

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

ARTHUR DE LIMA PEREIRA

**DIPLOMACIA CULTURAL: A PROMOÇÃO CULTURAL DOS CONSULADOS-
GERAIS EM PORTO ALEGRE**

Porto Alegre

2017

ARTHUR DE LIMA PEREIRA

**DIPLOMACIA CULTURAL: A PROMOÇÃO CULTURAL DOS CONSULADOS-
GERAIS EM PORTO ALEGRE**

Trabalho de Conclusão do Curso de Comunicação Social – Relações Públicas, a ser apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Relações Públicas.

Orientadora: Prof. Dra. Helenice Carvalho

Porto Alegre

2017

CIP - Catalogação na Publicação

Pereira, Arthur de Lima

Diplomacia Cultural: A Promoção Cultural dos
Consulados-Gerais em Porto Alegre / Arthur de Lima
Pereira. -- 2017.

82 f.

Orientadora: Helenice Carvalho.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) --
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade
de Biblioteconomia e Comunicação, Curso de Comunicação
Social: Relações Públicas, Porto Alegre, BR-RS, 2017.

1. Diplomacia Cultural. 2. Relações Públicas
Internacionais. 3. Relações Exteriores. I. Carvalho,
Helenice, orient. II. Título.

Arthur de Lima Pereira

**DIPLOMACIA CULTURAL: A PROMOÇÃO CULTURAL DOS CONSULADOS-
GERAIS EM PORTO ALEGRE**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul para obtenção do grau de Bacharel em Relações Públicas.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dra. Helenice Carvalho – UFRGS (Orientadora)

Prof. Dra. Enói Dagô Liedke – UFRGS (Examinadora)

Prof. Dra. Denise Avancini Alves – UFRGS (Examinadora)

Porto Alegre, 16 de janeiro de 2018.

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, Vinicius e Silvia, por tudo que me ensinaram e por estarem comigo em todos os momentos durante a graduação, prestando carinho, dedicação e até puxões de orelha, e fazendo com que eu cresça como ser humano. Vocês dois são uma inspiração para mim.

À minha namorada e grande amiga Bruna, por todo apoio, admiração, dedicação, companheirismo e tranquilidade em me aguentar durante esses meses finais.

À minha família, tios, padrinhos, primos, afilhados, sogros e demais amigos, por estarem sempre me auxiliando e motivando em todos os momentos que precisei. Vocês são essenciais.

À minha avó Marlene, pela serenidade com que sempre disse que tudo iria dar certo; a minha avó Lidia (*In memorian*), por sempre rezar por mim em todos os momentos que estive aqui; e ao meu avô e eterno melhor amigo Lindomar (*In memorian*), por ter sido a primeira pessoa a me ligar quando passei no vestibular, por me inspirar a ser uma pessoa melhor a cada dia e por ser sempre a minha grande motivação.

Aos colegas “Rpuffs”, por compartilharem dessa fase única junto comigo, saibam que foram o fator determinante nesses quatro anos e que sem a companhia de vocês tudo seria mais difícil e teria menos graça. Um agradecimento especial também aos “Queridões”, pelas longas sessões de auto-ajuda e incentivo durante a elaboração do trabalho.

Aos amigos do “APCA”, que apesar de não estarem nem aí para nada, fazem uma diferença gigantesca no meu dia a dia e no fundo entendem que Relações Públicas é a melhor profissão do mundo.

À professora Helenice, pelo companheirismo durante a orientação do trabalho e pelo apoio, dedicação e ensinamentos dados a mim durante toda a graduação.

Aos Consulados-Gerais da Argentina, Chile, Espanha, Itália e Uruguai, pela oportunidade de me receberem e auxiliarem durante a aplicação da pesquisa.

À professora Enoí e aos colegas da AGERP, SPH e Editora da UFRGS, pela amizade e todo o aprendizado que adquiri durante a época em que fui bolsista na universidade; e também aos os colegas do estágio no Ministério Público, pelo ensinamento, incentivo e companheirismo diário, principalmente nos últimos meses.

RESUMO

Esta pesquisa tem como tema central a Diplomacia Cultural, buscando entender a partir dela como os Consulados-Gerais presentes na cidade de Porto Alegre trabalham comunicacionalmente a cultura de seus países através da promoção de atividades culturais. A escolha do tema foi feita partir da busca por entender melhor as culturas de diferentes países e como elas se disseminam ao redor do mundo. A partir disso definiu-se como objetivo geral desta monografia analisar se a Diplomacia Cultural exercida pelos Consulados-Gerais da Argentina, Chile, Espanha, Itália e Uruguai, presentes na cidade de Porto Alegre no Estado do Rio Grande do Sul, é efetiva. Utilizou-se como principais autores teóricos Ribeiro (1989), apresentando a Diplomacia Cultural, Nobre (2016), apresentando a relação das Relações Públicas com a diplomacia e Rubin (2005), apresentando o Sistema Cultural a ser utilizado posteriormente na análise. Foi utilizado como metodologia de pesquisa o Estudo de Caso a partir da visão de Yin (2001), que inclui as técnicas de pesquisa bibliográfica e análise de conteúdo. A partir da análise dos resultados obtidos foi possível entender como cada país trabalha a diplomacia cultural no estado do Rio Grande do Sul, destacando se essa diplomacia cultural é de fato efetiva, apresentando as razões que fazem com que esses países trabalhem a cultura de determinada forma na região e apontando novas perspectivas acerca do tema escolhido.

Palavras-chave: Diplomacia. Cultura. Comunicação. Consulados-Gerais.

ABSTRACT

This research has, as a main topic, the cultural diplomacy, seeking to understand how the general consulates existents in Porto Alegre works communicationally the culture of their countries through the promotion of cultural activities. The choice of the theme was made in the quest to understand better the cultures of different countries and how they are disseminated all around the world. From this, was defined, as the main objective of this research, to analyse if the Cultural Diplomacy exercised by the General Consulates of Argentina, Chile, Spain, Italy and Uruguay, presents in the city of Porto Alegre, State of Rio Grande do Sul, are effective. The main authors used was Ribeiro (1989) – presenting the Cultural Diplomacy – Nobre (2016) – showing the Public Relationships with diplomacy – and Rubin (2005), showing the Cultural System to be used after the analysis. It was used, as methodology, the case study, from the vision of Yin (2001), that included the technics of bibliographic research and content analysis. From the obtained results, it was possible to understand how each country works with cultural diplomacy in the state of Rio Grande do Sul, highlighting if this cultural diplomacy is, in fact, effective, showing the reasons that made these countries works with the culture of certain shape in region and pointing new perspectives about the chosen topic.

Keywords: Diplomacy. Culture. Communication. General Consulates.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Panteão das Relações Públicas Internacionais	30
Figura 2 – Página inicial do site do Consulado-Geral da Argentina	43
Figura 3 – Página inicial do site do Consulado-Geral do Chile	43
Figura 4 – Página com divulgação cultural do Consulado-Geral do Chile.....	44
Figura 5 – Página inicial do site do Consulado-Geral da Espanha.....	44
Figura 6 – Página com divulgação cultural do site do Consulado-Geral da Espanha	45
Figura 7 – Página inicial do site do Consulado-Geral da Itália	45
Figura 8 – Página com divulgação cultural do site do Consulado-Geral da Itália.....	46
Figura 9 – Página com conteúdo cultural do Site do Consulado-Geral da Argentina	47
Figura 10 – Página com conteúdo cultural do site do Consulado-Geral da Espanha	48
Figura 11 – Página com conteúdo cultural do site do Consulado-Geral da Itália	49
Figura 12 – Página inicial do Facebook do Consulado-Geral da Argentina	51
Figura 13 – Página com exemplo de promoção cultural do Consulado-Geral da Argentina.....	51
Figura 14 – Página Inicial do Facebook do Consulado-Geral da Itália.....	52
Figura 15 – Página com exemplo de promoção cultural do Facebook do Consulado- Geral da Itália	52
Figura 16 – Exemplo de atividade cultural promovida pelo Consulado-Geral da Argentina.....	55
Figura 17 – Exemplo de atividade cultural promovida pelo Consulado-Geral do Chile	57
Figura 18 – Exemplo de atividade cultural promovida pelo Consulado-Geral da Espanha	59
Figura 19 – Exemplo de atividade cultural promovida pelo Consulado-Geral da Itália.....	62

Figura 20 – Exemplo de atividade cultural promovida pelo Consulado-Geral do Uruguai.....	63
--	----

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Quadro com as etapas de um sistema cultural e profissões correspondentes.....	34
Quadro 2 – Quadro dos sites dos Consulados-Gerais	41-42
Quadro 3 – Quadro do Facebook dos Consulados-Gerais	50
Quadro 4 – Quadro de análise da criação cultural dos Consulados-Gerais.....	64
Quadro 5 – Quadro da análise da divulgação cultural dos Consulados-Gerais	68
Quadro 6 – Quadro da análise da organização cultural dos Consulados-Gerais.....	71

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
2	A DIPLOMACIA COMO INSTRUMENTO DE APROXIMAÇÃO ENTRE OS POVOS	16
2.1	DIPLOMACIA: HISTÓRIA, SISTEMATIZAÇÃO E ATUAÇÃO NO RIO GRANDE DO SUL	16
2.2	A DIPLOMACIA CULTURAL: CONCEITOS E VISÕES	21
3	GESTÃO DA COMUNICAÇÃO EM AMBIENTES INTERCULTURAIS	28
3.1	RELAÇÕES PÚBLICAS INTERNACIONAIS NOS GOVERNOS E NO PAPEL DO DIPLOMATA	28
3.2	O CÔNSUL COMO AGENTE CULTURAL	33
4	ANÁLISE DA PROMOÇÃO CULTURAL FEITA PELOS CONSULADOS-GERAIS DE PORTO ALEGRE	38
4.1	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	38
4.2	PROMOÇÃO CULTURAL NOS CONSULADOS-GERAIS DE PORTO ALEGRE	40
4.2.1	Mapeamento dos canais de mídias digitais	40
4.2.1.1	<i>Sites dos Consulados-Gerais</i>	41
4.2.1.2	<i>Mapeamento das Redes Sociais (Facebook)</i>	50
4.2.2	Coleta de informações	53
4.2.2.1	<i>Consulado-Geral da Argentina</i>	53
4.2.2.2	<i>Consulado-Geral do Chile</i>	55
4.2.2.3	<i>Consulado-Geral da Espanha</i>	59
4.2.2.4	<i>Consulado-Geral da Itália</i>	62
4.2.2.5	<i>Consulado-Geral do Uruguai</i>	64
4.3	ANÁLISE DOS RESULTADOS OBTIDOS	64
4.3.1	Criação	64
4.3.2	Divulgação	68
4.3.3	Organização	71
4.3.4	Conclusões da análise	74

5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	77
	REFERÊNCIAS	80

1 INTRODUÇÃO

A Diplomacia é uma área muito importante para um país, pelo fato de que é através dela que esse país se relaciona com os outros países e negocia questões essenciais para o seu desenvolvimento. Dentre as áreas abordadas na diplomacia de um país, a cultura destaca-se como uma das principais, pelo fato de que ao trabalhar a cultura externamente, um país está levando ao resto do mundo tudo que o representa. Sendo assim, a Diplomacia Cultural torna-se uma área cada vez mais destacada no estudo da diplomacia e das relações internacionais, sendo a promoção cultural de um país um exemplo de como o mesmo trabalha a sua política cultural externamente, o que leva ao tema desta monografia, denominado a “Diplomacia Cultural: A Promoção Cultural dos Consulados-Gerais em Porto Alegre”. Quando um país exerce a diplomacia cultural, acaba por promover cultura através de suas embaixadas e consulados em diversos locais do mundo, e isso acontece inclusive no Estado do Rio Grande do Sul, delimitado como foco deste trabalho.

A partir disso, foi definido o problema de pesquisa que ficou assim delimitado: entender como e de que forma os Consulados-Gerais que estão presentes em Porto Alegre trabalham comunicacionalmente a cultura de seus países na região, buscando analisar cada consulado particularmente a fim de explorar todo o conteúdo cultural que é difundido por eles na cidade de Porto Alegre e no Estado¹ do Rio Grande do Sul. Entende-se como o objetivo geral do trabalho analisar se a Diplomacia Cultural exercida pelos Consulados-Gerais em Porto Alegre é relevante. Como objetivos específicos foram formulados os que seguem: compreender como os Consulados-Gerais promovem a cultura de seus países em Porto Alegre; entender quais são as atividades culturais promovidas por esses consulados e como são realizadas; e analisar como esses Consulados-Gerais se comunicam com o público através de seus canais de mídias digitais.

A curiosidade por conhecer e entender as diferentes culturas globais e como são promovidas ao redor do mundo já era uma ideia inicial em desenvolvimento, que acabou ganhando novos rumos com a vinda do Consulado dos Estados Unidos a Porto Alegre, que despertou o interesse em entender como ocorre a integração entre

¹ Os Consulados analisados possuem jurisdição também em outros estados como Santa Catarina e Paraná, porém o presente trabalho busca analisar a promoção cultural apenas no Estado do Rio Grande do Sul, onde são sediados.

os países por meio dos consulados e como esses países buscam promover suas culturas para outros. A Diplomacia é uma área importantíssima na atualidade, pois os países necessitam se relacionar para impulsionar não apenas o seu crescimento comercial, mas também social, visto que as tendências em torno do planeta influenciam os países a segui-las e assim se desenvolverem.

Aliadas a isso, a cultura e a comunicação se relacionam diretamente e abrem diversas possibilidades de atuação conjunta, ainda mais em um cenário intercultural como é o caso de uma repartição consular. Sendo assim, definiu-se como objeto de estudo a promoção cultural realizada pelos Consulados-Gerais² que se encontram na cidade de Porto Alegre. Após pesquisa prévia sobre o tema, o objeto de análise foi delimitado tomando como base os países que possuem Consulados Gerais em Porto Alegre, que são: Alemanha, Argentina, Chile, Espanha, Itália e Uruguai. Como veremos no decorrer do trabalho, optou-se por Consulados que se denominam “Gerais”, por serem melhor estruturados que os outros níveis de consulados e assim possibilitarem uma análise mais aprofundada na promoção de atividades culturais.

O procedimento metodológico utilizado neste trabalho foi o Estudo de Caso a partir da visão de Yin (2001). Como técnicas de pesquisa presentes no Estudo de Caso estão a pesquisa bibliográfica, e a análise de conteúdo. A análise de conteúdo foi inspirada em Bardin (1977) e realizada a partir do mapeamento dos canais de mídia digital dos consulados e de coleta de informações, que ocorreu na ida aos consulados.

O trabalho inicia-se com o capítulo chamado *A Diplomacia como instrumento de aproximação entre os povos*, que busca introduzir o tema e que é composto por dois subcapítulos. O primeiro subcapítulo utiliza a teoria de Magalhães (1996) para estabelecer a diplomacia, abordando sua história e como as missões diplomáticas são estruturadas atualmente. O Segundo subcapítulo traz o conceito de cultura a ser trabalhado, utilizando a visão de Stuart Hall (1999) sobre a identidade cultural das nações, e também apresenta o conceito de diplomacia cultural, utilizando autores como Ribeiro (1989) e Madeira Filho (2016) para discorrer sobre o tema.

² A repartição consular dos EUA em Porto Alegre, apesar de ter sido um dos impulsionadores para a escolha do tema, não foi considerado como objeto de análise, pois não é um Consulado-Geral e sim uma Agência-Consular

O segundo capítulo visa partir para as questões mais estratégicas de diplomacia, analisando a gestão de comunicação em ambientes interculturais. O capítulo possui dois subcapítulos. O primeiro destes procura aproximar a diplomacia com a área da comunicação, mais especificamente a área de relações públicas, utilizando autores como Nobre (2016) e Szondi (2009) para traçar um paralelo entre a relações públicas dos governos e a diplomacia, abrindo caminho para pensarmos nas estratégias de relações públicas dentro de um consulado. O Segundo subcapítulo retoma a questão cultural nos consulados, apresentando a figura do cônsul como agente cultural e introduzindo os consulados, quando promovem a cultura, no sistema cultural proposto por Rubin (2005).

A partir do conhecimento apresentado nos capítulos teóricos é possível por meio do capítulo 4, que analisa a promoção cultural nos consulados-gerais de Porto Alegre, responder o problema de pesquisa. O capítulo é composto por três subcapítulos: Os dois primeiros são compostos pelo mapeamento dos canais de mídia digital dos consulados e pela coleta de informações dos consulados, respectivamente. Já o último capítulo é composto pela análise das informações e as conclusões acerca do problema de pesquisa e dos objetivos iniciais. Por fim o trabalho é finalizado pelas considerações finais, onde são apresentadas as percepções acerca do trabalho desenvolvido.

2 A DIPLOMACIA COMO INSTRUMENTO DE APROXIMAÇÃO ENTRE OS POVOS

As relações exteriores estão cada vez mais em pauta na sociedade atual, frente às diferenças sociais entre os países, que clamam por maior representatividade em nível global. Ainda estamos nos primeiros anos do séc. XXI e já discutimos a possibilidade de que ocorram novas guerras entre as extremidades do mundo, ficando evidente a importância das relações diplomáticas entre os países, a fim de que consigamos viver em um mundo pacífico em que a qualidade de vida seja a prioridade. A necessidade de fortalecer laços evidencia as diferentes formas de trabalhar as relações entre as nações, não somente por meio de intercâmbios comerciais, mas também através das relações culturais. Assim, a cultura tem papel decisivo nas missões diplomáticas, se tornando um instrumento cada vez mais presente nos vínculos entre os países e contribuindo positivamente em suas relações exteriores.

O presente capítulo tem por finalidade trazer à discussão a questão da diplomacia como questão de fundamental relevância para a construção de relações profícuas entre países, em especial aqueles que mantêm relações com o Brasil, mais especificamente com o Estado do Rio Grande do Sul. Relações essas que se caracterizam por laços de sangue ou proximidade física. Nesse sentido, passaremos a abordar no item que segue a questão da diplomacia, sua história, sistematização e atuação no Rio Grande do sul.

2.1 DIPLOMACIA: HISTÓRIA, SISTEMATIZAÇÃO E ATUAÇÃO NO RIO GRANDE DO SUL

É comum quando pensamos em diplomacia, a relacionarmos diretamente com o estudo das relações internacionais, porém, as duas áreas possuem significados diferentes. Enquanto o estudo das relações internacionais aprofunda-se em diversos temas, como economia, história, geografia, direito internacional e muitos outros; a Diplomacia se limita a um tema mais específico, focado nas relações e interesses de um determinado país, quando em interação com outras nações.

As relações diplomáticas, apesar de estarem em maior evidência na atualidade, surgiram muito antes da formação do mapa-múndi como o conhecemos hoje. Desde os tempos pré-históricos, quando diferentes tribos se relacionavam, já havia sinais de que a atividade de negociação, a fim de gerar um benefício comum entre duas comunidades, poderia ser considerada uma atividade diplomática.

Magalhães (1996) discorre sobre a história da diplomacia através dos séculos. Segundo o autor, na Grécia Antiga tivemos os primeiros relatos oficiais sobre essa atividade, que veio junto da expansão territorial e a relação com outros povos. As cidades-estados gregas denominavam “enviados” e “intermediários”, aqueles que seriam os seus representantes nas negociações.

A atividade diplomática se intensificou durante o império Romano, onde a negociação também era prática muito utilizada. Os embaixadores que eram enviados para outros países se tornavam peça essencial nas guerras, já que assim como na Grécia, a Roma antiga não se caracterizava por tentativas de negociação diretas. Com a queda do Império Romano houve uma decadência na atividade diplomática na idade Média, não existindo uma teoria internacional suficientemente desenvolvida na época. Somente na Itália durante a Idade Moderna é que a diplomacia, como a conhecemos hoje, deu seus primeiros passos, com o estabelecimento das embaixadas permanentes:

As exigências de contatos frequentes, requeridos pelas diversas unidades políticas italianas levou a criação do embaixador residente. Enquanto na antiguidade e no período medieval as embaixadas possuíam um caráter temporário, ainda mesmo quando se prolongavam por algum tempo, a intensa e continuada atividade diplomática dos Estados italianos no início da Idade Moderna fez surgir a necessidade de representações diplomáticas de caráter permanente. Antes do final do Séc XV, os embaixadores residentes, praticamente desconhecidos em todo o resto da Europa, passaram a ser uma instituição corrente em toda a Itália. (MAGALHÃES,1982, p. 13).

Foi a necessidade de maior aprofundamento nas relações entre os países que originou as embaixadas estrangeiras permanentes, possibilitando que um determinado país obtivesse uma sede em outro, o que aproximava ainda mais a relação entre ambos e possibilitava avanços na comunicação, já que cada país teria maior atuação em terras estrangeiras, beneficiando suas atividades comerciais e originando um vínculo duradouro entre o país receptor e o país responsável pela embaixada.

Com a passagem dos séculos e a necessidade de uma sistematização internacional das missões diplomáticas, ocorreu em Viena, no ano de 1961, a “Convenção das Relações Diplomáticas”, que estabeleceu a condução das relações diplomáticas entre os Estados, bem como a concessão de privilégios e imunidades nas atividades exercidas por seus agentes diplomáticos. Entre as funções de uma missão diplomática estabelecidas na convenção estão:

Representar o Estado acreditante perante o Estado acreditado; proteger no Estado acreditado os interesses do Estado acreditante e de seus nacionais, dentro dos limites permitidos pelo direito internacional; negociar com o Governo do Estado acreditado; inteirar-se por todos os meios lícitos das condições existentes e da evolução dos acontecimentos no Estado acreditado e informar a este respeito o Governo do Estado acreditante; e promover relações amistosas e desenvolver as relações econômicas, culturais e científicas entre o Estado acreditante e o Estado acreditado (CONVENÇÃO DAS RELAÇÕES DIPLOMÁTICAS, 1961, art. 3º).

O profissional responsável pela atividade diplomática tornou-se então um representante oficial de um determinado país, responsável direto pelo desempenho internacional dessa nação, atuando não só comercialmente, a fim de gerar benefícios, mas também culturalmente, com o intuito de disseminar a cultura do país que representa, visando a um reconhecimento por parte do local onde estaria atuando.

A atividade diplomática se torna cada vez mais profunda quando pensamos em diversos locais onde a mesma é exercida, ao atuar em diferentes regiões de um mesmo país, que podem ter jurisdição umas sobre as outras, estabelecendo um sistema de ação internacional, onde cada país delimita suas representações, que foram se tornando mais evidentes com as definições consulares.

A Convenção das Relações Diplomáticas de 1961 motivou a Convenção de Viena das Relações Consulares, que veio a ser realizada no ano de 1963, a fim de estruturar como as repartições consulares devem se estabelecer, com o intuito de investir no desenvolvimento de relações amistosas entre os países, independentemente de seus regimes constitucionais e sociais. Sendo assim estabeleceram-se as definições de repartições consulares, que abrigam um chefe consular, designados pelo estado que envia e admitidos ao exercício de suas funções pelo Estado receptor. Os Chefes de Repartições Consulares se dividem em quatro categorias: cónsules-gerais; cónsules; vice-cónsules e agentes consulares.

Os *Consulados-Gerais* são os que possuem jurisdição mais ampla, ficando abaixo apenas da própria embaixada, que normalmente fica situada na capital do país receptor. Estes englobam uma determinada região que pode situar *Consulados*, *Vice-Consulados* ou *Agências Consulares*, que respondem ao Consulado-Geral. Existem também os *Consulados-Honorários*, que seriam consulados “não oficiais”, já que não são formados por diplomatas. Entretanto, apesar disso, são reconhecidos pelos países, ou seja, são cidadãos comuns que representam determinado país em uma região que não possui nenhuma repartição consular, prestando serviço de auxílio aos cidadãos e representando o país em diversas atividades. A partir da Convenção Consular, assim como na Convenção das Relações Diplomáticas, ficou determinado que as funções consulares consistem em:

Proteger, no Estado receptor, os interesses do Estado que envia e de seus nacionais, pessoas físicas ou jurídicas, dentro dos limites permitidos pelo direito internacional; fomentar o desenvolvimento das relações comerciais, econômicas, culturais e científicas entre o Estado que envia e o Estado receptor e promover ainda relações amistosas entre eles, de conformidade com as disposições da presente Convenção; informar-se, por todos os meios lícitos, das condições e da evolução da vida comercial, econômica, cultural e científica do Estado receptor, informar a respeito o governo do Estado que envia e fornecer dados às pessoas interessadas [...]. (CONVENÇÃO DAS RELAÇÕES CONSULARES, 1963, art. 5º).

A partir dessa convenção, os consulados se estabeleceram como uma “filial” do país dentro de uma região estrangeira, tendo jurisdição naquela região para trabalhar assuntos que envolvem relações comerciais, econômicas, culturais e científicas com seus países. O Cônsul se torna peça fundamental no engajamento da relação entre os países, a fim de gerar benefícios nas principais áreas. Podemos definir o Consulado como uma representação direta do país, por exemplo, quando um governo local se comunica com um consulado, não está se relacionando apenas com um setor, está se relacionando com uma nação.

A atuação consular de países estrangeiros no Brasil possui geograficamente uma influência histórica. A formação cultural brasileira vem sendo desenvolvida desde quando os primeiros povos europeus chegaram ao território e houve uma colisão cultural com os nativos. A partir daquele momento o que era conhecido como cultura nacional foi sofrendo mutações, com influência direta de outros países, devido à imigração e à atuação comercial que passou a ser desenvolvida. Esse processo ocorreu no Brasil como um todo, bem como em cada uma de suas regiões,

que se hoje possuem influência estrangeira em sua cultura, é porque em algum momento da história diversos fatores contribuíram para essa formação.

Tudo que define a cultura do Brasil está diretamente ligado à história de uma determinada região, de como a mesma se formou, de quais povos a ocuparam, de onde vieram e como eram suas culturas originais. Um dos estados em que essa formação cultural plural fica muito evidente é o Rio Grande do Sul, que possui uma influência histórica notável, marcada por muitas culturas vindas de diferentes países. Desde Espanhóis e Portugueses que participaram de formação do estado, até os imigrantes alemães, italianos, japoneses, poloneses que vieram no Séc. XIX. Houve também grande miscigenação cultural com países fronteiriços, como o Uruguai e a Argentina, principalmente pela proximidade territorial que caracteriza essa região.

O Estado do Rio Grande do Sul pode ser chamado de berço intercultural, visto que carrega resquícios de diferentes culturas estrangeiras em sua identidade. Sendo assim, a relação entre os países que participaram mais ativamente tanto de sua formação geográfica como em sua formação cultural, ensejou a criação de Consulados-Gerais presentes no Estado, que se estabeleceram por questões estratégicas, ligadas à cultura, comércio e construção de cidadania, fruto da relação histórica que esses países têm com a região.

Na cidade de Porto Alegre existem cerca de 30 consulados, sendo em sua maioria Consulados-Honorários. Desses 30 Consulados, seis se denominam *Consulados-Gerais*, a saber: Alemanha, Argentina, Chile, Espanha, Itália e Uruguai. Ainda estão presentes também outros consulados de menor categoria, como por exemplo, o Vice-Consulado de Portugal e a Agência Consular dos Estados Unidos, recentemente instalada na capital gaúcha.

Com exceção do Consulado-Geral do Chile, país que não possui uma relação histórica tão relevante com o Estado do Rio Grande do Sul, todos os outros Consulados podem justificar sua existência a partir da ligação entre seus Países e o Estado. A presença dos Consulados-Gerais da Alemanha e da Itália se dá por uma necessidade específica, já que muitos gaúchos são descendentes de imigrantes desses países. Isso faz com que seja necessário um trabalho mais específico em relação a vistos e reconhecimento de cidadania. Já a presença dos Consulados-Gerais do Uruguai e Argentina se justifica pela situação geográfica de fronteira e decorrente atividade comercial, além do fluxo de pessoas que necessita de alguns trâmites de responsabilidade do Consulado no trânsito cotidiano entre um país e

outro. A presença Consulado-Geral da Espanha também se dá pela questão histórica de formação do Brasil, que resultou em muitos descendentes vivendo no Estado, e também pelo interesse no comércio e pela proximidade com países de língua espanhola, como o Uruguai e a Argentina.

A diplomacia se tornou essencial na busca por uma cooperação entre os países, a fim de gerar benefícios através de diferentes áreas de atuação. Dentre as funções destacadas anteriormente, tanto na Convenção das Relações Diplomáticas, quanto na Convenção das Relações Consulares, o fomento à cultura se faz presente como atividade essencial nas Embaixadas e Consulados, deixando evidente importância do seu papel e o seu maior aprofundamento científico, gerando uma subárea da atividade diplomática que os estudiosos definem como a Diplomacia Cultural, como veremos a seguir.

2.2 A DIPLOMACIA CULTURAL: CONCEITOS E VISÕES

A cultura foi debatida através dos séculos em relação aos seus diversos significados. Sua conceituação pode ser interpretada de diferentes formas, o que abre um universo de possibilidades quanto ao seu uso. Quando pensamos na cultura de um determinado país, há certo grau de subjetividade em relação à verdadeira cultura a ser debatida, já que poderíamos estar nos referindo à cultura de massa daquele país, ou também sua cultura popular, por exemplo. Porém, o conceito que é trabalhado aqui neste trabalho de conclusão está associado com a concepção básica de cultura debatida na antropologia, ou seja, a cultura como soma de hábitos, costumes e crenças de um indivíduo ou de uma comunidade ao longo de sua história.

O que fica evidente a partir dessa colocação é que a definição do que realmente seria a cultura de uma determinada nação, e que acabará sendo transmitida a outras nações, é uma mescla de valores e representações simbólicas, formando assim, a identidade de cada nação. Um dos conceitos de cultura que se torna bastante evidente na pós-modernidade é justamente essa cultura como identidade. Hall (1999) analisa as identidades culturais nacionais pós-modernas, que segundo ele são tomadas e transformadas no interior da representação:

Nós só sabemos o que significa ser 'inglês' devido ao modo como a 'inglesidade' veio a ser representada – como um conjunto de significados – pela cultura nacional inglesa. Segue-se que a nação não é apenas uma entidade política, mas algo que produz sentidos – um sistema de representação cultural. As pessoas não são apenas cidadãos/ãs legais de uma nação: elas participam de ideia de nação tal como representada em sua cultura nacional. Uma nação é uma comunidade simbólica e é isso que explica seu 'poder para gerar um sentimento de identidade e lealdade' (HALL, 1999, p. 49).

A visão de Hall (1999) pode ser considerada complexa se analisarmos apenas a promoção cultural na atividade diplomática, porém se levarmos em consideração que a identidade cultural de um país a ser transmitida ao exterior é um conjunto de significados, conseguimos refletir melhor sobre essa abordagem. Um exemplo disso é o Brasil, que pode ser reconhecido no exterior como uma mistura de “Carnaval, Futebol e Praia”, mas também, como um país rico em recursos naturais e humanos, formado por uma vasta extensão territorial, ou até como um país marcado pela corrupção e pelo “jeitinho brasileiro”. Seriam então, essas as representações de uma cultura nacional, esboçada por meio de significados, resultantes de fragmentos em permanente transformação.

A mídia em suas mais variadas concepções acabou se tornando a principal responsável por transmitir as diferentes representações da identidade cultural entre as nações. Ao observarmos notícias que são veiculadas ao redor do mundo, praticamente todas elas envolvem a cultura do local onde as mesmas aconteceram, não considerando somente costumes, produtos, crenças, hábitos diários, mas também polêmicas e situações esporádicas que acontecem e que acabam ganhando visibilidade internacional, principalmente através da televisão e da internet. Tudo isso acaba por influenciar a identidade que o país possui no exterior, que se transformam conforme diferentes percepções.

Partindo do ponto de que a cultura se torna peça essencial na formação da identidade de um determinado país no exterior, podemos considerá-la como um instrumento a ser utilizado por esse país em suas relações exteriores, ou seja, a cultura sendo trabalhada em busca de melhorar as relações com outros países. Porém, contrapondo a ideia de cultura apresentada por Hall (1999), as relações exteriores de um país não buscam apenas representar uma identidade cultural fragmentada, mas sim uma cultura sólida, priorizando, em especial, os itens simbólicos que formam uma nação.

Assim, a cultura trabalhada na diplomacia seria aquela que busca definir as raízes de uma nação, elementos que surgiram desde sua formação, no que diz respeito a sua língua de origem, seus costumes tradicionais e os produtos que se tornaram característicos daquele país e que se diferenciam de outros, formando uma identidade cultural sólida sem abrir possibilidade para diferentes estereótipos, e que façam com que o público estrangeiro em geral se sinta atraído pela essência cultural que aquele país tem a oferecer. Seria a cultura como vitrine de um país, sem abrir possibilidades para visões negativas do mesmo.

A promoção de cultura ganha então, um papel diplomático, com o intuito de beneficiar as relações entre os países, gerando uma área chamada de diplomacia cultural. Ribeiro (1989) discorre sobre o conceito de Diplomacia Cultural. Segundo o autor, as relações culturais têm por objetivo desenvolver maior compreensão entre povos e instituições, trazendo benefícios mútuos. Já 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” (RIBEIRO, 1989, p. 33).

A partir da afirmação de Ribeiro (1989), podemos analisar a cultura como instrumento impulsionador das relações diplomáticas entre os países, já que a mesma pode gerar benefícios a outras áreas que envolvem a diplomacia. Madeira Filho (2016), com o intuito apresentar função da cultura na diplomacia, utiliza a teoria desenvolvida pelo cientista político norte-americano, Joseph Nye, a qual discorre sobre o *Soft Power*, ou “Poder Brando”. Segundo Nye (2004 apud MADEIRA FILHO, 2016), o *Soft Power* emanado por um país se deve, sobretudo, à admiração que sua cultura, seus valores, sua língua, suas instituições e suas ações no âmbito internacional são capazes de despertar.

Diferentemente do *Hard Power*, que seria caracterizado pelos recursos utilizados como forma de poder direto, tanto militar como econômico, além de outros fatores que expressam superioridade, o *Soft Power*, se utiliza de habilidades mais sutis, como o recurso à atração aos valores e à cultura. A importância do “Poder Brando” está então na utilização do mesmo por um país na “[...] intenção de conquistar a simpatia dos outros, moldando seus gostos e experiências sem a necessidade de recorrer a expedientes como a coerção, a ameaça ou a força” (MADEIRA FILHO, 2016, p. 31).

A partir das visões de Ribeiro (1989) e Nye (2004 *apud* MADEIRA FILHO, 2016), fica claro que a cultura se torna um importante instrumento para gerar aproximação entre os países, porém, o efeito nas relações entre estados a partir da cultura é resultado de um processo, de uma política que compreende um conjunto de ações planejadas para fomentar os laços entre as nações, que necessita atingir os objetivos estipulados para que resulte na aproximação das sociedades envolvidas. Para entender melhor como funciona essa política cultural por parte de um país, Monica Lessa (2002) apresenta as diferentes atividades contempladas em uma política cultural na diplomacia de um país:

Ela contribui com a difusão e venda dos produtos culturais – da língua nacional ao produto de luxo; do produto cultural por excelência, o livro, às obras artísticas alçadas a patrimônio cultural nacional de exportação (teatro, ópera, dança, música, artes plásticas, cinema). Visa também estabelecer cooperações técnicas e científicas, intercâmbios e acordos universitários, difundir autores e idéias por meio de conferências, seminários ou cursos, e organizar comemorações internacionais (por exemplo, 1492 e 1500) e eventos de caráter transnacional: exposições, feiras de livros, festivais de cinema e exposições itinerantes (LESSA, 2002, p. 11).

A política cultural externa acaba realizando a propaganda nacional de um país para o outro, criando laços com os nativos de determinado país e também contribuindo para as exportações de suas indústrias. A cultura torna-se um poderoso instrumento com diferentes possibilidades de usos e vantagens. Porém essa política cultural não funciona de maneira igualitária para todos os países, já que o mundo pós-moderno apresenta diferenças econômicas exorbitantes entre os países e isso implica também no acesso a ferramentas que permitam que o país elabore uma política cultural de qualidade.

A partir disso, é possível refletir sobre a afirmação de Ribeiro (1989), que destaca que as relações culturais internacionais “[...] se processam com o apoio claro ou velado dos países, quando não são por eles diretamente financiados (RIBEIRO, 1989, p. 61), ou seja, é muito difícil entender a política cultural sem o interesse imediato dos países em gerar benefícios a partir dela, o que faz com que haja uma prioridade em investir na política cultural onde há a possibilidade de maior retorno. O autor defende que os países desenvolvidos deveriam se voltar também para a política cultural em países em desenvolvimento, apostando em “[...] programas que em linguagem orçamentária se classificariam como de ‘fundo

perdido” (RIBEIRO, 1989, p. 63.), mas que ao longo do tempo proporcionariam resultados positivos.

Enquanto os países desenvolvidos possuem verbas destinadas para trabalhar a diplomacia cultural, os países subdesenvolvidos muitas vezes não conseguem exercer políticas culturais externas de destaque, porque o seu orçamento não permite tal feito, se tornando de certa forma, dependentes dos países desenvolvidos para obter maior visibilidade. Uma política cultural feita pelos países desenvolvidos pode gerar uma via de mão dupla, gerando benefícios também para o país em que a embaixada ou consulado está sediado, já que uma ação cultural necessita de aplicação local e uma série de agentes envolvidos para que obtenha resultados.

A promoção cultural tem capacidade de facilitar as relações e gerar benefícios não apenas a um único país, mas sim, a vários outros que se relacionam com esse país e que a partir disso também geram benefícios, não apenas econômicos e imediatos, mas também culturais, construindo uma relação que pode se concretizar na democratização da cultura, na busca da identidade cultural, promoção de valores culturais, defesa do patrimônio e estímulo a atividades culturais nestes países.

Cada país possui uma maneira diferente de trabalhar a diplomacia cultural. Alguns dos países mais desenvolvidos possuem os chamados Institutos de Cultura, instrumento de promoção linguística e cultural que aplica, de modo sistematizado, atividades culturais no exterior. Madeira Filho (2016) defende a criação e a adoção de um Instituto Cultural como plataforma permanente de atuação internacional, citando os modelos adotados pela França (Aliança Francesa³) e Espanha (Instituto Cervantes⁴), que segundo o autor, foram “[...] determinantes no processo de construção e consolidação de uma imagem externa moderna, assertiva, e, tanto quanto possível, despida de estereótipos” (MADEIRA FILHO, 2016, p. 20).

Apesar de não possuir um Instituto de Cultura específico, o Brasil detém vasta riqueza cultural, e conseqüentemente, também exerce uma política cultural ativa em sua atividade diplomática. No site do Ministério das Relações Exteriores do Brasil, é

³ A Aliança Francesa é uma Instituição Cultural Pública criada em 23 de julho de 1883 pelo Governo Francês, cujo objetivo é a promoção da língua e da cultura francesa fora da França.

⁴ O Instituto Cervantes é uma instituição cultural pública criada em 11 de maio de 1990 pelo governo Espanhol. Cujo objetivo é a promoção e ensino da língua espanhola, assim como a difusão da cultura da Espanha e da América Hispânica.

disponibilizada uma página que aborda exclusivamente diplomacia cultural, onde aparece em destaque como o país trabalha a difusão cultural no exterior:

No exterior, a difusão da cultura brasileira é executada por meio dos setores culturais das Embaixadas e Consulados. Cabe-lhes coordenar-se com instituições culturais estrangeiras, entre as quais universidades, museus, festivais de cinema, salas de concerto e teatros. Para a consecução dos objetivos culturais, o Ministério vale-se do Programa Anual do Departamento Cultural, das Comissões Mistas Culturais e dos Programas Executivos Culturais. Na esfera pública, são tradicionais parceiros do Itamaraty o Ministério da Cultura, a Fundação Biblioteca Nacional, as Universidades federais e estaduais e as Secretarias de Cultura dos Estados e Municípios (MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES DO BRASIL, 2017).

No caso do Brasil, os consulados e embaixadas no exterior são os responsáveis pela difusão cultural do país, e trabalham, na região que estão localizados, a divulgação da cultura e das artes brasileiras em suas múltiplas dimensões, procurando estimular a cooperação cultural e o ensino da língua portuguesa. Porém, o resultado dessa política cultural externa depende também de sua relação com o País receptor, facilitando o acesso à cultura pelos nativos e também na realização de parcerias com aquele país. É muito mais fácil para o Brasil promover a cultura em um país como Angola, por exemplo, que possui relação cultural muito mais próxima, principalmente por causa da língua, do que em um país como a Rússia, cuja cultura é extremamente distinta.

Analisando no sentido inverso, o Brasil acaba recebendo diversos países em seu território, e o fato dos consulados desses países estarem localizados estrategicamente em regiões que possuem uma relação com os mesmos, desde a formação do Brasil, também reflete em suas atividades culturais, que podem sofrer influências do meio e resultando em uma atividade cultural espontânea em muitas situações. Um exemplo é o Estado do Rio Grande do Sul, que pode ao mesmo tempo, receber atividades culturais externas de países como a Itália e a Alemanha, mas que também pode trabalhar em conjunto nessa promoção cultural, já que historicamente muitos descendentes desses países vivem no tanto na capital como em cidades do interior.

Por meio do conceito de diplomacia cultural e das diferentes visões sobre as formas e os resultados de sua utilização, fica claro que o investimento e uso de uma política cultural externa de qualidade por parte de um estado é extremamente necessário. Mesmo em um cenário onde a área comercial se estabelece como

“carro-chefe”, a cultura não deve ser descartada, pois é através dela que o país carrega sua identidade e a faz com que as outras nações o vejam como um aliado na busca pelo desenvolvimento de seus recursos financeiros e humanos.

Na sequência do que se vem abordando, passaremos a discorrer sobre a gestão da comunicação em ambientes interculturais. A diplomacia cultural, além de apresentar-se como um importante instrumento de aproximação entre os povos, também gera benefícios importantes para o país nas mais diversas áreas. Para que isso ocorra é preciso que os governos trabalhem a cultura de forma sistemática, utilizando estratégias de comunicação na relação com seus públicos, tanto em escala global quanto local.

3 GESTÃO DA COMUNICAÇÃO EM AMBIENTES INTERCULTURAIS

Ao estudarmos as representações consulares, estamos propondo em última instância, a análise de ambientes interculturais, pois os consulados trabalham constantemente com duas culturas distintas, tanto com a cultura de seu país de origem, quanto com a cultura do país que se encontra atuando em determinado momento.

Como visto no capítulo anterior, as funções de um consulado são compostas principalmente por questões comerciais, mas a promoção cultural é um instrumento importante que auxilia mais efetivamente a construção de relações entre os países, tanto em nível comercial quanto político, gerando benefícios importantes para o desenvolvimento de uma nação. A partir dessa visão podemos discorrer sobre como se caracteriza a relação da diplomacia com as Relações Públicas e também sobre a importância de pensar a cultura de forma sistemática em um ambiente diplomático, evidenciando as principais etapas e estratégias.

3.1 RELAÇÕES PÚBLICAS INTERNACIONAIS NOS GOVERNOS E NO PAPEL DO DIPLOMATA

As relações exteriores de um país englobam diferentes áreas nas quais o diplomata necessita ter domínio para que os objetivos do país no exterior se concretizem. Em muitos casos, o diplomata utiliza habilidades que nem sempre estão diretamente ligadas a atividade diplomática, mas que em determinadas situações são extremamente importantes para que os resultados esperados sejam atingidos. Nobre (2016) destaca o diplomata como um “especialista em generalidades”, em parte porque dele se “[...] exige grande flexibilidade e elevado grau de adaptação às mais diversas (e dinâmicas) situações e interlocutores” (NOBRE, 2016, p. 116).

Algumas atividades rotineiras desempenhadas por um diplomata, e que são totalmente distantes do que é vinculado à profissão, envolvem “[...] marcar passagens e hotéis, recepcionar e ciceronear pessoas durante sua estadia na cidade acompanhá-las em compras e restaurantes apresentá-las a artistas e autoridades, organizar e comparecer a eventos” (NOBRE, 2016, p. 116). Situações como essas evidenciam a capacidade de um diplomata de se adaptar as mais

diferentes situações, trabalhando com diferentes públicos e atuando comunicacionalmente em diferentes cenários, não apenas nas questões de negociação comercial e representação política, mas também na difusão cultural. Isso se intensifica ainda mais quando pensamos em um consulado, onde muitas vezes, o único representante diplomático é o próprio Cônsul.

Analisando as diferentes situações destacadas por Nobre (2016), podemos considerar essenciais as estratégias de Relações Públicas nas Relações Exteriores. É possível traçar um paralelo entre a Diplomacia e a atividade de Relações Públicas, mais precisamente as Relações Públicas Internacionais, que seria “[...] a atividade planejada e organizada de uma empresa, instituição ou governo para estabelecer relações de benefício mútuo com públicos de outros países” (FERRARI, 2008 *apud* NOBRE, 2016, p. 116).

As duas atividades acabam lidando com relacionamentos sociais e atuando na esfera local e global, assim, é possível relacionar as Relações Públicas Internacionais com a Diplomacia em duas diferentes escalas: As Relações Públicas Internacionais dos governos, que atuam nas diferentes áreas que envolvem as Relações Exteriores; e as estratégias de Relações Públicas utilizadas pelo diplomata dentro da própria repartição consular. Apesar de envolverem diferentes atores, as duas situações se complementam e necessitam que exista uma sistematização que abranja todas as áreas de atuação para que os resultados sejam alcançados.

Analisando a primeira situação, que se refere às Relações Públicas Internacionais de um governo, é possível, através da visão de Sebastião (2015), identificar elementos, modelos e atores a fim de entender sua importância na imagem externa de um país. Segundo a autora, “[...] cabe ao Governo coordenar especializações relacionadas que incidem sobre objectos que contribuem para a reputação do país” (SEBASTIÃO, 2015, p. 98).

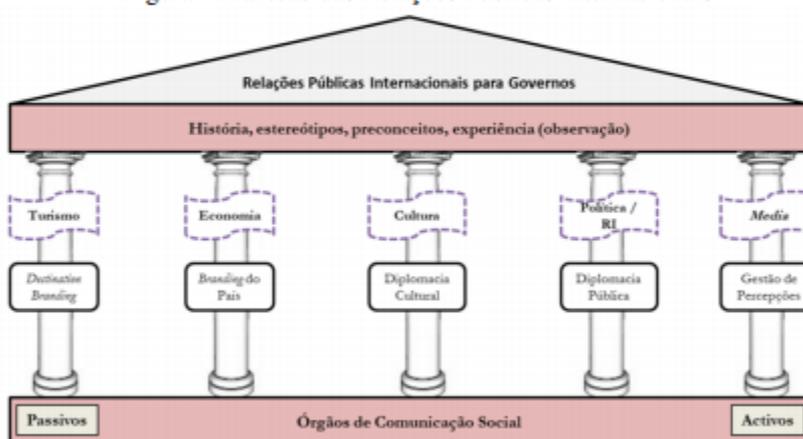
A partir da visão de Sebastião (2015), percebe-se que é preciso que um governo se especialize sistematicamente para que consiga resultados nas diferentes áreas que envolvem a imagem de um país no exterior, e que incluem, segundo a autora: Turismo, Economia, Cultura, Estratégias Militares e Relações Internacionais / Política Externa. Nesse caso, a atividade de Relações Públicas é fundamental, pois permite trabalhar em todas as áreas, estratégias que contribuam para melhorar especificamente cada elemento que sustenta as relações entre os países. Sebastião (2015) utiliza a visão de Szondi (2009) para demonstrar melhor esse pensamento:

No Turismo, o Destination Branding, isto é, a criação e a promoção de uma marca para cidades, regiões e países para atrair turistas; na Economia, o Country Branding, ou seja, a apresentação do país como uma boa opção de investimento e como bom produtor de forma a ganhar vantagem competitiva nos mercados; na Cultura, a Diplomacia Cultural, de modo a eliminar estereótipos desfavoráveis, criar uma opinião favorável sobre o país, a sua educação, língua e produção cultural; nas Relações Internacionais e na Política Externa, a Diplomacia Pública, no sentido de criar receptividade à política externa, à negociação de tratados; e, finalmente, em termos de Estratégia Militar, o uso da gestão das percepções para influenciar operações em países antidemocráticos. (SZONDI, 2009, p. 137 *apud* SEBASTIÃO, 2015, p. 92).

Com exceção das estratégias Militares, que segundo o autor não são aplicáveis a todos os países, Szondi (2009, p. 137 *apud* SEBASTIÃO, 2015, p. 93) faz uso das diferentes áreas que envolvem as relações exteriores de um país para formar um Panteão das Relações Públicas Internacionais, acrescentando ainda o monitoramento da mídia. Segundo o autor o sistema midiático em âmbito internacional possui papel fundamental na visibilidade dos países, assim, se torna muito importante trabalhar, através das relações públicas, as percepções do que é vinculado pela mídia, já que podem formar uma imagem estereotipada do país e prejudicar os seus objetivos de política externa.

Figura 1 – Panteão das Relações Públicas Internacionais

Figura 4. Panteão das Relações Públicas Internacionais



Adaptado: (Szondi, 2009, p. 137).

Fonte: adaptado por Sebastião (2015, p.93) de Szondi (2009, p. 137)

O Panteão das Relações Públicas mostra que é preciso que governo trabalhe as Relações Públicas Internacionais em todas as áreas, já que essas acabam sustentando toda a história, os estereótipos, os preconceitos e as experiências do

país no exterior, evidenciando a importância das especializações destacadas por Szondi (2009) para moldar esses elementos. A figura demonstra também o nível de participação dos órgãos de comunicação social, nacionais e internacionais, em cada uma das áreas, evidenciando se são mais ativos ou passivos no processo. Quanto mais a área influencia na imagem do país externamente, maior é a participação dos órgãos de comunicação utilizando estratégias para gerar resultados positivos ao país.

Analisando o panteão apresentado por Szondi (2009) também podemos retomar as visões de Joseph Nye (2004 *apud* MADEIRA FILHO, 2016), sobre o *Soft Power* e o *Hard Power* na diplomacia, apresentadas no Capítulo 2.2. É possível identificar que as Relações Públicas Internacionais de um governo acabam mesclando tanto elementos de *Hard Power*, como Economia e assuntos Políticos e Militares, com elementos de *Soft Power*, como a Cultura. Essa união demonstra que um país consegue, através de uma comunicação efetiva, trabalhar esses dois tipos de poderes sem diferenciação, e assim, facilitar as suas relações com outros países.

A partir do destaque dado por Szondi (2009) à cultura, é possível retomar as visões de Diplomacia Cultural apresentadas anteriormente por Ribeiro (1989) e Madeira Filho (2016). A cultura é um *Soft Power* que necessita ser explorada pelos governos, porque é nela que se encontra toda a essência do país, não o que é veiculado pela mídia, mas sim o que realmente representa um país e que o define como nação. Relacionando essas três visões é possível concluir que um governo necessita, através de estratégias de Relações Públicas, trabalhar sua diplomacia cultural, eliminando estereótipos e criando uma opinião favorável sobre o país, além de também gerar benefícios a outras áreas, porque no momento que essa cultura é identificada por outros países, abre possibilidades para explorá-la através de investimentos políticos, econômicos e turísticos.

Ao compararmos a atividade de Relações Públicas Internacionais com a Diplomacia, através das estratégias de atuação do governo, podemos retomar a segunda comparação destacada anteriormente, que apresenta a atividade de Relações Públicas no papel do próprio Diplomata, mais especificamente do Cônsul no âmbito dos consulados. Essa comparação complementa a anterior, já que se refere à atuação das Relações Públicas de um Governo de forma mais direcionada, dentro de um consulado. Assim como os governos, o diplomata atua em diferentes

áreas, porém dentro de suas limitações, já que está se relacionando com um país específico e seus objetivos são direcionados ao público desse determinado local.

Em uma Repartição Consular, o Cônsul é a figura responsável por representar o seu país, protegendo seus interesses e os de seus cidadãos. Acrescentam-se à atividade desempenhada pelo Cônsul, o fomento às relações comerciais e culturais entre o seu país e o país no qual o atua. Essas relações implicam em diferentes públicos e necessita de estratégias por parte do Cônsul para que os objetivos do seu país sejam atingidos. Muitas das ações já vêm pré-estabelecidas das embaixadas ou dos ministérios das relações exteriores do país, porém, em muitos casos o próprio Cônsul é o responsável por identificar os públicos que envolvem cada área de atuação e por buscar possibilidades que gerem benefícios para o país que ele representa.

Nobre (2016) relaciona as Relações Públicas Internacionais com a Diplomacia comercial e econômica, a qual o autor chama de *Diplomacia de Negócios*. Na Diplomacia de Negócios o Diplomata trabalha com diferentes organizações, instituições ou com o governo local, no intuito de fechar parcerias e encontrar possibilidades de investimento no mercado, sendo necessário para isso que ele utilize recursos que estão diretamente relacionados à atividade de Relações Públicas, tais como:

[...] monitoramento da mídia; opinião pública; inteligência; otimização; briefing; desenvolvimento de material; publicações; canais efetivos; debriefing; eventos; relações com a mídia; personalização; promover conversações abertas e objetivas; reunião de informação; observar e reportar; sensibilidade a componentes culturais, sociais e políticos [...]: networking, conectividade, ligações, intermediação, sensibilização, persuasão, apoio, organização e participação de eventos, atividades de porta-voz, mediação, advocacy, coalisões, relações pacíficas, gerenciamento de crise, resolução de problemas, antecipação de riscos, prevenção e minimização de conflitos e de mal-entendidos etc (NOBRE, 2016, p. 122).

Essas atividades fazem parte tanto do cotidiano de um Cônsul, ao desempenhar funções comerciais e econômicas em um Consulado, quanto no cotidiano de um profissional de Relações Públicas, atuando em uma organização Internacional, sendo assim, a proximidade das duas atividades abre a possibilidade de sugerirmos que o Cônsul desempenha o papel de Relações Públicas Internacional de um governo em uma repartição consular. Essa aproximação das atividades também ocorre quando pensamos na Diplomacia Cultural. Assim como

Nobre (2016) relacionou a *Diplomacia de Negócios* com as Relações Públicas, é possível relacionar a Diplomacia Cultural com essa atividade, mais especificamente se analisarmos o Diplomata exercendo atividades de Relações Públicas e atuando como Agente Cultural, sendo responsável por executar ações culturais pensadas para públicos de interesse, nesse caso, do consulado, como abordaremos no capítulo seguinte.

3.2 O CÔNSUL COMO AGENTE CULTURAL

A partir das visões evidenciadas no capítulo anterior, podemos definir um diplomata como um agente cultural. Pedroso (2014) utiliza das funções utilizadas por Roberto Côrrea Cobas Costas para definir um Agente Cultural:

[...] criar e organizar projetos e produtos artístico-culturais; – estabelecer metas e estratégias; – planejar, organizar e divulgar projetos e produtos culturais de toda natureza; – promover a integração entre criação artística e gerência administrativa na produção de espetáculos, produtos audiovisuais, obras literárias; – atuar na curadoria e organização de mostras, exposições e festivais em diversas áreas artísticas; – contribuir nas ações de preservação e revitalização do patrimônio cultural (COSTAS *apud* PEDROSO, 2014, p. 167).

Analisando as competências de um diplomata como agente cultural, mais especificamente as de um Cônsul, conseguimos inseri-lo em um Sistema Cultural. Rubin (2005) utiliza a teoria de Antonio Gramsci sobre seres intelectuais para definir um Sistema Cultural. Segundo a autora, Gramsci (1972) definia os seres intelectuais em três diferentes tipos: os que *criam*, como artistas e cientistas; os que *transmitem* e difundem a cultura, como educadores e profissionais de comunicação; e aqueles que *organizam* a cultura, dentre os quais podem ser destacados os gestores e produtores culturais (GRAMSCI *apud* RUBIN, 2005, p. 14).

Sendo assim, Rubin (2005) define que um Sistema Cultural comporta pelo menos três momentos: a criação, a divulgação ou transmissão e a organização cultural. Ela ainda acrescenta outros momentos necessários devido à noção de “[...] assimilar a complexidade e as vicissitudes do mundo contemporâneo” (RUBIN, 2005, p. 15), como a “preservação”, “investigação” e a “gestão cultural”. Rubin (2005), então associa as etapas de um sistema cultural às profissões da atualidade, apresentando quais são os profissionais que se enquadram em cada uma:

Quadro 1 – Quadro com as etapas de um sistema cultural e profissões correspondentes

Atividades	Profissionais
Criação Cultural	Intelectuais, cientistas, artistas e criadores das manifestações culturais populares
Transmissão/ Difusão/ Divulgação	Educadores, professores, profissionais da comunicação e das mídias
Preservação	Arquitetos, restauradores, museólogos, bibliotecários, etc.
Reflexão, Investigação	Críticos Culturais, estudiosos e pesquisadores
Gestão Cultural	Administradores, economistas, contadores, advogados etc.
Organização	Produtor Cultural

Fonte: adaptado pelo autor de Rubin (2005)

A partir das comparações apresentadas por Rubin (2005), podemos relacioná-las com a atividade desempenhada por um Cônsul em um consulado: quando o cônsul idealiza um projeto cultural, ele se apresenta como o criador cultural; quando trabalha toda a divulgação e transmissão cultural no consulado, ele se apresenta como profissional de comunicação; quando identifica um patrimônio cultural e busca preservá-lo, ele se apresenta como um restaurador cultural; quando identifica que necessita de uma melhora na difusão cultural ou que existe uma lacuna em determinada área cultural que necessita ser trabalhada de forma mais estruturada ele se apresenta como crítico cultural. Quando administra toda a difusão cultural do consulado, coordenando e direcionando ações relacionadas a cultura, ele se apresenta como gestor cultural; quando ele planeja, busca recursos, entra em contato com artistas, busca parcerias, executa e supervisiona um determinado evento ou atividade, ele se apresenta como organizador cultural.

O Cônsul consegue atuar em diferentes etapas de um sistema cultural, em algumas de forma mais direta, noutras de forma indireta. O ato de promover a cultura de um país em outro ocorre principalmente através das etapas criação, organização e divulgação, que influenciam diretamente em como um conteúdo cultural é preparado até atingir o público alvo. Na criação de atividades culturais, na maioria dos casos quem participa mais ativamente são os próprios ministérios das relações exteriores através das embaixadas e institutos de cultura, cabendo ao Cônsul somente a responsabilidade de divulgar e realizar essa atividade em âmbito local. Já na organização cultural é importante destacar as parcerias, que podem ser feitas com o governo do país no qual o consulado atua, com órgãos não

governamentais, e até mesmo Instituições privadas, que participam junto ao consulado no planejamento, execução e supervisão dessa atividade.

A questão das parcerias como um importante instrumento de diplomacia cultural vai ao encontro da chamada democratização da diplomacia. Atualmente não é apenas o ministério das relações exteriores de um país que pratica a diplomacia, existem vários outros atores que participam desse processo. Para Nobre (2016), vem ocorrendo “[...] a ampliação do acesso e da participação de múltiplos stakeholders nos negócios internacionais – públicos e privados. Empresas, ONGs, celebridades e a mídia têm pressionado para pautar e formatar as políticas públicas internacionais [...]” (NOBRE, 2016, p. 119).

A democratização da diplomacia abre uma oportunidade para os consulados trabalharem em parceria juntamente com esses novos atores diplomáticos, a fim de que essas parcerias possibilitem entregar a sociedade atividades culturais mais bem estruturadas. Um Cônsul necessita observar o cenário em que está inserido e buscar diferentes parceiros que possuam também um maior alcance da sociedade. Quanto maior é o apelo por determinada empresa por parte da sociedade, maior será o apelo pela atividade cultural desempenhada em parceria. É importante também estar atento a questões éticas nessa relação, que podem gerar resultados negativos indesejáveis.

A globalização trouxe novas possibilidades para as Relações Exteriores, aliada principalmente com as novas tecnologias, que diminuíram ainda mais a distância entre as fronteiras. A comunicação se tornou cada vez mais expressa, facilitando ainda mais o desempenho externo, tanto privado, com empresas utilizando dessa ferramenta para atuar no exterior, aumentando o número de internacionalizações, quanto público, com os países aumentando o desempenho de suas relações exteriores e melhorando a comunicação com seus polos no exterior.

A partir dos benefícios que o avanço tecnológico e o surgimento da internet trouxeram à política externa de um país, é possível concluir que a internet se tornou um instrumento de diplomacia, visto que os governos começaram a exercer suas relações exteriores na plataforma digital, ou seja, uma “diplomacia digital”. Goés (2017) define a diplomacia digital como o “[...] incremento no uso de tecnologias de informação e comunicação e plataformas de mídias sociais por um país com o objetivo de atingir seus objetivos de política externa e praticar a diplomacia pública” (GOÉS, 2017, p. 04).

Inicialmente os sites dos ministérios das relações exteriores, embaixadas e consulados criaram uma nova forma de exercer a diplomacia, que entrou em constante mudança a partir do avanço de internet e o surgimento das redes sociais, que hoje em dia dominam o dia-a-dia das pessoas ao redor do mundo. Gilboa (2016 *apud* GOÉS, 2017, p. 05) divide a diplomacia digital em 1.0 e 2.0. A diplomacia digital 1.0 consistiria na apresentação e consumo passivo de conteúdo, com a utilização do e-mail e sites na internet. Já a diplomacia digital 2.0 consistiria numa evolução na qual haveria maior interação entre os atores, com o uso de plataformas como fóruns e mídias sociais.

A mídia em si é um instrumento capaz de atingir de uma forma instantânea os mais diferentes públicos, e utiliza de diferentes estratégias para a propagação dessa mensagem. A questão da utilização da mídia na diplomacia cultural torna-se um assunto delicado, pois o que Gilboa (2016) chama de diplomacia digital 2.0 ou Diplomacia midiática, acaba em muitos casos, confrontando a ideia de Diplomacia Cultural, apresentada por Ribeiro (1989), no capítulo 2.2 desta monografia, qual seja o de constituir-se em um instrumento a ser utilizado pelo país como forma de despertar interesse em seus valores, resultando em benefícios mútuos, e não de vender uma imagem estereotipada do país com um objetivo especificamente financeiro.

Relacionando com o Sistema Cultural apresentado por Rubin (2005) e a comparação com a inserção de um Cônsul nesse sistema, nesse caso mais específico com a etapa de Divulgação e Transmissão da Cultura, podemos destacar a importância da internet como ferramenta a ser utilizada pelo consulado na promoção cultural de um país. É importante que o Consulado trabalhe a plataforma digital de diferentes formas a fim de facilitar o acesso do público ao conteúdo disponível pelo Consulado. As redes sociais são um exemplo de como a internet pode ser efetiva nesse processo, devido ao baixo custo se comparado com a divulgação através outros meios como a televisão e o jornal e a instantaneidade da propagação da mensagem.

A Promoção Cultural na Diplomacia é a *Diplomacia Cultural* sendo posta em prática. É no ato de promover cultura que o país carrega todos os seus valores, essências, costumes e principalmente suas intenções perante a sociedade global. Quando tudo que é planejado pelas relações exteriores do país é executado de forma ideal pelo diplomata, os resultados aparecem e o país acaba contribuindo não

apenas para o seu próprio crescimento, mas para uma sociedade global intercultural, que absorve as diferentes culturas e se desenvolve a partir disso. A partir disso analisaremos como é feita essa promoção cultural na diplomacia, utilizando como objeto de análise os Consulados-Gerais presentes na cidade de Porto Alegre.

4 ANÁLISE DA PROMOÇÃO CULTURAL FEITA PELOS CONSULADOS-GERAIS DE PORTO ALEGRE

A partir das ideias apresentadas anteriormente, o presente capítulo visa analisar a Promoção Cultural dos Consulados-Gerais presentes na cidade de Porto Alegre e é dividido em três partes: Procedimentos Metodológicos, onde é apresentado o Estudo de Caso e as técnicas de pesquisa utilizadas; o Mapeamento de Mídias digitais e Coleta de Informações, onde são expostos os dados obtidos na pesquisa; e a Análise dos Resultados Obtidos, onde é feita a categorização dos resultados e as conclusões acerca do tema.

4.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Como procedimento metodológico adotado para a elaboração desta monografia, elegeu-se o Estudo de Caso, tomando como base a visão de Yin (2001). Dentre as técnicas de coleta dos dados e informações necessárias para a elaboração da pesquisa, foram realizados em sequência, a pesquisa bibliográfica sobre o tema, o levantamento de informações sobre os consulados, com vistas a identificar os consulados-gerais, a construção do caso a ser analisado e, por fim, a análise de conteúdos informações obtidas junto aos consulados e do mapeamento das mídias digitais.

Para Gil (2008), a Pesquisa Bibliográfica “[...] é desenvolvida a partir de material já elaborado, principalmente de livros e artigos científicos” (GIL, 2008, p. 50). A Pesquisa Bibliográfica foi a primeira etapa realizada neste trabalho. A partir da definição do tema, ocorreu um mapeamento de bibliografias relacionadas à Diplomacia, Diplomacia Cultural, Comunicação Intercultural e Relações Públicas Internacionais. A partir disso foram definidas as bibliografias e os autores utilizados na monografia.

O estudo de caso busca responder questões que envolvem “como” e “por que”. Yin (2001) define o estudo de caso como “[...] uma investigação empírica de um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real, sendo que os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos” (YIN, 2001, p. 32)

Como parte do Estudo de Caso, elaborou-se a construção do caso a ser analisado posteriormente. O mesmo foi construído a partir de um mapeamento inicial, onde foram definidos como objeto de pesquisa os Consulados-Gerais presentes em Porto Alegre: Alemanha, Argentina, Chile, Espanha, Itália e Uruguai; a fim de verificar como os Consulados-Gerais sediados em Porto Alegre trabalham comunicacionalmente a cultura de seus países e porque trabalham dessa forma.

Para a análise dos dados obtidos após as interlocuções realizadas com os consulados e com as informações obtidas por meio da bibliografia consultada, foi empregada a técnica de Análise de Conteúdo desenvolvida por Bardin (1977). Neste trabalho, a Análise de Conteúdo abrange os canais de mídia, em especial o site e o facebook dos Consulados-Gerais e os dados fornecidos pelos próprios Consulados na coleta de informações. A ênfase dada nessa etapa centrou-se, mais especificamente, na atividade cultural realizada no âmbito dos consulados.

Bardin (1977, p. 38), define que a análise de conteúdo é “[...] um conjunto de técnicas de análise das comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens”. Bardin (1977, p. 96) organiza a Análise de conteúdo a partir de três etapas: pré-análise; exploração do material e tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação. A primeira etapa, conforme a autora possui três missões, que seriam “[...] a escolha dos documentos a serem submetidos à análise, a formulação das hipóteses e dos objetivos e a elaboração de indicadores que fundamentem a interpretação final” (BARDIN, 1977, p. 96).

A pré-análise foi dividida em dois momentos: análise dos canais de mídia e análise da coleta de informações obtidas tanto via site, quanto informações passadas pelos próprios consulados, pelos cônsules, e por e-mail. No primeiro momento foi feito um mapeamento dos Consulados-Gerais de Porto Alegre através da internet, analisando todo o conteúdo cultural que esses consulados disponibilizavam online, através de seus sites e das redes sociais, mais especificamente o Facebook.

A coleta de informações foi realizada a partir de um primeiro contato com os consulados por meio de e-mail, seguindo-se de contatos presenciais efetuada nos meses de setembro e outubro de 2017. O primeiro contato via e-mail solicitava uma série de informações, bem como requeria uma possível visita *in loco*, visando a aquisição do maior número de informações que viriam a constituir o case a ser elaborado. Devido a questões éticas, foram consideradas apenas informações

referentes ao funcionamento das atividades culturais dentro dos consulados, descartando opiniões pessoais dos Cônsules. Todos os Consulados aceitaram contribuir com o trabalho através de uma reunião para coleta de informações, a única exceção foi o Consulado-Geral da Alemanha⁵, que justificou possuir conflitos de agenda e impossibilidade de atendimento. As informações coletadas junto aos consulados complementaram a análise dos canais de mídia, visto que foi possível entender melhor como são elaboradas e o objetivo de cada conteúdo disponível na internet.

A partir disso, a exploração dos dados coletados foi dividida por Consulados, abordando em cada Consulado-Geral todos os procedimentos relacionados à Promoção Cultural, apontando os principais elementos evidenciados na promoção cultural de cada consulado a fim de categorizá-los posteriormente. Por fim ocorreu, a partir da categorização dos dados obtidos, a inferência e a interpretação, com o intuito de comparar as informações obtidas em cada Consulado, buscando responder os objetivos estipulados inicialmente.

4.2 PROMOÇÃO CULTURAL NOS CONSULADOS-GERAIS DE PORTO ALEGRE

Como objetos dos estudos de casos, foram escolhidos cinco Consulados-Gerais presentes em Porto Alegre, a fim de terem seus conteúdos analisados com base no mapeamento de seus canais de mídias digitais e pela coleta de informações na ida aos mesmos. O subcapítulo que segue apresenta o mapeamento de mídias digitais, cuja função pretende responder aos objetivos traçados no trabalho e responder à questão de pesquisa proposta.

4.2.1 Mapeamento dos canais de mídias digitais

Como primeiro passo relativo à coleta de informações, realizou-se o mapeamento das mídias digitais dos Consulados-Gerais de Porto Alegre, em que foram elaboradas duas tabelas referentes aos sites e páginas no Facebook dos Consulados-Gerais, apresentadas nos subcapítulos 4.2.1.1 e 4.2.1.2, respectivamente. Nas tabelas foram destacados todos os pontos observados,

⁵ Devido ao fato de não ser possível ter acesso a informações relevantes sobre a promoção cultural do Consulado-Geral da Alemanha, o mesmo foi retirado da análise.

principalmente relacionados à promoção cultural, bem como quais consulados possuíam ou não determinado ponto. Com a construção das tabelas foi possível verificar que o Consulado-Geral do Uruguai não possui nenhum canal de mídia digital, já outros possuem apenas o site, como é o caso dos Consulados-Gerais do Chile e da Espanha.

4.2.1.1 Sites dos Consulados-Gerais

Quadro 2 – Quadro dos sites dos Consulados-Gerais

	Espanha	Itália	Argentina	Chile	Uruguai
Site	http://www.exteriores.gob.es/consulados/portoalegre/es/Paginas/inicio.aspx	http://www.consportoalegre.esteri.it/consolato_portoalegre/it/	http://caleg.cancilleria.gov.ar/	http://chile.gob.cl/portoalegre/en/	Não possui
Características	Página pertence ao site do Ministério das relações exteriores da Espanha	Site Próprio (com modelo padrão aos demais consulados)	Site próprio (com modelo padrão aos demais consulados)	Página pertence ao site do Ministério das relações exteriores do Chile	Apenas menção no site da Embaixada no Brasil
Idioma	Espanhol e outras línguas, apenas algumas informações em Português	Português e Italiano	Espanhol e Inglês	Espanhol e Inglês	X
Informações sobre o Consulado	Gerais: Endereços, horários, Descrição de Funções consulares	Gerais: Endereço, horários, Descrição dos Serviços Consulares	Gerais: Endereço, horários, Descrição de Funções Consulares	Gerais: Endereço, horários, Descrição de Funções Consulares	X
Orientações Consulares	Possui (aba específica do consulado)	Possui (aba específica do consulado)	Possui (Unificado no Site)	Possui (Unificado no Site)	X
Conteúdo Cultural	Possui	Possui	Possui	Não Possui	X
Divulgação de atividades Culturais	Possui	Possui	Não possui	Possui	X
Públicos ao qual se direciona	Brasileiros e Espanhóis	Brasileiros e Italianos	Argentinos	Chilenos	X

Instituições em destaque	Instituto Cervantes	Câmara de Comércio Italiana RS			
	Centro Espanhol de Porto Alegre	Florense			
	Santander Cultural		X	X	X
	Centro Hebraico Rio Grandense				

Fonte: elaborado pelo autor (2017)

Dentre os Consulados-Gerais que possuem site na Internet, os Consulados do Chile, Espanha e Itália possuem *Divulgação de atividades culturais* realizadas, já o site do Consulado-Geral da Argentina possui apenas algumas notícias referentes a atividades culturais na página inicial, que estão desatualizadas desde o fim de 2016. A divulgação de atividades culturais pode ser encontrada nas abas de notícias dos sites dos consulados do Chile, Espanha e Itália de forma diferente. O Consulado-Geral da Espanha divulga atividades culturais em sua aba de notícias denominada “El consulado informa”, que é unificada a página principal. Já o Consulado-Geral do Chile também divulga atividades culturais através da aba de notícias que se encontra na página principal, porém a mesma possui poucas notícias e não é atualizada frequentemente. O site do Consulado-Geral da Itália possui uma página chamada “Sala de Imprensa”, onde possui uma aba de notícias, que é atualizada e possui informações sobre atividades culturais realizadas.

Figura 2 – Página inicial do site do Consulado-Geral da Argentina

Fonte: Consulado-Geral da Argentina (2017)

Figura 3 – Página inicial do site do Consulado-Geral do Chile

Fonte: Consulado-Geral do Chile (2017)

Figura 4 – Página com divulgação cultural do Consulado-Geral do Chile

Ministerio de Relaciones Exteriores
Chile en el Exterior
Embajadas, Consulados y Misiones Multilaterales de Chile

Moais Isla de Pascua, Chile

Porto Alegre

Chilenos en Porto Alegre celebran Fiestas Patrias
Lunes 25 de septiembre de 2017

El día 23 de septiembre, se realizó una Fiesta de celebración de los 207 años de vida independiente de nuestro país, organizada por el Centro Cultural y Social Chileno, con apoyo del Consulado...

Seguir leyendo

Te Deum por el aniversario patrio en Porto Alegre
Lunes 25 de septiembre de 2017

El día 18 de septiembre se celebró un Te Deum en la Iglesia de la Pompeia de Porto Alegre, con motivo de celebrarse el 207º Aniversario de la Independencia de Chile. El acto ecuménico fue celebrado...

Seguir leyendo

Probablemente necesite

- Conocer sobre nuestras relaciones bilaterales, asuntos comerciales y más sobre Chile, visite su [Embajada](#).
- Encontrar información de como obtener **visa**, renovar su **pasaporte** y otros **trámites**, visite su [Consulado](#) más cercano.
- Conocer sobre nuestras representaciones en **organismos internacionales**, visite [Misiones](#).

¿CÓMO OBTENER PASAPORTE EN EL EXTERIOR?

Fonte: Consulado-Geral do Chile (2017)

Figura 5 – Página inicial do site do Consulado-Geral da Espanha

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES Y DE COOPERACIÓN

Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación | Contacto | Atención al ciudadano | Mapa del sitio | Suscripción Alertas | Buscar

Consulado de España en PORTO ALEGRE

Consulado | Servicios Consulares | Vivir en Río G. do Sul / Sta. Catarina | Información para Extranjeros

Está usted en: PORTO ALEGRE > ESPAÑOL

Infografía: ciberseguridad, un desafío internacional >

Consulte las recomendaciones de viaje >

EL MINISTERIO INFORMA

17 DE OCTUBRE
Día Internacional para Erradicación de la Pobreza

17.10.2017. El tema de este año "Responder a la llamada a poner fin a la pobreza: una vía hacia sociedades pacíficas e inclusivas" celebra el 25 aniversario de la creación de este día internacional y de su idea de fondo: que el hambre, la falta de educación y la violencia no son inevitables y que la pobreza extrema debe ser algo que todos tratemos de erradicar.

EN EL PALACIO DE ARANJUEZ
El Instituto Cervantes celebra la reunión anual de su Patronato

11.10.2017. El ministro Alfonso Dastis ha presidido la reunión de la institución, cuyo director Juan Manuel Bonet, ha anunciado la apertura de tres nuevos centros Dakar en 2018: Zúrich y Seúl, más adelante.

EL CONSULADO INFORMA

- Fiesta Nacional
- Convocatoria Instituto Cervantes
- Festivo Revolución Farroupilha
- Festivo Independencia de Brasil
- Fiesta Santiago 2017
- Caminho gaúcho de Santiago
- Audiencia con gobernador de Río Grande del Sur
- Premio Juan Carlos Amat 2017
- Aprimorando os vínculos com Sefaraitas

Twitter @MAECgob

19 oct @MAECgob RT @desdelamoncloa: Comunicado del Gobierno en respuesta a la carta de @VRLS: <https://t.co/0akva0Sro> <https://t.co/4JCVWumrH>

19 oct @MAECgob RT @Bucarest @AlfonsoDastisQ: reuniones con presidente rumano @lascionhamis y con homólogo @teodormelescanu... <https://t.co/K2uH0zb5Vv>

19 oct @MAECgob RT @AECID_ es: No se pierdas en la Biblioteca de @AECID_ es la expo "La Ilustración hispánica: mestiza y universal" <https://t.co/JuGhbGy4KF#...>

Fonte: Consulado-Geral da Espanha (2017)

Figura 6 – Página com divulgação cultural do site do Consulado-Geral da Espanha

The screenshot shows the website of the Spanish Consulate General in Porto Alegre. At the top, there is a header with the Spanish flag and the text "GOBIERNO DE ESPAÑA" and "MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES Y DE COOPERACIÓN". Below this, there is a search bar and a navigation menu with options like "Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación", "Contacto", "Atención al ciudadano", "Mapa del sitio", and "Suscripción Alertas". The main content area is titled "Consulado de España en PORTO ALEGRE" and features a search bar with a dropdown menu set to "Con todas las palabras". Below the search bar, there is a list of cultural events:

- 10.10.2017. Fiesta Nacional
- 02.10.2017. Convocatoria Instituto Cervantes
- 18.09.2017. Festivo Revolución Farroupilha
- 09.08.2017. Festivo Independencia de Brasil
- 27.07.2017. Fiesta Santiago 2017
- 28.07.2017. Caminho gaúcho de Santiago
- 17.07.2017. Audiencia con gobernador de Rio Grande del Sur
- 17.07.2017. Premio Juan Carlos Amat 2017

On the right side, there is a "Más Información" section with links to "Instituto Cervantes de Porto Alegre", "Centro Español de Porto Alegre", "Santander Cultural", and "Centro Hebraico Riograndense". Below this is a "Twitter @MAECgob" section showing a tweet from @desdelamondia: "Comunicado del Gobierno en respuesta a la carta de @KRLS: https://t.co/0akva0Sic https://t.co/4JCWUumf-". At the bottom right, there is a "Destacados" section with a "FORMULARIOS" icon.

Fonte: Consulado-Geral da Espanha (2017)

Figura 7 – Página inicial do site do Consulado-Geral da Itália

The screenshot shows the website of the Italian Consulate General in Porto Alegre. At the top, there is a header with the Italian flag and the text "Consolato Generale d'Italia" and "Porto Alegre". Below this, there is a search bar and a navigation menu with options like "IT PT", "Requisar", and "T+ T-". The main content area is titled "Bem vindos ao nosso site" and features a large image of a cityscape. Below the image, there is a "A Sede" section with a photo of the consulate building. The "Contatos" section provides the following information:

Endereço: Rua José de Alencar, 313 - 90880-481 - Porto Alegre
 Fone: 00555132308200
 Fax: 00555132308222

At the bottom, there is a "Páginas Institucionais" section with links to "Os Serviços Consulares", "Apresentação do Anuário Estatístico 2016", and "Câmara de Comércio Italiana RS".

Fonte: Consulado-Geral da Itália (2017)

Figura 8 – Página com divulgação cultural do site do Consulado-Geral da Itália

Quem somos Itália e Brasil Passaportes e serviços Vistos Negócios Sala de imprensa Contatos

Links rápidos O Cônsul Geral A Rede Consular Os Setores Passaportes Cidadania Agendamentos On-Line Emergências Editais de Publicação

Home > A Comunicação > Do Consulado Geral

A Comunicação

- Editais de Publicação
- Do Consulado Geral
- Administração Transparente
- Perguntas frequentes
- Emergências
- Imigração Italiana no RS

Noticias e Comunicados

Inserir os parâmetros para a pesquisa

Ano ▼ Mês ▼ conteúdo a procurar **Pesquisa** **Reset**

Data	Descrição
29/08/2017	Abertura Gastronômica da Mostra "8 ½ FESTA DO CINEMA ITALIANO" no Ristorante Tartoni nesta Quarta-Feira dia 30
24/05/2017	Estensione del sistema di pensionamento anticipato "Opzione Donna"
02/05/2017	Filme "Sobre Viagens e Amores". Estreia nos cinemas de todo o Brasil no dia 4 de maio 2017
14/02/2017	Coleta de fundos em favor das populações da região central da Itália atingidas pelo terremoto
27/01/2017	AVISO - FEBRE AMARELA
06/12/2016	Resultados do Referendo Constitucional de 4 de dezembro 2016.
11/11/2016	Sistema pubblico per la gestione dell'identità digitale di cittadini e imprese (SPID)
10/11/2016	XI Riunione del Sistema Italia in Brasile - San Paolo, 7-8 novembre 2016
03/11/2016	Itália-Brasil. O Vice-Ministro Mario Giro assina o Acordo pelo Reconhecimento mútuo em matéria de conversão de carteiras de habilitação
28/09/2016	28 de setembro de 2016 - Encontro histórico do Ministro Maria Elena Boschi com a Comunidade italiana de Porto Alegre
15/08/2016	Entrada em vigor da Convenção da Apostila da Haia e suspensão do serviço de legalização
09/08/2016	União civil homoafetivas: entrada em vigor do Decreto do Presidente do Conselho dos Ministros da República Italiana (DPCM) 23 de julho de 2016, no 144
14/07/2016	Passaportes brasileiros de emergência
12/07/2016	Visita do Cônsul Geral a Antônio Prado
01/07/2016	Mensagem do Cônsul Geral
29/06/2016	XVI Quadriennale d'arte (Roma, Palazzo delle Esposizioni, 13 ottobre 2016 - 8 gennaio 2017)
01/06/2016	Premio Internazionale di Italianistica 2016
25/05/2016	Programação para os 70 anos da República Italiana
13/05/2016	Entrevista ao Cônsul Geral Nicola Occhipinti
05/04/2016	Mestrado IEC Universidade Politecnica da Região Marche

Fonte: Consulado-Geral da Itália (2017)

Já, quando falamos de *conteúdo cultural* o cenário muda, sendo nesse caso analisada a divulgação de conteúdo cultural que o consulado tem disponibilizado em seu site de forma permanente, não tão ligado à promoção de atividades culturais específicas, mas se há divulgação de conhecimento cultural. Os Consulados-Gerais que possuem conteúdo cultural em seu site são os consulados da Argentina, Espanha e Itália. O conteúdo cultural no site do Consulado da Argentina encontra-se na página denominada "promoção cultural", porém a mesma se diz vinculada ao site do ministério das relações exteriores da Argentina e possui difícil acesso, não estando disponível na data em que o consulado foi analisado. O Consulado-Geral da Espanha possui conteúdo uma aba denominada "gaúchos e catarinenses"⁶ em el

⁶ O Consulado-Geral da Espanha também possui jurisdição pelo Estado de Santa Catarina.

caminho de Santiago de Compostela” e dá destaque para informações sobre o caminho de Santiago de Compostela inaugurado no Rio Grande do Sul. Já o Consulado-Geral da Itália possui uma aba denominada “Imigração Italiana no RS” que possui diversas informações sobre a história da imigração e eventos relacionados.

Figura 9 – Página com Conteúdo Cultural do Site do Consulado-Geral da Argentina

The image shows a screenshot of the website for the Argentine Consulate General in Porto Alegre. At the top, there are language options (English, Español), navigation icons, and the logo of the Ministry of Foreign Affairs and Culture of the Republic of Argentina. The main header features the Argentine flag and the word 'Argentina' with its logo. Below this, there are four main menu categories: 'Asistencia Consular', 'Promoción Comercial', 'Promoción Cultural', and 'Promoción Turística'. The 'Promoción Cultural' section is currently selected and highlighted in blue. On the left side, there is a vertical menu with links for 'Representaciones Argentinas en el Exterior', 'Jurisdicción', 'Datos de contacto', 'Datos útiles para el viajero', and 'Acerca de esta Representación'. Below these are four small image-based links: 'Cancillería Argentina', 'Gobierno Argentino', and 'Marca Argentina'. The main content area displays the title 'PROMOCIÓN CULTURAL' and a brief description: 'Contenido de la sección "Promoción Cultural" compartido por todas las Representaciones Argentinas en el Exterior. El menú de la derecha es el correspondiente a esta sección.' On the right side, there is a search bar, a 'Buscar' button, and a list of links for 'En esta sección', 'Cancillería Argentina', social media icons (Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn), 'Boletín Informativo Cancillería Argentina', 'VISAS', 'SACRAMENTO FISCAL', 'www.visaestudiantil.gob.ar', 'Cooperación Argentina', and 'PERSONAS MENORES EXTRAVIADAS EN ARGENTINA'.

Fonte: Consulado-geral da Argentina (2017)

Figura 10 – Página com conteúdo cultural do site do Consulado-Geral da Espanha

The screenshot displays the website of the Spanish Consulate in Porto Alegre. At the top, there is a header with the Spanish flag, the text 'GOBIERNO DE ESPAÑA' and 'MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES Y DE COOPERACIÓN', and a navigation menu including 'Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación', 'Contacto', 'Atención al ciudadano', 'Mapa del sitio', and 'Suscripción Alertas'. Below this is a search bar and the text 'Consulado de España en PORTO ALEGRE'. A secondary navigation bar contains 'Consulado', 'Servicios Consulares', 'Vivir en Rio G. do Sul / Sta. Catarina', and 'Información para Extranjeros'. The main content area is titled 'Gauchos y Catarinenses en el Camino de Santiago' and includes sections for 'Información general', 'Libros gauchos sobre el Camino', 'Galería de Fotos', and 'Libros catarinenses sobre el Camino'. A sidebar on the left lists 'Actualidad' with several news items. On the right, there is a Twitter feed for @MAECgob and a 'Destacados' section with a 'FORMULARIOS' icon.

Está usted en: PORTO ALEGRE > ESPAÑOL > VIVIR EN RIO G. DO SUL / STA. CATARINA > GAUCHOS Y CATARINENSES EN EL CAMINO DE SANTIAGO

Gauchos y Catarinenses en el Camino de Santiago

- > Información general
- > Libros gauchos sobre el Camino
- > Galería de Fotos
- > Libros catarinenses sobre el Camino

Actualidad

- > Ildelfonso Castro abre el XIX Foro España Japón
- > Día Internacional para Erradicación de la Pobreza
- > Declaración del presidente del Gobierno
- > El Instituto Cervantes celebra la reunión anual de su Patronato

Gauchos y Catarinenses en el Camino de Santiago

Información general

Libros gauchos sobre el Camino

Galería de Fotos

Libros catarinenses sobre el Camino

Twitter @MAECgob

19 oct @MAECgob
RT
@desdelamoncloa: Comunicado del Gobierno en respuesta a la carta de @KRLS: <https://t.co/i6akva0Src> <https://t.co/4JCWlumbt>

19 oct @MAECgob
#Bucarest
@AlfonsoDastisQ : reuniones con presidente rumano @KlausIohannis y con homólogo @teodormelescanu... <https://t.co/k2uhGzb5V>

Destacados

FORMULARIOS

Fonte: Consulado-Geral da Espanha (2017)

Figura 11 – Página com conteúdo cultural do site do Consulado-Geral da Itália

The screenshot shows the website of the Italian Consulate General in Porto Alegre. At the top, there is a header with the logo of Farnesina (Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale) and the text 'Consolato Generale d'Italia Porto Alegre'. Below the header, there is a navigation menu with links such as 'Quem somos', 'Itália e Brasil', 'Passaportes e serviços', 'Vistos', 'Negócios', 'Sala de imprensa', and 'Contatos'. A search bar and social media icons are also present. The main content area features a sidebar with a 'Home' menu and a list of articles under the heading 'Imigração Italiana no RS'. The articles include titles like 'Nova Milano', 'Entrevista Nicola Occhipinti', and 'Monumento da Praça Garibaldi restaurado é entregue à comunidade'.

Fonte: Consulado-Geral da Itália (2017)

Além de elementos relacionados à promoção cultural, existem outros fatores a serem destacados ao analisarmos os sites dos consulados-gerais que atuam em Porto Alegre. O primeiro é a língua em que estão disponibilizados os conteúdos, que também acaba por direcionar o público alvo do site. Os sites dos consulados da Espanha e da Itália possuem conteúdo em português além de suas línguas maternas, já os sites dos consulados da Argentina e Chile possuem apenas conteúdo em Espanhol e em Inglês, não disponibilizando conteúdo em português. Isso mostra que nesses casos o site é direcionado principalmente ao público de origem dos países, fazendo que a promoção de atividades culturais para o público brasileiro não seja tão relevante por meio dos sites, o que justifica a falta de divulgação nesses casos. De uma forma geral, os sites do Consulado-Geral da Itália e da Espanha se mostram mais bem estruturados, disponibilizando conteúdo em português e apontando inclusive as instituições parceiras do consulado na região, o que não é possível identificar nos sites dos consulados da Argentina e do Chile.

4.2.1.2 Mapeamento das Redes Sociais (Facebook)

Quadro 3 – Quadro do Facebook dos Consulados-Gerais

	Espanha	Itália	Argentina	Chile	Uruguai
Facebook	Não possui	https://www.facebook.com/ConsulatoPortoAlegre/	https://www.facebook.com/ArgentinaEnPortoAlegre/	Não possui	Não possui
Informações Culturais	X	Possui	Possui	X	X
Promoção de atividades Culturais	X	Possui	Possui	X	X
Públicos ao qual se direciona	X	Brasileiros e Italianos	Brasileiros e Argentinos	X	X

Fonte: Consulado-geral da Itália (2017)

Dos Consulados-Gerais analisados os únicos que possuem página nas redes sociais são os consulados da Argentina e da Itália. A página do Facebook do Consulado-Geral da Itália foi criada em outubro de 2016 e possui atualmente em torno de 43000 curtidas. A página é composta por conteúdos culturais, políticos, científicos e informativos sobre a Itália, além de orientações consulares, principalmente para os que desejam obter cidadania. Já a página do Facebook do Consulado-Geral da Argentina foi criada em agosto de 2017 e possui atualmente em torno de 215 curtidas. A página é composta por registro de atividades que acontecem em Porto Alegre e informações da relação do país com o Brasil.

Figura 12 – Página inicial do Facebook do Consulado-Geral da Argentina

Foto cedida por Ministerio de Turismo Argentina

Consulado Argentino en Porto Alegre

Consulado General de la República Argentina en Porto Alegre
@ArgentinaEnPortoAlegre

Página inicial

Sobre

Publicações

Avaliações

Fotos

Vídeos

Comunidade

[Criar uma Página](#)

Publicações

Consulado General de la República Argentina en Porto Alegre adicionou 5 novas fotos.
17 de novembro às 10:09 · 🌐

No último final de semana aconteceu, em Gramado-RS, a 29ª edição da Feira Internacional de Turismo - Festuris Gramado, a maior feira de negócios turísticos da América Latina.

A Argentina esteve presente com um stand organizado pela Agencia Nacional de Promoción Turística (INPROTUR - Visit Argentina). A ocasião contou com o apoio do Consulado Geral de Porto Alegre e com a presença do Cônsul Adjunto Alejandro Ocampo.

Organização governamental em Porto Alegre, Rio Grande do Sul
4,4 ★★★★★ · Aberto agora

Comunidade Ver tudo

👤 Convide seus amigos para curtir esta Página

👍 206 pessoas curtiram isso

📶 215 pessoas seguem isso

Sobre Ver tudo

Fonte: (FACEBOOKa, 2017)

Figura 13 – Página com exemplo de promoção cultural do Consulado-Geral da Argentina

Consulado Argentino en Porto Alegre

Consulado General de la República Argentina en Porto Alegre
@ArgentinaEnPortoAlegre

Página inicial

Sobre

Publicações

Avaliações

Fotos

Vídeos

Comunidade

👍 Curtir

📶 Seguir

➦ Compartilhar

⋮

Consulado General de la República Argentina en Porto Alegre
6 de novembro às 11:13 · 🌐

Hoje começa o Ciclo de Cinema Gauchesco no Cine UFPEL, na cidade de Pelotas-RS!

A mostra é apresentada pelo Consulado Geral da República Argentina, Instituto Estadual de Cinema do RS (Iecine RS) e Secretaria de Estado da Cultura, Turismo, Esporte e Lazer do RS em parceria com a Pró-Reitoria de Extensão e Cultura da UFPEL.

Todas as sessões são gratuitas.

CICLO DE CINEMA GAUCHESCO – SEGUNDA EDIÇÃO

MARTÍN FIERRO | 06/11 SEG - 16h
Direção: Liliana Romero e Norman Luiz (2007).
Classificação: livre. Animação. ARG. 1h28min.

ABALLAY, O HOMEM SEM MEDO | 06/11 SEG - 19h
Direção: Fernando Spiner (2010).
Classificação: 12 anos. Ficção. ARG. 1h40min.

NETTO E O DOMADOR DE CAVALOS | 09/11 QUI – 19h
Direção: Tabajara Ruas (2008).
Classificação: 12 anos. Ficção. BRA. 1h28min.

ENTRADA FRANCA
CINE UFPEL - Rua Álvaro Chaves, esquina Lobo da Costa
Pelotas-RS

Consulado General de la República Argentina
CINE UFPEL
Iecine
TOS

👍 Curtir

💬 Comentar

➦ Compartilhar

🌐

📞 (51) 3321-1300

🌐 www.caleg.mrecic.gov.ar

📁 Organização governamental - Consulado e Embaixada

🕒 Horário: 09:00 às 18:00
Aberto agora

Pessoas também curtiram

Consulado General d...
Organização governamental
👍 Curtir

EQUUS CIAPE Equot...
Terapeuta
👍 Curtir

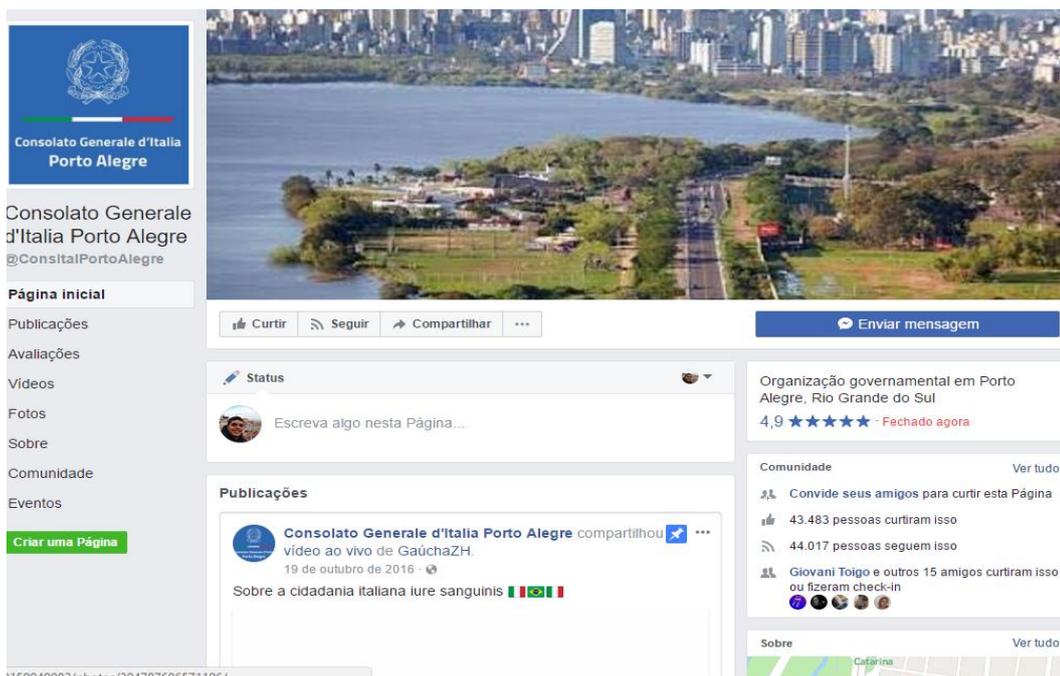
Cléber Borges e Mari...
Dançarino
👍 Curtir

Organizações governamentais em Porto Alegre, Rio Grande do Sul

Privacidade · Termos · Anúncios · Opções de anúncio · Cookies · Mais · Facebook © 2017

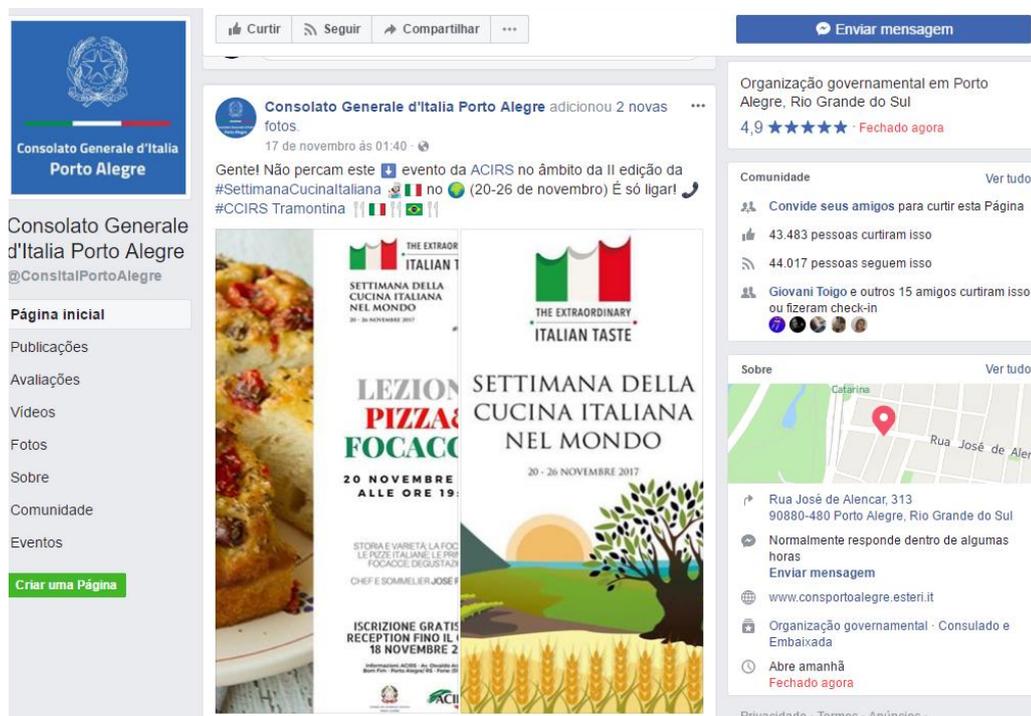
Fonte: (FACEBOOKa, 2017)

Figura 14 – Página Inicial do Facebook do Consulado-Geral da Itália



Fonte: (FACEBOOKb, 2017)

Figura 15 – Página com exemplo de promoção cultural do Facebook do Consulado-Geral da Itália



Fonte: (FACEBOOKb, 2017)

O Facebook do Consulado-Geral da Itália possui um alcance muito maior que o Facebook do Consulado-Geral da Argentina, com maior número de seguidores e

de curtidas e compartilhamento nas postagens. Porém é importante apontar que o Facebook do Consulado da Argentina é muito recente e consegue suprir as carências do seu site, principalmente em relação à divulgação cultural, além de apresentar um desenvolvimento relevante desde sua criação, o que mostra que futuramente pode atingir um nível semelhante ao do Facebook do Consulado-Geral da Itália e se tornar uma ferramenta de comunicação de extrema eficiência na divulgação da cultura promovida no Estado e na cidade de Porto Alegre. Já a ausência de uma página do Facebook nos demais Consulados-Gerais pode ser explicada pelos objetivos desses consulados no Estado do Rio Grande do Sul, como veremos melhor na coleta de informações

4.2.2 Coleta de Informações

A coleta de informações foi realizada na ida aos Consulados-Gerais, onde ocorreu uma reunião junto aos Cônsules. A fim de facilitar a busca por informações ligadas à promoção cultural foi criado um roteiro de perguntas semiestruturadas que foi enviado previamente aos consulados por e-mail, facilitando o andamento da reunião durante a visita. Por questões éticas, a coleta de informações não trata das opiniões pessoais dos Cônsules durante a reunião. Cada reunião foi tratada de forma diferente⁷ pelos Cônsules, em alguns casos seguindo o roteiro de perguntas, em outros falando abertamente sobre o tema. A seguir abordaremos a exposição de dados coletados em cada Consulado-Geral, que foram utilizados para estabelecer as categorias que serão analisadas posteriormente.

4.2.2.1 Consulado-Geral da Argentina

O Consulado-Geral da Argentina se instalou em Porto Alegre no Séc. XIX. e realiza atividades consulares, trâmites, tais como visto, passaporte, declarações, além de intermediar questões comerciais. No consulado existem diferentes setores, porém, não há nenhum setor específico de comunicação e promoção cultural. O

⁷ A exposição das informações coletadas não segue um padrão em todos os consulados, pelo fato de que alguns consulados disponibilizaram mais informações do que outros, sendo essas informações categorizadas de forma igualitária apenas posteriormente na análise dos resultados obtidos.

setor que é responsável por essa atividade é o setor econômico comercial, que trabalha a cultura juntamente com o Cônsul.

As principais atividades na área cultural são realizadas junto com o governo do estado ou com a prefeitura, voltadas principalmente para a promoção de cultura Argentina em solo gaúcho. As mais notáveis são a Feira do Livro, onde o consulado participa ativamente na promoção de autores do país, o festival de cinema argentino, que ocorreu no Santander Cultural, o Gramado Cultural (festival de cultura e gastronomia), a degustação de vinhos para especialistas, o espetáculo de Tango anual, realizado em conjunto com o Theatro São Pedro, além de diversas atividades que já ocorreram na cidade.

Todo início do ano ocorre um planejamento anual de agenda do consulado quando são idealizados todos esses eventos e parcerias, que são aprovados pela chancelaria (embaixada) em Brasília. De acordo com as informações obtidas junto ao Consulado, a promoção cultural é uma ferramenta de união importantíssima por que difunde a cultura do país e possibilita que ele seja reconhecido, fazendo com que seja despertado um interesse em um intercâmbio entre os cidadãos do país, que gera resultados, aproximação entre os povos, reconhecimento do país, e tudo isso é facilitado pela proximidade cultural entre a Argentina e o estado do Rio Grande do Sul.

O consulado é responsável pelo site, que segue o modelo estabelecido pelo ministério das relações exteriores da Argentina, porém, no momento o mesmo encontra-se desatualizado e atualmente a página do Facebook, que é recente e também mantida pelo Consulado, é o principal meio de comunicação com o público no meio digital. No Facebook são divulgados todos os eventos que o consulado participa ou organiza como forma de reforçar os laços com os argentinos que vivem em Porto Alegre e também apresentar aos Brasileiros.

No Rio Grande do Sul existe apenas um Vice-Consulado que fica em Uruguaiana. Apesar de haver promoção cultural, as culturas locais de ambas as cidades se misturam, dificultando assim uma maior promoção cultural como em Porto Alegre. Em Uruguaiana as parcerias, quando ocorrem, são feitas com a prefeitura da cidade. O consulado não participa do processo de disseminar a cultura do Rio Grande do Sul no âmbito da Argentina. A única participação que o consulado tem é facilitar o acesso dos artistas e apresentações culturais que queiram ir para a argentina, auxiliando no que for necessário.

Figura 16 – Exemplo de atividade cultural promovida pelo Consulado-Geral da Argentina



Fonte: (FACEBOOKa, 2017)

4.2.2.2 Consulado-Geral do Chile

O Consulado-Geral do Chile estabeleceu-se em Porto Alegre no ano de 1997. Foi criado exclusivamente para fins comerciais. A principal razão que justifica até hoje a atuação do consulado em Porto Alegre é o corredor Bioceânico Central que está sendo desenvolvido, e que liga os dois oceanos através de estradas, com um túnel que atravessa a cordilheira dos Andes. O consulado como dito inicialmente se caracteriza principalmente por ser um consulado comercial visto que a equipe é muito pequena e é preparada para determinada demanda. Porém, o consulado também visa trabalhar o processo de integração do Chile com o Brasil em todos os aspectos, o que inclui também a cultura, ainda que em menor escala.

As parcerias realizadas com o intuito de promover a cultura com outras instituições são muito difíceis de concretizarem, existem muitas intenções, entretanto

não se verifica uma efetivação das mesmas, no sentido de que seja realizado um trabalho conjunto e permanente. Existem conversações para ter parcerias, porém o tempo passa e as ideias se esvaem sem que cheguem a se concretizar.

As parcerias com o governo do Estado do Rio Grande do Sul caracterizam-se por serem apenas eventuais e são mais ligadas a celebrações festivas de datas específicas do que a promoção de atividades culturais vindas do Chile. Assim como com ocorre com as instituições, o setor público também buscou parcerias com o Consulado, porém há diferença entre o consulado que é pequeno e possui ações específicas, com o setor público, que oferece ideias que podem vir da prefeitura ou do governo, deixando o processo mais complexo.

As atividades culturais realizadas pelo Consulado do Chile possuem um caráter festivo, ligadas a datas importantes do Chile com um direcionamento específico para a comunidade chilena. O exemplo disso foram duas atividades que aconteceram no ano de 2017, que são as comemorações de 100 anos do nascimento de poetisa e cantora chilena Violeta Parra e as Festas Pátrias de independência Chilena. É possível perceber, então, que as atividades culturais promovidas pelo consulado chileno possuem uma característica comemorativa, não se associando com a divulgação de cultura, mas sim com o resgate de cultura.

A divulgação das atividades propostas ocorre por meio de uma rede de e-mails privados que o consulado possui, sendo os mesmos enviados para um público específico, composto principalmente pelos chilenos que residem em Porto Alegre e autoridades dos principais órgãos da cidade. Para realizar uma atividade cultural, o consulado necessita levar um projeto até o Ministério das Relações Exteriores do Chile, que possui uma direção cultural, para obter os fundos necessários para realizá-la. Porém, as possibilidades são limitadas, gerando apenas como destacado anteriormente, fundos para parcerias eventuais. Quanto às mídias digitais, o Consulado-Geral não possui um site próprio, a página do consulado na internet faz parte do site de embaixada do Chile no Brasil, que atualiza o site a partir das informações que o consulado geral e repassa para a embaixada. Além disso, o Consulado também não possui nenhuma outra mídia digital, trabalhando apenas com o e-mail.

Questionado sobre a cultura do Rio grande do Sul, o Consulado afirmou que a divulgação de cultura do Estado do Rio Grande do Sul no Chile não passa pelo consulado, ficando de responsabilidade do governo do Brasil, porque a função do

consulado é justamente representar o Chile no Brasil em busca dos interesses chilenos, participar desse intercâmbio de cultura gaúcha no Chile traria benefícios ao Brasil principalmente, e isso não cabe ao consulado. Os objetivos principais do consulado seriam crescer o comércio e o relacionamento com o Brasil, onde se encaixa a questão cultural, porém como observado, o consulado possui recursos limitados para trabalhar a cultura de forma sistemática.

Figura 17 – Exemplo de atividade cultural promovida pelo Consulado-Geral do Chile



CONSULADO GENERAL DE CHILE

PORTO ALEGRE – BRASIL

Por ocasião de cumprir-se 100 anos do nascimento da poetisa
e cantora chilena Violeta Parra,
o Consulado Geral do Chile em Porto Alegre convida
ao Excelentíssimo Sr.

Fonte: Documento interno do consulado (2017)

4.2.2.3 Consulado-Geral da Espanha

O objetivo do Consulado-Geral da Espanha é desempenhar uma diplomacia política, a fim de beneficiar as relações comerciais entre Espanha e Brasil. O Consulado não possui fundos, toda a atividade realizada passa pela aprovação de embaixada da Espanha em Brasília, tanto nas questões culturais, quanto comerciais. Para que uma atividade seja executada o consulado leva até a embaixada a proposta para ser aprovada. A embaixada em Brasília possui um núcleo responsável pela difusão cultural.

Segundo informações obtidas junto ao Consulado, as atividades culturais trazem uma série de benefícios a ambos os países, órgãos e instituições envolvidas. Um exemplo disso é um espetáculo de Flamenco que ocorreu no Theatro São Pedro, no ano de 2016, que trouxe benefícios para o povo brasileiro, que conheceu uma nova cultura; para o Theatro São Pedro, que lucrou; para os músicos que

desempenharam seu trabalho com remuneração e para os espanhóis em Porto Alegre, que puderam ter contato com sua cultura.

As principais atividades culturais promovidas pelo Consulado em Porto Alegre são voltadas para celebrações de datas da Espanha, mais direcionado ao público espanhol que mora na cidade; espetáculos de música e dança que acontecem eventualmente com parcerias; e atividades simbólicas, como foi o caso da inauguração de um Caminho de Santiago de Compostela no município de Santo Antônio da Patrulha. Para o Consulado, quanto mais é promovido o país, mais as pessoas se identificam com aquela cultura e mais vezes irão se relacionar com ela, através de intercâmbios, o que possibilita também, a geração de relações comerciais. Em relação à promoção da cultura gaúcha na Espanha, nos foi informado pelo consulado que isso é responsabilidade do Brasil, o que o Consulado pode fazer é facilitar essa divulgação repassando contatos na Espanha.

Toda a divulgação cultural é feita através de página de internet, que possui modelo estabelecido pelo Ministério das Relações Exteriores da Espanha e é coordenada pelo próprio consulado. Lá estão disponibilizadas todas as informações necessárias. Quando o evento é direcionado para um público específico, como os cidadãos do país, a plataforma utilizada é o e-mail. Quanto a parcerias, foi citado principalmente o Instituto Cervantes que seria um órgão oficial de Espanha, que promove a língua espanhola e cede o espaço para a difusão cultural. Outras parcerias são eventuais e não recorrentes. A Espanha possui apenas um Cônsul-Honorário no interior do Estado, que fica na cidade de Bagé. Porém o Cônsul-Honorário é apenas um representante simbólico do país, não exercendo atividades estruturadas relacionadas à promoção cultural.

Figura 18 – Exemplo de atividade cultural promovida pelo Consulado-Geral da Espanha

Para celebrar a Festa Nacional



O Cônsul Geral da Espanha, Francisco de Asís Benítez Salas, tem a honra de lhe convidar para a recepção que oferecerá na sua Residência na terça-feira, 10 de outubro de 2017, das 19:00 até as 21:00 horas.

Este convite deverá ser apresentado na entrada

O convite é intransferível e válido para duas pessoas

Traje: passeio completo

Favor confirmar presença:

Fonte: Documento interno do Consulado (2017)

4.2.2.4 Consulado-Geral da Itália

O Consulado-Geral da Itália em Porto Alegre está dividido em três setores: consular, comercial e cultural. A maioria dos funcionários trabalha com a parte consular do consulado, isto é, auxiliando na emissão de documentos, como encaminhamento de vistos, reconhecimento de cidadania, emissão de declarações entre outras. A parte cultural e comercial são atribuições principalmente do Cônsul e de sua Secretária. A promoção cultural do consulado italiano na região está a cargo do próprio Cônsul. Ele é quem faz os contatos e utiliza os meios de comunicação. Dentre as principais atividades culturais do consulado estão a promoção de língua italiana, além de atividades que envolvem canto, pintura, fotografia, teatro, culinária e etc.

A Itália possui em diferentes países os chamados Institutos de Cultura que promovem a cultura italiana em determinadas regiões. No caso do Brasil existem dois, o do Rio de Janeiro e o de São Paulo. O Instituto de Cultura de São Paulo tem jurisdição sobre o estado do Rio Grande do Sul, ou seja, muitas das atividades

culturais que o consulado aplica no Rio Grande do Sul são planejadas pelo Instituto de Cultura de São Paulo. Cabe ao Cônsul todo o gerenciamento para que essas atividades aconteçam, tais como providências relativas a hotel, viagem, artistas, local de realização, etc.

Dentre os principais eventos programados para o ano de 2017, podemos citar a Semana da Língua Italiana no Mundo que ocorreu em outubro em uma parceria com a Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, PUC/RS e a Associação Cultural Italiana, onde ocorreram palestras de professores sobre o tema. Em novembro realizou-se a semana culinária com a escola de gastronomia de Flores de Cunha, que faz parte do Instituto de Culinária Italiano, sediado na região da Serra Gaúcha. Outra forma de firmar parcerias é o que o consulado define como apoio “moral”. Diferente das atividades que são aplicadas pelo instituto de cultura em que o cônsul participa de todo o processo, o apoio “moral” caracteriza-se como uma parceria em que apenas é cedido o logo do consulado de Itália para a divulgação do evento, ficando a outra instituição responsável por todo o processo de trazer os artistas/palestrantes do evento. Seria uma maneira mais fácil de promover atividades culturais, que gera visibilidade tanto quanto as atividades propostas pelo Instituto de Cultura as quais necessitam esforços menores por parte do consulado. Alguns eventos desse tipo foram os musicais com Il Volo, Eros Ramazzotti, Peppino Di Capri e mais recentemente o cantor de Blues Zuccherò Fornaciari, com a Opus Produções, que além de não possuírem custo algum para o consulado, garantiam desconto de 20% para os descendentes italianos.

Também ocorrem parcerias com o governo do Estado do Rio Grande do Sul, como no evento de Blues que ocorreu no Palácio Farroupilha. As parcerias com o governo são bem mais difíceis de ocorrer, porque são muito mais trabalhosas, tendo o cônsul que participar diretamente do processo, uma vez que o Cônsul é o único responsável pela parte cultural, fica muito difícil de conciliar tal envolvimento. Assim sendo, são mais vantajosas para o consulado o estabelecimento de parcerias morais como instituições privadas, como destacado anteriormente. Para a promoção dessas atividades culturais são utilizados o site e o Facebook. O site é mais relacionado a questões consulares e a algumas notícias relevantes. A página segue um modelo que é entregue pronto pela embaixada e cabe ao Consulado apenas adicionar informações e atualizá-lo com notícias, que incluem atividades culturais, também a

uma página no site destinada a contar a história de imigração e suas raízes culturais no Rio Grande do Sul.

O Facebook do Consulado-Geral da Itália foi criado pelo próprio Cônsul em outubro de 2016 e é administrado somente pelo mesmo. O Facebook é a principal ferramenta de divulgação do consulado. Dentre os conteúdos que são abordados no Facebook estão: Feriados, interesses culturais e científicos, informações relevantes que divulguem a produção científica, cultural e acadêmica italiana, vídeos sobre a Itália, além de um *Quiz* que vale premiação e promove interação com o público.

O objetivo da página, além de divulgar as atividades específicas do consulado e também a Itália, é gerar emoções e criar entusiasmo no público a fim de que criem um interesse maior pelo país e isso gere resultados. A página do Facebook do Consulado-Geral de Porto Alegre tornou-se a página de um consulado italiano com maior número de curtidas ao redor do mundo, superando até algumas embaixadas que possuem uma equipe de comunicação estruturada. Segundo o Consulado, isso se dá pelo fato de que as pessoas que moram no Rio Grande do Sul possuem um amor pela Itália, devido à imigração, e se sentem interessadas pelo país.

Os Consulados que ficam no interior do Rio Grande do Sul, se dividem em Vice-Cônsules (Bagé e Caxias do Sul) e Cônsul-Honorário (Bento Gonçalves, Passo Fundo, Erechim, e Santa Maria), porém esses cônsules ficam responsáveis mais por questões consulares e representação simbólica respectivamente, ficando a cargo do consulado de Porto Alegre parcerias relacionadas a atividades culturais nessas regiões.

Figura 19 – Exemplo de atividade cultural promovida pelo Consulado-Geral da Itália



O CONSULADO GERAL DA ITÁLIA EM PORTO ALEGRE convida para a XVII Settimana della Lingua Italiana nel mondo, intitulada: "L'Italiano al cinema, l'italiano nel cinema" 16 a 22/10/2017

PROGRAMA:

SEGUNDA-FEIRA 16/10 LOCAL: PUCRS

18H Abertura: Coffee break
 Palestra: "Calcio e parole: La lingua italiana degli anni '50 in un documentario dell'Istituto LUCE"
 Prof.a Fulvia Zega (Università di Genova)
 Palestra: "L'incessante dialogo fra letteratura e cinema in Italia"
 Prof.a Patrizia Cavallo (PUCRS/ UFRGS)
 Endereço: Auditório do prédio 40 sala 202

TERÇA-FEIRA 17/10 LOCAL: ACIRS

19H Palestra: "CIAK ITALIA - Storia e peculiarità del cinema italiano",
 Prof Daniele Donati, Direttore Didattico Scuola Campus Magnolie

QUARTA-FEIRA 18/10 LOCAL: ACIRS

9H Palestra: "Con Le Mani: I Gestì degli Italiani"
 Prof Daniele Donati, Direttore Didattico Scuola Campus Magnolie

14H30 Palestra: "Le Radici e Le Ali: Italiani Migratori"
 Prof Daniele Donati, Direttore Didattico Scuola Campus Magnolie

19H30 Palestra: "Lasciatemi Cantare: Storia della Musica Leggera Italiana nel XX Secolo"
 Prof Daniele Donati, Direttore Didattico Scuola Campus Magnolie

SEXTA-FEIRA 20/10 LOCAL: ACIRS

9H30 Projeção do filme: Ieri, Oggi e Domani
19H Projeção do filme Mine Vaganti e Workshop - comportamento, società e linguaggio
 Prof Daniel Gonçalves (ACIRS)

***TODOS OS EVENTOS SÃO ABERTOS AO PÚBLICO. BENVENUTI!**

APOIO:



ACIRS - Língua e Cultura Italiana
 Av. Cândido de Abreu, 442

PUCRS - Escola de Humanidades
 Av. Itália, 309 - Partenon
 Associação para Assuntos Interacionais e Interinstitucionais (AAII)

Fonte: (FACEBOOKb, 2017)

4.2.2.5 Consulado-Geral do Uruguai

O Consulado-Geral do Uruguai em Porto Alegre se estabeleceu na década de 1950. Tem como objetivo trabalhar o comércio e a cultura do Uruguai em Porto Alegre. As principais atividades culturais giram em torno de promoção do vinho, de dança (tango) e do turismo, além de culinária que é mais recente. O consulado recebe instruções de embaixada em relação a atividades relacionadas à difusão cultural. O consulado não possui site próprio, porém todas as informações relacionadas a trâmites, comércio e cultura estão disponibilizadas no site das relações exteriores do Uruguai, de forma genérica.

A parceria de maior destaque ocorreu como governo do Estado Rio Grande do Sul, que organizam juntos, há quatro anos a Semana de Cultura, que acontece um ano em cada país e este ano irá acontecer em Montevideú. É uma parceria com

a Secretaria de Cultura do Estado do RS. O consulado do Uruguai dá todo apoio aos artistas gaúchos que desejam participar de semana de cultura no Uruguai e aos uruguaios que vem a Porto Alegre.

O Consulado reafirmou a importância das relações culturais afirmando que a cultura é a identidade do país, e no caso dessa relação entre o Uruguai e o Rio grande do Sul se torna muito mais fácil devido ao fato das culturas serem muito parecidas e estarem muito próximas. Observou que se fôssemos comparar a atuação do Consulado Geral do Uruguai localizado no RS com as outras unidades do consulado do Uruguai em outros estados do Brasil, com certeza as relações seriam muito mais limitadas e dificultadas, porque seriam muito maiores as diferenças culturais. Reafirmou também a importância de difusão cultural para o cultivo de nossa cultura dos pampas, que se dá muito através dessas relações.

O governo do Uruguai possui seis Vice-Consulados no interior do RS, que se estabelecem em regiões de fronteira com a intenção de suprir as necessidades burocráticas que uma fronteira exige. Também existe promoção cultural nesses locais que assim como o consulado de Porto Alegre, conta com parcerias com as autoridades locais, que seria a prefeitura dessas cidades onde o consulado está instalado.

Figura 20 – Exemplo de atividade cultural promovida pelo Consulado-Geral do Uruguai



Fonte: Documento de divulgação físico do consulado (2017)

4.3 ANÁLISE DOS RESULTADOS OBTIDOS

Com a técnica de análise de conteúdo foi possível obter um panorama em relação a como os Consulados-Gerais em Porto Alegre trabalham a cultura, que se deu através da exploração das informações obtidas pelo mapeamento das mídias digitais e pela coleta de informações na ida aos consulados. A fim de analisar esse material, utiliza-se como base o Sistema Cultural ⁸apresentando por Rubin (2004), mais especificamente três etapas que possibilitaram a categorização das informações: *Criação*, analisando como surgem as atividades culturais e quem é responsável por idealizá-las; *Divulgação*, analisando como são utilizados pelo consulado os canais de mídia digital, e porque são utilizados de determinada forma; e *Organização Cultural*, analisando quais são as atividades culturais desenvolvidas, além de verificar também como são as parcerias realizadas na produção de uma atividade cultural. Na sequência são apresentadas as três categorias de análise definidas após o tratamento das informações.

4.3.1 Criação

Quadro 4 – Quadro de análise da criação cultural dos Consulados-Gerais

Argentina	Chile	Espanha	Itália	Uruguai
<p>-Planejamento anual de agenda de atividades feita pelo Consulado e aprovada pela Embaixada em Brasília.</p> <p>-O Consulado também identifica possibilidades e leva até sua embaixada</p>	<p>-O Consulado não possui fundos</p> <p>-Ministério das relações exteriores do Chile, que possui uma direção cultural</p>	<p>-O Consulado não possui fundos</p> <p>-Aprovação da embaixada da Espanha que possui um núcleo responsável pela difusão cultural.</p> <p>-Algumas atividades partem do Instituto Cervantes.</p>	<p>-Atividades culturais que o Consulado aplica no Rio Grande do Sul são planejadas pelo Instituto de Cultura de São Paulo.</p> <p>-Cônsul responsável por identificar oportunidades de realização de atividades culturais e firmar parcerias, que recebem o aval da embaixada.</p>	<p>-O Consulado recebe instruções da embaixada em relação ao planejamento anual de atividades relacionadas à difusão cultural.</p> <p>-Algumas atividades recorrentes são recebidas diretamente do Ministério no Uruguai.</p> <p>-O Consulado também identifica possibilidades e leva até sua embaixada.</p>

Fonte: Elaborado pelo autor (2017)

⁸ Apesar do Sistema Cultural apresentado por Rubin possuir outras etapas além de criação, divulgação e organização, somente essas foram consideradas como categorias a fim de analisar a promoção cultural dos Consulados-Gerais em Porto Alegre

Após a verificação dos dados obtidos na coleta de informações, é possível destacar que os Consulados-Gerais de Porto Alegre são bastante distintos com relação à questão da criação de atividades culturais, ou seja, em cada consulado a maioria das atividades culturais são idealizadas por atores diferentes. No caso dos Consulados menores, como é o caso do Consulado-Geral do Chile e do Consulado-Geral da Espanha, basicamente todas as atividades culturais vêm das embaixadas desses países em Brasília, ficando a cargo dos consulados apenas pôr essas atividades em prática. No caso do Consulado-Geral da Espanha há a participação do Instituto Cervantes na difusão cultural em Porto Alegre, porém isso ocorre de maneira autônoma sem participação direta do consulado, ou seja, o consulado se mostra parceiro do instituto, mas não tem contato direto com a organização das atividades.

O Consulado-Geral da Itália por outro lado, depende diretamente do seu Instituto de Cultura, que apesar de estar situado em São Paulo, envia para o Consulado os planejamentos das atividades culturais a serem realizadas anualmente. Além disso, o Cônsul também idealiza, planeja e fecha parcerias de atividades culturais com autonomia, prospectando parceiros e identificando oportunidades. O Consulado da Argentina possui um planejamento anual de atividades junto à embaixada e todas as atividades já ficam programadas. Quando aparece uma oportunidade de atividade cultural, é levada até a embaixada para aprovação. O setor comercial é o que fica responsável pela difusão cultural. O Consulado-Geral do Uruguai se assemelha ao Consulado da Argentina nesse quesito, recebendo instruções da embaixada referente a difusão cultural anual, que nesse caso fica de responsabilidade do setor cultural do consulado, composto pela Cônsul e por mais um funcionário.

O que podemos perceber a partir disso é o fato de que a participação dos cônsules no processo de criação vai diretamente ao encontro com o tamanho do consulado e seus principais objetivos na região. Enquanto os consulados do Chile e da Espanha são totalmente dependentes de suas embaixadas, os consulados da Argentina, Uruguai e Itália já possuem certa autonomia, e seus cônsules tem uma maior participação na criação de atividades culturais, principalmente no sentido de identificar oportunidades e levá-las até a embaixada a fim de executá-las. O Consulado da Itália se destaca ainda pela participação do Cônsul durante todo o processo, já que muitas atividades culturais italianas que ocorrem em Porto Alegre

acontecem devido a suas habilidades em identificar e fechar parcerias, como mencionado anteriormente.

Os Consulados do Chile e da Espanha são mais direcionados a trabalhar as relações comerciais de seus países, diferente dos da Argentina, Uruguai e Itália, que apesar de abrangerem principalmente essa atividade, também focam bastante na difusão cultural. Isso pode ser explicado devido às ligações que esses países têm com o Estado de Rio Grande do Sul e também com a população, pelo fato de muitos serem estrangeiros que vieram desses países ou descendentes, o que faz com que esses países visualizem a necessidade em investir em atividades culturais na região.

Os dados obtidos vão ao encontro não apenas do investimento dos governos na diplomacia cultural, mas também a relação do país com o estado do Rio Grande do Sul. Um exemplo disso pode ser verificado quando analisamos os casos da Espanha e o Uruguai. Dois países com dimensões totalmente distintas, sendo a Espanha um país europeu com mais de 40 milhões de habitantes e que possui consulados espalhados pelo mundo inteiro. Além de contar com o Instituto Cervantes, que é símbolo de difusão da língua espanhola e também de difusão da cultura. O Uruguai é um país em desenvolvimento da América do Sul com pouco mais de 3 milhões de habitantes e que comparado com a Espanha possui recursos limitados. Porém, quando levamos em conta o fato de estarmos analisando a promoção no Estado do Rio Grande do Sul esse cenário muda. A Espanha mostra-se um país que idealiza poucas atividades culturais, e conseqüentemente promove muito menos atividades que o do Uruguai.

Assim como o Consulado do Uruguai, o mesmo acontece com os Consulados-Gerais da Argentina e da Itália, que também acabam se destacando na diplomacia cultural aplicada em Porto Alegre. Porém, é preciso levar em consideração também os motivos pelo qual esses consulados se estabeleceram no Estado do Rio Grande do Sul. Assim como são os mais dependentes de suas embaixadas com relação a atividades culturais, os consulados da Espanha e do Chile se caracterizam por serem consulados com um foco específico nas relações comerciais, ou seja, o investimento em promoção cultural por parte desses consulados realmente fica em segundo plano, não havendo possibilidade de partir do próprio consulado ações estruturadas de difusão cultural, visto que as equipes são pequenas e a demanda comercial e consular é muito maior. Por isso o foco

desses consulados acaba sendo o de celebrações culturais em datas específicas, com um foco maior em um público que abrange principalmente os cidadãos do país que moram em Porto Alegre, algo que não necessita de uma idealização estruturada porque já acontece anualmente de forma natural.

Se analisarmos a figura do Cônsul como agente cultural no sentido de ser o idealizador das atividades, o consulado que se destaca é o da Itália. A partir da coleta de dados foi possível perceber que o Cônsul da Itália tem um papel decisivo na promoção cultural por parte dos consulados. Muitas das atividades só ocorrem devido a suas habilidades individuais em identificar possíveis parcerias e perceber o que precisa ser entregue ao público. Consulados como o do Uruguai e da Argentina também possuem um investimento na promoção de cultura na região, porém se tratando da criação cultural especificamente, esses consulados se tornam também dependentes de seus Ministérios das Relações Exteriores e suas embaixadas, não tendo tanta autonomia quanto o Consulado-Geral da Itália.

Analisando somente a criação de atividades culturais, podemos dividir os consulados analisados em três grupos. O primeiro grupo seria formado os Consulados do Chile e da Espanha, com uma criação cultural limitada; o segundo seria formado pelos Consulados da Argentina e do Uruguai, com uma criação cultural relevante, porém que em alguns casos depende de suas embaixadas; e por fim o Consulado-Geral da Itália que apresenta maior autonomia na criação cultural, que é marcada principalmente pela participação do Cônsul nesse processo e pelo investimento que o país faz na região.

4.3.2 Divulgação

Quadro 5 – Quadro da análise da divulgação cultural dos Consulados-Gerais

Argentina	Chile	Espanha	Itália	Uruguai
<p>-O Consulado é responsável pelo site, que segue o modelo estabelecido pelo Ministério das Relações Exteriores da Argentina,</p> <p>-Possui página no Facebook, mantida por funcionários do Consulado, que é o principal meio de comunicação com o público na plataforma digital.</p>	<p>-A divulgação ocorre por meio de uma rede de e-mails que o Consulado possui, sendo enviado para um público específico composto principalmente pelos chilenos que residem em Porto Alegre e autoridades.</p> <p>- O site do Consulado na internet faz parte do site de embaixada do Chile no Brasil, que atualiza o site a partir das informações que o Consulado repassa para a embaixada.</p>	<p>-Toda a divulgação cultural é feita através do site na internet, que possui o modelo estabelecido pelo Ministério das Relações Exteriores da Espanha e é coordenada pelo próprio Consulado.</p> <p>-Quando o evento é direcionado para um público específico é utilizado o e-mail.</p>	<p>-O site é mais relacionado a questões consulares e à notícias relevantes. A página segue um modelo que é entregue pronto pela embaixada e cabe ao Consulado apenas adicionar informações e atualizá-lo.</p> <p>-O Facebook foi criado pelo próprio Cônsul em outubro de 2016 e é administrado somente pelo mesmo, é a principal ferramenta de divulgação do consulado.</p>	<p>-Para divulgação de atividades é utilizado apenas o e-mail e o resto da divulgação acontece através das instituições parceiras.</p>

Fonte: Elaborado pelo autor (2017)

Cada Consulado possui características específicas relacionadas à divulgação cultural, utilizando de diferentes canais de mídia digital e em alguns casos não possuindo canal de mídia algum, como é o caso do Consulado-Geral do Uruguai. O Consulado do Chile possui apenas o Site, porém não administra o mesmo, apenas repassa as informações à embaixada, que é responsável por sua divulgação. Os Consulados-Gerais da Espanha, Itália e Argentina seguem o modelo de site proposto pelo Ministério das Relações Exteriores de seus países e gerenciam o mesmo.

O *site* do Consulado da Argentina encontra-se desatualizado quanto à divulgação de atividades, estando atualizado apenas com as informações consulares, que seria o seu principal foco. Já o site do Consulado da Espanha aparece mais bem organizado, com informações atualizadas semanalmente, possuindo também uma página que mostra as relações do povo do Rio Grande do

Sul e de Santa Catarina (Estado no qual o consulado também possui jurisdição) com o caminho de Santiago de Compostela, uma das maiores atrações da Espanha e que possui uma “réplica” simbólica no Rio Grande do Sul, situada na cidade de Santo Antônio da Patrulha. O site do consulado da Itália também é organizado, possuindo informações que atualizadas semanalmente na página de notícias e uma página de conteúdo cultural relacionado à imigração italiana no Estado do Rio Grande do Sul.

Outra plataforma digital bastante utilizada pelos consulados é o *e-mail*⁹, que é utilizado não apenas para a divulgação cultural, mas para diversos assuntos consulares e comerciais em todos os consulados analisados. No caso da divulgação especificamente, o e-mail ganha papel importante na promoção de eventos que são destinados a um público específico dos consulados, como celebrações e eventos fechados. No caso dos Consulados do Chile, Espanha e Uruguai, o e-mail acaba se tornando o principal meio de comunicação e uma plataforma essencial na divulgação de suas atividades. No caso do Consulado-Geral do Uruguai a ausência de um site faz com que praticamente tudo que parte do Consulado seja divulgado pelo e-mail. Os consulados da Argentina e Itália também utilizam o e-mail para divulgarem sua atividade à sua rede de públicos, porém nesses casos o e-mail não é a única ferramenta já que esses consulados possuem além do site, uma página no *Facebook*.

Os Consulados-Gerais da Argentina e da Itália são os únicos que utilizam as redes sociais para se comunicarem com seus públicos. O Consulado da Argentina possui uma página no Facebook que é administrada pelo setor comercial e econômico, onde é divulgado todo o seu conteúdo, o que inclui as atividades culturais, científicas, eventos políticos e informações consulares. Como mencionado anteriormente, a página começou a ser administrada no ano de 2017 e possui cerca de 200 curtidas. Já o Consulado da Itália possui uma página no Facebook desde outubro de 2016, que é administrada pelo próprio Cônsul e possui mais de 43000 curtidas. Sua proposta é a mesma da página do consulado da Argentina, porém, com um alcance muito maior.

⁹ O e-mail aparece aqui como mais uma ferramenta de comunicação digital, de caráter interno, que ficou evidenciada no processo de coleta de informações presenciais.

É possível perceber que as duas páginas no Facebook não possuem apenas essa diferença imensa no número de seguidores apenas pelo tempo que foram criadas. A página da Itália é muito mais procurada devido a busca dos descendentes de imigrantes italianos em obterem cidadania, o que faz com que seja criada uma rede que abre visibilidade para um público muito maior. Além disso, o Cônsul da Itália que é o responsável pela página consegue trabalhar diferentes conteúdos a fim de alcançar o público, como vídeos turísticos, perguntas de entretenimento com premiação, curiosidades sobre o país, e tudo isso gera atenção dos internautas.

A partir da análise dos meios de divulgação por parte dos consulados, podemos destacar que o site, o e-mail e o Facebook são as principais plataformas de comunicação que esses consulados possuem, cada um focando no meio que consegue suprir melhor suas necessidades e objetivos. Porém não podemos nos ater apenas a internet como único meio de divulgação. Durante a coleta de informações foi identificado que existem outras formas de divulgação das atividades culturais, que vão muito de encontro ao próximo item a ser analisado que seria a organização. Cada atividade cultural é organizada de forma diferente e possui uma divulgação diferente que muitas vezes não cabe apenas ao consulado. Por isso que não podemos concluir que um consulado como o do Uruguai, que não possui nenhuma plataforma digital além do próprio e-mail, possui uma divulgação de suas atividades pouco efetiva. Ou seja, as parcerias que os consulados fazem para executar determinadas atividades, acabam por contribuir também na divulgação da mesma.

4.3.3 Organização

Quadro 6 – Quadro da análise da organização cultural dos Consulados-Gerais

Argentina	Chile	Espanha	Itália	Uruguai
<p>-As principais atividades na área cultural são realizadas junto com o governo do estado ou a prefeitura.</p> <p>-As atividades mais notáveis são a Feira do Livro, onde o consulado participa ativamente na promoção de autores do país, o festival de cinema argentino, que ocorreu no Santander Cultural, o Gramado Cultural (festival de cultura e gastronomia), degustação de vinhos para especialistas, espetáculo de Tango no teatro São Pedro.</p>	<p>-As parcerias com o governo do Estado do Rio Grande do Sul caracterizam-se por serem apenas eventuais e com outras instituições são quase inexistentes já que não são o foco do consulado.</p> <p>-As atividades culturais caracterizam-se por serem mais ligadas a celebrações festivas de datas específicas do que a promoção de atividades culturais vindas do Chile, com um direcionamento específico para a comunidade chilena.</p>	<p>-A promoção da cultura espanhola em Porto Alegre passa principalmente pelo Instituto Cervantes que seria um órgão oficial de Espanha, responsável por promover a língua espanhola e ceder o espaço para a difusão cultural.</p> <p>-Eventos mais recorrentes são os relacionados a celebrações de datas festivas e são direcionados para um público mais específico (nativos e autoridades). Já atividades culturais direcionadas ao público em geral, quando ocorrem, são feitas em parcerias com outras instituições, como o Teatro São Pedro por exemplo. Essas parcerias se caracterizam por serem eventuais e não recorrentes.</p>	<p>-Existem as atividades enviadas pelo Instituto de Cultura, que o cônsul participa de todo o processo, e as parcerias onde apenas é cedido o logo do consulado da Itália para a divulgação do evento, ficando a instituição parceira responsável por todo o processo de trazer os artistas/palestrantes do evento.</p> <p>-Existem parcerias com o governo do Estado do Rio Grande do Sul. As parcerias com o governo são bem mais difíceis porque são muito mais trabalhosas.</p> <p>-Dentre os principais eventos estão a Semana da Língua Italiana no Mundo que ocorreu em outubro em uma parceria com a PUC e a associação cultural italiana, onde ocorreram palestras de professores sobre o tema. Em novembro irá ocorrer a semana culinária com a escola de gastronomia de Flores de Cunha, que faz parte do Instituto de Culinária Italiano.</p>	<p>-A parceria mais destacada é com o governo do Estado Rio grande do Sul, porém também existem parcerias com produtoras e locais relacionados a apresentações artísticas.</p> <p>-As principais atividades culturais giram em torno de promoção do vinho, de dança (tango) e do turismo, além de culinária que é mais recente.</p>

Fonte: Elaborado pelo autor (2017)

Dentre as etapas analisadas é possível concluir que a categoria organização é a mais importante no processo de promover a cultura de um país em outro, pois é preciso que o consulado consiga se organizar a fim de executar as atividades culturais da forma como foram idealizadas, e também, identificar possíveis parceiros, já que cada atividade cultural possui um perfil específico e existem diversas possibilidades de parcerias com outras instituições que podem se adequar a determinadas atividades.

Os Consulados analisados possuem abordagens diferentes em torno da promoção cultural e conseqüentemente promovem cultura em diferentes escalas, muito devido ao fato de que alguns desses consulados possuem um direcionamento específico para as relações comerciais com a região, deixando a difusão cultural em segundo plano. O Consulado-Geral do Chile é um exemplo disso, já que não possui nenhuma parceria permanente para a promoção de atividades culturais, sendo a maioria delas eventuais. O Consulado define como muito complexas as parcerias com o governo e com outras instituições, devido ao fato de existirem muitas possibilidades que não se concretizam porque acabam por ir além do que o consulado considera viável trabalhar, visto que a equipe é pequena e a demanda comercial já é bastante elevada.

Da mesma forma posiciona-se o Consulado-Geral da Espanha, que se define como um consulado pequeno que foca nas questões comerciais e políticas, em que a promoção cultural acaba se tornando também eventual. Porém o consulado mencionou que ocorrem parcerias com algumas instituições como o Theatro São Pedro e o Santander Cultural, nesse caso, envolvendo artistas espanhóis que apresentam-se em Porto Alegre. Outras atividades são organizadas apenas pelo consulado e possuem caráter festivo.

Os Consulados-Gerais da Argentina e do Uruguai se assemelham na organização de atividades culturais. Além de esses países possuírem semelhanças devido a aproximação cultural, destacam-se também por terem uma grande participação do governo do Estado do Rio Grande do Sul, que se mostra o principal parceiro desses países na promoção cultural de atividades culturais em Porto Alegre e no Estado. O Consulado da Argentina é parceiro do governo do Estado principalmente em festivais, nas áreas de cinema, culinária, música, dança e literatura, que ocorrem anualmente. Já o Consulado-Geral do Uruguai possui uma parceria com o governo do Estado do Rio Grande do Sul que já possui quatro anos,

com a realização da Semana do Uruguai no Rio Grande do Sul, que ocorre em Porto Alegre. Dentre os Consulados analisados, o Consulado do Uruguai é o único que participa dessa “via de mão dupla cultural”, ou seja, do processo de levar a cultura do Rio Grande do Sul para o seu país, realizando também uma Semana de Cultura do Rio Grande do Sul no Uruguai. Esses eventos se alternam um ano em cada país.

O Consulado-Geral do Uruguai é um exemplo de que a divulgação não depende somente do consulado, apesar de nesse caso estarmos analisando a divulgação feita pelas mídias digitais que o consulado possui. Em muitos casos as parcerias são responsáveis pela divulgação do evento e isso faz com que mesmo um consulado que não possui mídia digital alguma consiga ter um grande alcance de público. Sendo o principal parceiro do Consulado-Geral do Uruguai, o Governo do Estado do Rio Grande do Sul consegue alcançar essa visibilidade na divulgação das atividades culturais, também a figura da imprensa gaúcha, que se torna papel importantíssimo na disseminação da mensagem.

O Consulado-Geral da Itália também promove diferentes atividades culturais em Porto Alegre, porém elas acontecem de diferentes formas. Quando a atividade surge do instituto de Cultura situado em São Paulo, cabe ao consulado todo o planejamento e a execução, bem como quais os locais serão realizadas essas atividades, assessoria a artistas e possíveis parceiros. Atividades em parceria com o Governo do Estado não são tão comuns como no caso dos Consulados da Argentina e do Uruguai, já que necessita de maiores investimentos e o processo acaba se tornando complexo. O diferencial no caso do Consulado-Geral da Itália as parcerias com produtoras privadas nas quais o consulado cede apenas o um “apoio moral”, colocando-se como parceiro da atividade cultural, que é planejada pela produtora. Isso acontece bastante quando artistas Italianos de renome se apresentam em Porto Alegre.

O envolvimento do Cônsul da Itália no processo também é bastante notável, principalmente nas atividades que tem origem no Instituto de Cultura, ficando a cargo de o Cônsul realizar todos os contatos com artistas, locais e parceiros, colocando-se com agente cultural responsável pela organização dessas atividades. A partir dos discursos dos Consulados foi possível concluir que dentre todos os consulados o Consulado Italiano é o que mais apresenta o Cônsul como agente cultural, tendo papel fundamental no planejamento das atividades culturais que o consulado está relacionado.

Juntamente com as etapas de Criação e Divulgação, a Organização fecha um ciclo essencial se pensarmos o Consulado como um Sistema Cultural, e cria um cenário para analisarmos individualmente não apenas a promoção cultural daquele consulado no Rio Grande do Sul especificamente, mas também, como os governos de seus países trabalham a diplomacia cultural, porque o consulado nada mais é do que um reflexo dos objetivos que o país tem em suas relações internacionais.

4.3.4 Conclusões da análise

A partir das informações coletadas e das análises dessas informações podemos identificar como cada país trabalha a diplomacia cultural e como isso reflete na relação desse país com o Rio Grande do Sul. É evidente que os países analisados se diferem quanto ao modo de exercer a diplomacia cultural, porém, também fica evidente que cada um deles possui uma relação diferente com o local em que os seus consulados estão inseridos, que nesse caso seria o Estado do Rio Grande do Sul.

Esses fatores são essenciais para que consigamos debater se a diplomacia cultural desses países é relevante na região, ou seja, se os Consulados-Gerais que estão localizados em Porto Alegre investem na promoção cultural. Não é possível identificar esses elementos sem observarmos o cenário onde tudo acontece, os públicos envolvidos e os objetivos que sustentam essas relações. Nesse caso especificamente, o fato de um país possuir mais recursos não o elege como um país exemplar na promoção cultural.

Dos cinco países analisado, temos dois países europeus e três países sul-americanos. Os países europeus, Itália e Espanha, possuem institutos de Cultura, porém que se diferem entre si, enquanto um trabalha juntamente com os consulados, como é o caso do Instituto de Cultura Italiano, o outro é uma instituição a parte, como é o caso do Instituto Cervantes, apesar de ser uma instituição oficial do governo. De qualquer forma, fica evidente que esses dois países são bem estruturados tendo um foco em trabalhar a Política cultural externa exercendo uma diplomacia cultural que consegue ser efetiva.

O fato de ter uma promoção cultural relevante não significa que o país consegue ou precisa promover cultura em todas as regiões do planeta. O Consulado-Geral da Itália representa um país que possui uma ligação muito forte

com o estado do Rio Grande do Sul, possuindo um público específico no Estado que são os descendentes de Italianos, ou seja, pessoas que fazem parte da comunidade italiana ao redor do mundo. Isso faz uma grande diferença quando pensamos nas razões pela qual dois países tão bem estruturados se destoam quando analisamos a promoção cultural realizada em Porto Alegre e no Rio Grande do Sul.

A questão é que um Consulado-Geral como o da Espanha não necessita fazer uma promoção cultural em grande escala em uma região como o Rio Grande do Sul, porque não existe uma relação que faça com que a promoção cultural seja uma prioridade, assim como o fato de investir na promoção cultural para a região não irá trazer tantos benefícios como no caso Italiano. Da mesma forma podemos analisar os consulados Sul-Americanos e a partir disso compararmos com os Europeus. Dentro os consulados Sul-Americanos, os Consulados-Gerais da Argentina e do Uruguai conseguem promover a cultura de forma mais ampla e relevante principalmente na cidade de Porto Alegre. O Consulado-Geral da Argentina se mostra o mais estruturado na questão cultural, com uma maior demanda de atividades culturais, além de possuir canais de mídias digitais. Apesar de não possuir um Instituto de Cultura é possível perceber que o Governo Argentino trabalha a cultura com bastante relevância na região e consegue proporcionar uma experiência cultural tanto para os argentinos que moram em Porto Alegre, quanto para os próprios brasileiros.

Por outro lado, o Consulado-Geral do Uruguai não tem tantas ferramentas para trabalhar a cultura com uma demanda tão grande quanto à Argentina, mas a promoção cultural consegue ser relevante independente do fato de possuir ou não recursos, porque a ligação do país com a região é muito forte e as culturas são muito semelhantes, facilitando que o público assimile as atividades culturais realizadas. Além disso, é importante destacar que o Uruguai possui uma área geográfica muito pequena e o Rio Grande do Sul é o único estado brasileiro que faz fronteira com o país, ou seja, além da relação histórica, a fronteira faz com que a relação entre ambos seja muito mais facilitada, e a promoção cultural acaba contribuindo no turismo, no comércio e no intercâmbio de pessoas de forma muito mais rápida. Então é possível concluir que mesmo sem possuir um Instituto de Cultura ou grandes investimentos na promoção Cultural, o Consulado do Uruguai consegue ser relevante nessa área e gerar benefícios para o País.

O Consulado-Geral do Chile executa um papel parecido com o da Espanha quando analisamos a promoção cultural. A atividade não é uma prioridade e investir na mesma também não mudaria esse cenário, pelo fato de que a relação do país com o Estado é muito pequena. Pelo discurso do consulado fica nítido que o país teria mais condições de investir em promoção cultural, mas isso não teria tanta relevância em um Estado como o Rio Grande do Sul. Analisando um Consulado-Geral como o do Chile é possível perceber mais claramente que a diplomacia cultural, apesar de ser um termo global, pode ter significados diferentes para cada país, e isso reflete muito em como esses países se comportam em um local específico, deixando subjetiva a ideia de diplomacia cultural quando observamos a quem ela é direcionada realmente.

A Promoção Cultural feita pelos Consulados-Gerais da Argentina, Itália e Uruguai é muito mais presente e relevante do que a Promoção Cultural feita pelos Consulados-Gerais do Chile e da Espanha, mas a ligação cultural entre os três primeiros e o Estado do Rio Grande do Sul também é muito maior. Isso abre caminho para nos perguntarmos se a Diplomacia Cultural atravessa barreiras ou se prende nas relações culturais entre os países. Foi possível identificar a partir da análise como é trabalhada a promoção cultural nos Consulados-Gerais em Porto Alegre, porém, alguns fatores que sustentam essa postura por parte de cada Consulado só poderão ser decifrados quando analisarmos as relações culturais entre esses países e o Brasil, que como foi possível perceber, são essenciais para pensarmos a diplomacia cultural exercida aqui.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A monografia buscou identificar como os países que possuíam repartições consulares bem estruturadas na cidade de Porto Alegre exerciam a diplomacia cultural através da promoção de atividades culturais. Foi possível identificar que cada país tinha uma forma diferente de promover a cultura e podiam se aproximar ou se distanciar dos outros em determinados fatores. O problema de pesquisa, que seria entender como e de que forma os Consulados-Gerais que estão presentes em Porto Alegre trabalham comunicacionalmente a cultura de seus países na região foi respondido, na medida em que através do mapeamento de mídia e da coleta de informações foi possível analisar individualmente cada um dos países e descobrir como cada um deles utiliza seus canais de mídia e se comunica com seus públicos nas diferentes categorias estabelecidas.

Quanto ao Objetivo Geral, que foi definido como: Analisar se a Diplomacia Cultural exercida pelos Consulados-Gerais em Porto Alegre é efetiva, foi identificado que os Consulados-Gerais da Argentina, Uruguai e Itália praticam uma promoção cultural mais ampla e efetiva do que os Consulados-Gerais do Chile e da Espanha, porém, também foi identificado durante a pesquisa que as relações entre esses países e o Estado são fatores que influenciam diretamente na forma como esses países trabalham a cultura na região. De forma geral, através das técnicas aplicadas também foi possível atingir os objetivos específicos de: compreender como os Consulados-Gerais promovem a cultura de seus países em Porto Alegre; entender quais são as atividades culturais promovidas por esses consulados e como são realizadas; e analisar como esses Consulados-Gerais se comunicam com o público através de seus canais de mídias digitais.

Como graduando de Relações Públicas, busquei relacionar a área escolhida na monografia com a área de atuação profissional que pretendo seguir, sendo possível identificar que as Relações Públicas Internacionais têm um papel importantíssimo para um governo que deseja trabalhar sua política externa, o que inclui também trabalhar a diplomacia cultural. Ficou nítido na análise do trabalho, mesmo que alguns consulados não trabalhassem a cultura da mesma forma que outros, que todos os países analisados tinham a noção da importância da diplomacia cultural para um país e que isso necessitava ser estrategicamente trabalhado, mesmo que não especificamente no Estado do Rio Grande do Sul, como aconteceu

em alguns casos. Além disso, através das percepções obtidas nas diferentes categorias estabelecidas (Criação, Divulgação e Organização), foi identificada a importância de estratégias de relações públicas por parte dos atores envolvidos para que os resultados fossem alcançados.

Além de atingir os objetivos estabelecidos, também foi possível obter conclusões que vão além do estipulado inicialmente, visto que foi identificado que a diplomacia cultural, no caso específico do Estado do Rio Grande do Sul, é diretamente proporcional às relações culturais e históricas desses países com a região. Isso abre uma oportunidade para sugerirmos novas pesquisas sobre estudo da diplomacia cultural, focando não apenas no país que a exerce, mas nos países que necessitam dela. Fica a dúvida se os países deveriam manter-se na zona de atuação atual, ligada a interesses econômicos e históricos, ou deveriam se abrir para novas oportunidades e explorar novos parceiros que necessitam de uma maior representatividade, o que além de trazer mais benefícios também levaria benefícios a outros países.

É nesse ponto que a pesquisa realizada faz com que seja possível olhar de uma forma diferente para diplomacia cultural, que não vai ao encontro com aquilo que era a expectativa inicial do trabalho, de que conseguiríamos ver um uso da promoção cultural que fosse capaz de atravessar barreiras e utilizada exclusivamente como um *Soft Power*, trazendo benefícios de forma sutil para os países, mas também difundindo a cultura e levando conhecimento a outras regiões. Porém, em muitos casos a promoção cultural, nesse caso a que analisamos no cenário delimitado, acaba se assemelhando mais com um *Hard Power*, caracterizando-se por uma promoção cultural exclusivamente comercial que acaba por se vender literalmente em alguns momentos. Talvez a forma de utilização cultural sugerida seja algo completamente subjetivo, e mesmo que acabe sendo usada como *Soft Power*, no fundo acaba tendo um interesse exclusivamente benéfico ao país de origem.

Porém existe uma expectativa muito positiva a se tirar desta pesquisa, que segue muito a linha de pensamento apresentada até o momento, de que são as relações culturais entre os países que acabam por guiar a promoção cultural. Durante a coleta de informações foi analisado, mesmo não fazendo parte dos objetivos iniciais estipulados, se existia uma “via de mão dupla”, ou seja, se os consulados também participavam do processo de levar a cultura do Rio Grande do

Sul para seus países, e isso foi identificado no Consulado-Geral do Uruguai, em um trabalho que ocorre em conjunto com o governo do Estado do Rio Grande do Sul, promovendo anualmente uma semana cultural do Rio Grande do Sul no Uruguai e vice e versa. Mesmo o Uruguai e o Rio Grande do Sul tendo ligações culturais muito fortes, isso pode mostrar que é possível sim que os países, tendo relações próximas ou distantes, possam se unir em prol da diplomacia cultural e da difusão de seus valores culturais ao redor do mundo, criando um laço muito mais forte do que simplesmente uma atividade cultural promovida para lucrar, algo que seja capaz de resultar em mudanças sociais.

A execução do trabalho foi algo totalmente diferente do que já tinha realizado anteriormente, abrindo a possibilidade de conviver com diferentes culturas, nesse caso não somente o fato de verificar a promoção cultural dos países, mas sim de interagir com pessoas de outros países durante o processo e principalmente durante a coleta de informações. É interessante pensar um pouco além dos objetivos do trabalho, tentando entender o porquê de essas pessoas terem vindo para o Rio Grande do Sul a fim de representar seus países e o que os motivou a escolher uma profissão tão importante e diferente do habitual como é a Diplomacia, que como vimos anteriormente, tem capacidade de aplicar mudanças que necessitamos na sociedade atual.

REFERÊNCIAS

- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.
- CONSULADO-GERAL DA ARGENTINA EM PORTO ALEGRE. Disponível em: <<http://caleg.cancilleria.gov.ar/>>. Acesso em: 28 set. 2017.
- CONSULADO-GERAL DA ESPANHA EM PORTO ALEGRE. Disponível em: <<http://chile.gob.cl/porto-alegre/>>. Acesso em: 28 set. 2017.
- CONSULADO-GERAL DA ITÁLIA EM PORTO ALEGRE. Disponível em: <http://www.consportoalegre.esteri.it/consolato_portoalegre/pt>. Acesso em: 28 set. 2017.
- CONSULADO-GERAL DO CHILE EM PORTO ALEGRE. Disponível em: <<http://www.exteriores.gob.es/consulados/portoalegre/es/Paginas/inicio.aspx>>. Acesso em: 28 set. 2017.
- CONVENÇÃO DAS RELAÇÕES CONSULARES. 1963. Disponível em: <http://pfdc.pgr.mpf.mp.br/atuacao-e-conteudos-de-apoio/legislacao/relacoes-diplomaticas-e-consulares/relacoes-diplomaticas-e-consulares/conv_viena_rel_consulares_1963.pdf>. Acesso em: 28 set. 2017.
- CONVENÇÃO DAS RELAÇÕES DIPLOMÁTICAS. 1961. Disponível em: <http://pfdc.pgr.mpf.mp.br/atuacao-e-conteudos-de-apoio/legislacao/relacoes-diplomaticas-e-consulares/conv_viena_rel_diplomaticas_1961.pdf>. Acesso em: 28 set. 2017.
- FACEBOOKa. **Consulado-Geral da Argentina em Porto Alegre**. Acesso em 28/09/2017. Disponível em: <<https://www.facebook.com/ArgentinaEnPortoAlegre/>>. Acesso em: 28 set. 2017.
- FACEBOOKb. **Consulado-Geral da Itália em Porto Alegre**. Disponível em: <<https://www.facebook.com/ConsItalPortoAlegre/>>. Acesso em: 28 set. 2017.
- FERRARI, Maria Aparecida. A prática das relações públicas internacionais na sociedade contemporânea. **Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional**, v. 12, n. 12, p. 15-29, jan./dez. 2008. Disponível em: <<https://www.metodista.br/revistas/revistasims/index.php/AUM/article/view/1013/1058>>. Acesso em: 28 set. 2017.
- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008
- GILBOA, Eytan. Digital diplomacy. In: CONSTANTINO, Costas M.; SHARP, Paul; KERR, Pauline (Orgs.). **Sage handbook of diplomacy**. Thousand Oaks, Sage, 2016.
- GOÉS, Eduardo Kramer, 2017. A diplomacia digital e seu uso pelo ministério das relações exteriores do Brasil. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS, 6., 2017, Belo Horizonte. **Anais eletrônicos...** Belo

Horizonte: PUCMG, 2017. Disponível em:
<http://www.encontro2017.abri.org.br/resources/anais/8/1498489143_ARQUIVO_ArtigoABRI2017-DiplomaciaDigital-EduardoKraemerGoes.pdf>. Acesso em: 28 set. 2017.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 7. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

LESSA, Mônica Leite. Relações culturais internacionais. In: MENEZES, Lená Medeiros de; MUNTEAL FILHO, Oswaldo; ROLLEMBERG, Denise (orgs.). **Olhares sobre o político**. Rio de Janeiro: EdUERJ/FAPERJ, 2002.

MADEIRA FILHO, Acir Pimenta. **Instituto de cultura como instrumento de diplomacia**. Brasília: Fundação Alexandre Gusmão, 2016.

MAGALHÃES, José Calvet de. **Manual diplomático**. Lisboa: Ministério dos negócios estrangeiros, 1982. Disponível em:
<https://idi.mne.pt/images/docs/pub_completas/manual_diplomatico.pdf>. Acesso em: 12 out. 2017.

_____. **Diplomacia pura**. 2. ed. Lisboa: Venda Nova, 1996.

MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES DO BRASIL. **Diplomacia cultural**. Disponível em: <<http://www.itamaraty.gov.br/pt-BR/diplomacia-cultural>>. Acesso em: 12 out. 2017.

NETO, Manuel Marcondes Machado. Marketing para as artes: a evolução do conceito de marketing cultural e a importância deste campo de atuação para o profissional de Relações públicas. **Organicom**, São Paulo, [s. n., s. p.], 2006.

NOBRE, Guilherme Fráguas. Diplomacia de negócios e relações públicas internacionais. **Organicom**, São Paulo, v. 13, n. 14, p. 115-124, jan./jun. 2016 . Disponível em:<<http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/article/view/954/689>>. Acesso em: 28 set. 2017.

PEDROSO, Sandra Helena. O produtor cultural e a formalização de sua atividade. **Pragmatizes**, Niterói, ano 4, n. 7, p. 165-173, set. 2014. Disponível em <<http://www.pragmatizes.uff.br/revista/index.php/ojs/article/view/73>>. Acesso em: 28 set. 2017.

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

RUBIN, Linda (org.). **Organização e produção da cultura**. Salvador: Edufba, 2005.

SEBASTIÃO, Sônia Pedro. As relações públicas internacionais e a diplomacia: elementos, modelos e actores. In: GONÇALVES, Gisele; MARTINS, Thiago (orgs.) Interfaces de comunicação e cultura: Covilhã: LabCom, 2015

SZONDI, Gyorgy. International context of Public Relations. In TENCH, R.; YOEMANS, L. (eds.). **Exploring Public Relations**. Harlow: Prentice Hall, 2009.

YIN, Robert K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 2. ed. Porto Alegre: Bookman. 2001.