

A atual diplomacia cultural de Portugal na China: Agentes, Recursos e Características

Portugal's current cultural diplomacy in China: Agents, Resources and Characteristics

Nuno Canas Mendes

ISCSP-ULisboa/Instituto do Oriente-ISCSP
ncm@iscsp.ulisboa.pt
ORCID: 0000-0001-5178-4122

Li Guofeng

ISCSP-ULisboa/Centro Científico e Cultural de Macau
li.guofeng@edu.ulisboa.pt
ORCID: 0000-0002-8839-6198

RESUMO

Com as novas configurações na política internacional, o papel da cultura nas relações internacionais torna-se mais importante. A combinação da diplomacia com a cultura traz uma nova dinâmica às interações entre países. A diplomacia cultural visa melhorar a imagem dos países e estabelecer afinidades não só com as elites, mas também com a massa pública do país alvo, recorrendo aos recursos culturais. Portugal, tal como as outras potências europeias, tem alavancado a sua cultura para fins políticos e económicos desde o início do século XX. O presente trabalho, ao analisar quantitativamente informações recolhidas nas redes sociais das instituições portuguesas na China (contas do *WeChat* da Embaixada Portuguesa em Pequim, do Consulado Geral de Portugal em Xangai, do Consulado Geral de Portugal em Cantão e do Turismo de Portugal), visa contextualizar em termos gerais a atual diplomacia cultural de Portugal na República Popular da China, analisando os agentes e recursos envolvidos e resumindo as características da mesma.

PALAVRAS-CHAVE

China, diplomacia cultural, Portugal, relações sino-portuguesas

ABSTRACT

With the new configurations in international politics, the role of culture in international relations has become increasingly important. The combination of diplomacy and culture brings a new dynamic to interactions between countries. Cultural diplomacy aims to improve the image of countries and establish affinities not only with elites, but also with the public mass of the target country, using cultural resources. Portugal, like other European powers, has leveraged its culture for political and economic purposes since the beginning of the 20th century. By quantitatively analyzing information gathered from the social networks of Portuguese institutions in China (*WeChat* accounts of the Portuguese Embassy in Beijing, the Consulate General of Portugal in Shanghai, the Consulate General of Portugal in Guangzhou and Turismo de Portugal), this paper aims to provide a general context for Portugal's current cultural diplomacy in the People's Republic of China, analyzing the agents and resources involved and summarizing its characteristics.

KEYWORDS

China, cultural diplomacy, Portugal, Sino-Portuguese Relations

1. Introdução

Nas relações internacionais, a cultura deveria ser uma dimensão tão importante quanto a política e a economia. Efetivamente, o papel da cultura é por vezes diminuído, se não ignorado pelos estudos clássicos. Herz defende que "... o debate em torno da gestão de uma nova ordem internacional não pode marginalizar a dimensão cultura, mesmo porque ela é um dos pilares do sistema internacional contemporâneo" (1987, p. 62). Felizmente, a partir da última década do século passado, tem surgido uma maior atenção à dimensão da cultura nas Relações Internacionais (RI), devido a mudanças dramáticas, como o desfecho inesperado da Guerra Fria, os impactos do terrorismo, o avanço nas tecnologias de informação e de comunicação, a globalização, a democratização mundial e o esbatimento das políticas internas e externas, entre outras. Huntington, ao dividir o mundo em nove civilizações¹, argumenta que as raízes e diferenças culturais seriam o motor dos conflitos internacionais no futuro (Huntington, 1993). Não pretendemos nem é nosso objetivo comentar a ideia de Huntington neste trabalho, no entanto, esta referência pretende evidenciar que o papel da cultura nas relações internacionais não deve ser omitido.

À medida que surgiram estes novos cenários a diplomacia, "enquanto instrumento pacífico de execução da política externa dos Estados" (Mongiardim, 2020, p. 33), deve evoluir para satisfazer as novas circunstâncias. Por isso, Mongiardim (2020) divide a diplomacia em dois tipos: tradicional e contemporânea. A primeira refere-se às formas mais formais que ocorrem entre os agentes oficiais, normalmente com a porta fechada. A segunda, por sua vez, refere-se aos novos métodos de interagir com os agentes estrangeiros, quer oficiais, quer da sociedade civil, para a realização da política externa e a projeção do país. São exemplos deste método a diplomacia pública, a diplomacia digital, a diplomacia das cidades e a diplomacia cultural.

No contexto português, projetar o país através de meios suaves é uma escolha natural.² Na última década, a imagem de Portugal sofreu grandes oscilações devido à crise financeira. Face aos constrangimentos no palco internacional, promover o país através dos recursos *soft*, como a cultura, é uma boa opção para

¹ De acordo com Huntington (1993), as nove civilizações são: Civilização Chinesa, Japonesa, Hindu, Budista, Islâmica, Ocidental, Latino-Americana, Ortodoxa e Subsaariana.

² Os autores agradecem este comentário do Professor Luís Tomé numa comunicação académica.

Portugal, sendo também o que vários outros países *small-middlepower* fazem, tais como a Coreia do Sul e a Espanha.

A China é um país com quem Portugal tem mantido sempre boas relações. O único grande obstáculo político, a questão de Macau, foi resolvido com sucesso em 1999 e, no contexto atual, os dois países aprofundam cooperação e intercâmbios em quase todos os campos. No entanto, as investigações no âmbito dos estudos luso-chineses caracterizam-se pela unilateralidade, isto é, existem sobretudo trabalhos sobre a presença chinesa em Portugal. Por exemplo, na dimensão cultural, Zeng (2016) recolheu informações sobre a diplomacia cultural chinesa em Portugal e identificou três fases características da mesma. Por sua vez, Li (2022) abordou o tema da gastrodiplo-macia chinesa em Portugal, focando-se no papel dos restaurantes chineses no território luso. Em termos da presença portuguesa na China, há bastantes trabalhos históricos, contudo, existe uma lacuna quanto à presença contemporânea e cultural de Portugal na China. O único trabalho relacionado com a diplomacia cultural portuguesa na China, que será apresentado em maior detalhe na próxima secção, foi publicado há mais de duas décadas.

Posto isto, o presente trabalho visa a desenvolver uma análise exploratória sobre o estado atual da diplomacia cultural portuguesa na República Popular da China.³ Como tal, a pergunta de partida é: Como se caracteriza a atual diplomacia cultural portuguesa na China?

Subordinadas a esta pergunta surgem duas subquestões:

1. Quais são os agentes envolvidos?
2. Quais são os recursos mobilizados?

O objetivo passa por desenvolver um estudo que possa contribuir para os estudos sobre a diplomacia cultural portuguesa na China no contexto mais recente, com vista a uma melhor compreensão da diplomacia portuguesa na China e, mais genericamente, das relações luso-chinesas. Em termos metodológicos, o trabalho assume uma abordagem quantitativa que será apresentada no ponto 5.

2. Estado da Arte

Antes de mais, importa realçar que existe pouca bibliografia diretamente relacionada com a diplomacia cultural portuguesa (DCP) na China. Após uma

³ Neste trabalho, Hong Kong, Macau e Taiwan foram excluídos, uma vez que mesmo que sejam juridicamente parte da China, as realidades políticas, económicas e sociais são diferentes.

profunda pesquisa nos repositórios *online* (*Google Scholar*, *RCAAP*, *CNKI*), não foi encontrado um único trabalho. Existem vários trabalhos sobre a DCP em Macau (Amaro, 2014; Cardoso, 2021), porém, de acordo com o nosso critério, foram excluídos (ver nota 3).

O único trabalho sobre a diplomacia cultural de Portugal na China que encontramos foi publicado pelo Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas da Universidade de Lisboa, em 1999. Guedes (1999, p. 108), ao analisar a diplomacia cultural portuguesa na China nos anos 90 através dos programas de educação, cultura, comunicação social e desporto/questões sociais, resumiu as características da mesma como *épico-propagandística, elitista e representacional*, argumentando que a diplomacia cultural portuguesa na China tinha componentes de propaganda, no sentido que Portugal procurava apenas exportar uma imagem rica e grande do país, não se preocupando com as interações com o público-alvo. Por sua vez, os meios eram monótonos, ou seja, reduziam-se a alta cultura dirigida às elites da sociedade chinesa o que impedia a difusão da diplomacia cultural a um público-alvo mais amplo. “Ao contrário dos americanos, britânicos, alemães, franceses, espanhóis ou italianos, as elites estatais portuguesas não se dedicaram a utilizar os meios de comunicação disponíveis para alcançar públicos amplos, nem usaram formas mais mundanas de penetração e cumplicidade [...]” (Guedes, 1999, p. 116).

Também foram encontrados, embora poucos, trabalhos relacionados com o nosso tema. Por exemplo, Zeng (2015) defende que os dois países, ao realizarem diplomacia cultural mutuamente, retiram benefícios a três níveis: melhoram as relações diplomáticas, económicas e culturais. Liu (2020) analisa as atividades realizadas por ambos os países no território do outro, defendendo que “a diplomacia cultural é o componente da diplomacia que melhor reflete a procura de paz” (Liu, 2020, p. 73) e que “para a China e Portugal, a diplomacia cultural é uma parte importante da história das relações sino-portuguesas, percorrendo todo um processo de desenvolvimento de relações bilaterais” (Liu, 2020, p. 73). Estes trabalhos partem principalmente da abordagem das relações culturais, que enfatiza a importância dos intercâmbios culturais entre os dois países e, por isso, são de pouca utilidade na exploração do tema do presente trabalho.

Resumindo, a bibliografia sobre a DCP na China contemporânea é escassa, sendo que o único trabalho que incide diretamente sobre este tema, o de Guedes (1999), já tem mais de duas décadas. Mesmo alargando a pesquisa a outros temas próximos, como a diplomacia pública e as relações culturais, os resultados correspondem maioritariamente a estudos da ação da China junto de Portugal.

Assim sendo, para além de atualizar as ideias de Guedes (1999), a falta de estudos sobre esta matéria realça a originalidade do presente trabalho.

3. Diplomacia cultural

Sendo uma parte indispensável da vida dos seres humanos, a cultura não é nova nas relações internacionais.⁴ Na Antiguidade, a troca de presentes, normalmente artefactos típicos, e a performance de dança e canto faziam parte da interação entre os representantes. Nessa fase, a cultura servia meramente como um recurso auxiliar para fins políticos, cujo destinatário se limitava a uma elite de oficiais. Clarke (2020) designou este fenómeno como *court diplomacy*.

As práticas da diplomacia cultural moderna nasceram no século XIX quando os colonizadores europeus se aperceberam da importância de “educar” os colonizados com a sua cultura e de aumentar a sua influência cultural internacionalmente (Clarke, 2020). Destaca-se aqui a conduta de França que, com a *mission civilisatrice*, criou a *Alliance Française* em 1883 e o *Bureau des écoles et des oeuvres françaises à l'étranger* dentro do Ministério dos Negócios Estrangeiros em 1910. O intuito desta nova dinâmica diplomática já não se limita apenas a estabelecer relações com os diplomatas profissionais, passando as massas a serem o alvo principal. Com a multiplicação das práticas no século XX (por exemplo, *The British Council*, Reino Unido, 1934; *Voice of America*, Estados Unidos, 1942; *Goethe-Institut*, Alemanha, 1951), a diplomacia cultural ganhou gradualmente mais relevo e atenção no mundo político e académico.⁵

A Guerra Fria *per se* foi um conflito ideológico em que, de certa maneira, os recursos culturais eram mobilizados como armas. Washington promovia a cultura popular americana (música, filmes, estilo de vida norte-americana) na sua zona de influência, enquanto a União Soviética fazia o mesmo, mas com enfoque na alta

⁴ Esta afirmação poderá ser um pouco arriscada, visto que, em primeiro lugar, cada área científica tem a sua própria compreensão do conceito de cultura. Em segundo lugar, quando falamos das relações internacionais, a que tipo de relações nos estamos a referir? A relações entre nações, entre Estados-nação, ou entre governos? Isto para não mencionar que no início da História humana, havia apenas famílias e tribos. No entanto, o debate destes temas está fora do alcance deste trabalho.

⁵ Não existe um consenso sobre a origem do termo “diplomacia cultural”. Por exemplo, enquanto Zeng (2015, p. 65) argumenta que este surgiu pela primeira vez em 1934 no *Oxford English Dictionary*, Stelowska (2015) defende que o termo foi utilizado em 1954 num artigo de *New York Times*.

cultura, literatura clássica, dança, etc. Mas, afinal o que é a diplomacia cultural e qual é a diferença entre esta e a propaganda?

Na verdade, ainda não existe um consenso quanto à definição de diplomacia cultural. Clarke (2020) argumenta que é natural que existam dificuldades em definir o termo, uma vez que a diplomacia e a cultura, dois conceitos básicos da diplomacia cultural, são *per se* conceitos complexos. No entendimento de Fisher (2020, p. 245), “Cultural diplomacy is the act of presenting a cultural product to an audience in an attempt to engage them in the ideas that the maker believes it represents.” Para Clarke (2020, p. 1), “Cultural diplomacy designates a policy field, in which states seek to mobilize their cultural resources to achieve foreign policy goals.” Estas ideias focam-se principalmente nos recursos, retratando a diplomacia cultural meramente como uma transmissão unilateral. Já a interpretação de Cummings, uma das mais citadas na diplomacia cultural, difere das anteriores: “Cultural diplomacy is the exchange of ideas, information, art and other aspects of culture among nations and their peoples to foster mutual understanding” (2009, p. 1). Cummings tem uma visão mais abrangente, não se referindo apenas aos recursos, mas também ao alvo e ao objetivo da diplomacia cultural. Contudo, não é suficiente para distingui-la de outros conceitos próximos como a propaganda e a diplomacia pública.

Propaganda, em termos gerais, é a promoção de um país no exterior, podendo este ponto confundir-se com a definição de diplomacia cultural. Contudo, para além de promover os interesses do **país**, a defesa e a valorização dos interesses do **regime** também fazem parte da propaganda. É por isso que a propaganda tem claramente uma componente mais política, o que a diferencia da diplomacia cultural. Rockower (*apud* Li, 2023), numa entrevista com o segundo autor argumenta que “Note very things to do with politics in public/cultural diplomacy”. Aliás, mesmo que partilhem o mesmo objetivo, o facto de promover o país internacionalmente, os agentes, os recursos, as técnicas e os demais componentes por detrás das duas formas podem ser diferentes.⁶

A diplomacia pública (DP), por sua vez, é um termo utilizado em alternativa à diplomacia cultural por muitos académicos. Por exemplo, na tese de Cull (2008), a

⁶ E mais ainda: provavelmente, o construtivismo ajude a compreender a diferença entre propaganda e diplomacia cultural/pública. Às vezes, se uma campanha, realizada da mesma forma e no mesmo país, é propaganda ou não, depende da atitude e dos estereótipos do público-alvo em relação àquele país. Por exemplo, uma campanha norte-americana podia ser bem recebida na Europa enquanto seria considerada propaganda na Coreia do Norte.

diplomacia cultural é uma das cinco componentes de DP (as outras quatro são: *listening, advocacy, exchange* e *international broadcasting*). Na perspectiva deste trabalho, a diplomacia cultural e pública são dois termos próximos (que, portanto, por vezes se cruzam), mas distintos: A diplomacia cultural descreve os recursos mobilizados, enquanto a DP se refere aos meios e aos destinatários. Uma atividade pode ter, simultaneamente, características tanto da diplomacia cultural, quanto da DP, mas também pode não ser o caso. Por exemplo, uma atividade de degustação de gastronomia nacional dirigida aos embaixadores no país é certamente diplomacia cultural, porém será DP?⁷

Resumindo, a diplomacia cultural é uma dinâmica recente nas novas formas da diplomacia contemporânea, com vista a estimular o entendimento mútuo e as relações bilaterais através dos meios culturais, uma dimensão inegável na vida internacional. Mas, sendo ainda uma área nova, é alvo de críticas ainda sem resposta. Para além das dificuldades a nível da sua definição e distinção com outros conceitos, a falta de uma base teórica na disciplina de RI e a dificuldade de avaliar os resultados da diplomacia cultural representam outros dois grandes obstáculos ainda por resolver. Como observa Cummings (2009, p. 14), “Promoting cultural diplomacy is based in the faith that someday the investment will bring good results”.

4. Diplomacia Cultural de Portugal

Como país pioneiro da expansão marítima, a cultura e a língua portuguesa começaram por serem exportadas no tempo dos Descobrimentos. “The Portuguese were the first European power to project themselves, and their language across the Atlantic and hence into the world at large” (Ostler, 2005, p. 382). No entanto, este tipo de promoção da cultura e da língua não foi em si uma motivação, pelo contrário, tratou-se mais de um efeito resultante dos intercâmbios comerciais (e um bom efeito positivo que levou mais países a falar a língua portuguesa para além de Portugal).

Tal como os outros países, apenas no século XX é que Portugal começou a atribuir verdadeira importância à promoção da cultura no exterior, isto é, colocou-a numa posição independente nas tarefas do Estado, ao invés de um mero produto causado pelas outras atividades. No decurso do século XX, a cultura anglo-

⁷ Para mais informações sobre a distinção entre a diplomacia cultural e os seus conceitos próximos, consultar Stelowska, D. (2015). Culture in International relations: defining cultural diplomacy. *Polish Journal of Political Science*, 1(3), 50-72.

-saxónica começou a tornar-se *mainstream* no palco internacional e os países europeus, incluindo Portugal, sentiram-se ameaçados culturalmente. Em 1929, foi estabelecida a Junta de Educação Nacional (JEN) com a missão de promover intercâmbios da ciência e da cultura portuguesa. Esta iniciativa é considerada o berço do atual Camões - Instituto da Cooperação e da Língua.

No período do Estado Novo (1933-1974), Portugal encontrava-se perante uma crise de imagem nacional, sobretudo a partir de 1945 com a vitória dos Aliados. Esta crise de imagem deveu-se tanto à natureza autoritária do Regime, como à rigidez da posição do Estado Português quanto à rejeição da independência das suas colónias. Isto tornou Portugal um país “bizarro” na Europa face às tendências democráticas e de descolonização. “Portugal era visto no estrangeiro como terra de gente melancólica, empobrecida, confusa e assustada, dominada por um regime fascista” (Ribeiro, 2020, p. 181). Para combater esta imagem negativa, foi criado o Secretariado de Propaganda Nacional (o que foi transformado posteriormente em Secretariado Nacional de Informação, Cultura Popular e Turismo), sob a liderança de António Ferro, para promover um Portugal *verdadeiro*, com um foco em três vertentes: turismo, comércio e alta cultura. O objetivo principal consistia em defender os interesses políticos do próprio Regime (muitas vezes servindo também para consumo interno), enquanto salvava a imagem nacional de Portugal; mesmo não sendo este um intuito fundamental, era também um efeito das ações do SNI.

A Revolução de 25 de Abril foi um momento crítico para a DCP. Este período levou, em primeiro lugar, ao fim da ditadura e à democratização de Portugal, pondo fim ao isolacionismo e, em segundo lugar, como resultado da independência das antigas colónias, à necessidade do regime democrático de Portugal pensar em novos moldes de relacionamento com as suas antigas colónias, onde as relações culturais ocupavam um lugar importante. Para além disso, com o processo de integração europeia, Portugal precisava de destacar a sua identidade/especialidade cultural no meio dos outros concorrentes dentro da comunidade europeia (Figueira, C. 2002, p. 152; Teles, 2009a, s. p.).

Nesta nova fase, destaca-se o papel do Camões – Instituto de Cooperação e da Língua (Instituto Camões). Trata-se de um Instituto Público sob a tutela do Ministério dos Negócios Estrangeiros (MNE) e é considerado o sucessor das antigas entidades responsáveis pela promoção da cultura portuguesa, como a JNE (Teles, 2009a). Com a missão de “Propor e executar a política de ensino e divulgação da língua e cultura portuguesas no estrangeiro” (Camões I.P., s. d.), as atividades

desenvolvidas pelo Instituto Camões focam-se na promoção da língua portuguesa em todo o mundo, como refletido no nome oficial do Instituto e na distribuição do seu orçamento: “[...] dos quais [*a dotação orçamental do Instituto*], mais de 50% são despendidos com a promoção da língua” (Teles, 2009b, p. 45). As formas de promoção mais comuns são: estabelecimento de Centros Culturais, Leitorados, organização de atividades (e.g. Dia Mundial de Língua Portuguesa), formação de professores não-nativos, cursos de Português e oferta de bolsas de estudo.

Para além do MNE e o Instituto Camões, existem ainda outros agentes na execução da Política Cultural Externa de Portugal (ao invés de utilizar o termo diplomacia cultural, nos documentos oficiais o Estado Português prefere o termo “política cultural externa” (Teles, 2009b). Estes incluem o Ministério da Cultura, o Ministério da Educação e o Ministério da Economia, assim como as demais proponentes sob a tutela dos mesmos (ACE, 2023, p. 5).

5. Métodos

A escolha dos métodos não depende da sua superioridade ou inferioridade, mas sim da natureza do trabalho, ou, mais especificamente, do questionamento de investigação. Desta forma, no presente trabalho, de matriz exploratória, para resumirmos as características da atual diplomacia cultural portuguesa na China, que exige diversos dados de várias fontes, recolhemos as publicações da Embaixada Portuguesa em Pequim, do Consulado Geral de Portugal em Xangai, do Consulado Geral de Portugal em Cantão e do Turismo de Portugal no *WeChat* para realizarmos uma análise de conteúdo. Existem na China várias plataformas *online*, como *WeChat*, *Weibo*, *Xiaohongshu* e *QQ*. Entretanto, segundo o relatório da iiMedia, uma organização independente, o *WeChat* é a plataforma com mais utilizadores (mais de mil milhões ativos por mês), sendo o número um entre todas as redes sociais na China (iiMedia, 2023). Portanto, as contas no *WeChat* podem ter uma maior influência do que noutras plataformas. Foi por esta razão que escolhemos as contas oficiais das quatro instituições portuguesas no *WeChat*. Além disso, estas quatro são, à data da redação deste trabalho, as únicas instituições públicas portuguesas que têm uma conta nas redes sociais chinesas⁸.

⁸ Isto não significa que não existam outras instituições públicas de Portugal que agem na China. Por exemplo, a AICEP tem delegações em Pequim e em Xangai, mas não tem publicamente nenhuma conta nas redes sociais da China.

Utilizámos dois critérios de seleção de publicações. Em primeiro lugar, o período temporal de um ano (01-08-2022 até 01-08-2023). Evidentemente, quando mais longo for o intervalo temporal das publicações, mais fiável será a análise, no entanto, tendo em consideração a capacidade do trabalho, limitámos este intervalo a um ano, o que nos deu informações suficientes. Segundo, as publicações têm que se relacionar com a diplomacia cultural, ou seja, publicações cujo objetivo seja a promoção de Portugal através dos recursos culturais. Neste caso, algumas publicações reduzem-se a apresentações de certos aspetos culturais de Portugal (designámos este tipo de publicações “informações”), enquanto outras consistem em reportagens de eventos culturais realizados no mundo real (designadas “eventos”). Não obstante o conteúdo, tanto as publicações de informações, quanto de eventos, destinam-se a promover Portugal. No processo de recolha, verificámos a existência de publicações repetidas sobre o mesmo evento, portanto foi aplicado um último filtro para anular as repetições. Apenas considerámos válidas as publicações que cumprem os dois critérios e que passaram no filtro final.

No passo seguinte, para operacionalizar o conceito da diplomacia cultural, criámos dois indicadores principais para a análise de conteúdo, agentes e recursos das respetivas publicações, quer de informações, quer de eventos. Em relação aos agentes, no caso das informações, considerámos a conta oficial, ou seja: a própria instituição é considerada o agente da diplomacia cultural. No caso dos eventos, categorizámos os agentes de acordo com o organizador do evento (que, em alguns casos, não corresponde à instituição da conta). Desta forma, há três categorias de agentes: público (relacionado diretamente ou indiretamente com o Estado Português), privado (agentes da sociedade civil) e misto (evento coorganizado pelos agentes públicos e privados, entre instituições portuguesas e de outros países). Quanto aos recursos, criámos dez categorias indutivamente, após ter verificado todas as publicações válidas. Estas são, por ordem alfabética: arte, futebol, filme, gastronomia, história, literatura portuguesa, língua portuguesa, música, turismo e tradição. Algumas destas categorias merecem uma explicação específica. Arte refere-se, num sentido estrito, às artes visuais, incluindo, por exemplo, as artes plásticas e as exposições artísticas. Tradição, por sua vez, refere-se aos costumes e crenças populares de Portugal, como festivais, religião e estórias locais. Além disso, é de notar que existem várias publicações que não podem ser inseridas apenas numa única categoria, por serem eventos integrados. Neste caso, estas foram integradas simultaneamente em várias categorias (as categorias não são indicadoras de exclusão mútua).

Registámos todas as informações obtidas (em anexo) e procedemos ao processo de análise (selecção das publicações, estabelecimento dos indicadores e cálculo de estatísticas) no *software* Notion. Os resultados serão apresentados na próxima secção.

6. Resultados e discussão: a atual diplomacia cultural de Portugal na China

Aplicando os métodos acima apresentados, os resultados da pesquisa são: 1) conta da Embaixada Portuguesa em Pequim: zero publicações válidas, uma vez que a conta se encontra inoperacional desde 2018; 2) Consulado Geral em Xangai: 41 válidas; 3) Consulado Geral em Cantão: 20 válidas; 4) Turismo de Portugal: 61 válidas. Na Tabela 1 e 2 encontram-se os detalhes sobre os recursos e agentes da diplomacia cultural portuguesa na China.

TABELA 1. Recursos da DCP na China

Instituição Recurso	Embaixada em Pequim	Consulado Geral em Xangai	Consulado Geral em Cantão	Turismo de Portugal
Arte	0 (0%)	2 (5%)	2 (10%)	8 (13%)
Futebol	0 (0%)	0 (0%)	1 (5%)	4 (7%)
Filme	0 (0%)	5 (12%)	3 (15%)	1 (2%)
Gastronomia	0 (0%)	15 (37%)	2 (10%)	16 (27%)
História	0 (0%)	2 (5%)	1 (5%)	8 (13%)
Literatura	0 (0%)	8 (20%)	3 (15%)	3 (5%)
Língua	0 (0%)	9 (22%)	6 (30%)	1 (2%)
Música	0 (0%)	1 (9%)	1 (5%)	0 (0%)
Turismo	0 (0%)	11 (27%)	1 (5%)	43 (70%)
Tradição	0 (0%)	1 (9%)	3 (15%)	18 (30%)
Total das <i>publicações</i> válidas	0	41	20	61

Fonte: elaborada pelos autores

TABELA 2. Agentes da DCP na China

Instituição Agente	Embaixada em Pequim	Consulado Geral em Xangai	Consulado Geral em Cantão	Turismo de Portugal
Público	0	23 (56%)	7 (35%)	59 (97%)
Privado	0	7 (17%)	2 (10%)	0 (0%)
Misto	0	11 (27%)	11 (55%)	2 (3%)
Total	0	41 (100%)	20 (100%)	61 (100%)

Fonte: elaborada pelos autores

Assim, analisando os dados demonstrados, verifica-se que a atual diplomacia cultural portuguesa na China apresenta as seguintes características:

1) Diversos recursos: Portugal tem mobilizado diversos recursos culturais nacionais para conduzir a sua diplomacia cultural na China, entre os quais se destacam o turismo, a gastronomia, a tradição e a língua portuguesa. Ao contrário da análise de Guedes (1999), a vertente da alta cultura (arte, literatura e história) apesar de continuar a existir, já não é o motor principal da DCP na China. É de notar que, ao analisar os recursos, verificámos a existência de eventos integrados, isto é, os que não podem ser categorizados numa única categoria por incluírem vários recursos, como gastronomia, música, filme e língua portuguesa, numa única atividade. Desta forma, cria-se um ambiente de imersão na cultura portuguesa em que o público-alvo poderá ter uma melhor experiência lusa.

2) Conduzida principalmente pelos órgãos públicos: em relação aos agentes, é de notar que os órgãos públicos continuam a ocupar um papel decisivo na DCP na China. De acordo com Ribeiro (2017, p. 53), esta é uma característica típica da diplomacia cultural dos países europeus, que, ao contrário do estilo norte-americano, preferem conduzir a promoção cultural no exterior através dos canais oficiais. Contudo, há também agentes privados da sociedade portuguesa e, interessantemente, chinesa, embora em menor parte. Por exemplo, existem artistas portugueses que organizam exposições na China e algumas empresas portuguesas que têm negócios na China, como a Superbock, que promovem também o país em certos eventos. Já no lado chinês, as empresas chinesas que têm negócio em Portugal (por exemplo, o Grupo Fosun) e as universidades chinesas com cursos de Português organizam ativamente atividades culturais sobre Portugal.

3) Do modo competitivo e cooperativo: Em relação ao modo de operação, a DCP na China mostra dois modos em simultâneo, competitivo e cooperativo. O primeiro, de acordo com Leonard *et al.* (2002) refere-se às ações organizadas independentemente, sem coordenação com outros países. Quanto aos assuntos de cariz nacional, como o Dia de Portugal e as atividades sobre os autores portugueses, as instituições portuguesas na China tendem a organizá-los de forma ativa. Já quanto aos assuntos mais universais da comunidade lusófona, como a língua em si, Portugal tende a organizar atividades juntamente com outros países de língua portuguesa. Por exemplo, no Dia Mundial de Língua Portuguesa em 2023, o Consulado Geral em Cantão cooperou com as instituições diplomáticas

do Brasil, Angola, e outros países lusófonos para promover eventos nas universidades locais. Esta cooperação, segundo Teles (2009b), é necessária uma vez que Portugal já não é o maior interessado na procura da aprendizagem da língua portuguesa. Verifica-se o mesmo modo cooperativo nos temas relacionados com a comunidade europeia e ibérica.

4) Interações com o público-alvo: esta é uma característica “emergente” da diplomacia cultural portuguesa na China. Ao contrário do chamado estilo propagandístico (Guedes, 1999), existem mais interações entre as instituições portuguesas com o público-alvo chinês e com a cultural local. A título de exemplo, o Consulado em Cantão organizou um evento musical combinando o fado e a ópera local de Cantão e visitou várias vezes os museus e exposições locais para melhor compreender a cultura chinesa e procurar oportunidades de intercâmbio. Em Xangai, o Consulado organiza eventos de leitura presencialmente com os habitantes locais. No caso do Turismo de Portugal, este realiza ocasionalmente atividades interativas *online* onde os participantes, ao finalizar algumas tarefas, podem obter presentes ou lembranças de Portugal. Na propaganda, o objetivo central é somente exportar as “nossas” ideias, ou seja, falar e apresentar duma forma unidirecional (ou até, pedagogicamente, ensinar/persuadir/inculcar o público-alvo). Pelo contrário, na diplomacia pública (se consideramos estas atividades não só do âmbito da diplomacia cultural, mas também pública), “ouvir” o *feedback* do público-alvo e estabelecer intercâmbios é muito importante para a criação de laços afetivos.

Resumindo, a atual diplomacia cultural portuguesa mostra características diferentes das que Guedes (1999) verificou no século passado, nomeadamente o componente propagandístico já não ser evidente. Nos dias de hoje, Portugal utiliza diversos recursos, organiza atividades variadas e intensifica interações para se aproximar mais do público-alvo, neste caso, o povo chinês. Entretanto, há espaços que Portugal ainda pode aproveitar, particularmente no que toca ao futebol. Os futebolistas portugueses, especialmente o Cristiano Ronaldo, gozam duma alta popularidade na China. Desta forma, como referem Leonard *et al.* (2002), estabelecer relações a longo prazo através de personalidades famosas poderia ser uma boa estratégia. Por outro lado, já há várias investigações que apontam que existe na China atualmente uma forte procura pela formação em língua portuguesa (por exemplo, Grosso *et al.*, 2020; Pires, 2022), portanto, mesmo que a iniciativa do fomento do ensino de português na China seja promovida pela parte chinesa,

existem espaços onde Portugal pode (e deve) intervir. Aproveitando estas duas vertentes culturais, seria de considerar que Portugal apostasse mais em formas de diplomacia cultural mais específicas, isto é, a diplomacia do futebol e da língua.

7. Conclusões

No contexto do surgimento das novas formas diplomáticas, a diplomacia cultural ganha cada vez mais espaço, não só no mundo político, mas também no ambiente académico. Com o presente trabalho, procura-se contextualizar, em termos gerais, a diplomacia cultural portuguesa na China nos dias de hoje, nomeadamente, a nível dos agentes e recursos envolvidos.

Através da análise de conteúdo das contas oficiais das instituições portuguesas na China, conclui-se que, em comparação com as características resumidas por Guedes em 1999, a atual diplomacia cultural portuguesa evoluiu nos seguintes aspetos: os recursos já não se limitam meramente à alta cultura; o alvo foi alargado a um público mais amplo, em vez de se focar apenas nas elites; há mais interações e intercâmbios entre a parte portuguesa e o público-alvo chinês; os órgãos públicos continuam a ser o timoneiro da DCP na China, no entanto, há também agentes privados e atividades coorganizadas do tipo misto entre agentes públicos, privados e agentes de outros países lusófonos/europeus.

É certo que os métodos não são perfeitos, visto que a operacionalização do conceito desta forma, não representa na totalidade a ideia da diplomacia cultural. Por exemplo, perderam-se certamente algumas fontes da diplomacia cultural portuguesa na China realizada pelos agentes privados. Entretanto, como argumenta Cravinho (2008), para as investigações científicas, o mais importante é, partindo dos factos, estudar e compreender/explicar a realidade em que vivemos. Portanto, não se deve apenas selecionar os factos que forem convenientes para os métodos existentes e omitir os outros factos que não se enquadram facilmente nos métodos, fazendo assim as chamadas investigações científicas meramente a partir da disponibilidade dos métodos, desviando o objetivo inicial da disciplina e tornando as investigações um mero jogo intelectual em papel.

Tendo em consideração a capacidade deste trabalho, a diplomacia cultural analisada aqui é eminentemente *resource-based*, o que, de um ponto de vista mais compreensivo, não pode refletir os resultados e eficiências da DCP na China. Portanto, academicamente, nas investigações futuras, seria relevante e interessante estudarmos a DCP na China na perspetiva do público-alvo, utilizando as técnicas

do marketing. Num nível mais prático, é de observar que, na República Popular da China, poderá ainda existir uma diplomacia cultural espontânea de Portugal, isto é, atividades/recursos que podem melhorar a imagem de Portugal e aumentar a sua popularidade sem que isto seja conhecido. Neste caso, seria estratégico que a parte portuguesa realizasse um estudo do ponto de vista dos recursos disponíveis e os coordenasse para uma diplomacia cultural mais sistemática.

Referências

- Amaro, M. C. (2014). *As relações culturais Portugal-China pós-1999: a Diplomacia Cultural Portuguesa*. Dissertação de Mestrado. Lisboa: ISCSP-ULisboa.
- Cardoso, C. S. M. (2019). *Jogos de guanxi: A plataforma Macau na diplomacia cultural portuguesa (2009-2019)*. Dissertação de Mestrado. Lisboa: Universidade de Lisboa-ISCSP.
- Clarke, D. (2020). Cultural Diplomacy. *Oxford Research Encyclopedia of International Studies*. <https://oxfordre.com/internationalstudies/view/10.1093/acrefore/9780190846626.001.0001/acrefore-9780190846626-e-543>.
- Camões Instituto de Cooperação e da Língua. (s. d.) *Sobre nós – Identidade*. <https://www.instituto-camoes.pt/sobre/sobre-nos/identidade>, consultado no dia 2 de setembro de 2023.
- Cravinho, J. G. (2008). *Visões do Mundo – As Relações Internacionais e o Mundo Contemporâneo (3.ª ed)*. Lisboa: Instituto de Ciências Sociais.
- Cummings, M. C. (2009). *Cultural diplomacy and the United States government: A survey (Cultural Diplomacy Research Series)*. Washington DC: AmericansForTheArts. <https://blog.americansforthearts.org/sites/default/files/MCCpaper.pdf>
- Cull, N. (2008). Public diplomacy: Taxonomies and Histories. *The ANNALS AAPSS*, 616(1), 31-54.
- Fisher, A. (2020). Four Seasons in One Day the Crowded House of Public Diplomacy in the United Kingdom. In N. Snow, & N. J. Cull (Eds.), *Routledge Handbook of Public Diplomacy* (2nd ed., p. 245). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429465543-30>
- Figueira, C. (2002). The Portuguese experience of promotion of national language and culture abroad. *MEFRIM*, 114, 151-162.
- Guedes, A. (1999). Elites, Propaganda e Poder Brando: A Diplomacia Cultural Bilateral do Estado Português na China. In A. M. Amaro & C. Justino (cord.), *Estudos sobre a China II* (pp. 95-118). Lisboa: ISCSP-UTL.
- Grosso, M. J., Zhang, J., Gaspar, C. & Teixeira, M. (2022). *Referencial Ensino de Português Língua Estrangeira na China*. Lisboa: Centro Científico e Cultural de Macau.
- Herz, M. (1987). Dimensão cultural das relações internacionais: proposta teórica-metodológica. *Contexto Internacional*, 6(3), 61-76.
- Huntington, S. P. (1993). The Clash of Civilizations? *Foreign Affairs*, 72(3), 22-49.
- iiMedia. (2023). *iiMedia Gold List – 2022 China APP Monthly Activity Ranking: ostrês primeiros são quase difíceis de abalar? 艾媒金榜2022年度中国APP月活排行榜出炉, 前三名几乎难撼动?* <https://www.iimedia.cn/c880/91597.html>, consultado no dia 11 de Agosto de 2022.

- Li, G. F. (2022). *Diplomacia pública da China em Portugal: a relevância da gastronomia*. Dissertação de Mestrado. Aveiro: Universidade de Aveiro.
- Li, G. F. (2023). A Gastrodiplomacia chinesa via método audiovisual: o caso de *A Bite of China*. *Janus-e journal of International Relations*.(under review)
- Leonard, M., Stead, C. &Smewing, C. (2002). *Public Diplomacy*. London: The Foreign Policy Center.
- Liu, Y. (2020). *Influências contemporâneas da diplomacia cultural nas relações entre Portugal e a China*. Dissertação de Mestrado. Braga: Universidade do Minho.
- Mongiardim, M. R. (2020). Novas formas de diplomacia: económica, cultural, científica e digital. *NegóciosEstrangeiros*, (20), 29-51.
- Ostler, N. (2005). *Empire of the word: a language history of the world*. New York: HarperPerennial.
- Pires, M. D. J. (2022). Português na China: os números do ensino superior. *Revista Thema*, 21(3), 602-614.
- Ribeiro, C. (2021). «Encenar a Nação» – A Diplomacia Cultural do Estado Novo Português através dos Centros de Informações de Genebra e Roma. *CEM – Cultura, Espaço & Memória*, (13), 177-190.
- República Portuguesa. (2023). *Ação Cultural Externa 2022-2023*. <https://www.culturaportugal.gov.pt/media/11651/apresentacao-acao-cultural-externa-2023.pdf>, consultado no dia 22 de agosto de 2023.
- Stelowska, D. (2015). Culture in International Relations Defining Cultural Diplomacy. *Polish Journal of Political Science*, 1(3), 50-72.
- Teles, A. (2009a). Portugal and Cultural Diplomacy. *Institute for Cultural Diplomacy (ICD)*. <http://www.culturaldiplomacy.org/pdf/case-studies/portugal-and-cd.pdf>
- Teles, A. (2009b). *A dimensão cultural da política externa portuguesa: da década de noventa à atualidade*. Dissertação de Mestrado. Lisboa: Universidade Nova de Lisboa.
- Zeng, X. M. (2015). The Role of Cultural Diplomacy in Diplomatic Relationship between China and Portugal. *Journal of Xinjiang University of Finance and Economics*, 63(2), 65 – 70.
- Zeng, X. M. (2016). Estado actual da diplomacia cultural da China com Portugal. *Administração*, XXIX(111), 91-106.

ANEXO

Dados das publicações válidas

Google Drive: https://drive.google.com/drive/folders/1orkv0yf6wGYaVKch6G1dFb8kj3GxuPVq?usp=share_link

Links do WeChat das instituições portuguesas na China:

Embaixada de Portugal em Pequim: PortugueseEmbassy

Consulado-Geral de Portugal em Xangai: 葡萄牙共和国驻上海总领事馆

Consulado-Geral de Portugal em Cantão: 葡萄牙共和国驻广州总领事馆

Turismo de Portugal: 葡萄牙国家旅游局