diplomacia, o fator cultural é por vezes ignorado ou considerado um tema pouco relevante no âmbito das relações internacionais, e seu papel como instrumento de política externa é muitas vezes colocado em cheque. Isso fica evidente ao constatar-se a escassa produção acadêmica dedicada ao tema, que, embora faça parte do cotidiano da diplomacia, pouco é teorizado. Ainda segundo Houaiss (*apud* RIBEIRO, 1989), essa dificuldade de teorização do fator cultural aplicado às relações internacionais pode ser explicada pelas abstrações inerentes a esse tema: a própria dificuldade da delimitação de uma cultura nacional, bem como a ambígua missão de descobrir aquilo que em sua cultura possa despertar o interesse de outro povo. É claro que a subjetividade que circunda tudo que seja ligado à cultura torna mais complexa e árdua a tarefa de relacionar o tema às teorias de relações internacionais, mas nem por isso se faz menos

¹Extraído do õManual do Candidato para Política Internacionalõ da FUNAG (2004).

² Segundo o Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa.

necessário um debate sobre a importância e a função de mecanismos de difusão de valores culturais enquanto instrumentos de política externa.

1.1 ALGUMAS DEFINIÇÕES CONCEITUAIS

Embora o presente trabalho não tenha por finalidade trazer à tona uma análise sobre o quase infinito debate acerca da(s) definição(s) de cultura, faz-se importante realizar uma delimitação conceitual a fim de deixar claro o âmbito pelo qual a palavra é tomada toda vez que surgir no texto, uma vez que o termo "cultura" pode apresentar conotações tanto antropológicas e sociológicas quanto biológicas e mesmo poéticas. Para tanto, a presente subseção dedica-se a explicar as visões de cultura que são pertinentes para a sequência da consecução dos objetivos acadêmicos do trabalho.

Dentro da análise antropológica, a delimitação de cultura mais básica e abrangente, que nos pode fornecer um primeiro embasamento conceitual, é a do célebre antropólogo inglês Edward Burnett Tylor, que, em seu livro *Primitive Culture* (1871), definiu cultura como "o todo complexo que inclui conhecimento, arte, lei, moral, costumes e quaisquer outras capacidades e hábitos adquiridos pelo homem como membro de uma sociedade"³. Se então a cultura é algo adquirido e não inato, podemos inferir que o cultural opõe-se ao natural, ou seja, tudo que se assume por cultura precisa ser aprendido, pois não nasce com o indivíduo (independe de sua hereditariedade biológica). Todo aprendizado pressupõe um contato social, dessa forma, serão as interações coletivas em um grupo social que perpetuarão uma cultura, e será cada indivíduo que servirá de mediador e propagador de sua própria cultura mediante sua capacidade de se comunicar (é essa sim uma característica inata humana, segundo o linguista norte-americano Noam Chomsky⁴). Desse modo, uma dança típica, um determinado modo de cozinhar um alimento, o idioma (é talvez este, o fator mais importante e de maior significado para este trabalho) (é, tudo que um indivíduo aprende em seu convívio social que têm por finalidade moldar seu comportamento a um parâmetro coletivo de um povo em um

³ Tradução livre de "that complex whole which includes knowledge, belief, art, law, morals, custom, and any other capabilities and habits acquired by man as a member of society"; grifo nosso.

⁴ Segundo Chomsky (apud ORLANDI, 2007), a capacidade para desenvolver a linguagem, isto é, comunicar-se, é característica inata do ser humano; a forma de decodificação dessa linguagem (é a aquisição do idioma materno) (é este sim seria um fator aprendido em seu meio de convívio social (uma vez que o cérebro humano decodifica já na mais tenra idade os estímulos auditivos do seu meio).

determinado território fará parte do escopo cultural segundo a visão de Tylor. A cultura é para Tylor, portanto, uma dimensão coletiva; aquilo que é restrito a indivíduos isolados não pode ser classificado como cultural.

A essa concepção de cultura mais básica de Tylor, é conveniente aos propósitos do trabalho acrescentar a visão de cultura mais específica de Marilena Chauí. O diferencial que nos é útil na concepção cultural dessa autora é a visão que ela tem da cultura como conjunto de valores e modos de visão. Para Chauí (*apud* BARACHO & REIS, 2001), a cultura constitui um campo de símbolos, de valores e de comportamento diferenciador no interior da sociedade, diferença produzida seja pela divisão social das classes, seja pela pluralidade de movimentos e grupos sociais. Desse modo, a cultura pode agir também como um sistema de comunicação, de propagação de valores, conceitos e ideais por meio de uma rede de trocas de bens simbólicos (CHAUÍ, 1989).

Em somatório, as definições culturais de Tylor e Chauí fornecem a delimitação conceitual que nos é útil para o estudo da difusão cultural e a de cultura enquanto um complexo de fatores aprendidos em dimensão coletiva que carregam consigo valores que representam modos de visão de uma sociedade. É somente esta a concepção de cultura que interessa aqui, pois, se a intenção é a de analisar o papel da difusão cultural nas relações internacionais, é preciso tomar as concepções compatíveis com os interesses daquele que é o ator preponderante do sistema internacional e o Estado; e se a difusão cultural levada a cabo pelo Estado é uma política (ou seja, uma ação coordenada e sistemática), com certeza ele o faz com a intenção de propagar os seus valores e concepções e de mundo, de estilo de vida, de modos de organização política, social e econômica (essa idéia será mais bem trabalhada nas próximas subseções, quando se tratará do referencial teórico e da relação entre Estado e difusão cultural).

Uma vez que se define uma concepção de cultura compatível à ação do ator que se vale da difusão cultural como instrumento diplomático, torna-se imprescindível verificar como o Estado, ele próprio, age para moldar um todo cultural que gere uma unidade capaz de englobar todos os habitantes de seu território, fazendo-os identificar-se ao compartilhar de uma mesma nacionalidade e a identidade cultural nacional; este é outro conceito importante para este estudo e que, portanto, também carece de uma definição. Um trabalho significativo, nesse sentido, é o da historiadora francesa Anne-Marie Thiesse, autora de *La création des identités nationales* (1999). A tese central dessa autora é de que o surgimento da identidade cultural nacional e esse laço que une um povo ao redor da crença de pertencer a uma Nação e não é algo que se dá natural e espontaneamente, mas trata-se sim de uma construção social. O

primeiro passo nessa construção é o estabelecimento de um patrimônio comum, através da eleição de elementos simbólicos e materiais que possam ser identificados em toda a unidade territorial: o idioma, o folclore, a história, os heróis, os ancestrais fundadores, certas paisagens naturais. Os responsáveis por fomentar esses fatores como traços de uma nacionalidade são, sobretudo, os intelectuais e pensadores: historiadores, escritores, poetas e artistas. Mas o agente responsável por tomar esses fatores e conscientemente usá-los para a construção de uma identidade nacional é o Estado. Para Thiesse, a identidade cultural nacional é uma invenção, a elaboração consciente de um arcabouço de símbolos e valores que gerem um sentimento de nacionalidade, o que se trata de uma tarefa longa e lenta e, justamente por isso, só o Estado poderia dispor de mecanismos para executá-la.

Maurice Agulhon, um dos historiadores fundadores da chamada escola da construção Nacional, em que Thiesse se apóia, afirma que a construção da identidade nacional pode ser mesmo entendida como um ato de violência legitimada do Estado executada por meio de seu aparato institucional: escolas, o serviço militar, o funcionalismo público, o sistema de cobrança de impostos (AGULHON *apud* THIESSE, 1999). Os processos de construções nacionais são um fenômeno internacional; embora possa parecer muitas vezes uma violência cultural, trata-se de um processo pelo qual a grande maioria dos países passou em algum momento, quase sempre guiado com a mão pesada do Estado; podemos citar como exemplos históricos a França durante a Revolução Francesa, o *melting pot* norte-americano⁵, e mesmo o Brasil durante o Estado Novo⁶ (OLIVEN, 2010).

Seguindo a mesma linha de Agulhon, Eric Hobsbawm (1997), em *A Invenção da Tradição*, argumenta que certas tradições são inventadas e institucionalizadas com o objetivo de incorporar certos valores ou padrões de comportamento de modo a dar continuidade a uma linha histórica conveniente. Essas tradições seriam práticas fixas, muitas vezes normatizadas, constantemente repetidas que colaborariam para o estabelecimento de uma coesão social ou da implantação de condições para ser socialmente aceito. No entanto, para Hobsbawm, torna-se difícil definir o processo pelo qual essas tradições são criadas, porque, de modo geral, esses processos não se dão pela ação de um único indivíduo e sim de um grupo, além de raramente serem documentados.

⁵ O *melting pot* é um termo comumente usado para se referir à tentativa de homogeneização de uma sociedade; é particularmente usado para se referir ao processo de assimilação dos imigrantes ocorrido nos Estados Unidos da América entre o final do século XVIII e início do século XIX (HOLLINGER, 2003).

⁶ Diversas medidas do Governo Vargas podem ser identificadas com esse objetivo: a cerimônia da queima das bandeiras estaduais, a proibição dos hinos estaduais, a proibição do uso de línguas estrangeiras em território nacional, enfim, o próprio discurso de unificação nacional são evidências disso (OLIVEN, 1982).

A visão de identidade nacional de José Luiz Fiorin (2009) vem corroborar as opiniões acima. Esse autor destaca que esse processo é construído dialogicamente, a partir de uma autodescrição da cultura; ãa identidade nacional é um discurso, e por isso, ela, como qualquer outro discurso é construído dialogicamente. Há duas formas de regime dessa construção; um baseado na mistura e outro baseado na triagem, que se regem pelos princípios da participação e da exclusão respectivamente (FONTANILLE & ZILBERBERG, 2001). O primeiro é um regime mais flexível, onde a intenção é fazer com que o igual e o desigual possam sentir-se incluídos sob os mesmos padrões culturais (para Fiorin, esse é o regime que rege a construção nacional brasileira; trata-se de uma construção frágil que pode ser facilmente desmistificada). O segundo regime estabelece um ideal cultural absoluto e realiza uma triagem entre o puro e o impuro, através de uma segregação institucionalizada (podem ser identificados como exemplos desse regime a Alemanha Nazista, o *Apartheid* sul-africano e o regime indiano de castas). Nesse âmbito do regime de triagem, pode-se inserir também a concepção marxista defendida por Carlos Bauer (2008), que chama a atenção para a disputa de classes, raças e etnias como uma circunstância fundamental para a construção do nacionalismo, que resulta, muitas vezes, na propagação de uma identidade cultural excludente, reducionista e preconceituosa.

Explicitadas as visões dos autores acima referidos, o presente estudo inclina-se a adotar a concepção de identidade cultural nacional sintetizada por Thiesse (1999), pelos autores em que ela própria se baseia e aqueles que *a posteriori* vieram a corroborá-la: a visão de uma identidade cultural nacional socialmente construída, em que se revelou fundamental o papel desempenhado pelo Estado no processo, com a finalidade de estabelecer um arcabouço de valores, símbolos, e toda uma gama de elementos materiais e imateriais que gerassem uma coesão acerca de um sentimento nacional. É a partir desse arcabouço cultural nacional que o Estado deverá selecionar elementos que considera convenientes difundir ao exterior como instrumento diplomático.

É importante salientar, neste ponto, que tendo o presente trabalho o intuito de analisar a difusão cultural enquanto instrumento de política externa, uma última delimitação conceitual se faz necessária, sendo essa a diferenciação entre relações culturais internacionais e diplomacia cultural. Nas palavras de Edgard Telles Ribeiro:

õConsidera-se que as relações culturais internacionais têm por objetivo desenvolver, ao longo do tempo, maior compreensão e aproximação entre os povos e instituições em *proveito mútuo*. A diplomacia cultural, por sua vez, seria a utilização específica

da relação cultural para a *consecução de objetivos nacionais* de natureza não somente cultural, mas também política, comercial ou econômica.⁷

Essa diferenciação feita por Ribeiro deriva da conclusão a que chegou o Comitê de Relações Exteriores do Parlamento Britânico, formalmente enunciada em 1987 (RIBEIRO, 1989, pg. 33). De acordo com essa conceituação, é de valia para este estudo a apropriação do termo «diplomacia cultural» pois se defende aqui a utilização da difusão cultural não como um fim em si mesmo, mas sim com pretensões de alinhamento aos demais tópicos da política externa.

Diante de certo caráter abstrato que permeia todo trabalho que tenha a cultura com tema central, com o exposto nessa seção, procurou-se limitar determinados conceitos, os quais estão inseridos dentro de um debate muito mais amplo. Tendo em vista, no entanto, a proporção e o caráter do que se pretende apresentar aqui e a inserção do estudo na área das relações internacionais, e não da antropologia, procurou-se apenas esclarecer as definições conceituais pertinentes ao claro entendimento da argumentação que se segue nas próximas páginas. Uma vez feito isso, é necessário agora partir para o levantamento do referencial teórico que dá embasamento ao trabalho.

1.2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O fator cultural por vezes desempenha um papel coadjuvante nos estudos das relações internacionais, contando com uma bibliografia especializada ainda muito escassa. Diante, sobretudo, do viés realista das relações internacionais, o tema parece pouco preponderante se comparado ao caráter mais emergencial das crises militares e econômicas que consecutivamente assolam o sistema internacional. Ao mesmo tempo, é bastante difícil estabelecer um vínculo imediato e direto entre cultura e política externa. Ainda assim, alguns pioneiros estudiosos, acreditando no potencial do fator cultural como mecanismo diplomático valioso, procuraram desenvolver obras que pudessem advogar a favor do peso da cultura nas relações internacionais. É na apresentação desses trabalhos que se concentra esta seção, que pretende com isso evidenciar o vínculo existente entre relações culturais e relações

⁷ RIBEIRO, Edgard Telles. *Diplomacia Cultural: Seu Papel na Política Externa Brasileira*. Brasília: FUNAG, 1989, pg. 33 (grifos do autor).

internacionais, além de avaliar as linhas de interligação da diplomacia cultural com a política externa.

O peso que poderia exercer o fator cultural na política externa já tem sido constatado desde a década de 1960 ó já em 1966, o então Ministro dos Negócios Estrangeiros da República Federal da Alemanha, Willy Brandt, cunhou o termo *terceiro pilar da política externa* para se referir ao papel desempenhado pelas relações culturais entre os povos no cunho diplomático. Em 1964, Philip H. Coombs lançou um livro intitulado *The Fourth Dimension of Foreign Policy: Educational and Cultural Affairs*, onde lamentava o descaso com que os temas educacionais e culturais eram colocados de lado na agenda internacional devido à pressão permanente suscitadas pelas crises militares e econômicas (RIBEIRO, 1989, pg. 51-52). Para P. H. Coombs:

O propósito fundamental de um programa de relações culturais em qualquer país é corrigir a imagem que aquela nação formou de si própria no exterior por aqueles que a conhecem somente através de seus soldados, seus diplomatas ou seus homens de negócios, através de suas empreitadas políticas, militares e comerciais nos mercados e territórios estrangeiros (COOMBS *apud* RIBEIRO, 1989, pg.52)⁸

A visão de Coombs de que a correção da auto-imagem constituía a grande motivação para difusão cultural fazia todo o sentido no período do imediato pós-guerra (justamente por isso, foram os países europeus ó que serviram de palco das duas guerras mundiais ó os primeiros a perceberem que a cultura poderia ser uma forma de comunicação preciosa entre sociedades distintas). A partir da década de 1980, entretanto, essa visão começa ampliar-se e a área da diplomacia cultural começa a contar com uma bibliografia especializada de maior valor acadêmico, impulsionada, sobretudo, por estudos como *International Cultural Relations* (1986) de J. M. Mitchell, que foi o primeiro a distinguir os termos òdiplomacia culturalö de òrelações culturais internacionaisö. Para Mitchell, a diplomacia cultural acontece em dois níveis. Primeiramente, através da celebração de acordos culturais entre governos, que abre brecha para uma comunicação cultural fluir. Em um segundo nível, ela se dá mediante o trabalho dos diplomatas, os quais promovem a execução do acordo previamente firmado sempre tendo em mente suas prioridades econômicas e políticas, mesmo que muitas vezes isso seja imperceptível (a difusão cultural de caráter diplomático deve ser sempre analisada de acordo com a possibilidade de contribuições para as políticas externas dos países a que

⁸ Tradução livre de òThe fundamental purpose of a program of cultural relations in any country is to correct the image of that nation formed abroad by those who know it only through its soldiers, its diplomats or its men of business, through its political, military and commercial enterprise in foreign markets and foreign placesö.

representam). Por outro lado, Mitchell acredita que as relações culturais internacionais se estendem para além das ações dos governos e de suas agências, podendo ser executadas por atores da sociedade civil. As relações culturais internacionais não visam a consecução de objetivos de um dos lados, apenas promovem conhecimento e entendimento para benefício mútuo, não se valendo, nesse processo, da projeção de uma imagem idealizada, onde se procura esconder as falhas e ressaltar só aquilo que é bom como na diplomacia cultural, mas optando sim pela projeção de uma imagem honesta de seu país⁹ (MITCHELL *apud* MARK, 2009).

Embora, desde a década de 1980 a bibliografia especializada tenha crescido consideravelmente, sobretudo, após os estudos realizados pela UNESCO, o estudo de Mitchell ainda permanece como um dos trabalhos mais significativos da área pela sua especificidade na área de interesse, atuando como uma bússola orientadora para os trabalhos que se seguiram. A idéia base da teoria de Mitchell é que, em um cenário global onde a interdependência do universo cultural é cada vez mais crescente, qualquer esforço mais significativo no tocante à difusão cultural pode resultar em ganhos proporcionais nas demais áreas da política externa. Para Mitchell, os países desenvolvidos foram os primeiros a tomar plena consciência da importância de uma difusão cultural sistematizada e por isso hoje se encontram em posição privilegiada nesse aspecto, devido principalmente à posição material privilegiada de que gozaram nos trinta anos que se seguiram ao pós II Guerra (os trinta anos gloriosos, segundo Hobsbwan); os países em desenvolvimento, por sua vez, largam nessa disputa em posição desvantajosa devido à escassez crônica de recursos destinada a essa finalidade (MITCHELL *apud* RIBEIRO, 1989, pg. 59).

Complementando o trabalho desenvolvido por Mitchell, outro estudo significativo é o de professor e político norte-americano Joseph Nye. No início dos anos 1990, Nye destacou-se entre os teóricos das relações internacionais ao desenvolver o conceito de *soft power*, que primeiramente apareceu em seu livro *Bound to Lead* (1990), e foi posteriormente desenvolvido e ampliado no livro *Soft Power: The Means to Success in World Politics* (2004). De acordo com o Nye, o *soft power* seria uma terceira via utilizada pelos países (ao lado da via militar e da econômica) para a consecução de seus objetivos de política externa. O *soft power* seria um meio de uma nação conseguir aquilo que almeja na arena internacional não pela coerção, mas sim pela atração, valendo-se do cultivo de boas relações com os aliados,

⁹ Logo, por esse viés defendido pro Mitchell, a diplomacia cultural não seria incompatível à teoria realista das relações internacionais, uma vez que seria um comportamento egoísta e racional dos Estados soberanos na busca por poder no sistema internacional.

mantidos da assistência econômica, das relações comerciais e, sobretudo, do intercâmbio cultural (NYE, 2004). Dessa forma, Nye diferencia-se de outros teóricos das relações internacionais por destacar o papel crucial que a cultura e que os valores políticos podem desempenhar na atuação internacional de um país, chamando a atenção para o papel agregador que a difusão da cultura de um país no exterior pode trazer para sua política externa. Embora talvez seu trabalho não possa ser utilizado como teoria descritiva de relações internacionais, a terminologia criada por Nye entrou definitivamente para o vocabulário das relações internacionais como meio de descrever a sutil influência que os assuntos culturais podem desempenhar na consecução dos tópicos da política externa.

A propagação a nível global dos valores e ideais norte-americanos durante quase todo o século XX constitui, segundo Nye, o mais bem sucedido exemplo histórico do uso do *soft power*, e é inteiramente sobre este caso que ele apóia sua teoria. Através da difusão de uma gama variada de artigos culturais ó o cinema Hollywoodiano, a música pop, o *rock&roll*, séries televisivas, personagens como os da Disneylândia, peças de vestuário (o *jeans*, a camiseta), marcas e produtos (Coca-Cola, McDonalds) ó os EUA foram capazes de alastrar sua influência global, fazendo com que seus valores e estilo de vida fossem conhecidos, aceitos e incorporados por praticamente todo o hemisfério ocidental, assentando assim em base sólida sua posição de superpotência no contexto da Guerra Fria (NYE, 2004; FRASER, 2005). A meu ver, entretanto, o caso de universalização dos valores norte-americanos mediante o uso do *soft power* não pode ser considerado um caso clássico de diplomacia cultural, visto que a maior parte da difusão que se verifica não resulta de uma ação coordenada do governo, mas sim da atuação de atores da sociedade civil, sobretudo as grandes corporações privadas¹⁰, cujos interesses podem não estar alinhados a tópicos mais específicos da política externa. Sendo assim, isso não constituiria um exemplo de diplomacia cultural, mas sim de relações culturais internacionais, de acordo com os parâmetros estabelecidos por Mitchell.

Analisando, por sua vez, autores mais contemporâneos, cabe aqui destacar o trabalho do neozelandês Simon Mark (2009). Mark tem empreendido um vigoroso empenho acadêmico na conceituação da diplomacia cultural e em sua valorização como ferramenta diplomática. Ele acredita que a baixa credibilidade atribuída à diplomacia cultural provém da dificuldade em mensurar os ganhos futuros de uma política de difusão cultural, isso porque o

¹⁰ Frank Ninkovich (*apud* MARK, 2009) aponta que os programas culturais levados a cabo pelo governo norte-americano constituem uma peça de menor importância na política externa e ainda ocupam uma posição humilde na hierarquia diplomática daquele Estado.

resultado desse tipo de política não costuma aparecer a curto ou médio prazo. Muitos diplomatas apoiam a diplomacia cultural a princípio, mas na prática tendem a colocá-la na parte inferior de suas prioridades de trabalho; em um mundo onde os serviços diplomáticos têm de lidar com uma ampla gama de questões em um curto período de tempo e com um orçamento cada vez mais apertado, o tempo e os recursos humanos e financeiros de que a diplomacia cultural precisa quase nunca estão disponíveis. Ainda assim o autor aponta os esforços de países como a França, a Alemanha e Grã-Bretanha como significativos no âmbito da diplomacia cultural (MARK, 2009).

No que se refere à produção acadêmica nacional acerca da diplomacia cultural, esta é realmente bastante escassa. Destaca-se, contudo, o trabalho pioneiro de Edgard Telles Ribeiro, que, de 1978 a 1982, trabalhou no departamento de Difusão Cultural do Ministério das Relações Exteriores e, em 1989, publicou pela Fundação Alexandre de Gusmão sua Tese do Curso de Altos Estudos do Instituto Rio Branco, que é talvez ainda hoje a pedra angular da diplomacia cultural brasileira. Quanto ao que possa servir de embasamento teórico a este trabalho que ainda não foi apresentado na visão dos autores anteriores, a obra de Ribeiro pode acrescentar ao referencial teórico os traços de interligação entre política externa e diplomacia cultural, tanto em suas linhas mais amplas como nas mais restritas e imediatas.

Em um sentido mais amplo dos objetivos de política externa, a diplomacia cultural pode trabalhar na promoção paz, sendo essa õuma das finalidades mais insistentemente proclamadas da política externa de virtualmente todos os paísesö. Sendo assim, o intercâmbio cultural seria um instrumento perfeito para proporcionar um campo de entendimento propício à manutenção da paz. A difusão cultural pode reforçar os laços pacíficos entre os países através da criação de um patrimônio cultural comum, gerando traços de identificação por meio da universalidade da arte (RIBEIRO, 1989, pg. 34).

Na consecução de objetivos imediatos de política externa, pode-se dizer que a diplomacia cultural pode agir sobre três tópicos: as relações bilaterais, o comércio e a cooperação técnica. Em uma relação bilateral, o fator cultural pode sensibilizar e convencer muito mais que argumentos políticos ou econômicos, e enquanto o poderio militar pode amedrontar, a identificação cultural seduz. Além disso, o aliado com quem se desenvolveu uma empatia cultural estará sempre disposto a apoiá-lo nos fóruns internacionais quando você estiver certo, e quando você estiver errado, ele não argumentará a favor de um castigo muito pesado. No âmbito comercial, a vantagem de se utilizar da difusão cultural é a possibilidade de vender não só produtos, mas sim produtos aliados de valores e ideias ó a afinidade cultural gera no consumidor uma sensação de familiaridade. No que tange à cooperação técnica,

Ribeiro afirma que a oferta de cooperação técnica de um país tem melhores possibilidades de aceitação e penetração se estiver amparada por uma projeção dos valores culturais desse país. Essas benesses do fator cultural, entretanto, são invisíveis, abstratas e difíceis de dimensionar; por isso o trabalho de difusão cultural precisa ser realizado com paciência e despretensão de resultados em curto prazo (Ibidem, pg. 35-42). O diferencial do fator cultural como instrumento diplomático pode ser sintetizado nas seguintes palavras de Ribeiro:

Se nos fosse permitido um exercício simplificador de desmembramento, poderíamos dizer que a diplomacia política persegue objetivos políticos, a diplomacia comercial os objetivos comerciais, a diplomacia econômica os objetivos econômicos, e assim por diante. A diplomacia cultural, no entanto, vai muito além: ao lograr objetivos culturais é uma tarefa em si mesma fundamental e *facilita, por via indireta, a consecução de objetivos políticos, comerciais, econômicos e quaisquer outros a que a política externa de um país se proponha*. [...] a omissão nessa área não significa somente deixar de atuar no plano cultural. Significa abrir mão do fortalecimento de todos os demais objetivos da política externa. (Ibidem, pg. 43) (grifo do autor).

Com base na visão dos autores compilados acima, podemos realizar a seguinte inferência que nos serve de embasamento teórico: a diplomacia cultural é um mecanismo de *soft power*, no sentido atribuído por Nye, mas nem todo *soft power* constituirá diplomacia cultural, pois esta última, na concepção de Mitchell, deve ser executada apenas na esfera do Estado e de suas agências, pois tem por finalidade facilitar a consecução dos demais objetivos de política externa, como afirma Ribeiro. Desse modo, convém a este trabalho ater-se no papel desempenhado pelo Estado na difusão cultural, sendo de interesse apenas secundário o papel desempenhado pela sociedade civil.

1.3 ESTADO E DIFUSÃO CULTURAL

Como visto anteriormente, o agente responsável pela difusão cultural como instrumento deliberado de política externa é, segundo a concepção de J. M. Mitchell, exclusivamente o Estado. Somente as agências estatais podem elaborar uma política cultural internacional que se alinhe aos demais objetivos de sua política externa. Assim sendo, cabe agora analisar como se dá a atuação desse agente nas relações culturais internacionais e em que condições ele passa a assumir essa função.

Diferentemente do que se pode pensar em uma primeira análise, a vida cultural internacional não é um fenômeno recente e tampouco é fruto da era eletrônica. Sua existência é mesmo mais antiga que a concepção moderna de Estado-nação soberano; muitas das grandes culturas da antiguidade se formaram por empréstimos, trocas ou assimilação de outras culturas. A influência de grandes pensadores, artistas, filósofos, escritores sempre foi capaz de chegar a outros povos e territórios, não obedecendo a fronteiras (RIBEIRO, 1989, pg. 22). Cabe aqui trazer um pouco dos estudos realizados pelo antropólogo Lévi-Strauss, na década de 1950, acerca das relações de comunicação entre culturas. Para Lévi-Strauss, comunicação pressupõe semelhança e diferença, em uma relação em que os dois extremos são rechaçados. Em uma relação entre dois exatos semelhantes não há porque acontecer comunicação, pois não há nada para trocar. O mesmo acontece em caso de diferença em excesso; a comunicação nesse caso também é inviável. As diferentes culturas humanas estariam, portanto, dentro de um *optimum* que favorece a comunicação, pois entre todas elas há algo de diferente e comum em diferentes graus. Assim sendo, na concepção de Lévi-Strauss nenhuma sociedade humana teria se desenvolvido isolada de contato com outras, exceto em condições de extremo isolamento geográfico, algo que muito raramente aconteceu. O contato entre as culturas é algo natural e espontâneo (LÉVI-STRAUSS *apud* RODRIGUES, 2009).

A novidade do panorama de hoje é o vertiginoso aumento da velocidade das interações socioculturais causado pela evolução dos meios de transporte e comunicação. A evolução tecnológica age como um catalisador das interações entre as culturas humanas, acelerando um contato que sempre existiu. Este fator, no entanto, pode ter um efeito ambíguo. Ainda de acordo com Lévi-Strauss, se a distância pode gerar diferenças pela falta de contato, o mesmo efeito pode produzir um excesso de proximidade, pois com outra cultura tão próxima surge a necessidade de se afirmar, de se diferenciar das demais. Pode-se mesmo verificar efeitos nocivos advindo da invasão desmedida de uma cultura sobre outra; cinema e publicidade podem alterar hábitos e costumes a ponto de por em risco uma identidade nacional frágil. Ciente dessas novas condições de interação, a comunidade internacional elaborou no âmbito da UNESCO, em 2005, um documento com o intuito de preservar e promover a diversidade das expressões culturais¹¹.

O diferente panorama global das interações sociais nas relações internacionais contemporâneas (aumento do número de Estados, crescimento demográfico, acirramento da competição internacional, revolução tecnológica) faz com que a cultura desempenhe um papel

¹¹ Esse documento foi ratificado pelo Brasil em 2006; Dos 150 países que participaram da sua elaboração, apenas EUA e Israel votaram contra a aprovação do documento (RIBEIRO, 2011).

mais importante na política internacional. Isso exige dos Estados uma atuação mais ativa no que se refere aos intercâmbios culturais:

õ[...] o Estado passa a deter uma função primordial nesses processos de aproximação internacional: a de assegurar e facilitar esse fluxo de trocas espontâneas que os homens naturalmente estabelecem entre si. E, ao fazê-lo, cada vez mais os Estados vêm procurando tirar partido desses canais naturais de comunicação, para manter uma dimensão cultural às relações diplomáticas que mantém entre siõ (RIBEIRO, 1989, pg. 24).

Pelo excerto acima, podemos inferir que o caráter competitivo do sistema internacional faz com que grande parte dos Estados acabe se prevalecendo de sua condição de mediador dos canais dos fluxos culturais para tirar proveitos em seu benefício (ainda que os países desenvolvidos tenham percebido essa importância mais cedo, a grande maioria dos Estados o faz ainda que em grau baixo)¹². É claro que mesmo naqueles Estados que não tomam medidas com o fim de facilitar a difusão de sua cultura, essa difusão acabará ocorrendo espontaneamente por meio de seus cidadãos, mas a ausência da coordenação estatal impossibilitará o uso dos frutos dessas interações como instrumentos diplomáticos. Já os Estados que procuram tirar partido da emergência do fator cultural se apropriam desses caminhos espontaneamente abertos pelo homem, õmultiplicam suas interligações culturais e, por meio delas, circulam idéias, impõem produtos e negociam alianças. Nesse processo, os Estado procuram, em última análise, projetar os seus valoresõ (Ibidem, pg. 24).

Uma vez que o Estado compreenda e assuma esse papel que as relações internacionais contemporâneas lhe induzem a tomar, caberá a ele eleger métodos eficazes para a difusão cultural, bem como traçar uma estratégia de ação guiada por uma logística que considere os recursos disponíveis e as áreas de interesse prioritário. O comportamento estatal descrito nessa seção trata-se de um comportamento ideal, no entanto, como já mencionado anteriormente, os Estados não se encontram em condição de igualdade no momento da aplicação de suas políticas culturais, de modo que alguns países, devido circunstâncias históricas, encontram-se em posição privilegiada, pois começaram a utilizar antes dos demais a diplomacia cultural. Vejamos na próxima seção alguns exemplos.

¹² Não se pode generalizar essa ação como global, porque ainda existem Estados cujos regimes optam por fazer justamente o contrário, restringir ou inviabilizar os fluxos culturais espontâneos, ainda que seja uma missão muito difícil de lograr êxito completo.

1.4 CASOS INTERNACIONAIS DE USO DA DIPLOMACIA CULTURAL

Desde o início do século XX, algumas nações, notadamente as europeias, passaram a valer-se das vias de diálogo cultural como um instrumento diplomático deliberado. Países como França, Alemanha, Inglaterra, Itália e Espanha foram os primeiros a aplicar uma diplomacia cultural em suas relações internacionais (SOARES, 2008). O pioneirismo por parte dessas nações europeias, como já afirmado anteriormente, pode ser explicado por sua antecipada organização político-social e acumulação de capital em relação às demais regiões do globo. Além disso, o fato do continente ter sido palco de duas grandes de grandes proporções no início do século passado também contribuiu para que esses países buscassem entender-se pelas vias diplomáticas usando a cultura como um fator de comunicação e entendimento (COOMBS, 1964). Analisaremos então como se dá a difusão cultural com fins diplomáticos nestes países.

1.4.1 FRANÇA

A França pode ser considerada a grande pioneira no exercício da diplomacia cultural. A tradição de difundir sua cultura a outras nações é uma tradição que já vem desde os reinados de Luís XIII e Luís XIV (através de subsídios às entidades religiosas para a promoção cultural), como ressalta Diego Barbosa da Silva (2008), mas tomou realmente caráter institucional a partir de 1909, com a criação da Oficina de Escolas e Obras francesas no estrangeiro¹³ sob a égide do Ministério de Assuntos Estrangeiros da França. A finalidade da criação desse órgão era coordenar a ação cultural francesa no exterior; na atualidade, essa função é responsabilidade da poderosa Direção Geral de Cooperação Internacional e Desenvolvimento (DGCID), que coordena a atividade de todos os ministérios envolvidos e interessados nas atividades de difusão cultural (particularmente os Ministérios da Cultura, da Educação e da Comunicação), bem como de outros agentes públicos e privados (SOARES, 2008). Segundo a página da embaixada francesa no Brasil¹⁴, o DGCID apoia suas operações

¹³ *Bureau des écoles et des oeuvres françaises à l'étranger.*

¹⁴ <http://brasil.ambafrance-br.org/Politica-externa> > Acesso em 08/11/2012.

em quatro grades eixos, sendo esses: contribuir para o desenvolvimento através da cooperação, estimular o intercâmbio cultural e o emprego do francês, promover a cooperação científica e universitária, e garantir a presença do francês no cenário audiovisual mundial. Na consecução desses objetivos, a estratégia de difusão cultural do DGCID se apoia em uma ampla rede de operadores (de caráter tanto público quanto privado): a Associação Francesa de Ação Artística, a Aliança Francesa, a Rádio França Internacional, o Campus France, além de 144 estabelecimentos culturais em 90 países diferentes (Ambassade de France au Brésil, 2012).

No caso francês, é interessante notar a importância que a difusão do idioma adquire como ferramenta de diplomacia cultural, o que é verificado pelo grande número de instituições voltadas ao ensino do francês que estão sob o arcabouço de coordenação da Agência para o Ensino do Francês no Exterior. Ainda segundo a página da embaixada francesa, a política de promoção do francês atinge 110 milhões de estudantes em mais de 130 países e conta com um corpo docente de 850.000 professores. É importante também destacar aqui o papel da Aliança Francesa, que constitui uma vasta rede de centros educacionais sem fins lucrativos (mais de 1130 comitês em 135 países nos cinco continentes¹⁵), que se dedicam ao ensino do francês como língua estrangeira, expedições de diplomas em proficiência e promoção de eventos culturais diversos, compondo assim uma eficaz ferramenta de difusão do idioma e da cultura francesa pelo mundo. Embora cada Aliança Francesa goze de autonomia estatutária e financeira, servindo como filial à matriz parisiense criada em 1883, a rede constitui um dispositivo apoiado pelo Ministério de Assuntos Estrangeiros da França, contando com subsídios governamentais¹⁶.

A difusão de sua cultura mediante instrumentos audiovisuais é também uma das prioridades estabelecidas pela estratégia de diplomacia cultural estabelecida pelo DGCID. Nessa área, a França conta com diversos instrumentos poderosos de difusão. A Rádio França Internacional (RFI), que presta serviços diretos ao Ministério de Assuntos Estrangeiros (de onde provém mais da metade de seu orçamento), conta com uma programação em dezoito idiomas, três sinais a nível internacional, filiais próprias em vários países e um canal na internet¹⁷. A RFI reporta boletins de notícias, comentários políticos, discursos presidenciais e atualidades francesas, sobretudo de caráter cultural (RIBEIRO, 1989, pg. 72). A UNIFRANCE, por sua vez, é uma associação, fundada em 1949 sob a tutela do *Centre*

¹⁵ Segundo informações fornecidas no site da Aliança Francesa em Porto Alegre: http://www.afpoa.com.br/wp/?page_id=159 > Acesso em 08/11/2012.

¹⁶ Idem.

¹⁷ Informações disponíveis no site oficial da RFI: <http://www.rfi.fr/> > Acesso em 11/12/2012.

National de la Cinématographie, que visa promover o cinema francês no exterior em parceria conjunta com o Ministério da Cultura, da Comunicação e dos Assuntos Estrangeiros; o seu papel é destacar produções francesas no mercado internacional e promover festivais de cinema francês ó o que ocorre anualmente em 10 países ó entre eles o Brasil. Também se destacam na área de de difusão audiovisual os canais de televisão TV5Monde e France24, que são canais franceses de informação internacional contínua, que visam não somente viabilizar a comercialização de material audiovisual francês pelo mundo, como também difundir o olhar francês sob a atualidade mundial (Ministère des Affaires étrangères et européennes, 2010).

Os subsídios governamentais franceses concedidos não somente às instituições educacionais, mas também a entidades como a Rádio França Internacional, a UNIFRANCE films, os canais de televisão TV5Monde e France24, chamam a atenção para uma política francesa de coordenação estatal de todas as atividades que tangem a difusão da cultura francesa no exterior, ainda aquelas que não tenham surgido no seio do Estado. Essa prática tornou-se imperativa a partir da década de 1980, quando o Ministério de Assuntos Estrangeiros solicitou a Jacques Rigaud, em 1979, um relatório que estabelecesse diretrizes para a atuação cultural externa da França. No relatório, Rigaud afirma que é uma responsabilidade alienável do Estado auxiliar e supervisionar o processo dos programas culturais no exterior (RIBEIRO, 1989, pg. 70). Desse modo, hoje a difusão cultural francesa conta com um amplo e complexo arcabouço instrumentário, que em sua totalidade, em maior ou menor grau, mentem-se sempre sob a coordenação do Ministério dos Assuntos Estrangeiros.

1.4.2 REINO UNIDO

Inspirados pela iniciativa francesa no início do século XX, outros Estados europeus também passaram a criar os seus mecanismos de difusão cultural com finalidades diplomáticas. O Reino Unido, em 1934, criou o *British Council*, que viria a se tornar uma peça chave na difusão da cultura e valores ingleses no mundo. O estímulo principal para sua criação foi a percepção de que a política externa britânica poderia beneficiar-se de suas relações culturais. As atividades do *British Council* vão desde a difusão da língua e da promoção de eventos e exposições culturais ao fomento do intercâmbio acadêmico e

profissional em diversos campos. O instituto é regido por um conselho com representantes do governo, de universidades, sindicatos, artistas e cientistas, contando com certa autonomia política de atuação. Ainda assim, são as verbas governamentais que são as grandes propulsoras das atividades do *British Council* no exterior (RIBEIRO, 1989, pg. 77). As atividades do BC são vistas como fundamentais para as boas relações exteriores do Reino Unido e o próprio site oficial do Instituto conta com uma página intitulada *Contribution to UK soft power*¹⁸, explicitando assim a intenção de perseguir a consecução de objetivos econômicos, financeiros e políticos por meio da familiaridade gerada pela difusão cultural. De acordo com a página:

Nosso trabalho em Inglês, nas artes, na educação e na sociedade aumenta a atratividade internacional do Reino Unido. Ele também reforça a reputação do Reino Unido em todo o mundo como um país aberto, vibrante, com uma próspera cena cultural e um setor de educação de classe mundial. [...] O *British Council* faz uma contribuição importante para o *soft power* do Reino Unido, criando oportunidades internacionais e construir confiança entre as pessoas ao redor do mundo.¹⁹

Segundo o próprio site, Philip Seib, Diretor do Centro de Diplomacia Pública da Universidade do Sul da Califórnia, chamado, provavelmente, o Conselho Britânico "a melhor agência de diplomacia cultural do mundo". Maria Susana Soares (2008) salienta que nos últimos anos o *British Council* vem orientando suas atividades principalmente para o Oriente Médio, onde as relações culturais podem significar uma importante contribuição para a prosperidade e segurança do Reino Unido, explicitando assim a ligação entre as atividades do instituto com tópicos de política externa em segurança internacional.

Outro organismo sobre o qual o Reino Unido apoia sua diplomacia cultural é a *British Broadcasting Corporation* (BBC) e com papel, entretanto, de peso bem inferior quando comparado ao do *British Council*. Fundada em 1922, a BBC é uma emissora pública de rádio e televisão que contribuiu sensivelmente para a projeção da vida e da cultura britânica no exterior mediante suas transmissões de alcance global (RIBEIRO, 1989, pg. 77). Até março do presente ano de 2012, o *Central Office of Information* (COI), criado em 1946, uma agência

¹⁸ Disponível em: <http://www.britishcouncil.org/about/contribution-uk-soft-power>

¹⁹ Tradução livre de: "Our work in English, the arts, education and society increases the UK's international attractiveness. It also strengthens the UK's reputation across the world as an open, vibrant country, with a thriving cultural scene and a world-class education sector. [...] The British Council makes a major contribution to the UK's soft power by creating international opportunities and building trust between people around the world."

governamental de marketing e comunicação também constituía uma importante peça na diplomacia cultural britânica; com a crise internacional, entretanto, o COI viu seus fundos se extinguirem até o seu encerramento em 31 de março de 2012; suas antigas atribuições são agora encargo da *Government Communications Network* (GCN) (TEE, 2011).

Se a França foi o país pioneiro na implantação de mecanismos coordenados de diplomacia cultural, o Reino Unido, por sua vez, pode ser considerado aquele que mais claramente declarou os objetivos reais que almejava alcançar com seus esforços em difusão cultural. Isso fica expresso não somente nas linhas já citadas do *British Council*, mas também nas declarações de alguns homens do governo. Anthony Parsons, representante da Grã-Bretanha na ONU de 1979 a 1982, chegou a afirmar que se sua cultura, arte, literatura ganham a simpatia de outra nação, esta estará mais disposta a comprar seus bens do que os de uma nação que se conhece pouco; já nos foros internacionais, uma nação familiarizada com sua cultura será mais enfática em lhe dar apoio e, por outro lado, não argumentará a favor de uma punição muito grave quando você tiver cometido um erro (RIBEIRO, 1989, pg. 76).

1.4.3 ALEMANHA

A Alemanha foi outro país que esteve entre os primeiros a organizar sua diplomacia cultural. Na verdade, grande parte da estrutura cultural externa que vigora até hoje nesse país foi organizada pela antiga República Federal da Alemanha, sobretudo no imediato pós II Guerra. O principal condicionante da atuação cultural externa da RFA era a tentativa de apagar o seu passado nazista e melhorar os laços de relacionamento com seus vizinhos; pode-se dizer que a política cultural internacional alemã estava mais embasada no princípio da mutualidade do que propriamente na projeção de interesses nacionais, focando, sobretudo, no estímulo a projetos de cooperação e projetos em parceria. Era fundamental também fazer transparecer em sua política cultural princípios humanitários, valorização do pluralismo internacional e um resgate da cultura tradicional alemã, que se sobressaísse ao recente passado nazista (DEIBEL & ROBERTS *apud* RIBEIRO, 1989, pg. 73).

A estrutura organizacional da difusão cultural alemã também é executada por diversos órgãos administrativos e autarquias sob o guarda-chuva coordenador do Ministério dos

Negócios Estrangeiros; no entanto, segundo as palavras Telles Ribeiro²⁰, ãessa coordenação não é excessiva, situando-se a meio caminho entre a atitude mais centralizadora da França e o *arm's lenght policy* adotado pelo governo da Grã-Bretanha com relação ao *British Council*. Dessa forma, autarquias como o DAAD (Serviço Alemão de Intercâmbio Acadêmico) e Instituto Goethe funcionam como peças chaves na política cultural externa alemã, contando com certa autonomia administrativa, ainda que estejam sob a esfera de coordenação governamental.

O DAAD, fundado em 1925 e reaberto em 1950, é uma instituição privada, mas financiada com recursos do governo federal; trata-se do braço acadêmico da difusão cultural alemã. A organização tem por objetivo promover o intercâmbio acadêmico, em variados níveis de ensino, através da concessão de bolsas tanto para estrangeiros estudarem na Alemanha como para alemães estudarem no exterior, além da promoção de eventos e palestras explicativas sobre como estudar naquele país e aplicações de exames de proficiência em alemão. O DAAD conta com cerca de 450 escritórios e 50 centros de informação espalhados por países dos cinco continentes, sendo a maior instituição desse caráter a nível mundial. Entre os objetivos declarados do DAAD estão o fortalecimento da língua, da literatura e da cultura alemã no exterior, a internacionalização das instituições de ensino superior alemãs, e o assessoramento aos responsáveis por políticas culturais, educacionais e de desenvolvimento²¹. Ao lado do DAAD, ainda pode-se citar a Fundação Alexander von Humboldt²² (autarquia responsável pela internacionalização de pesquisas científicas) como outro importante agente de política externa na esfera acadêmica²³.

O Instituto Goethe, por seu turno, é uma instituição sem fins lucrativos ó mais ou menos nos moldes da Aliança Francesa ó fundada em 1951, que visa promoção da língua e cultura alemã no exterior. Inicialmente a tarefa do Instituto era apenas promover o ensino do idioma alemão; no governo de Willy Brandt (1969-1974), entretanto, a importância do Instituto cresceu, passando a ter um viés político-social e tornando-se uma peça importante da política externa da RFA, agindo oficialmente como o principal agente da difusão cultural alemã no mundo. O Instituto Goethe administra seu próprio orçamento, sendo o Ministério dos Negócios Exteriores da Alemanha responsável por dois terços dos seus fundos. Nas comemorações de 60 anos do Goethe, as declarações do ministro dos negócios exteriores,

²⁰ Op. cit. pg. 74.

²¹ Informações disponíveis em <http://www.daad.de/portrait/wer-wir-sind/kurzportrait/08940.en.html> > Acesso em 10/11/2012.

²² Mais detalhes sobre as atividades e a estrutura da Fundação Humboldt podem ser encontradas em: <http://www.humboldt-foundation.de/web/about-us.html> > Acesso em 10/11/2012.

²³ Ribeiro, op. cit. pg. 75.

Guido Westerwelle, e do próprio presidente do Instituto, Klaus-Dieter Lehmann, ressaltaram a importância da organização em tornar a Alemanha atrativa para os estrangeiros, e deixaram claro sua importância estratégica em na aproximação com os países em desenvolvimento e emergentes, evidenciando assim o caráter de política externa do Instituto (SCHOSSLER, 2011). Em 2001, a InterNations, que também era uma importante organização de difusão do idioma e da cultura alemã, principalmente através do rádio e televisão e de publicações alemãs em idiomas estrangeiros, foi fundida ao Instituto Goethe (que, devido a isso, passou a se chamar Instituto Goethe InterNations de 2001 a 2003).

O modelo de difusão cultural alemão pode ser considerado uma referência mundial em diplomacia cultural, seja por sua organização estrutural ou sua eficácia como ferramenta de política externa. O êxito desse modelo pode estar em sua fundamentação no princípio de mutualidade e também no fato de que o problema propulsor de sua implantação, que foi levada a cabo no período de uma geração, foi a reabilitação da imagem internacional da nação (DEIBEL & ROBERTS *apud* RIBEIRO, 1989, pg. 75).

...

A análise dos casos internacionais do uso da diplomacia cultural poderia se estender ainda a países como a Espanha e seu Instituto Cervantes, a Itália e o Instituto Dante Alighieri, Portugal e o Instituto Camões, a China e o Instituto Confúcio, o Japão e a Fundação Japão. A título de espaço e objetivos, entretanto, cabe aqui a esses países apenas uma menção, visto que os casos francês, britânico e alemão podem ser tomados como os mais significativos. Pelos casos analisados pode-se inferir certo denominador comum. Ainda que a responsabilidade da política cultural externa esteja diluída nas mãos de diferentes ministérios, agências e organizações, as chancelarias de cada estado sempre procuraram manter um controle e coordenação sobre o teor dessas atividades, inferindo sobre suas ações, sobretudo, de forma financeira. O caso norte-americano, onde as atividades de difusão cultural são lideradas pelo setor privado e por instituições filantrópicas sem entrosamento com o Estado, constituiria um caso atípico (e, justamente por isso, não foi tomado como exemplo aqui).

Embora a presença de ministérios de assuntos estrangeiros seja uma constante nos casos, o nível de centralização da coordenação das atividades pode variar; o caso francês seria um exemplo de mais alto controle das atividades culturais pelo governo; já o britânico é um exemplo de menor controle ó o governo financia os programas, mas delega a função a um agente não governamental (no caso o *British Council*); o caso alemão seria uma ponte entre

esses dois extremos o governo retém um alto controle, mas também se vale oficialmente da ação de organizações autárquicas (RIBEIRO, 1989, pg. 84-85). Tendo em mente esses exemplos mais exitosos de práticas de diplomacia cultural e essa semi-classificação por seu nível de centralização na mão do ministério de relações exteriores, pode-se agora partir especificamente para a análise da experiência brasileira no que tange a atuação internacional no campo cultural.

2 A DIFUSÃO CULTURAL BRASILEIRA COMO INSTRUMENTO DE POLÍTICA EXTERNA

O presente capítulo tem por finalidade jogar luz às estratégias contemporâneas de difusão cultural brasileira a fim de verificar sua contribuição para a consecução dos objetivos da política externa, ou seja, verificar ou não a existência de uma diplomacia cultural brasileira, tendo como recorte de análise o período compreendido entre 2003 e 2011. Antes de seguir na busca por esse objetivo, entretanto, cabe dedicar certo tempo a uma rápida descrição do processo de formação da identidade nacional brasileira, afinal será dos elementos constituintes dessa identidade, que o Estado brasileiro buscará os valores e símbolos que embasarão sua difusão cultural externa.

2.1 FORMAÇÃO DA IDENTIDADE NACIONAL BRASILEIRA

No Brasil, podemos dizer que a criação interna da identidade nacional tem por faixa de tempo chave o período compreendido entre 1930 e 1939 ó respectivamente, a Revolução de 30 e o início da Segunda Guerra Mundial. Durante esse período, a ascensão do populismo, enquanto punha de lado antigas oligarquias rurais e permitia a urbanização e industrialização do país, acompanhou o processo de massificação dos meios de comunicação de massas e emergência política de grupos sociais antes excluídos (KERBER, 2010). Essa conjuntura de mudanças foi determinante para a fundamentação da identidade nacional brasileira com seus elementos típicos, uma vez que até então se observava ao invés um alinhamento automático das elites locais às elites de centros tradicionais da Europa e dos Estados Unidos.

A esse contexto se agrega o fato de que o governo federal passa a compreender a importância das mudanças que ocorriam para a integridade social e política da nação e passa imediatamente a agir, influenciando diretamente no processo semi-artificial da fundamentação da identidade nacional. Assim, é criado pelo governo de Getúlio Vargas o Ministério de Educação e Cultura, remetendo à idéia de que ambas andariam juntas, tornando-se o Ministério ferramenta chave do Estado em prol da construção de uma autoconsciência brasileira. O regime põe a massificação das mídias em posição central em seu ranking de

prioridades, sendo a criação da Voz do Brasil elemento emblemático desse fato (OLIVEN, 1980).

Durante o Governo Vargas, o compositor Villa-Lobos e o escritor Mário de Andrade, modernistas de 1922, são chamados para compor quadros do MEC ó fica claro que há uma flexibilização crescente das convicções da elite política nacional, que agora incorpora, pela primeira vez na história do país, elementos culturais populares na máquina estatal, como elemento complementar à introdução do nacionalismo necessário ao desenvolvimentismo, prioridade daquele governo. É nesta época que Villa-Lobos introduz nas escolas o Canto Orfeônico, considerado o maior movimento de Educação Musical de massas já ocorrido no Brasil, com sua imagem profundamente ligada ao governo de Getúlio Vargas (OLIVEN, 1982).

O Estado prova mais uma vez que a sua importância é central no processo de construção da identidade nacional quando o governo Vargas incorpora o carnaval, festa de origem elitista que se popularizou cada vez mais a partir do início do século XX. Impões-se uma série de diretrizes, dentre elas a que determina que todo samba-enredo verse sobre alguma temática própria do país (OLIVEN, 1982).

O DIP teve um papel especial em moldar a produção cultural nacional ao não só censurar obras que não iam de encontro aos interesses do Estado como também premiar aquelas que de fato iam. Era central a importância da valorização do trabalho e do esforço em detrimento de elementos antes típicos de certas regiões do país como a malandragem, a boemia e a rejeição do trabalho fabril ó vê-se a artificialidade do processo de construção da identidade nacional, com elementos típicos sendo sobrepujados conforme o interesse da elite dirigente. Assim, podemos dizer que a música e a cultura em geral compuseram o processo de construção da identidade nacional de maneira determinante, agindo diretamente na formação de uma autoconsciência brasileira, conforme o Estado incorporou ativamente elementos populares típicos moldando-os conforme o interesse da elite dirigente industrializante de então.

Uma figura central nesse processo foi a artista naturalizada brasileira Carmen Miranda, uma vez que pode ser considerada a cantora popular nacional de maior sucesso durante a época que colocamos como chave na estruturação identitária nacional tendo, durante toda a década de 1930, superado em vendas de discos a todos demais artistas nacionais considerados de sucesso. Além disso, o seu papel determinante evidencia-se a partir de sua ação não só em território nacional como também internacional, legitimando a identidade brasileira recém formada marcadamente a partir dos Estados Unidos da América. A ida de

Carmem aos Estados Unidos em 1939 foi carregada de conteúdo simbólico e representa um marco na história da construção da identidade brasileira: encerrava-se a fase inicial essencialmente interna iniciada em 1930 e passava-se a exportar o trabalho constitucional identitário que havia sido feito até então. A medida que esse modelo popular do brasileiro estabelecia-se com sucesso e era vastamente aclamado nos Estados Unidos, país referência para a elite brasileira da época, passava-se pela primeira vez a se valorizar internamente, por parte dessas mesmas elites, esses elementos tipicamente nacionais ó isso se deu justamente por esses segmentos de elite considerarem os centros norte-americanos e europeus como referências para sua definição cultural (KERBER, 2010).

Em *South American Way*, uma das principais canções que consagrou a fama de Carmen nos Estados Unidos, por exemplo, temos a presença massiva de elementos de origem africana combinados ao fato da performance ser realizada por uma cantora marcadamente caucasiana remetem ao mito da democracia racial no Brasil, elementos da recém formada identidade nacional brasileira. Esse mito, introduzido, sobretudo, na obra *Casa Grande Senzala* de Gilberto Freire, diz que no Brasil haveria 1) miscigenação predominante de culturas africanas, européias, indígenas entre outras; 2) criatividade gerada por tal miscigenação; 3) ausência de preconceito, uma vez que não haveria grupos étnicos e sim uma grande mistura. Sabemos que parte disso é uma idealização exagerada, uma vez que Florestan Fernandes revelou que há no brasileiro um preconceito velado, o preconceito de ter preconceito, que pode ocasionar conseqüências mais sutis que o racismo norte-americano histórico, mas ainda assim não pode ser simplesmente ignorado (OLIVEN, 1982).

Entre os componentes que contribuíram para a construção da identidade internacional brasileira, o futebol, como um elemento que transcende os limites que a designação esporte lhe confere, assumindo influências políticas, comerciais e sociais sobre a sociedade brasileira e mundial, é usado como instrumento na política interna e externa brasileiras. Durante as primeiras décadas do século XX, o futebol se estabeleceu como o principal esporte nacional, tendo como origem a parceria entre a elite brasileira e o capital estrangeiro, que juntos fomentaram a criação de clubes e restringiram o acesso ao esporte apenas às classes dominantes. Para o escol da sociedade brasileira, o movimento imigratório representava a modernização civilizadora pela qual passava o país, sendo a difusão do futebol e a criação de clubes reconhecidos como parte deste processo.

O projeto de modernização desejado pela elite nacional em associação com o capital estrangeiro previa a disciplina do espaço público, porém legitimada por princípios liberais de autonomia dos indivíduos e das instituições. Durante as primeiras décadas do século XX, no

entanto, não houve significativa intervenção do Estado no esporte, fato que passou a tomar força durante o período Vargas, concomitantemente à criação de uma ãnova e verdadeira identidade nacionalö, principalmente no Estado Novo. Neste momento, os grupos dirigentes definiam com clareza o seu papel de construtores da nova ordem, e, neste sentido, o futebol, que já era caracterizado como fenômeno popular e de massa, fazia parte dos componentes que a elite deveria atingir em sua tarefa disciplinadora (RIBEIRO, 2003).

No entanto, com a popularização do esporte e a crescente participação de negros e de pessoas de origem humilde nos clubes, uma nova dinâmica se fortaleceu na relação futebol-política, qual seja a de uma cultura política fundada no populismo das õverdadeiras raízes brasileirasö. Estas agora passavam a ser baseadas no imaginário do mulato, do negro e do índio, cujas habilidades desconcertantes no gramado de futebol ó representadas pelo õmulatismoö e pela malandragem (a õafirmação verdadeira do Brasilö) ó contrastavam com o anseio disciplinador das elites. Como escreve Luiz Carlos Ribeiro, õa influência negra e indígena, que no início do século era considerada a negação na identidade Brasil, é agora vista como o fundamento de uma ideologia nacional, a brasilidade. Aliás, uma cultura política que não ficou restrita ao período de Vargas (1930 a 1945), mas que perpetrou também a fase nacional-populista subsequenteö (RIBEIRO, 2003). Cabe ainda ressaltar que a popularização do futebol neste momento, que deixa de ser um modismo das elites e toma caráter de esporte das massas, passa a ter uma poderosa influência sobre os comportamentos individuais e coletivos e, assim como outras atividades, tinha a capacidade e poderia ser usado para õmediarö conflitos sociais em potencial, assim sendo taxado como õópio do povoö.

Após a ditadura de Vargas, o governo de Eurico Gaspar Dutra tem de assumir a respeitável tarefa de realizar a Copa de Mundo de 1950 no Brasil. Não apenas o maior evento esportivo que até então ocorrera em território brasileiro, esta era também a primeira competição desde o fim da Segunda Grande Guerra. Assim, todas as nações ansiavam por se mostrar fortes, com equipes que deveriam representar uma população resistente e uma sociedade em desenvolvimento, que prosperava mesmo após o árduo conflito. O Brasil, como anfitrião, desejava ainda mais se manifestar como um país com fortes condições de se desenvolver econômico e socialmente e de se inserir no *mainstream* do cenário político internacional. Para isso, a Copa do Mundo de 1950 não só representava a associação do futebol com a inclusão social da população, mas o desenvolvimento de um país compenetrado com os interesses de seu povo. A construção do Maracanã, considerado pelas quatro décadas seguintes o maior estádio do planeta, era o palco não só da democracia e da aparente tolerância entre classes e raças, mas também a grandeza de um povo e sua receptividade para

com os povos estrangeiros. A população estava unida na organização e apreciação do espetáculo, em que a derrota na final tornou ainda mais nítida a união dos brasileiros, supostamente ignorando diferenças raciais e sociais entre si (SOARES, 2002).

Apenas em 1958 o Brasil consegue se consagrar campeão mundial de futebol. Embora não apropriada diretamente, a conquista reforçou o imaginário popular de que o Plano de Metas de Juscelino Kubitschek havia sido bem-sucedido, em consonância com os discursos de progresso econômico e desenvolvimento social proclamados no período. Ainda, pela primeira vez um país não-Europeu venciu o campeonato mundial no Velho Continente, o que na ótica da política externa ressaltava a alegoria de que o Brasil tinha iguais capacidades de atuar no meio dos grandes, e que desta forma deveria ser considerado e respeitado (BIAZZI & NETO, 2007).

Neste período, com a Seleção Nacional comandada pelo negro Pelé e por Garrincha, de origem camponesa e descendência indígena, o mulatismo obtém sua vitória definitiva e se afirma como identidade nacional difundida no Brasil e exportada ao mundo. O projeto construído no Governo Vargas (que conta com a consagração do negro Leônidas da Silva na Copa de 1938) chega ao seu auge nas Copas de 1958 e 1962, em que o Brasil assumia a imagem de uma nação que já havia superado suas tensões e diferenças raciais. A fundamental colaboração de negros e mulatos para o sucesso da Seleção Nacional de futebol era usada como instrumento de política externa, maquiando o verdadeiro cenário de desigualdade racial no país, incumbindo ao Brasil o sucesso no saneamento de um problema social que os Estados Unidos ainda pensavam para resolver. A integração igualitária, completa e tolerante entre as diferentes etnias e raças habitantes em território brasileiro foi, portanto, um produto explorado pelas autoridades na divulgação internacional do Brasil e que assumiu maior legitimidade com a participação de jogadores de diferentes origens na vitoriosa equipe futebolística.

Na Copa do Mundo de 1970, em que a Seleção Brasileira se consagra como maior campeã da história durante o auge do milagre econômico e do regime repressivo, o Governo Médici se apropria plenamente do futebol, em uma tentativa de associá-lo ao regime militar e aumentar o prestígio internacional do país. Tanto no âmbito interno, com hinos como "Para Frente Brasil" e lemas como "Ninguém segura este país" e "Brasil: ame-o ou deixe-o", como no âmbito externo, o governo lançava mão de uma estratégia ufanista que alimentava a esperança de que o Brasil ingressaria no *hall* das grandes potências. A conquista do tricampeonato mundial, com uma esmagadora vitória sobre a Seleção Italiana na final, sustentava a legitimação do regime pretendida pelos militares. O estímulo político-institucional por parte do governo e de suas agências de propaganda tinha o objetivo de

mostrar como se poderia chegar ao padrão de evolução e preparo dos países europeus (RIBEIRO, 2003).

É representativo também neste período como o futebol teve papel não desconsiderável na política de aproximação com a África e com o Oriente Médio. A atuação autônoma do país em sua política externa, a referência ao terceiro-mundo como modelo de desenvolvimento nacional e a solidariedade com países subdesenvolvidos era impulsionada pelo futebol, que era visto pelas recém-independentes nações como um importante fator integrador e construtor da identidade nacional. Ainda conforme Biazzi e Neto o exemplo do futebol brasileiro como um agente na construção da identidade nacional parecia agradar as lideranças destes países, a grande maioria ditaduras e de independência recente (BIAZZI & NETO, 2007). Assim, naquele mesmo momento o esporte já era reconhecido internacionalmente como significativo elemento formador de uma identidade nacional brasileira e que poderia ser utilizado por outras nações em que esta identidade ainda não estava estabelecida.

Uma vez estabelecidos os principais elementos constituintes da identidade nacional brasileira, podemos tentar encontrar aqueles que atualmente o Brasil tenta promover através de sua difusão cultural. Para isso é preciso partir das três fontes de *soft power* elencadas por Joseph Nye (2004): cultura, valores políticos e política externa. Com base nesses critérios, Guerardi (2005) elaborou a seguinte tabela onde elenca elementos dentro da identidade brasileira aos fatores de *soft power* de Nye:

Critérios de Nye	Categorias de análise	Códigos correspondentes
Cultura / atração cultural	Cultura / identidade cultural	Futebol, vôlei, samba, bossa nova, carnaval, criatividade, corrupção
Valores políticos	Ideologia / ideais	Liberalismo, estruturalismo, multilateralismo, racionalismo
	Valores políticos domésticos	Erradicação da pobreza, fome, desigualdade social, distribuição de riqueza, democracia, reforma agrária, desenvolvimento econômico
	Legitimidade / credibilidade	Diversidade étnica e cultural, cooperação internacional, convivência pacífica, atividade de inclusão, profissionalismo da diplomacia brasileira, massa territorial e demográfica, biodiversidade, legitimidade, credibilidade, elogios (responsável)
	Autoridade moral	Liderança do Brasil, capacidade de influência, potencialidade, representatividade, respeito, autonomia, força ética e moral
Política externa	Política externa	Tópicos da agenda, diplomacia, coalizões e fóruns multilaterais, acordos internacionais
	Avanços científicos e tecnológicos	Produtividade agrícola (Embrapa), indústria aeroespacial (Embraer), medicina, biotecnologia, tecnologia genética
	Atuação comercial	Liderança mundial, liderança de exportação, papel do Brasil no G-20

Figura 1. Tabela elaborada por Roberto Guimarães Guerardi (2005).

Desse modo, pela tabela de Guerardi, nos critérios de Nye, o Brasil é reconhecido internacionalmente por sua música (MPB e Bossa Nova), qualidade de jogadores de futebol como Pelé, Romário, Ronaldo e Ronaldinho Gaúcho, e grande exportador de novelas. Podemos verificar que os valores que o Brasil busca transmitir em sua difusão da cultura e da imagem externa são todos condizentes com as da política externa que orientou o Governo Lula (ALMEIDA, 2004). Assim definidos os aspectos que pautam a difusão brasileira, é vez de analisarmos como se dá a operacionalização dessa atividade, por meio da análise da estrutura e função dos organismos responsáveis por essa tarefa, tema da próxima seção.

2.2 ESTRUTURA E FUNÇÃO DO DEPARTAMENTO CULTURAL DO MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES

O Ministério das Relações Exteriores (MRE) é comumente designado por Itamaraty, em uma alusão à sede do ministério e é o órgão político da administração direta do poder executivo nacional brasileiro que tem função auxiliar a Presidência da República na elaboração e execução de nossa política externa, além de ser o responsável pelo contato diplomático de nossa nação com os demais países do globo e organizações e foros internacionais. De acordo com página oficial do Ministério²⁴, o MRE tem competência para: atuar em política internacional; estabelecer relações diplomáticas e serviços consulares; participar em negociações econômicas, comerciais, técnicas e culturais com a sociedade internacional; promover o comércio e elaborar programas de cooperação internacional; apoiar delegações e comitivas brasileiras em organismos internacionais e multilaterais. Dentro dessa gama de competências, o Ministério possui as seguintes atribuições: executar as diretrizes da política externa formulada pela Presidência Nacional; elaborar e propor à Presidência linhas de atuação na condução dos assuntos estrangeiros; recolher as informações necessárias à condução da política externa; promover os interesses do Estado e da sociedade civil brasileira no exterior; administrar as relações internacionais do país nas áreas econômicas, comerciais, jurídicas, culturais, científicas e técnicas; negociar e celebrar tratados e acordos internacionais. Tendo em vista essa gama variada de atuação, o MRE é composto por uma complexa estrutura organizacional formal²⁵. Como o interesse do presente trabalho, no entanto, é focar na promoção cultural brasileira no exterior, trataremos de analisar por ora somente o ramo do organograma do Ministério responsável por essa área de atuação.

Dentro das atividades do Itamaraty, as atribuições que tocam a necessidade de um maior diálogo com o estrangeiro fazem parte do escopo de trabalho de duas secretarias (dentre as diversas) subordinadas à Secretaria-Geral das Relações Exteriores e a Subsecretaria-Geral da Comunidade Brasileira no Exterior e a Subsecretaria-Geral de Cooperação, Cultura e Promoção Comercial. Enquanto a primeira possui um trabalho mais semelhante a uma ouvidoria, responsável pelo diálogo com os cidadãos brasileiros no exterior e com os estrangeiros, a segunda trata de assuntos de cooperação, sobretudo nas áreas culturais e comerciais, sendo esta a atividade que cabe destacar aqui. Compõem a Subsecretaria-Geral de

²⁴ <http://www.itamaraty.gov.br/o-ministerio/conheca-o-ministerio/view> > Acesso em 13/11/2012.

²⁵ Vide organograma disponível no Anexo I.

Cooperação, Cultura e Promoção Comercial os seguintes departamentos: a Agência Brasileira de Cooperação (ABC), o Departamento de Promoção Comercial (DPC) e o Departamento Cultural (DC), este último sendo o responsável por levar a cabo as tarefas que se procura aqui analisar (MIORANDO, 2010).

O Departamento Cultural é o instrumento da diplomacia pública brasileira que teria a responsabilidade de servir à dimensão da diplomacia cultural. O Departamento se apresenta em sua página online²⁶ como ãum importante instrumento da diplomacia brasileira, o qual ãdesempenha uma variedade de atribuições que contribuem para a maior aproximação do Brasil a outras nações. Suas principais funções seriam a difusão da cultura e da imagem brasileira no exterior, em particular, a língua portuguesa falada no Brasil. Para tanto, o DC conta com seis divisões: a Divisão de Promoção da Língua Portuguesa (DPLP), a Divisão de Operações de Difusão Cultural (DODC), a Divisão de Acordos e Assuntos Multilaterais (DAMC), a Divisão de Temas Educacionais (DCE), a Coordenação de Divulgação (DIVULG) e a Divisão de Promoção do Audiovisual (DAV). Essa estrutura é fruto da reforma no Departamento promovida na gestão de Celso Amorim no MRE a partir de 2003. Ainda segundo a página online do DC, a função em conjunto dessas divisões seria negociar acordos, desempenhar atividades de organização e estabelecer contatos visando à realização de eventos culturais. Isso se dá da seguinte forma:

Com base em sugestões da rede de Embaixadas e Consulados, uma programação de iniciativas no exterior é examinada e definida no início de cada ano, levando-se em conta, entre outros fatores, as prioridades da política externa brasileira. O Departamento presta também apoio a eventos realizados no Brasil, tais como festivais e bienais. No âmbito das relações bilaterais, cabe ao Departamento Cultural negociar, nas comissões mistas periódicas, os programas de trabalho para implementação dos acordos culturais existentes. Também é da sua competência o acompanhamento e a orientação da rede de Institutos Culturais e Centros de Estudos Brasileiros no exterior e o repasse dos recursos necessários às atividades de divulgação cultural. No âmbito multilateral, cabe destacar a atuação brasileira na UNESCO.²⁷

Uma vez identificado o objetivo em conjunto do Departamento Cultural do Itamaraty, cabe agora analisar os objetivos individuais de cada uma de suas divisões, bem como verificar os mecanismos pelos quais eles buscam a consecução de tais objetivos.

²⁶ <http://dc.itamaraty.gov.br/sobre-o-departamento> > Acesso em 13/11/2012.

²⁷ Idem.

2.2.1 DIVISÃO DE PROMOÇÃO DA LÍNGUA PORTUGUESA (DPLP)

A Divisão de Promoção da Língua Portuguesa no Exterior (DPLP) tem por função primordial difundir a língua e a cultura do Brasil no exterior. Uma primeira tentativa de difusão da língua portuguesa falada no Brasil data de 1938, quando o MRE, na gestão de Osvaldo Aranha, criou a Divisão de Cooperação Intelectual, resultando, em 1940, no estabelecimento do primeiro centro diplomático no exterior voltado para a difusão da cultura brasileira, o Instituto Cultural Uruguaio-Brasileiro em Montevidéu. Atualmente o trabalho da DPLP, criada em 2003 na gestão Celso Amorim, é uma herança desse primeiro esboço de difusão linguística iniciado na década de 1940 (SILVA, 2008).

Na década de 1940, é criada a Rede Brasileira de Ensino no Exterior (RBEx), que a partir da década de 1960 começa a contar com o apoio dos Leitorados dos CEBs (hoje CCBs), e, como aponta Silva (2010), ôdaí por diante, a iniciativa brasileira pautou-se na manutenção, ou melhor, na tentativa de manutenção dos CEBs e leitorados, sendo que à língua portuguesa não cabia o papel principal na divulgação da cultura brasileira, mas sim à música e à literatura. Os Leitorados constituem uma rede de professores especializados em língua portuguesa, cultura e literatura brasileira atuantes em diversas universidades conceituadas pelo mundo, selecionados pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior do Ministério da Educação (CAPES/MEC) e pelas próprias instituições de ensino estrangeiras. Em 2006, em meados do primeiro governo do Presidente Luís Inácio Lula da Silva (2003-2007), o número de leitorados nos exterior era de aproximadamente 40 em 30 países; hoje esse número é de 52 leitorados em 44 países (América do Sul, Europa e África são os maiores receptores, vide figura 1), com uma rede de cerca de 6 mil alunos²⁸. Esse incremento dos leitorados nos recentes anos dos governos do Partido dos Trabalhadores revela a identificação pela linha petista de política externa dessa modalidade como uma exitosa ferramenta de difusão da língua e cultura nacionais, pois atinge um grupo qualitativo da comunidade acadêmica internacional (MIORANDO, 2010).

A RBEx também se apóia no trabalho dos Centros Culturais Brasileiros (CCBs), herdeiros dos Centros Educacionais Brasileiros (CEBs). Originados também na década de 1960, os CEBs foram privatizados durante o governo de Fernando Henrique Cardoso (1995-2002), revelando assim a falta de orientação para uma política cultural externa no tocante à

²⁸ Dados disponíveis em <http://dc.itamaraty.gov.br/divisao-de-promocao-da-lingua-portuguesa-dplp-1> > Acesso em 14/11/2012.

difusão da língua portuguesa, algo que, para Silva (2010), só foi resolvido no governo Lula (2003-2010), quando no lugar dos CEBs são criados os CCBs e os Institutos Culturais ligados ao Departamento Cultural do MRE. De acordo com Silva:

õAmbos têm como missão o ensino sistemático da Língua Portuguesa falada no Brasil; a difusão da Literatura Brasileira; à distribuição de material informativo sobre o Brasil; a organização de exposições de artes visuais e espetáculos teatrais; a coedição e distribuição de textos de autores nacionais; a difusão de nossa música erudita e popular; a divulgação da cinematografia brasileira; além de palestras, seminários e outros. O que diferencia é que os primeiros são subordinados diretamente ao chefe da missão diplomática brasileira, enquanto que os segundo são entidades sem fins lucrativos de direito privado que, embora autônomas, cumprem missão cultural em coordenação com as missões diplomáticas e consulares da jurisdição em que estão sediadas.ö (SILVA, 2010)

Em sua página oficial, o Itamaraty se refere aos CCBs como ão principal instrumento de execução da nossa política cultural no exteriorö. Existem atualmente 21 Centros Culturais Brasileiros, nos seguintes países: África do Sul, Angola, Bolívia, Cabo Verde, Chile, El Salvador, Espanha, Finlândia, Guiana, Guiné-Bissau, Haiti, Itália, México, Moçambique, Nicarágua, Panamá, Paraguai, Peru, República Dominicana, São Tomé e Príncipe e Suriname (portanto, doze no continente americano, três no continente europeu e seis no continente africano). Os Institutos Culturais, por sua vez, são apenas sete, sendo eles: Instituto de Cultura Brasil-Colômbia (Bogotá), Fundação Centro de Estudos Brasileiros (Buenos Aires), Fundação Centro de Estudos Brasileiros (São José), Instituto Cultural Brasil Venezuela (Caracas), Instituto Brasil-Itália (Milão), Instituto Cultural Uruguaio-Brasileiro (Montevideú) e o Instituto Brasileiro-Equatoriano de Cultura (Quito). O mapa da figura 1 mostra a distribuição dos Leitorados e dos CCBs no globo em 2010 em comparação às instituições semelhantes coordenadas pelo Instituto Camões de Portugal ó que também tem por função primordial a difusão da língua portuguesa. Os pontos vermelhos são centros portugueses, enquanto os azuis são os leitorados e CCBs brasileiros. O círculo vermelho realça a área de interesse portuguesa, já o círculo azul destaca a área prioritária de atuação do Brasil:

MAPA: Institutos, centros de cultura e leitorados portugueses e brasileiros pelo mundo (2010)

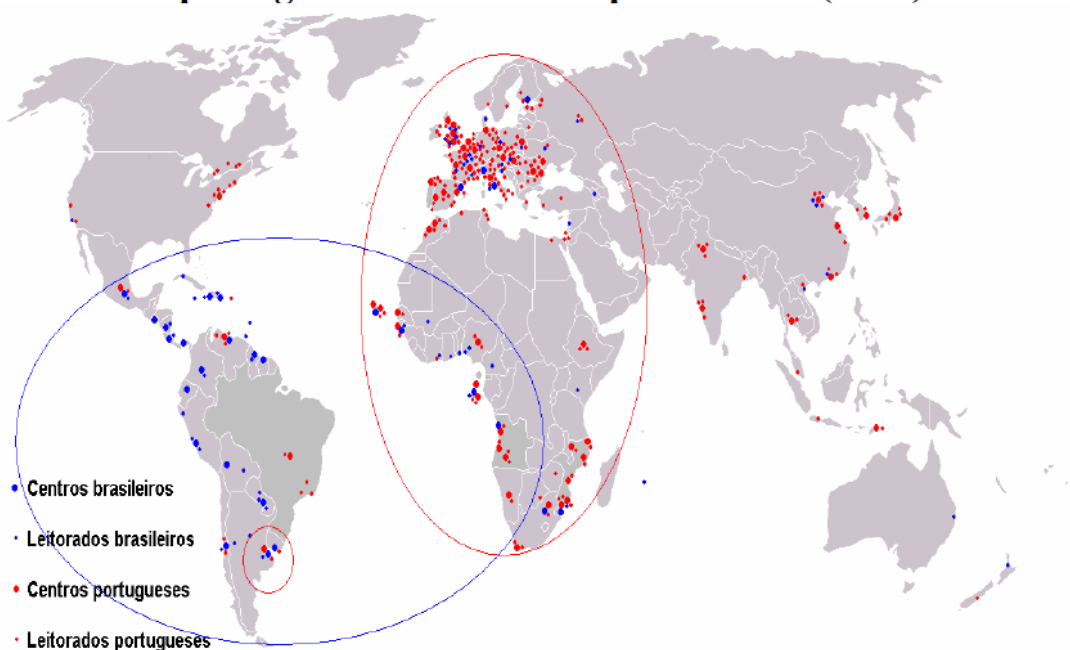


Figura 2. Mapa elaborado por Silva (2010) com base em dados fornecidos pelo Departamento Cultural do Itamaraty e pelo Instituto Camões.

Outro instrumento que vem sendo explorado recentemente pela DPLP na difusão da língua portuguesa é a promoção do ensino do português como língua de herança, focando, sobretudo, em crianças filhas de brasileiros que residem nos Estados Unidos, Europa, Japão e Líbano. Essa vertente promete ganhar forças a partir de 2013, segundo o MRE; a DPLP buscará fortalecer os laços linguísticos e culturais das comunidades brasileiras no exterior, por meio de atividades especificamente voltadas a essa diáspora, como a capacitação de professores especializados em trabalhar o português como língua de herança. As unidades consulares interessadas em aplicar esse vertente, deverão elaborar projetos a serem avaliados pela DPLP e viabilizados com verba do Departamento Cultural (MRE, 2012).

Na função de difundir o português brasileiro além das fronteiras, a DPLP é auxiliada pelo Ministério da Educação (MEC), que também apresenta algumas políticas nesse sentido, como a aplicação do exame de proficiência CELPE-BRAS (Certificado de Proficiência em Língua Portuguesa para Estrangeiros), criado em 1994-1995. Também são exemplos de outras ações do MEC que vieram a colaborar com as atividades da DPLP: a Comissão para Definição da Política de Ensino-Aprendizagem, Pesquisa e Promoção da Língua Portuguesa

(Colip), criada em 2004-2007; a Universidade da Integração Luso-Afro-Brasileira (Unilab), fundada em 2010, e a TV Brasil Internacional, inaugurada em maio de 2010 (SILVA, 2010).

Quanto à questão dos fundos, Silva (2010) destaca que apesar do baixo orçamento do Departamento Cultural do MRE, o Brasil tem feito o possível dentro de sua missão que é buscar os melhores benefícios econômicos da língua portuguesa. Segundo fontes obtidas pelo autor dentro do painel do Departamento Cultural, a meta imediata é conseguir fazer com que o português seja adotado como idioma oficial de algumas organizações internacionais. Por isso, para usar o português em organizações como a OIT (Organização Internacional do Trabalho) e a UNICEF (Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura), o Brasil já está custeando as traduções para os idiomas oficiais. Durante o seu governo (2003-2010), o presidente Lula pediu que 70% da verba do Departamento Cultural para a difusão da língua portuguesa deveria ser aplicada em áreas prioritárias de nossa política externa: América do Sul, América Latina, África e países em desenvolvimento, nessa ordem. Isso demonstra que, pelo menos no que tange ao Governo Lula, pode-se dizer que há esforços para que a difusão da língua portuguesa esteja alinhada com nossas prioridades em política externa, além de que seu trabalho sirva para a consecução de outros objetivos de nossa diplomacia como a adoção do português em alguns foros internacionais -, o que poderia ser identificado como uma diplomacia cultural de fato.

2.2.2 DIVISÃO DE TEMAS EDUCACIONAIS (DCE)

A segunda divisão do Departamento Cultural a ser analisada é a Divisão de Temas Educacionais, antiga Divisão de Cooperação Educacional (DCE). Essa divisão é a responsável por lidar com os temas educacionais no âmbito do Ministério das Relações Exteriores e tem as seguintes atribuições, de acordo com a página do MRE: tratar dos assuntos relativos à cooperação educacional oferecida pelo Brasil, inclusive por meio da resposta a consultas relacionadas aos temas; coordenar, juntamente com o Ministério da Educação, o funcionamento do Programa de Estudantes-Convênio de Graduação (PEC-G) e, juntamente com o MEC e o Ministério da Ciência e Tecnologia, o Programa de Estudantes-Convênio de Pós-Graduação (PEC-PG); tratar dos assuntos relativos à cooperação educacional recebida pelo Brasil de outros países, organismos internacionais ou agências estrangeiras; participar da

negociação de acordos, programas executivos de trabalho e demais atos internacionais referentes à cooperação educacional no plano internacional, bem como acompanhar sua execução; divulgar oportunidades de emprego e bolsas de estudos oferecidas a brasileiros.

Os programas PEC-G e o PEC-PG constituem o carro-chefe dos trabalhos do DCE. O projeto consiste na abertura de vagas em cursos de graduação e pós-graduação de Instituições de Ensino Superior (IES) brasileiras para estudantes oriundos de países em desenvolvimento com os quais o Brasil tem acordo de cooperação cultural ou educacional. De acordo com a DCE, o PEC-G e o PEC-PG surgiram como resposta à necessidade de regulamentação do *status* dos estudantes estrangeiros em universidades brasileiras. O objetivo inicial era de unificar as condições de intercâmbio estudantil e garantir o tratamento semelhante aos estudantes pelas universidades. O processo seletivo é realizado inicialmente pelas missões diplomáticas brasileiras representadas nos países participantes. O objetivo principal dos programas é possibilitar que esses estudantes possam concluir uma formação superior de qualidade e que, após o término de seus estudos, retornem aos países de origem para colaborar com seu desenvolvimento. Embora os programas compreendam países da Ásia, da América Latina, do Caribe e da África, é desse último continente que provêm cerca de 80% dos estudantes. Desta forma, é privilegiada a relação Brasil-África, que estaria dentro do contexto lógico da inserção da política externa brasileira na cooperação Sul-Sul (GUERRA, 2012).

A participação da África nas ações de política externa foi modesta durante o período FHC. Pode-se dizer que o governo Lula abriu um novo capítulo nas relações Brasil-África, combinando uma nova visão sobre a ordem internacional com a transformação social interna. No primeiro governo do presidente Lula, o corpo diplomático brasileiro na África foi ampliado de forma considerável. O período foi marcado pela aliança ativa nos fóruns multilaterais em prol do desenvolvimento e solução de problemas comuns ao Terceiro Mundo. A aproximação aos países africanos é parte de uma estratégia maior, que busca o reconhecimento internacional através da diversificação da agenda internacional e da expansão da cooperação com os países do Sul (VISENTINI & PEREIRA, 2007).

Cervo (2008) classifica a cooperação entre África e Brasil como precária no que diz respeito às relações culturais e à educação, principalmente devido à exígua publicação de livros, o que impede a propagação de conhecimento mútuo. Ainda assim, reconhece que õuma contribuição relevante para a capacitação profissional e científica já está em curso, sendo numerosa a presença de jovens africanos em universidades brasileiras. Para intensificar essas relações, o autor sugere o estreitamento de laços entre instituições de ensino e pesquisa e o estímulo ao acesso de africanos nos cursos de pós-graduação no país (enquanto, entre 2001 e

2010, mais de 80% dos estudantes beneficiados pelo programa PEC-G eram africanos, no mesmo período, dos 1578 estudantes inscritos em cursos de pós-graduação no Brasil no âmbito do Programa de Estudantes-Convênio de Pós-Graduação (PEC-PG), apenas 20,02% era proveniente de países africanos) (GUERRA, 2012).

O *status* do estudante-convênio nas IES brasileiras difere daquele dos estudantes nacionais, pois, além de os alunos PEC-G não prestarem vestibular ou pagarem taxas acadêmicas, existe a obrigatoriedade de matrícula em pelo menos quatro disciplinas por semestre e de conclusão do curso no prazo regulamentar para integralização dos créditos exigidos pelo currículo. Em até três meses após a colação de grau, o estudante deve obrigatoriamente retornar ao país de origem, onde receberá o diploma na representação diplomática brasileira. Em alguns casos é permitida a percepção de bolsas pelos estudantes-convênio, disponíveis, conforme o *website* da DCE, em três modalidades: Bolsa Mérito, atribuída a estudantes com excelente rendimento acadêmico; Bolsa MRE, concedida a estudantes de instituições não-federais que apresentem situação financeira vulnerável após um ano de permanência no Brasil; e Bolsa Emergencial, conferida em casos excepcionais em que o estudante inesperadamente se encontra em situação de extrema dificuldade financeira.

Desse modo, pode-se observar que o Programa de Estudantes-Convênio levado a cabo pelo DCE constitui uma importante ferramenta de Diplomacia Cultural brasileira; se tomamos por base as fontes de *soft power* estabelecidas por Nye (cultura, valores políticos e política externa), os programas do DCE poderiam ser enquadrados na primeira fonte, no que diz respeito à alta cultura produzida nas universidades. Por outro lado, pode também ser classificado na terceira fonte, a política externa. A partir da recepção de estudantes provenientes de países em desenvolvimento, o Brasil colabora ativamente para o crescimento desses países, formando seus futuros quadros e, ao mesmo tempo, promovendo uma imagem positiva do país (GUERRA, 2012).

2.2.3 DIVISÃO DE OPERAÇÕES DE DIFUSÃO CULTURAL (DODC)

A Divisão de Operações de Difusão Cultural (DODC) é responsável pela divulgação e promoção da rica cultura brasileira em suas múltiplas facetas, com exceção de audiovisual, que fica a critério do DAV. Além disso, DODC participa na elaboração de acordos culturais e

monitora sua implementação. Através da diplomacia cultural, DODC fornece uma maior compreensão da realidade brasileira, a afinidade com seus valores e peculiaridades, a redução dos estereótipos negativos sobre o país, e, finalmente, mais cooperativa e relações harmoniosas com outros países.

Anualmente os postos diplomáticos do Brasil preparam um Programa de Difusão Cultural, cobrindo áreas como arquitetura, design, artes cênicas, artes visuais, dança, capoeira, fotografia, literatura, música, teatro e gastronomia. O DODC gerencia e administra todos esses programas, e coordena com o Ministério da Cultura e outras organizações e instituições, a fim de produzir uma política unificada cultural, em que as atividades de todos os níveis estão de acordo com a sua importância na agenda de política externa brasileira. Consistente com a atual política externa brasileira, maior ênfase é dada à difusão cultural em África e na América do Sul. Centenas de eventos por ano são executadas com recursos DODC, principalmente através de passagens aéreas concedidas a artistas de diversos ramos da cultura brasileira (MRE, 2012).

Um exemplo bem pontual de como a atuação do DODC está se dando atualmente é o Programa Novas Vozes do Brasil. Lançado em 2011 pelo Itamaraty, o programa visa levar alguns dos mais expressivos nomes da nova geração da música popular brasileira para apresentações inéditas no exterior, em especial, nos principais mercados fonográficos mundiais. O MRE buscará privilegiar o apoio a músicos que estejam em fase inicial da carreira e que já tenham seus álbuns de estréia lançados no País, com reconhecimento de público e crítica especializada. De acordo com o Portal Brasil de Acesso à Informação²⁹, o objetivo do programa é aumentar a presença desses artistas emergentes no mercado fonográfico internacional, oferecendo-lhes a oportunidade de alcançar um nível de reconhecimento no exterior que se iguale à popularidade já alcançada no Brasil. A iniciativa pretende divulgar a diversidade da produção musical contemporânea nacional. Entre 2011 e a data de elaboração do presente trabalho, cantores como Tulipa Ruiz, Tiê, Marcelo Jeneci, Marcelo Camelo, Mariana Aydar e Ana Cañas estão entre os artistas que já foram levados a concertos nos EUA, Colômbia, França e Alemanha em eventos promovidos com verbas do MRE.

O Programa Novas Vozes do Brasil evidencia a intenção vigente na estratégia de nossa difusão cultural de procurar optar pela promoção de artistas que trabalhem no sentido de mostrar uma diversificação da cultura nacional, procurando derrubar as visões simplistas e

²⁹ www.brasil.gov.br > Acesso em 17 /11 /2012.

estereotipadas construídas de nossa nação em alguns países. Assim, opta-se por promover artistas pouco conhecidos e que representem gêneros diversificados, que se contrasta com artistas de apelo mais popular que conseguem penetrar mais facilmente nos mercados internacionais com o uso dos meios de comunicação. Pelo viés desse mesmo programa, entretanto, pode-se notar uma contradição nas ações do DODC, uma vez que suas áreas prioritárias declaradas são América do Sul e África, mas o auxílio na promoção dos artistas visa quase sempre atingir mercados de consumidores de arte, como Europa e Estados Unidos.

2.2.4 DIVISÃO DE PROMOÇÃO DO AUDIOVISUAL (DAV)

Tendo seu funcionamento efetivo iniciado em 2007, a Divisão de promoção do Audiovisual (DAV) tem por finalidade divulgar, promover e apoiar a presença do cinema nacional, a produção independente de TV e publicidade do Brasil no exterior. De acordo com a própria página online da Divisão³⁰, sua criação reflete uma MRE mais institucional nas políticas públicas relacionadas ao audiovisual, em conjunto com outros órgãos públicos dedicados ao tema, como a Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura (SAV) e da Agência Nacional de Cinema (Ancine).

É uma das tarefas atribuídas ao DAV dar apoio à participação brasileira em festivais, shows e outros eventos no exterior, através do envio de filmes e profissionais, além de organizar e apoiar mostras e festivais ao longo da rede de postos diplomáticos no exterior. Essas iniciativas fazem parte de uma lógica de formação de pessoal e prospecção de novas oportunidades de negócios para o setor audiovisual brasileiro, que diz respeito permear as iniciativas da Divisão. Para a capacitação de pessoal, o DAV sustenta uma linha de apoio para jovens talentos para participar de laboratórios de formação ("Talent Campus"), e se desdobra em roteiro workshops no Brasil que permitem a troca de conhecimento com profissionais de importantes mercados de cinema estrangeiros. O incentivo à produção cinematográfica brasileira também é exercida internamente através da organização, desde 2006, do "Prêmio Itamaraty para o Cinema Brasileiro", em que os prêmios são distribuídos anualmente em dinheiro para novas produções.

³⁰ <http://dc.itamaraty.gov.br/dav> > Acesso em 14 /11 /2012.

O DAV também trabalha na busca de novas oportunidades de negócios para as produções brasileiras, não apenas através do incentivo de co-produções internacionais e apoio a eventos específicos, mas também na publicação de pesquisas de mercado audiovisual visando identificar oportunidades para a entrada de concorrentes em determinados países. O DAV também participa nos comitês de gestão de voluntariado orientada para a exportação do cinema (Programa Cinema do Brasil), a produção independente de TV (Brazilian TV Producers) e publicidade (Film Brazil) (MRE, 2012).

O Programa Cinema do Brasil, criado em 2006, foi uma iniciativa do Sindicato da Indústria Audiovisual do Estado de São Paulo (SIAESP), que recebeu apoio da Apex-Brasil ó Agência de Promoção de Exportações e Investimentos, ligada ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio, e da Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura para a implantação do Programa. Hoje se somam a esses parceiros o a Divisão de Promoção Audiovisual do Departamento Cultural do MRE e a ANCINE ó Agência Nacional do Cinema. O Cinema do Brasil tem por objetivo ampliar a participação do audiovisual brasileiro no mercado internacional, oferecendo às cerca de 140 empresas associadas apoio logístico e estratégico para que elas possam realizar co-produções e abrir mercados para a distribuição da sua produção, valorizando assim a imagem da indústria cinematográfica nacional no exterior. O Cinema do Brasil apóia a distribuição de filmes brasileiros produzidos pelas empresas associadas em salas de cinema internacionais. O suporte anual é de USD 250 mil e cada filme recebe até USD 25 mil, que devem ser utilizados para cobrir as despesas de comercialização (cópias e promoção).³¹

2.2.5 COORDENAÇÃO DE DIVULGAÇÃO (DIVULG) E DIVISÃO DE ACORDOS E ASSUNTOS MULTILATERAIS CULTURAIS

A Coordenação de Divulgação (DIVULG) e a Divisão de Acordos e Assuntos Multilaterais Culturais (DAMC) são as divisões mais burocráticas dentro do Departamento Cultural; seus trabalhos representam uma ação mais operacional, quase um trabalho de logística dentro da difusão cultural brasileira. Por isso mesmo essas duas divisões serão tratadas em conjunto nesta subseção e com certa brevidade.

³¹ Informações disponíveis em: <http://www.cinemado brasil.org.br> > Acesso em 18 /11 /2012.

A Coordenação de Divulgação ó DIVULG ó é o órgão do Departamento Cultural do MRE responsável pela divulgação de informações sobre a política externa do Brasil no exterior, pela divulgação da cultura do Brasil moderno no mundo e por compartilhar, no Brasil, aspectos das políticas públicas de outros países para contribuir para o nosso debate interno. Na busca pela obtenção de resultados nessas atribuições, a DIVULG opera os seguintes projetos: o Programa de Divulgação da Realidade Brasileira, planejado e executado em conjunto com as várias missões do Brasil ao redor do mundo, com o objetivo de difundir nossos valores e cultura através de várias atividades, tais como exposições, palestras e concertos; o Programa Formadores de Opinião, que convida jornalistas e formadores de opinião estrangeiros a visitar o Brasil, conhecendo projetos de sucesso em setores como cultura, ciência e tecnologia e infra-estrutura; programas de rádio, com o apoio de quase todos os países onde o Brasil tem missões diplomáticas, com o objetivo de divulgar nossa música e cultura; publicações, realizados em várias línguas, sobre questões como a música brasileira, culinária, aves, festivais, teatro, futebol, integração da América do Sul, a indústria do Brasil, os biocombustíveis, ciência, tecnologia e inovação; e planejamento e atualização de sites, como o do Departamento Cultural, e incentivo à criação e melhoria de páginas online no Brasil e no exterior, monitorando a presença do Ministério e de suas missões em redes sociais (MRE, 2012).

A Divisão de Acordos e Assuntos Multilaterais Culturais (DAMC), por sua vez, é responsável por questões culturais tratadas em organizações multilaterais. É sua competência negociar o conteúdo e a forma dos acordos culturais multilaterais e acompanhá-los até sua ratificação. Também coordena a participação do Brasil em programas relacionados com a Convenção do Patrimônio Mundial e em outras convenções culturais no âmbito da UNESCO. No que diz respeito aos organismos multilaterais, o DAMC estabelece linhas de ação com a UNESCO em todas as áreas da organização, ou seja, educação, ciências naturais, ciências humanas, cultura e informação, em coordenação com outras unidades relevantes do MRE. Além disso, o DAMC atende a demanda de outras organizações multilaterais, incluindo as organizações regionais, como o MERCOSUL, a UNASUL, a Organização dos Estados Americanos (OEA), a Cúpula Ibero-Americana e a Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP) (Ibidem).

Com a análise dessas duas últimas divisões, encerra-se assim a análise da estrutura e funções do Departamento Cultural do Ministério das Relações Exteriores, além de ter sido dado um breve traço nas estratégias do departamento como um todo e em suas divisões em particular. Agora que temos o mecanismo pelo qual o Departamento Cultural opera, é chegada

a hora de realizar uma avaliação dos trabalhos de difusão cultural realizados pelo Departamento através de suas divisões durante o período 2003-2010, que abarca o governo do presidente Lula.

2.3 AVALIAÇÃO DA DIFUSÃO CULTURAL BRASILEIRA DURANTE O GOVERNO LULA (2003-2010)

Como visto anteriormente, a difusão cultural brasileira de caráter diplomático é um encargo do Departamento Cultural do Itamaraty, que, através de suas divisões e da ação coordenada com outros ministérios e órgãos, promove a imagem, a cultura e o idioma do Brasil no exterior. A estrutura do departamento descrita na seção anterior é fruto de uma reforma levada a cabo pelo então Ministro de Relações Exteriores Celso Amorim, nomeado pelo presidente Lula em 2003. Essa reforma procurou revitalizar as ações de difusão cultural enquanto ferramenta diplomática, revelando uma maior atenção despendida pelo Governo Lula à importância do fator cultural para a política externa. Isso se encaixa dentro do contexto da política externa de Lula, que se pautou por uma agenda mais positiva, retomando o multilateralismo e buscando parcerias estratégicas em várias regiões do globo, além de ter tomado uma voz mais ativa em suas demandas por maior participação no processo decisório de instituições internacionais (SILVA, 2011).

Tendo em mente a linha de política externa adotada pelo Governo Lula, a presente seção tem por objetivo fazer uma análise dos resultados obtidos e dos problemas enfrentados no tocante à difusão cultural brasileira durante a gestão desse Presidente. Poderia ser feita aqui uma ampla descrição das ações promovidas pelo departamento Cultural e suas divisões ao longo dos oito anos de mandato do Presidente Lula; no entanto, devido ao espaço consideravelmente largo que tais descrições tomariam, as ações práticas executadas pela difusão cultural brasileira estão disponíveis no anexo 2 do presente trabalho, onde estão incluídos os relatórios de avaliação de política externa feitos pelo Itamaraty, ao final do segundo mandato de Lula, referentes a promoção de eventos culturais, a promoção da língua portuguesa e a difusão da imagem do Brasil no exterior.

Pela avaliação realizada no próprio seio do governo disponível nos relatórios em anexo, podemos inferir o quão relevante foi para a inserção do Brasil no cenário internacional

as ações do chamado "Programa 0682 - Difusão da Cultura e da Imagem do Brasil no Exterior" entre os anos de 2003 a 2010. Além disso, as Ações do Programa 0682 têm contribuído para a promoção da língua portuguesa, registrando a cada ano um número maior de matrículas nos cursos da Rede Brasileira de Ensino no Exterior (RBEx). Também foram alcançados resultados positivos no Programa Estudantes-Convênio de Graduação (PEC-G), administrado pela Divisão de Temas Educacionais (DCE/MRE) e pela Secretaria de Educação Superior (SESu/MEC).

O grande problema pelo qual se pautou a atuação da difusão cultural e da imagem do Brasil no exterior, durante o Governo Lula, foi o desconhecimento ou conhecimento parcial, por povos estrangeiros, da sociedade brasileira, sua cultura, seus valores e as Políticas interna e externa do País, com resultado em distorção da imagem do Brasil, preconceitos ou formação de estereótipos; tendências localizadas a noticiário negativo sobre o Brasil. Assim as ações descritas nos relatórios tinham por objetivo ampliar o conhecimento de governos e povos estrangeiros sobre a cultura e sociedade brasileira e as políticas interna e externa do país, tendo como público alvo governos estrangeiros, entidades culturais, comunidade internacional, populações e empresas estrangeiras, meios de comunicação de massa nacionais e internacionais; as prioridades declaradas sempre foram América Latina e África (MRE, 2011).

Através do Relatório de Avaliação do Plano Plurianual 2008-2011 - Ano Base 2010, o MRE destaca sua satisfação com os resultados obtidos pela difusão cultural brasileira nos anos recentes, ressaltando os elogios feitos por matérias de veículos de comunicação estrangeiros à atuação da diplomacia cultural brasileira, além de destacar o fato de o Brasil ter sido convidado de honra, por diferentes países, em numerosos festivais culturais. Outro fato destacado pelo relatório é o aumento do número de bolsas concedidas a alunos estrangeiros e alunos matriculados na RBEx em relação aos anos anteriores. O relatório fica satisfeito com os números alcançados nos anos finais do Governo Lula: 2.286 bolsas concedidas a estudantes estrangeiros, 27.291 alunos matriculados na Rede Brasileira de Ensino no Exterior (RBEx) e 807 eventos de divulgação em 2009; 2.634 bolsas concedidas a estudantes estrangeiros, 28.365 alunos matriculados na Rede Brasileira de Ensino no Exterior (RBEx) e 1.131 eventos de divulgação do Brasil em 2010 (MRE, 2010, 2011).

A conclusão dos relatórios de avaliação é que O DC executou quase a totalidade de seu orçamento e cumpriu com as metas físicas estabelecidas durante o período³². O saldo final

³² As metas orçamentárias do DC encontram-se disponíveis no Anexo 4.

sem dúvida é positivo, mas o próprio relatório deixa claro sua preocupação com um problema constante enfrentado: a restrição orçamentária, como fica evidente:

“A crescente demanda internacional por maior conhecimento e estreitamento dos laços culturais com o Brasil e o interesse nacional em atender àquela têm tornado limitado o orçamento do Programa Difusão da Cultura e da Imagem do Brasil no exterior. A restrição orçamentário-financeira e a estrutura operacional relativamente limitada são os principais desafios para a implementação da política relacionada ao programa, embora não impeçam, de modo geral, sua boa consecução.” (MRE, 2011)

Nota-se assim, que embora a atuação do Brasil na área de diplomacia cultural tenha sido manejada com maior atenção enquanto ferramenta de política externa durante o Governo Lula, o orçamento restrito ainda se revela um problema crônico, que, embora não comprometa a execução de um programa eficaz, requer eficiência e criatividade na locação dos recursos. Por isso, nos últimos anos o Departamento Cultural vem procurado alternativas inteligentes, simples, mas eficazes. Um grande exemplo nesse sentido foi a realização do Ano do Brasil na França em 2005. A relação custo-benefício desse evento foi muito positiva, uma vez que o evento não apenas cobriu todos os seus custos, como também colaborou por gerar receitas consideráveis no ramo do turismo, além de uma série de benefícios no plano de investimentos diretos e nas áreas acadêmicas e de cooperação. Também foi um resultado do projeto a abertura de cursos de português em diversas universidades francesas tendo por viés a realidade brasileira (e não portuguesa, como costumava ocorrer). O evento englobou nove meses de atividades (mostras de cinema, apresentações musicais, exposições de artes plásticas e fotografia) em todos os principais centros urbanos franceses, envolvendo cerca de 2500 artistas e intelectuais brasileiros. O evento se revelou uma experiência única para a diplomacia cultural brasileira, pois se revelou um projeto que comprovou ganhos materiais resultantes do investimento cultural, algo raro de acontecer em curto prazo, além do resultado imaterial imensurável que foi a difusão de nossos valores na França e em países terceiros (AMARAL, 2008). O sucesso desse projeto está fazendo com que nossa diplomacia tome medidas a fim de repetir a experiência em outros países por meio da cooperação cultural bilateral, como em breve ocorrerá em Portugal (2012-2013) e na Alemanha (2013-2014)³³.

Tendo esses eventos bilaterais de cooperação cultural uma clara intenção de alcançar também metas em áreas políticas, econômicas, financeiras, de cooperação técnica e educacional, nota-se que eles constituem uma explícita ferramenta de diplomacia cultural (nos

³³ Mais informações disponíveis em: <http://www.anobrasilportugal.com.br/brasil-portugal/historico.asp> > Acesso em 24/11/2012.

moldes conceituais estabelecidos por J.M Mitchel e explicitados no primeiro capítulo). Podemos assim, concluir que, embora simples devido às restrições de ordem orçamentária, o Ministério das Relações Exteriores durante o Governo Lula de fato procurou valer-se da difusão cultural para a consecução dos seus demais objetivos de política externa. A promoção do Ano do Brasil em Portugal e do Ano no Brasil na Alemanha, para os próximos anos, apontam que o Governo Dilma Rousseff, iniciado em 2011, (no qual o MRE está a cargo do ministro Antônio Patriota) também parece seguir a mesma linha traçada pelo governo anterior no que toca às políticas culturais internacionais. Embora nossos esforços sejam tímidos quando comparados a nações com mais tradição nessa área de atuação diplomática, como aqueles vistos no capítulo anterior ó França, Alemanha, Grã-Bretanha ó, nossa atuação diplomática na área cultural vem mesmo sendo destacada, como mostra a seguinte tabela elaborada pelo portal Cultural Diplomacy para o ano de 2011, onde o Brasil aparece bem rankeado:

Global Cultural Diplomacy Ranking 2011

The Cultural Diplomacy Global Ranking for the 40 countries selected is presented below:

Germany	1	Mexico	21
Netherlands	1	Trinidad & Tobago	22
Norway	3	Mauritius	23
Switzerland	4	Nigeria	24
UK	5	China	25
France	6	Russia	26
Spain	7	Indonesia	27
US	8	Botswana	28
Canada	9	UAE	29
India	10	Qatar	30
Italy	11	Singapore	31
Australia	12	Bahamas	32
Japan	13	Morocco	33
Luxembourg	14	Algeria	34
Korea	15	Colombia	35
Turkey	16	Barbados	36
Brazil	17	Gabon	37
South Africa	18	Tunisia	38
Egypt	19	Venezuela	39
Argentina	20	Angola	40

Figura 3 ó Ranking elaborado pelo *Institute for Cultural Diplomacy* referente às atividades relacionadas a projetos de diplomacia cultural no ano de 2011 entre 40 países escolhidos para representar todas as regiões do globo (ICD, 2011).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Constatou-se, com base na bibliografia levantada, que o atual panorama das relações internacionais, marcado por uma acirrada competição entre os países por mercados e investimentos, e onde, muitas vezes, o emprego da força física é cerceado pelo arranjo institucional internacional ó podendo trazer mais repreensões que premiações ó, requer dos Estados medidas criativas na perseguição de seus objetivos de política externa. Procurou-se expor as opiniões de autores que acreditam que a vertente cultural na diplomacia pode ser uma dessas medidas. Foi chave aqui o conceito de Diplomacia Cultural apresentado por J. M. Mitchell (*apud* RIBEIRO, 1989) ó o deliberado uso da difusão cultural como uma via facilitadora das demais prioridades da política externa de uma nação. Esse conceito se opõe ao de Relações Culturais Internacionais, que seria um contato cultural entre os povos como um fim em si mesmo. Enquanto as Relações Culturais Internacionais podem ser empreendidas por qualquer agente da sociedade civil, a Diplomacia Cultural necessariamente precisa passar pelo planejamento do Estado, pois é esse o ator que ainda detém a responsabilidade da formulação das diretrizes da política externa. Procurou-se expor alguns casos clássicos do uso da difusão cultural como deliberado instrumento de política externa, analisando o caso francês, britânico e alemão. Partiu-se então para a análise da difusão cultural brasileira contemporânea, tendo por recorte principalmente o Governo do ex-presidente Luís Inácio Lula da Silva (2003-2010), a fim de verificar se as estratégias adotadas na difusão cultural do país estavam alinhadas com nossos demais interesses internacionais ó ou seja, se tínhamos no Brasil a existência de uma diplomacia cultural.

Ao analisar como se dá contemporaneamente o processo de difusão da cultura e da imagem do Brasil no exterior, foi visto que, dentro da organização estrutural do nosso Ministério de Relações Exteriores, essa tarefa é atribuição do Departamento Cultural, o qual opera por meio de seis divisões. A Divisão de Promoção da Língua Portuguesa no Exterior (DPLP) tem por função difundir a língua portuguesa falada no Brasil, atuando através da chamada Rede Brasileira de Ensino no Exterior (RBEx), formada pelos Centros Culturais Brasileiros (CCBs), pelos Institutos Culturais e pelos Leitorados. Os CCBs formam um conjunto de 21 centros espalhados por três continentes (América, Europa e África) e são considerados, pelo próprio MRE, a principal ferramenta de difusão cultural brasileira. Apesar do orçamento restrito para esse trabalho, a DPLP procura atingir suas metas optando por

focar-se em áreas prioritárias para a nossa política externa: América Latina, África e países em desenvolvimento, diretriz indicada pelo próprio presidente Lula durante seu governo, mostrando consonância entre as atividades da DPLP e os tópicos mais impositivos de nossa agenda internacional.

A Divisão de Temas Educacionais, por sua vez, é o órgão do Departamento Cultural responsável por coordenar as atividades de caráter educacional no âmbito internacional. Foi verificado que o principal instrumento de colaboração dessa divisão para a nossa política externa é a coordenação dos programas PEC-G e PEC-PG, através dos quais o Brasil logra uma aproximação com nações em desenvolvimento, sobretudo, do continente africano. Esses programas educacionais demonstraram serem ferramentas muito eficazes na exportação de uma imagem positiva do Brasil. Além disso, sua execução colabora para o fortalecimento das relações Brasil-África, alinhada com a cooperação Sul-Sul almejada pela política externa dos governos do Partido dos Trabalhadores.

A Divisão de Operações de Difusão Cultural (DODC) é responsável pela divulgação e promoção da cultura brasileira em suas múltiplas facetas (música, artes plásticas, design, arquitetura, dança, etc.) por meio da execução da Programação de Difusão Cultural planejada por nossos postos diplomáticos no exterior e do financiamento a viagens de artistas brasileiros para eventos e festivais internacionais. Um programa que vem se destacando na atual gestão do MRE, é o programa Novas Vozes do Brasil, que vem levando jovens revelações da música popular brasileira para apresentações nos principais mercados fonográficos mundiais. Trata-se de um programa pouco dispendioso, de alcance midiático eficaz e que revela uma preocupação de nossa política cultural externa em enfraquecer as imagens estereotipadas que se formam do Brasil por desconhecimento ou pouco conhecimento de nossa cultura.

A Divisão de Promoção do Audiovisual (DAV) foi especialmente criada em meados do Governo Lula para dar especial atenção à divulgação do cinema brasileiro, promovendo produções nacionais em festivais pelo mundo, formando e capacitando profissionais e premiando projetos e produções que se destacam. A Coordenação de Divulgação (DIVULG) é a divisão do Departamento Cultural responsável pela execução de vários projetos (publicações, programas de rádio) que visam à divulgação de informações sobre a política externa do Brasil no exterior. Por último, a Divisão de Acordos e Assuntos Multilaterais Culturais (DAMC) é responsável por questões culturais tratadas em organizações multilaterais, principalmente no âmbito da UNESCO, mas também em foros regionais, como o MERCOSUL, a UNASUL, a OEA, da Cúpula Ibero-Americana e da Comunidade dos

Países de Língua Portuguesa. Assim sendo, o DAMC tem por função fechar acordos internacionais nesses foros e acompanhar sua ratificação.

Tendo em vista essa estrutura do arcabouço administrativo responsável pela difusão cultural brasileira, cuja coordenação busca ser centralizada e coordenada pelo Ministério das Relações Exteriores, pode-se dizer que nossa estratégia de difusão cultural se assemelha mais à estratégia francesa. Lembrando que nos três casos clássicos de difusão cultural analisados no primeiro capítulo, o caso francês seria um exemplo de mais alto controle das atividades culturais pelo governo; o caso britânico é um exemplo de menor controle ó o governo financia os programas, mas delega a função a um agente não governamental (o *British Council*); o caso alemão seria uma ponte entre esses dois extremos ó o governo retém um alto controle, mas também se vale oficialmente da ação de organizações autárquicas. A linha de atuação do Brasil, portanto, estaria mais próxima dos moldes franceses ó ainda que os Institutos Culturais brasileiros estejam longe de estar no grau de abrangência da Aliança Francesa.

Esse escopo organizacional do Departamento Cultural do MRE descrito no trabalho é fruto de uma reforma no departamento implantada por Celso Amorim, cuja gestão no MRE iniciou-se em 2003, sob indicação do presidente Lula. Isso demonstra uma maior atenção despendida pelo Governo Lula (2003-2010) ao uso dos fatores culturais como peças importantes da política externa. Embora, a vertente cultural ainda detenha pouco prestígio dentro dos painéis do MRE quando comparada às demais áreas de atuação da política externa, pode-se notar uma evolução na atuação da difusão cultural como instrumento deliberado de nossa PEB e que deve estar em consonância com as prioridades mais gerais da agenda internacional. Seja pela reforma do Departamento Cultural, seja pela revitalização dos CCBs, ou mesmo os incrementos numéricos verificados por meio dos relatórios de avaliação do MRE, pode-se verificar uma tendência no Governo Lula de procurar utilizar os instrumentos de difusão da cultura e da imagem do país no exterior, de fato, como uma verdadeira diplomacia cultural ó ou seja, nota-se uma intenção deliberada de valer-se da difusão de nossa cultura visando a consecução dos demais objetivos de nossa política externa, sejam eles políticos, financeiros ou econômicos, através da geração de pontes de familiarização e de identificação de outros países por nossa cultura. Embora ainda embrionário, devido, sobretudo, à restrição orçamentária de que cronicamente sofre nossa política cultural externa, pode-se dizer que uma diplomacia cultural brasileira está sendo construída, mesmo que em patamares bem mais modestos que nações com tradição na área.

Nossas intenções no uso da cultura no cenário internacional, entretanto, já se fazem mais claras, e diante do obstáculo da falta de recursos para a execução de projetos mais

ambiciosos, alternativas mais criativas vem sendo buscadas pelo Itamaraty, como é o caso das cooperações bilaterais culturais, cujo Ano do Brasil na França, em 2005, foi o primeiro expoente. Esta estratégia de cooperação bilateral se revelou muito eficaz, pois seu custo-benefício foi muito positivo, não apenas pagando seus próprios custos, como também gerando receitas adicionais em turismo, investimentos e publicações. Além disso, esse projeto se mostrou uma instrumenta poderosa na projeção de nossos valores, idioma, e cultura em geral no país receptor do evento. O Ano do Brasil em Portugal (2012-2013) e o Ano do Brasil na Alemanha (2013-2014) indicam uma tendência de no governo Dilma Rousseff seguirmos apostando nessa estratégia de difusão cultural.

Podemos notar, contudo, algumas incongruências entre as ações práticas de nossa política cultural externa e o discurso oficial do governo. Enquanto, por meio de seus relatórios e sua página online, o Itamaraty em inúmeras vezes afirma que a América do Sul, a América Latina, a África e, por fim, as demais nações em desenvolvimento são as áreas prioritárias de nossa política de difusão cultural, isso só é verdade me parte. De fato os CCBs e os Institutos Culturais se localizam primordialmente nessas áreas, no entanto, no que concerne à divulgação mais geral de artistas, música, cinema e outros, pode-se notar que há uma priorização por aqueles mercados consumidores de arte ó principalmente o europeu e o norte-americano. Isso fica evidenciado pelas experiências tanto pelo Programa Novas Vozes do Brasil como pelas cooperações bilaterais, que até agora só foram tratadas com países europeus. Todavia, ainda que fujam do discurso oficial do Itamaraty, as ações que privilegiam mercados mais tradicionais estão ainda dentro da lógica da diplomacia cultural, pois há o interesse de valer-se da identificação cultural com esses países, sobretudo, para buscar ganhos em áreas como a de investimentos, cooperação técnica e acadêmica ó áreas que o Brasil ainda teria a evoluir se relacionando com essas nações desenvolvidas.

Por último, cabe deixar aqui um gancho para talvez uma sequência futura deste estudo. Foram analisadas aqui as estratégias contemporâneas de difusão cultural do Brasil dentro da lógica da diplomacia cultural e verificou-se que talvez a principal restrição a um aprimoramento dessa vertente da nossa política externa seja o orçamento restrito. Não se procurou, no entanto, investigar as causas desse pouco prestígio que goza o fator cultural dentro do corpo diplomático brasileiro. A própria falta de estudos acadêmicos referentes à diplomacia cultural já demonstra que o desinteresse pela área não é exclusivo do Itamaraty, mas já provém da nossa própria academia de relações internacionais. Ao lado disso, pode-se pontuar a própria dificuldade de eleger quais traços culturais que se pretende difundir e aonde, problema que se intensifica em uma cultura balcânica como a brasileira. Estes temas,

entretanto, são complexos demais para serem analisados aqui e requerem uma ampliação desse estudo para serem investigados. O que se espera, afinal, é que o presente trabalho incentive novas pesquisas na área, que completem e expandam o que foi realizado aqui.

REFERÊNCIAS

- ALIANÇA FRANCESA. **A Aliança Francesa no Mundo**. Disponível em: <http://www.afpoa.com.br/wp/?page_id=159> Acesso em: 08 nov. 2012.
- ALMEIDA, Paulo Roberto de. *Uma política externa engajada: a diplomacia do Governo Lula*. **Revista Brasileira de Política Internacional**, Brasília, v 47, n.1, 2004.
- AMARAL, Ruy Pacheco de Azevedo. **O Brasil na França**. Brasília: Fundação Alexandre de Gusmão, 2008.
- AMBASSADE DE FRANCE AU BRÉSIL. **Política Externa**. Disponível em: <<http://brasil.ambafrance-br.org/Politica-externa>> Acesso em: 08 nov. 2012.
- BARACHO, Maria Amarante Pastor; e REIS, André. **Estado, cultura e mercado na era da globalização: reflexões e possibilidades** Belo Horizonte, 2001. Disponível em: <<http://www.duo.inf.br/culturaonline/>> Acesso em 03 nov. 2012.
- BAUER, Carlos. *História, Educação e a Construção da Identidade Nacional*. In: **Revista Historia de La Educación Latinoamericana** n.10. Tunja: Universidad Pedagógica Y Tecnológica de Colombia, Rudecolombia, 2008.
- BIAZZI, Alessandro; NETO, Virgílio F. **Futebol e política externa brasileira: entre o político-identitário e o comercial**. Buenos Aires, 2007.
- BRASIL. Cinema do Brasil. **O que é o Cinema do Brasil**. Disponível em: <<http://www.cinemadobrasil.org.br/quem-somos.php?lang=pt&pgn=2>> Acesso em 18 nov. 2012.
- BRASIL. Ministério das Relações Exteriores. **Coordenação de Divulgação**. Disponível em: <<http://dc.itamaraty.gov.br/coordenacao-de-divulgacao-divulg>> Acesso em 14 nov. 2012.
- BRASIL. Ministério das Relações Exteriores. **Departamento Cultural**. Disponível em: <<http://dc.itamaraty.gov.br/sobre-o-departamento>> Acesso em 13 nov. 2012.
- BRASIL. Ministério das Relações Exteriores. **Divisão de Acordos e Assuntos Multilaterais Culturais**. Disponível em: <<http://dc.itamaraty.gov.br/divisao-de-acordos-e-assuntos-multilaterais-culturais-damc>> Acesso em 14 nov. 2012.
- BRASIL. Ministério das Relações Exteriores. **Divisão de Operações de Difusão Cultural**. Disponível em: <<http://dc.itamaraty.gov.br/divisao-de-operacoes-de-difusao-cultural-dodc>> Acesso em 14. nov. 2012.
- BRASIL. Ministério das Relações Exteriores. **Divisão de Promoção da Língua Portuguesa**. Disponível em: <<http://dc.itamaraty.gov.br/divisao-de-promocao-da-lingua-portuguesa-dplp-1>> Acesso em 14 nov. 2012.
- BRASIL. Ministério das Relações Exteriores. **Divisão de Promoção do Audiovisual**. Disponível em: <<http://dc.itamaraty.gov.br/dav>> Acesso em: 14 nov. 2012

BRASIL. Ministério das Relações Exteriores. **Divisão de Temas Educacionais**. Disponível em: <<http://www.dce.mre.gov.br/>> Acesso em 14 nov. 2012.

BRASIL. Ministério das Relações Exteriores. **Ministério das Relações Exteriores**. Disponível em: <<http://www.itamaraty.gov.br/o-ministerio/conheca-o-ministerio/view>> Acesso em 13 nov. 2012.

BRASIL. Ministério das Relações Exteriores. Promoção Cultural [ó](#) Audiovisual. **Balanco de política externa 2003/2010**. Disponível em: <<http://www.itamaraty.gov.br/temas/balanco-de-politica-externa-2003-2010/8.2.4-promocao-cultural-audiovisual/view>>. Acesso em 06 nov. 2012.

BRASIL. Ministério das Relações Exteriores. Promoção Cultural - Cooperação Educacional. **Balanco de política externa 2003/2010**. Disponível em: <<http://www.itamaraty.gov.br/temas/balanco-de-politica-externa-2003-2010/8.2.5-promocao-cultural-cooperacao-educacional/view>>. Acesso em 06 nov. 2012.

BRASIL. Ministério das Relações Exteriores. Promoção Cultural [ó](#) Eventos Culturais. **Balanco de política externa 2003/2010**. Disponível em: <<http://www.itamaraty.gov.br/temas/balanco-de-politica-externa-2003-2010/8.2.1-promocao-cultural-eventos-culturais/view>>. Acesso em 06 nov. 2012.

BRASIL. Ministério das Relações Exteriores. Promoção Cultural [ó](#) Imagem do Brasil. **Balanco de política externa 2003/2010**. Disponível em: <<http://www.itamaraty.gov.br/temas/balanco-de-politica-externa-2003-2010/8.2.3-promocao-cultural-imagem-do-brasil/view>>. Acesso em 06 nov. 2012.

BRASIL. Ministério das Relações Exteriores. Promoção Cultural [ó](#) Língua Portuguesa. **Balanco de política externa 2003/2010**. Disponível em: <<http://www.itamaraty.gov.br/temas/balanco-de-politica-externa-2003-2010/8.2.2-promocao-cultural-lingua-portuguesa/view>>. Acesso em 06 nov. 2012.

BRASIL. Ministério das Relações Exteriores. Promoção Cultural [ó](#) UNESCO. **Balanco de política externa 2003/2010**. Disponível em: <<http://www.itamaraty.gov.br/temas/balanco-de-politica-externa-2003-2010/8.2.6-promocao-cultural-unesco/view>>. Acesso em 06 nov. 2012.

BRASIL. Ministério das Relações Exteriores. **Relatório de Avaliação do Plano Plurianual 2008-2011 ó Ano Base 2009**. Disponível em: <<http://www.itamaraty.gov.br/o-ministerio/relatorio-de-avaliacao-do-plano-plurianual-2008-2011/view>> Acesso em 20 nov. 2012.

BRASIL. Ministério das Relações Exteriores. **Relatório de Avaliação do Plano Plurianual 2008-2011 ó Ano Base 2010**. Disponível em: <<http://www.itamaraty.gov.br/o-ministerio/relatorio-de-avaliacao-do-plano-plurianual-2008-2011-ano-base-2010/view>> Acesso em 20 nov. 2012.

BRASIL. *Programa Novas Vozes do Brasil começa a levar artistas para apresentação no exterior*. **Portal Brasil**, 16 ago. 2011. Disponível em:

<<http://www.brasil.gov.br/noticias/arquivos/2011/08/16/programa-novas-vozes-do-brasil-comeca-a-levar-artistas-para-apresentacoes-no-exterior>> Acesso em 17 nov. 2012.

BRASIL-PORTUGAL. **O Ano Brasil Portugal 2012-2013**. Disponível em: <<http://www.anobrasilportugal.com.br/brasil-portugal/historico.asp>> Acesso em 24 nov 2012.

BRITISH COUNCIL. **Contribution to UK Soft Power**. Disponível em: <<http://www.britishcouncil.org/about/contribution-uk-soft-power>> Acesso em: 08 nov. 2012.

CERVO, Amado L. **Inserção Internacional: formação de conceitos brasileiros**. São Paulo: Saraiva, 2008.

CHAUÍ, Marilena. *Cultuar ou Cultivar*. In: **Revista Teoria e Debate**, São Paulo n.8, out./dez. 1989.

COOMBS, Phillip H. **The Fourth Dimension of Foreign Policy**. New York: Harper & Row Publishers, 1964.

DAAD. **Brief Description**. Disponível em: <<http://www.daad.de/portrait/wer-wir-sind/kurzportrait/08940.en.html>> Acesso em: 10 nov. 2012.

FIORIN, José Luiz. *A construção da identidade nacional brasileira*. In: **Revista de Estudos do Discurso**, v. 1, p. 115-126, 2009.

FONTANILLE, Jacques; ZILBERBERG, Claude. **Tensão e significação**. São Paulo: Discurso Editorial/Humanitas, 2001.

FRASER, Matthew. **Weapons of Mass Distraction: Soft Power and American Empire**. St. Martin's Press, 2005.

GUERALDI, Ronaldo Guimarães. **A aplicação do conceito de poder brando (soft power) na política externa brasileira**. Dissertação de Mestrado. Fundação Getúlio Vargas, 2005.

GUERRA, Lizângela. **O Programa de Estudantes-Convênio de Graduação e sua importância para o soft power brasileiro**. Trabalho de Conclusão submetido ao Programa de Especialização em Relações Internacionais. PUC-RS, 2012.

HOBBSAWM, Eric. *Introdução*. In: HOBBSAWM, Eric; RANGER, Terence (orgs.). **A invenção das tradições**. 2 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

HOLLINGER, David A. *Amalgamation and Hypodescent: The Question of Ethnoracial Mixture in the History of the United States*. In: **The American Historical Review**. Indiana University, 2003.

INSTITUTE FOR CULTURAL DIPLOMACY. **Cultural Diplomacy in the Public Sector: Executive Summary of the Public Sector Ranking 2012**. ICD Publications, 2011.

KERBER, Alessandro Mario. *A legitimação da identidade através da alteridade*. In: **Nuevo mundo mundos nuevos**. Paris: Debates, 2010.

MAGNOLI, Demétrio. **Manual do candidato: política internacional**. 3. ed. Brasília: Fundação Alexandre de Gusmão, 2004.

MARK, Simon. *A Greater Role for Cultural Diplomacy*. In: **Discussion Papers in Diplomacy**. Netherlands Institute of International Relations -Clingendaelø 2009.

MINISTÈRE DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES ET EUROPÉENNES. **L'action Audiovisuelle Extérieure**. Paris, 2010.

MIORANDO, Bernardo Sfredo. **Diplomacia Pública no Brasil: estudo sobre a Imagem internacional brasileira**. Trabalho de Conclusão submetido ao Curso de Relações Internacionais. UFRGS, 2010.

NYE, Joseph. **Soft power**. The means to success in world politics. New York: Public Affairs, 2004.

OLIVEN, Ruben. **Urbanização e Mudança Social no Brasil**. Porto Alegre: Editora Vozes, 1980.

_____ **A Parte e o Todo - A Diversidade Cultural no Brasil-nação**. Porto Alegre: Editora Vozes, 1982.

_____ **A Construção da Identidade Nacional**, palestra concedida em 10 nov. 2010, UFRGS.

RADIO FRANCE INTERNATIONALE. <<http://www.rfi.fr/>> Acesso em 11 dez. 2012.

RIBEIRO, Edgard Telles. **Diplomacia cultural: seu papel na política externa brasileira**. Brasília: Fundação Alexandre Gusmão, 1989.

RIBEIRO, Luiz Carlos. **Brasil: Futebol e Identidade Nacional**. Buenos Aires, 2003. Disponível em: <http://www.efdeportes.com/efd56/futebol.htm> Acesso em: 27 ago. 2012.

RODRIGUES, José Carlos. *Lévi-Strauss, Teórico da Comunicação*. In: **Revista FAMECOS** n.39. Porto Alegre, agosto de 2009.

SCHOSSLER, Alexandre. *Instituto Goethe faz 60 anos como referência na difusão da língua e da cultura alemãs*. **DW Notícias**. Jul. 2011. Disponível em: <<http://www.dw.de/instituto-goethe-faz-60-anos-como-refencia-na-difusao-da-lingua-e-da-cultura-alemas/a-15214012-1>> Acesso em 10 nov. 2012.

SILVA, André Luiz Reis da. **Uma diplomacia multidimensional?** As transformações matriciais da política externa brasileira recente (2000-2010). In: XXVI Simpósio Nacional de História, 2011, São Paulo. Anais do XXVI simpósio nacional da ANPUH - Associação Nacional de História. São Paulo : ANPUH-SP, 2011. v. 1. p. 01-13. Disponível em: <http://www.snh2011.anpuh.org/resources/anais/14/1308186318_ARQUIVO_ARTPEBNOVAMATRIZLULAANPUH2011c.pdf>. Acesso em 18 nov. 2012.

SILVA, Diego Barbosa da. *A língua nacional como afirmação da cultura nacional no exterior: o caso da francofonia*. In: V Congresso de Letras da UERJ ó São Gonçalo. **Anais do V Congresso de Letras da UERJ ó São Gonçalo**. Rio de Janeiro: Botelho, 2008.

SOARES, Antonio Jorge. *Futebol Brasileiro e Sociedade: a Interpretação Culturalista de Gilberto Freire*. In: **Futbologías: Fútbol, Identidad y Violencia en América Latina**. ALABARCES, Pablo (Org.). Buenos Aires, CLACSO, 2002.

SOARES, Maria Suzana Arrosa. *A Diplomacia Cultural no Mercosul*. In: **Revista Brasileira de Política Internacional** n.51 (1): 53-69, 2008.

TEE, Mark. **Review of government direct communication and the role of COI**. London: Cabinet Office, 2011.

THIESSE, Anne-Marie. **La création des identités nationales**. Europe XVIIIe-XXesiècle. Paris: Editions du Seuil, 1999.

_____. **Ficções criadoras: as identidades nacionais**. Anos 90, Porto Alegre: UFRGS, n. 15, 2001/2002.

VIZENTINI, Paulo; PEREIRA, Analúcia. **A política africana do governo Lula**. NERINT, 2007. Disponível em: <<http://www6.ufrgs.br/nerint/folder/artigos/artigo40.pdf>>. Acesso em 6 nov. 2011.

ANEXOS

Anexo 1: Relatório de Balanço de Política Externa 2003-2010 ó Promoção Cultural ó Eventos Culturais ó Ministério das Relações Exteriores.

Item a) Promoção Cultural. Eventos culturais no Exterior.

De 2003 a 2010, a Divisão de Operações de Difusão Cultural (DODC), precipuamente por meio da política cultural do Ministério das Relações Exteriores, que se insere no contexto mais amplo da política externa brasileira, do Programa de Difusão Cultural, das Comissões Mistas Culturais, de Acordos Culturais bilaterais e de Programas Executivos Culturais, atuou como instrumento de difusão da cultura brasileira no exterior, bem como ferramenta de aproximação cultural e adensamento das relações diplomáticas que o Brasil mantém com outros países.

2. A DODC exerce papel significativo na difusão da cultura brasileira no exterior. Em consonância com a política cultural estabelecida nos mais altos níveis, a elaboração e implementação da diplomacia cultural é norteada pelas prioridades conferidas pela Política Externa Brasileira à América do Sul e à África. Nesse contexto, a DODC busca:

- a) identificar e promover iniciativas que possam difundir a produção artística nacional e divulgar aspectos pouco conhecidos da diversidade cultural brasileira no exterior; e
- b) apoiar programações culturais tradicionais em curso nos diferentes países com os quais o Brasil mantém relações diplomáticas.

3. O Programa de Difusão Cultural (PDC) consiste em programação proposta anualmente por grande parte dos Postos (Embaixadas, Consulados e Delegações) que a Secretaria de Estado administra no exterior. Em 2010, 137 Postos submeteram programações culturais ao exame da DODC. A Divisão avalia, aprova e gere, ao longo do ano, os respectivos PDCs, seguindo as prioridades acima delineadas, bem como os critérios da disponibilidade orçamentária e da pertinência das propostas no que se refere à promoção da diversidade das manifestações culturais do Brasil.

4. Além do PDC, a Divisão conta, para a promoção da cultura brasileira no exterior, com os Acordos Culturais e instrumentos jurídicos que têm o objetivo de estreitar os laços culturais entre o Brasil e outros países. A assinatura de Acordos Culturais tem por desdobramento a criação e realização sistemática de reuniões das Comissões Mistas Culturais (Comistas). Por meio destas, formulam-se propostas de políticas públicas voltadas para o intercâmbio cultural entre os países. Um dos principais instrumentos resultantes das Comistas consiste nos Programas Executivos Culturais, que enumeram propostas concretas de cooperação cultural em nível bilateral.

5. A existência de uma ampla rede de Postos no exterior, com capacidade para reconhecer as demandas locais relativas ao universo cultural brasileiro, confere a medida do vasto campo de atuação das operações da DODC.

6. São exemplos de realizações da DODC no período 2003-2010:

- Ano do Brasil na França (2005): em estreita cooperação com o Comissariado do Ano do Brasil na França, com o Ministério da Cultura e com a Embaixada do Brasil na França, a DODC foi ator-chave no planejamento e implementação de muitas atividades incluídas na *saison* francesa, principalmente aquelas desenvolvidas no Espaço Brasil, no *Carreau du Temple*;
- Cúpula Presidencial do IBAS (2006): concepção, produção e execução do espetáculo *Samwaad Milágrimasö*, do coreógrafo Ivaldo Bertazzo;
- Copa da Cultura (2006): desenvolvida em cooperação com o Ministério da Cultura. A DODC auxiliou na coordenação e na execução de vários eventos, em especial dos programas de música e de encontros literários realizados na Embaixada do Brasil em Berlim;
- Centenário do arquiteto Oscar Niemeyer (2008): exposições comemorativas realizadas em Londres, Santiago, São Salvador, Assunção e Washington;
- Centenários do nascimento de Guimarães Rosa e do falecimento de Machado de Assis (2008): eventos comemorativos em Budapeste, Londres, Roma, Madri, Berlim, Haia e Paris, dentre outros;
- Ano Villa-Lobos (2009): mais de 60 eventos voltados para a divulgação da obra do maestro Heitor Villa-Lobos, em quatro continentes;
- Dia da Amizade Brasil ó Cabo Verde (2010): apoio à iniciativa do Ministério da Cultura, que organizou missão cultural àquele país no âmbito das comemorações de 550 anos de seu descobrimento e 35 anos de sua Independência;

7. Foram assinados, no período 2003-2008, aproximadamente 70 acordos, programas executivos e outros instrumentos de cooperação cultural com vários países. Seguindo a diretriz da prioridade do adensamento das relações bilaterais com os países das América do Sul e África, BRICS e demais países da América Latina e Caribe, foram firmados 47 atos internacionais com Argentina, Paraguai, Peru, Guiana, Venezuela, Angola, Namíbia, África do Sul, Camarões, Senegal, Egito, Tunísia, Moçambique, República do Congo, Argélia, Botsuana, Serra Leoa, Burkina Faso, Zâmbia, Quênia, Nigéria, Mali, Índia, Rússia, China, Barbados, Panamá, México, República Dominicana, Guatemala, Belize, Santa Lúcia, São Vicente e Granadinas, Granada, Dominica e São Cristóvão e Névis. Adicionalmente, foram firmados 23 atos internacionais com Grécia, Vietnã, Síria, Kuaite, Portugal, Alemanha, Coreia do Sul, França, Espanha, Estados Unidos, Letônia, Lituânia, Jordânia, Israel, Timor Leste, Países Baixos, Uzbequistão, Ucrânia, Irã, Palestina, Catar e Itália.

8. Ademais das ações precípuas da DODC, a Divisão colaborou ativamente para a realização dos seguintes eventos:

- itinerância da exposição AMRIK ó Presença Árabe na América do Sul (2006);
- concepção da agenda cultural paralela à I Conferência Internacional sobre o Futuro da Língua Portuguesa (Brasília, março de 2010);
- cerimônia de promoção *post mortem* do Embaixador Vinicius de Moraes (Brasília, agosto de 2010);
- participação brasileira nas Bienais de Arte e Arquitetura de Veneza;
- participação brasileira nas Bienais do Mercosul;
- participação nas Bienais de Arte de São Paulo;
- participação brasileira em aproximadamente 40 Feiras do Livro, em mais de 15 países.

Anexo 2: Evolução dos leitorados brasileiros 2003-2010 ó Promoção Cultural ó Língua Portuguesa ó Fonte: Ministério das Relações Exteriores.

Ano: 2003

ÁREA GEOGRÁFICA	POSTO	UNIVERSIDADE	Nº
América do Sul	Brasemb Buenos Aires	Universidade de Buenos Aires	1
	Consbrás Córdoba	Universidade de Córdoba	2
América Central e Caribe	Brasemb Havana	Universidade de Havana	3
	Brasemb São Domingos	Universidade Autônoma - UASD	4
América do Norte	Consbrás Montreal	Universidade de Quebec	5
Europa	Brasemb Berlim	Universidade Técnica de Berlim	6
	Brasemb Budapeste	Universidade Eötvös Lorand	7
	Brasemb Copenhague	Universidade de Aarhus	8
	Brasemb Estocolmo	Universidade de Estocolmo	9
	Brasemb Lisboa	Universidade do Porto	10
	Brasemb Londres	Universidade de Essex	11
		King's College, Londres	12
		Birbeck College	13
		Universidade de Londres	14
	Brasemb Moscou	Universidade Queen Mary	15
		Universidade Estadual de Moscou	16
	Brasemb Paris	Université Paris III	17
		Université de Paris XIII	18
		Université de Nantes	19
		Université de Paris X, Nanterre	20
		Université de Paris VII	21
		Université de Lion II	22
Université Blaise Pascal	23		
Brasemb Viena	Universidade	24	
Brasemb Roma	Universidade de Bolonha	25	
Brasemb Varsóvia	Universidade de Varsóvia	26	
África	Brasemb Abidjan	Universidade	27
	Brasemb Dacar	Universidade	28
	Brasemb Acra	Universidade	29
Ásia e Oriente Médio	Brasemb Nova Delhi	Universidade Jawaharlal Nehru	30
		Universidade de Goa	31

Ano 2010

ÁREA GEOGRÁFICA (100%)	POSTO	UNIVERSIDADE	Nº
América do Sul (16,67%)	Brasemb Assunção	Universidade Católica de Assunção	1
		Universidade Nacional de Assunção	2
		Universidade Nacional de Assunção	3
	Brasemb Buenos Aires	Universidade de Buenos Aires	4
	Consbrás Córdoba	Universidade de Córdoba	5
	Consbrás Mendoza	Universidade de Cuyo	6
	Brasemb Georgetown	Universidade da Guiana	7
	Brasemb Lima	Universidade de San Marcos - Letras	8
		Universidad Nacional del Altiplano	9
	Consbrás Santa Cruz	Universidade Aut. Gabriel René Moreno	10
	Brasemb Santiago	Pontifícia Universidade Católica	11
América Central e Caribe (12,96%)	Brasemb Bridgetown	Universidade das Índias Ocidentais	12
	Brasemb Kingston	Universidade das Índias Ocidentais	13
	Brasemb Manágua	Universidade Nacional Agrária	14
	Brasemb Port-of-Spain	Universidade das Índias Ocidentais	15
	Brasemb Porto Príncipe	Universidade Federal do Haiti	16
	Brasemb São Domingos	Universidade Autónoma - UASD	17
	Brasemb São José	Universidade da Costa Rica	18
	América do Norte (3,70%)	Consbrás Los Angeles	Universidade da Califórnia
Brasemb México		Instituto Politécnico Nacional	20
Europa (37,04%)	Brasemb Berlim	Universidade de Trier	21
	Brasemb Budapeste	Universidade Eötvös Lorand	22
	Brasemb Copenhague	Universidade de Aarhus	23
	Brasemb Kiev	Universidad Nacional Taras Shevchenko	24
	Brasemb Liubliana	Universidade de Primorska	25
	Brasemb Londres	King's College, Londres	26
		Birbeck College	27
		Universidade de Londres	28
		Universidade Queen Mary	29
	Brasemb Moscou	Universidade Estadual de Moscou	30
	Brasemb Paris	Université Paris III	31
		Université de Paris XIII	32
		Université de Nantes	33
		Université de Paris X, Nanterre	34
		Université de Paris VIII	35
		Université de Lion II	36
		Université Blaise Pascal	37
	Brasemb Praga	Universidade Karolina	38
	Brasemb Roma	Universidade de Bolonha	39
	Brasemb Varsóvia	Universidade de Varsóvia	40
	Brasemb Zagreb	Universidade de Zagreb	41
África (16,67%)	Brasemb Acra	Ghana Institute of Languages	42
	Brasemb Bissau	Universidade Amílcar Cabral - Lusófono	43
	Brasemb Cotonu	Universidade Abomey-Calavi	44
	Brasemb Iauandê	Universidade de Iauandê I	45
	Consbrás Lagos	Universidade do Estado de Lagos	46
		Universidade Obafemi Awolowo	47
	Brasemb Libreville	Universidade Omar Bongo	48
	Brasemb Maputo	Instituto Superior de Tecnologia de	49
	Brasemb Nairobi	Kenyatta University	50
	Brasemb São Tomé	Instituto Superior Politécnico	51
Ásia e Oriente Médio (11,11%)	Brasemb Beirut	Universidade Saint Joseph	52
	Brasemb Hanói	Universidade de Hanói	53
		Universidade de Hanói	54
	Brasemb Ierevan	Universidade do Estado e Linguística	55
	Brasemb Pequim	Universidade de Est. Estrang. de Cantão	56
		Universidade de Est. Intern. de Pequim	57
		Universidade de Pequim	58
		Universidade das Comunicações	59
Oceania (1,85%)	Brasemb Wellington	Universidade Victoria	60

Anexo 3: Execução Orçamentária do Departamento Cultural do MRE ó Ano base 2010.

Ações (Produto/Unidade de Medida)	Metas Físicas		Metas Financeiras	
	Previsto	Realizado	Previsto	Realizado
Concessão de Bolsas, no Sistema Educacional Brasileiro, a Alunos Estrangeiros - 00CB (BOLSA CONCEDIDA/UNIDADE)	600,00	2.634,00	1.500.000,00	1.493.359,62
(RAP 2009) Concessão de Bolsas, no Sistema Educacional Brasileiro, a Alunos Estrangeiros - 00CB (BOLSA CONCEDIDA/UNIDADE)	0,00	0,00	45.959,21	3.554,27
Difusão da Língua Portuguesa e da Cultura Brasileira no Exterior - 2530 (PESSOA BENEFICIADA/UNIDADE)	18.000,00	28.365,00	23.620.000,00	14.249.333,68
(RAP 2009) Difusão da Língua Portuguesa e da Cultura Brasileira no Exterior - 2530 (PESSOA BENEFICIADA/UNIDADE)	0,00	0,00	63.663,48	47.000,30
Fomento a Eventos de Divulgação do Brasil no Exterior - 6641 (evento apoiado/UNIDADE)	800,00	1.131,00	12.000.000,00	9.087.086,78
(RAP 2009) Fomento a Eventos de Divulgação do Brasil no Exterior - 6641 (evento apoiado/UNIDADE)	0,00	0,00	583.138,09	128.340,06
Gestão e Administração do Programa - 2272 (-/-)	0,00	0,00	2.880.000,00	2.853.211,33
(RAP 2009) Gestão e Administração do Programa - 2272 (-/-)	0,00	0,00	49.580,08	49.568,88
	Previsto		Realizado	
Subtotal LOA + Créditos 2010	40.000.000,00		27.682.991,41	
Subtotal RAP 2009	742.340,86		228.463,51	
Subtotal Não-Orçamentário 2010	0,00		0,00	
TOTAL	40.742.340,86		27.911.454,92	

Fonte: Relatório de Avaliação do Plano Plurianual 2008-2011 ó Ano base 2010 (MRE, 2011)