

## O PAPEL DAS INDÚSTRIAS CULTURAIS E CRIATIVAS NA DIPLOMACIA CULTURAL E O *SOFT POWER* ENTRE A CHINA E A UNIÃO EUROPEIA

**SILVIA MARÍA GONZÁLEZ FERNÁNDEZ**

[silviamaria.gonzalez@gmail.com](mailto:silviamaria.gonzalez@gmail.com)

Doutorada em Lazer e Desenvolvimento Humano pela Universidade de Deusto. Mestre em Direito Civil e Comercial pela Universidade de Xiamen. Trabalha em Segurança e Saúde Ocupacional: Prevenção de Riscos Ocupacionais na Câmara de Comércio Espanhola e em Gestão de Projetos de Lazer: Turismo, Cultura e Desporto na Universidade de Deusto (Espanha). Especialista em Gestão Cultural local pela Universidade de Deusto e em Direito Internacional pela Academia de Direito Internacional de Xiamen. Escreveu artigos internacionais e tem trabalhado na Universidade de Deusto, CiCtourgune, DuPont e Universidade de Oviedo. Atualmente é consultora *freelance* e investigadora em diversos projetos europeus. As suas áreas de interesse são *branding* urbano, diplomacia cultural, política cultural, gestão cultural, gestão e comunicação de eventos, gestão do turismo, indústrias criativas e culturais e cooperação.

### Resumo

O presente artigo analisa os diferentes termos usados na diplomacia pública e as relações simbióticas que unem a União Europeia e a China através da cultura, mobilidade, diplomacia cultural e *soft power*. A primeira parte do artigo analisa os principais tratados e acordos firmados entre os dois continentes no campo cultural e justifica a mobilidade como motor para fortalecer as relações entre os países. O objetivo principal e eixo central do artigo é investigar os papéis desempenhados pelas indústrias culturais e criativas no campo das relações internacionais e da diplomacia entre a União Europeia, Espanha e China através de um estudo de caso: uma análise dos artistas chineses em residências espanholas. As metodologias utilizadas são análises qualitativas e quantitativas assentes em entrevistas aprofundadas a artistas chineses, inquérito às residências artísticas e mapeamento de Sistemas de Informação Geográfica (SIG). A última parte do artigo avança algumas reflexões e conclusões sobre a correlação e relevância das indústrias culturais e criativas na diplomacia cultural ou mobilidade entre países, o *soft power* e a imagem de um país no estrangeiro.

### Palavras-chave

Diplomacia cultural, China, Espanha, União Europeia, *soft power*, indústrias culturais e criativas, sociedade da informação

### Como citar este artigo

Fernández, Silvia María González (2021). O papel das indústrias culturais e criativas na diplomacia cultural e o *soft power* entre a China e a União Europeia. Janus.net, e-journal of international relations. Vol12, Nº. 1, Maio-Outubro 2021. Consultado [online] em data da última consulta, <https://doi.org/10.26619/1647-7251.12.1.3>

**Artigo recebido em 21 Novembro 2019 e aceite para publicação em 24 Setembro 2020**





## **O PAPEL DAS INDÚSTRIAS CULTURAIS E CRIATIVAS NA DIPLOMACIA CULTURAL E O *SOFT POWER* ENTRE A CHINA E A UNIÃO EUROPEIA<sup>1</sup>**

**SILVIA MARÍA GONZÁLEZ FERNÁNDEZ**

### **Introdução**

As indústrias criativas desempenham um papel importante na criação, transformação e definição do conhecimento (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico [OECD], 2018).

Zallo (2003) referiu que, do ponto de vista geográfico, os territórios agem por meio do poder de influências concêntricas. Nessa perspetiva, podemos entender que as grandes superpotências se aglutinam em territórios e países, puxando os cordões da comunicação em todo o mundo, mas sem perder de vista a identidade e as pessoas locais. Os espaços que não são macro cidades têm direito a permanecer nos seus locais com a sua história, cultura, cidadãos e tradições, dando um apoio forte às suas vidas. A privatização das indústrias públicas e a desregulamentação dos canais de comunicação tornaram os processos de inovação mais competitivos, cooperativos e globalizados. Consequentemente, uma sociedade justa deve ter diversidade, mantendo a sua própria identidade cultural e economia. A diversidade cultural é tão necessária para a raça humana quanto a diversidade biológica o é para os organismos vivos. Nesse sentido, torna-se património cultural da humanidade e deve ser reconhecido pelas gerações presentes e futuras (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura [UNESCO], 2001). Por esses motivos, a tolerância, diversidade e comunicação entre culturas e países são necessárias para a cooperação internacional e a manutenção de boas relações entre os países. A cultura está ligada à diplomacia cultural e ao *soft power* devido à necessidade de coexistência das diferentes comunidades, territórios e nações da nossa aldeia global. As novas tecnologias e comunicações tornam-nos mais próximos a cada dia. As análises da diplomacia cultural e da diplomacia *soft* fornecem-nos uma ferramenta para melhorar as relações internacionais e alcançar os objetivos dos países. Nesta seção, analisamos os conceitos de cultura, diplomacia cultural e *soft power* para compreender as relações internacionais. Esses elementos estimulam a comunicação e o diálogo entre países. As indústrias culturais e criativas formam um modelo de massa que mexe com as consciências através dos seus padrões e canais de comunicação. A cultura mostra realidades à comunidade por meio de histórias, *storytelling* e *performances*. Expressa desafios, conflitos e ideologias da sociedade. Estamos imersos num mundo onde coexistem diferentes perspetivas, opiniões e pessoas. Nesse sentido,

<sup>1</sup> Artigo traduzido por Carolina Peralta.



as indústrias culturais e criativas são uma ponte e um nó de conexão para construir relações entre países e lugares que reflitam as sociedades. Assim, a diplomacia *soft* é uma ferramenta para gerar admiração, prestígio e valores da identidade local e nacional, oferecendo um caminho a percorrer. As novas tecnologias mudaram a forma como as relações diplomáticas são criadas e a nova diplomacia pode agora chamar-se “diplomacia digital” porque surgiram novos canais, atores e públicos, modificando as relações governamentais clássicas. O substrato cultural confere prestígio e influência no estrangeiro, impulsionando uma cooperação rápida. A China lidera a economia cultural e criativa para ganhar prestígio e poder económico em todo o mundo e a Europa é pioneira neste setor. Por esta razão, o poder dos intangíveis para criar relações amigáveis e económicas é frequentemente subestimado. No entanto, as indústrias culturais e criativas oferecem a oportunidade de retratar a imagem de um país no estrangeiro e construir relações internacionais. Governos locais, universidades e outras instituições devem investir nesta área estratégica de comunicação em todo o mundo.

### **A cultura como ferramenta de diálogo entre civilizações**

A UNESCO define “cultura” como “o conjunto de características espirituais, materiais, intelectuais e emocionais distintas da sociedade ou grupo social que abrange, além da arte e literatura, estilos de vida, formas de viver em conjunto, sistemas de valores, tradições e crenças” (UNESCO, 2001). A cultura é uma ferramenta para criar o diálogo entre as comunidades, fortalecendo a coesão social, a paz social e o desenvolvimento económico. A diplomacia cultural é o mecanismo usado para comunicar entre diferentes culturas. Implica intercâmbios culturais entre comunidades ou países para promover a cultura nacional. As pessoas usam a cultura como uma carta de apresentação para gerar admiração, poder, se apresentarem ou promoverem o entendimento em países estrangeiros. Cummings (2003) descreveu a diplomacia cultural como um conjunto de ideias, informações e intercâmbio de arte entre nações e locais que tem o objetivo de estimular o entendimento mútuo. Para outros investigadores (Belanger, 1999; Kim, 2011), a diplomacia cultural é estudada como uma estratégia de comunicação internacional para produzir impactos e mudanças na opinião pública nos países do Terceiro Mundo. Por essas razões, o conceito de cultura e diplomacia pública assenta no significado de poder. Joseph Nye (2008) combinou os conceitos de poder e cultura e denominou-o “soft power”. O *soft power* tem, por exemplo, a capacidade de alcançar objetivos próprios e persuadir os outros a fazer algo que de outra forma não fariam. O conceito transmite persuasão e também influência. A diplomacia cultural foi criada no final da Guerra Fria. A hostilidade e inimizade entre os países surgem de mal-entendidos e ignorância. O Conselho Científico de Política Governamental da Holanda (1987) declarou que a eliminação desses mal-entendidos promoveria a paz em todo o mundo. As condições para a geração de *soft power* num país são valores, ideias, projetos relacionados com a cultura e a credibilidade do país, conforme demonstrado pelo seu comportamento (Snow, 2009). Os atores envolvidos neste processo sempre foram os estados, mas as novas tecnologias de informação e comunicação trouxeram outros atores não governamentais, como universidades, organizações científicas, instituições culturais, *think tanks*, associações, organizações não governamentais, o setor empresarial, artistas e sociedades civis.



Anholt (2010) argumentou que a Nova Diplomacia Pública é gerida pelas quatro áreas estratégicas de governança, inovação, competitividade e internacionalização. Todas essas áreas são responsáveis pela gestão holística de um país. De acordo com esse especialista, a diplomacia pública mudou porque as comunicações e as redes mudaram. Canais e públicos mudaram, portanto, no cenário internacional.

Neste sentido, a comunicação é essencial. As pessoas e entidades são responsáveis por tecer uma nova diplomacia pública, interação pessoa-a-pessoa (diplomacia civil) e intercâmbios culturais entre o governo educacional e os cidadãos. Manfredi (2012) observou que uma relação sinérgica surge entre esses três conceitos que envolvem todos os intervenientes, coordenada por uma estratégia internacional de *branding* do país. O intercâmbio cultural envolve não apenas a cultura de um país, região ou cidade, mas também o seu conhecimento, ciência, pesquisa e desenvolvimento, pensamentos e valores. É também a construção do trabalho em rede entre todos os atores da sociedade e a coordenação de todos os atores dentro e fora do país. Estay Rodríguez (2009) destacou que o *soft power* oferece um método indireto para atingir um objetivo internacional por meio de prestígio, valores, prosperidade e economia. Promove a cooperação em países terceiros e ajuda os países a unir forças e a desenvolver-se juntos. O Instituto Confúcio da China está a envidar esforços relativamente às questões culturais assentes numa base ideológica que envolve o Confucionismo, o Taoísmo e o Budismo. Mejía Mena (2015) observou que todos esses esforços apostam em refletir a cultura mundial, a imagem e o poder para manter a paz entre os Estados. Fatores como reputação, atrações turísticas, produções musicais, cinema, exportação de moda, qualidade de vida, gastronomia, investimento estrangeiro e valores (incluindo democracia, liberdade, mobilidade social e política externa) ajudam a reforçar o poder contra outros países. Estay Rodriguez (2009) refere que as características do *soft power* são cultura, democracia, linguagem, ajuda e cooperação, produção de cinema e ciência. O *soft power* de um país reflete-se na credibilidade e no prestígio das suas instituições e marcas. Nessa linha, nova diplomacia pública é um termo difuso. Pode ser diplomacia digital. Diplomacia digital é um novo termo que surgiu com as novas TICs, e com as redes sociais como o Twitter e o Facebook (Pohan, Pohan, & Savitri, 2016), que têm o poder de atingir distinta audiências e públicos. De acordo com Park, Chung e Park (2019), *big data* é uma ferramenta importante para medir e avaliar a influência das redes sociais nas questões diplomáticas. Atualmente, todos os atores envolvidos na gestão da marca do país são responsáveis pela diplomacia cultural e pública. Eles podem influenciar e participar nas decisões nacionais. As indústrias culturais e criativas têm uma influência importante na difusão e geração de novos públicos. Os processos comunicativos tornam-se mais horizontais e, portanto, têm um papel ativo nas relações diplomáticas e na diplomacia *soft*. Al-Muftah, Weerakkody, Rana, Sivarajah e Irani (2018) argumentam que o termo "e-diplomacia" é semelhante a "diplomacia digital" e que as TICs constituem uma ferramenta básica para promover transparência e governo aberto, reduzir a complexidade operacional e melhorar as interações entre países. Nesse sentido, cultura e turismo são conceitos sinérgicos que envolvem as comunidades para definir as suas identidades (Baranowski *et al.*, 2019) e promovê-las no exterior. A diplomacia cultural é canalizada por diferentes agentes e instituições, e envolve atores diversos. Na maioria dos países, a diplomacia cultural é canalizada por embaixadas porque elas têm uma rede mundial e podem trabalhar rapidamente. Porém, hoje em dia, a cultura é administrada



por governos regionais, cidades e conselhos, e o setor criativo trabalha com diversos canais e atores, não apenas através de embaixadas. As redes sociais são vitais para a diplomacia pública e a diplomacia digital usa-as para promover a imagem de um país no estrangeiro. O mesmo sistema, igualmente um elemento de divulgação de informação, é muito utilizado em assuntos imediatos, alertas consulares e comunicação entre consulados. Temos todas as ferramentas para viver num mundo global, mas a cultura também funciona localmente - eventos locais são publicados localmente.

Na Europa, podemos destacar elementos como cultura, língua, arte, literatura, música, moda e gastronomia como valores europeus. Elementos adicionais influenciam o poder político, tais como o investimento em cultura política estrangeira e desenvolvimento de democracia pública, línguas, Prémio Nobel de Literatura, turismo e qualidade de vida. Nesse sentido, é necessário um debate público sobre a política de imagem, levando em consideração o papel do *soft power* e as reais perceções que os cidadãos têm do seu país.

### **Europa e China: principais desafios culturais**

Nye (2008) sublinha que a ferramenta *soft power* da Europa confere-lhe uma capacidade extraordinária para colocar desafios. A União Europeia e a China estabeleceram relações diplomáticas em 1975, através do Tratado de Comércio e Cooperação da União Europeia e da China, ratificado em 1985 (Morgan & Tuijnman, 2009), e sete outros tratados juridicamente vinculativos (Comissão Europeia, 2012). A China também tem vindo a desenvolver os seus regulamentos e legislação desde que se tornou membro da Organização Mundial do Comércio em 2001 (OMC, 2013).

A China foi um dos principais atores na construção política documentada pela Convenção sobre a Diversidade das Expressões Culturais, adotada pela UNESCO em 2005 e dedicada ao reconhecimento internacional das funções específicas dos bens e serviços culturais. Esta convenção também foi adotada para legitimar os direitos dos estados de adotar políticas nos setores culturais e criativos (Aylett, 2010).

Existem muitas oportunidades de investimento, especialmente com as tendências das redes sociais, mas ainda existem muitos mal-entendidos interculturais (Centro de PME da EU, 2014). A Europa quer participar no mercado chinês, mas ambas as partes devem manter um diálogo produtivo para apoiar o desenvolvimento e promoção das indústrias culturais e criativas em ambos os mercados - Os intercâmbios culturais entre a Europa e a China baseiam-se em acordos de cooperação bilateral.

As políticas culturais para os estados membros da União Europeia são administradas localmente por uma rede política que une os ministérios de assuntos políticos, cultura e comércio dos governos. Atualmente, um relatório recente da Comissão Europeia menciona algumas ações para fortalecer os laços através da cooperação estratégica "Os compromissos e interesses comuns da UE e da China no desenvolvimento sustentável global e a Agenda 2030 apresentam oportunidades para uma cooperação mais estreita, inclusive em países terceiros. Há uma necessidade real de estabelecer parcerias e fornecer os recursos significativos necessários para atingir os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável" (Comissão Europeia, 2019: 2).



Tabela 1 - Cooperação e acordos culturais entre a União Europeia e a China

ANO/LOCAL	ORGÃO	DOCUMENTO
2006	Conselho de Assuntos Internacionais (Bruxelas).	Acordo de cooperação com a China para promover a estabilidade com a Ásia, incluindo ASEAN e ASEM.
2008. Pequim 2009. Copenhaga 2010. Xangai	Institutos Nacionais de Cultura da União Europeia (EUNIC) China.	Terceiro diálogo europeu-chinês sobre cultura.
2011. Pequim	Ministério do Comércio e Cultura, apoiado pelo Projeto de Comércio UE-China (2) (EUCPT 2).	Mesa-redonda.
2011. Shenzhen	Comércio UE-China de serviços criativos.	Conferência sobre comércio.
2012. Chengdu	Comissão Europeia e Fundação Guanghua.	Diálogo UE-China sobre política de juventude.
2012. Pequim	UE-China. Comissão Europeia e Ministério da China.	Diálogo de alto nível UE-China de Pessoas para Pessoas.
2012. Pequim	DG Educação e Cultura, Comissão Europeia e Ministério da Cultura Chinesa.	Fórum de alto nível.
2013.	16ª Cimeira UE-China.	Programa estratégico de cooperação cultural.
2013. Hangzhou	Congresso Internacional de Cultura para o Desenvolvimento Sustentável.	Documento sobre questões de cultura e desenvolvimento.
2015.	Declaração Conjunta da Cimeira UE-China de 2015.	Cooperação UE-China
2019. Bruxelas	Declaração Conjunta da Cimeira UE-China.	Relações bilaterais
Outros: Agenda Europeia para a Cultura, 2007; Media Mundus; Relatório do Parlamento Europeu em 2009, Livro Verde elaborado em 2010.		

Fonte: Da autora (2019)

Em relação às indústrias culturais e criativas por subsectores, existem poucos tratados entre os dois continentes:

Destacam-se os seguintes:

- "Tratado de Pequim sobre performances audiovisuais". O Tratado foi elaborado para ajudar os artistas audiovisuais - atores de televisão e cinema, músicos, dançarinos e outros - muitos dos quais saltam de emprego para emprego em circunstâncias económicas precárias. O Tratado amplia os direitos relacionados com a performance dos trabalhadores audiovisuais, que podem traduzir-se em pagamentos de retransmissão mais elevados - um benefício especialmente crítico, já que muitas novas produções se encontram interrompidas devido à pandemia COVID-19. Foi assinado em abril de 2020<sup>2</sup>.
- "Festival de Música e Arte Juvenil UE-China 2019" assinado em 27 de julho de 2019 em Zandhoven, no qual cerca de 100 jovens e artistas de folclore da Bélgica e da China se reuniram para apresentações musicais<sup>3</sup>.

<sup>2</sup> Disponível em: <https://www.natlawreview.com/article/beijing-treaty-audiovisual-performances-comes-force-china-today-april-28-2020>

<sup>3</sup> Disponível e informação adicional em: [http://www.xinhuanet.com/english/2019\\_07/28/c\\_138265065.htm](http://www.xinhuanet.com/english/2019_07/28/c_138265065.htm)





Entre os principais eventos europeus realizados na China que refletem a diversidade e identidade dos diferentes países membros, destacam-se os seguintes (Smits, 2014): Rua da Europa (2005); Festival de Cinema da UE (2005), Concerto da Orquestra Juvenil da União Europeia (EUYO) em Pequim (2008); Exposição de Fotografia Olímpica da UE (2008); EU Extravaganza (2009); Encontros com a Europa (2010); Livro de fotografia (2010); UE na Expo Xangai (2010); Ano da Juventude UE-China (2011); Dias Abertos da UE (celebrados anualmente desde 2011); Europa no meu Coração 'Exposição de Arte Infantil' (2011); Ano do Diálogo Intercultural UE-China (2012); Ligações amorosas UE-China (2012); Exposição fotográfica e livro entre as pessoas da UE – China (2012); UE-China Perseguidores de Sonhos (2013); Conferência Sabor da Europa celebrada em Pequim em 2013; Festival Europeu de Vinhos e Gastronomia (2013); China nos meus Sonhos (2013); Festival de Cinema Online (2012 e 2014); Festival europeu de cultura de rua realizado em Pequim em 2019 e Festival de Música e Arte Juvenil UE-China 2019 na Bélgica mencionado no parágrafo anterior.

### **Negociações com Espanha**

A China e a Espanha estabeleceram relações diplomáticas em 1973. Posteriormente, a Espanha executou o Plano Ásia-Pacífico para atender à necessidade de estabelecer um plano estratégico. Este plano foi posto em prática de 2005 a 2008 para fortalecer a presença espanhola na Ásia através de diálogos bilaterais, viagens e mobilidade de altos funcionários diplomáticos.

Em 2008-2012, foi assinado um acordo de cooperação científica e tecnológica entre a Espanha e a China. Ambos os países promoveram o intercâmbio de estudantes. Entre os acordos principais, destacam-se:

- Acordo de Cooperação Cultural, Educacional e Científica (7 de abril de 1981).
- Acordo de Cooperação e Desenvolvimento Económico e Industrial (15 de novembro de 1984).
- Acordo Básico de Cooperação Científica e Tecnológica. (5 de setembro de 1985).
- Acordo de Transporte Aéreo e Civil para evitar a dupla tributação e a perda de impostos (22 de novembro de 1990).
- Acordo de Estímulo Mútuo ao Investimento e sua Proteção (6 de fevereiro de 1992).
- Tratado de Assistência Judiciária em Matéria Civil e Comercial (5 de maio de 1992).
- Acordo de Cooperação Intergovernamental para punir o crime organizado (25 de junho de 2000).
- Declaração Conjunta entre a República Popular da China e o Reino de Espanha (15 de novembro de 2005).
- Em 2007, celebrou-se o ano da China em Espanha.
- Em 25 de setembro de 2014, foi assinado o acordo de coprodução de filmes entre os governos da Espanha e da China.



- Em novembro de 2015, foi celebrado o Festival de Dança de Guangdong, evento que surgiu em 2004, em Guangzhou. Este é um dos objetivos definidos pelo AC/E Asia Pacific 2015-2016<sup>4</sup>.
- Em 29 de janeiro, Íñigo Méndez de Vigo, Ministro espanhol da Educação, Cultura e Desporto, e Luo Shugang, assinaram com a China um acordo cultural para o período 2018-2021 nos seguintes setores: videogames, artes visuais, cinema, publicações, museus e direitos de autor<sup>5</sup>.

### **O papel das indústrias culturais e criativas nas relações diplomáticas entre a China, a Europa e a Espanha**

As indústrias culturais e criativas desempenham um papel importante. Têm o poder de transformar e definir o conhecimento, bem como de desenvolver a economia global. A Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD, 2013) afirmou que, entre 2002 e 2011, o comércio de bens criativos e culturais aumentou cerca de 8,8%. As indústrias culturais e criativas têm potencial para estimular a economia, criar empregos, apoiar a inovação e o empreendedorismo, ajudar na regeneração urbana e rural e promover o comércio. A definição de indústrias culturais e criativas surgiu nos campos da economia criativa e da propriedade intelectual. A criatividade é um motor para o desenvolvimento social e individual, bem como uma importante conexão para o crescimento económico competitivo na economia do conhecimento (Organização para Cooperação e Desenvolvimento Económico [OCDE], 2018).

### **As indústrias criativas na China**

Li Shu-sheng (2012) destaca que a China usou o termo "indústria cultural" no livro "Dialética do Iluminismo", publicado em Amsterdão em 1947. Posteriormente, surgiu nas recomendações do governo central do Comité Central do Partido Comunista da China (PCC), "Décimo Plano Quinquenal de Desenvolvimento Económico e Social Nacional" em outubro de 2000. Em 2003, o Ministério da Cultura promoveu o apoio às indústrias culturais para o desenvolvimento deste termo como "atividades lucrativas para a produção de bens culturais e oferta cultural de serviços"(Zhu Zhenming, 2015).

A definição atual reconhece nove setores criativos: cultura e artes; imprensa e publicações, rádio, televisão e cinema; serviços de software, redes e computadores; exposições; comércio de arte; serviços de design; entretenimento; e outros serviços de suporte. Ambos os conceitos (indústrias culturais e criativas) são usados indistintamente. A China lidera a economia criativa. O Gabinete Nacional de Estatística da China (2008) informou que, em 2008, as indústrias culturais e criativas contribuíram com 50,32 bilhões de euros de valor agregado e 1,48% do emprego.

<sup>4</sup> Disponível em: [https://www.accioncultural.es/media/Default%20Files/activ/2015/grafica/AsiaPacífico\\_ACE.pdf](https://www.accioncultural.es/media/Default%20Files/activ/2015/grafica/AsiaPacífico_ACE.pdf)

<sup>5</sup> Disponível em: <http://www.realinstitutoelcano.org/wps/wcm/connect/70d1270b-1f68-44e2-8533-b273036d2d0d/Informe-Elcano-24-Relaciones-Espana-China.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=70d1270b-1f68-44e2-8533-b273036d2d0d>





A China passou por um desenvolvimento espetacular na economia criativa desde que o Governo Central posicionou esta indústria como uma área-chave para o desenvolvimento estratégico. Há uma mudança na orientação política de “feito na China” para “criado na China”. Além disso, o Ministério da Cultura tem como objetivo construir entre cinco e dez marcas na indústria do entretenimento. UNESCO (2013) sublinhou que Pequim é internacionalmente reconhecida pelo seu setor de design; empregou 250.000 pessoas e contribui com mais de 160.000 milhões de RMB para a economia. Os benefícios da indústria cultural aumentaram 25,8% e representam 2,75% do produto interno bruto. A meta de Pequim em 2016 era aumentar o valor acrescentado da indústria do entretenimento.

Smits (2014) observou que a China tem a seguinte infraestrutura para as questões culturais em países estrangeiros:

- Oitenta departamentos culturais nas suas embaixadas.
- Catorze centros culturais na China. O Ministro da Cultura anunciou que haveria 50 centros até 2020, incluindo um em Bruxelas, ao lado da Direção-Geral da Educação e Cultura (DG EAC) da Comissão Europeia, previsto para o final de 2014.
- Mais de 400 centros do Instituto Confúcio
- Quinze gabinetes de representação do Conselho Chinês para a Promoção do Comércio Internacional (CCPIT).

As cidades têm as suas próprias políticas para o desenvolvimento de intercâmbios culturais com países estrangeiros. As empresas públicas que administram os grupos de arte e artesanato estão envolvidas em missões culturais estrangeiras. A arte chinesa expandiu-se internacionalmente e criou tendências na Europa, adaptando-se a novas necessidades políticas e económicas. Para o mercado europeu, a China é um objetivo importante, oferecendo um vasto leque de exposições e um amplo intercâmbio entre os profissionais da área. As agências privadas e estrangeiras são canais importantes para promover atividades internacionais em artes visuais.

O mundo artístico ainda se está a adaptar à nova procura do mercado. Há escassez de ocupantes de empregos altamente qualificados com experiência em gestão e TIC. Os subsectores das indústrias criativas procuram a colaboração europeia neste domínio. O governo europeu está ansioso por trocar bens culturais e criativos na China. Na medida em que os temas não são delicados, a censura não é a principal desvantagem (Parlamento Europeu, 2009). Desde os tempos antigos, a arte tem sido usada como uma ferramenta para a diplomacia. As indústrias culturais e criativas constituem conexões importantes para as relações culturais e para a imagem de um país através da diplomacia *soft*. A diplomacia pública está focada em projetar a identidade de um país com o objetivo de fortalecer as relações internacionais (Melissen, 2005). As tendências neste campo concentram a cultura e as indústrias criativas em pequenos grupos ou nichos, a serem publicados internacionalmente e a mobilidade dos artistas constitui um motor fundamental para a comunicação entre os países e uma ferramenta para o entendimento mútuo.



## Indústrias culturais e criativas na Europa

Os setores culturais e criativos estão no centro do programa Europa Criativa da União Europeia. As indústrias criativas também foram classificadas pela UNCTAD (2013) como o principal recurso para superar a depressão mundial. A definição de “economia cultural e criativa” tem sido polémica, gerando debates abertos e construtivos quanto às atividades que podem ser consideradas indústrias culturais e criativas e quanto aos papéis que desempenham no processo de regeneração urbana e no desenvolvimento regional (Mazilu, 2018). Cada país e sociedade possui um modelo único de indústrias culturais e criativas que depende da sua cultura, valores e identidade local. As indústrias culturais e criativas pertencem à economia criativa que combina economia, cultura e tecnologia.

Existem seis modelos europeus de indústrias criativas, abrangendo uma vasta gama de atividades culturais e criativas: UNCTAD; a Organização Mundial de Propriedade Intelectual (WIPO); o Departamento de Digital, Cultura, Comunicação Social e Desporto do Reino Unido (DCMS); UNESCO; o modelo de círculos concêntricos e o modelo de texto simbólico. O modelo de círculos concêntricos (Throsby) de cultura e indústrias criativas compreende uma ampla gama de atividades: belas artes; música; artes cénicas e visuais; cinema, rádio e televisão; museus e bibliotecas; indústrias editoriais; gravação de áudio; serviços patrimoniais; jogos de vídeo; e outras atividades relacionadas com publicidade, arquitetura, design e design de moda. Este modelo inspirou o Relatório da Comissão Europeia de 2006 “A Economia da Cultura na Europa” (KEA, 2006).

Assim, a economia cultural começou a ganhar relevância nas agendas políticas, incluindo o Tratado de Lisboa e a Convenção da UNESCO sobre Diversidade Cultural, ratificada pela Alemanha em fevereiro de 2007. O Ano Europeu da Criatividade e Inovação teve lugar em 2009 e novas conclusões do Conselho foram publicado neste contexto. O *Cultural and Creative Cities Monitor* (CCCM) explica que uma abordagem de desenvolvimento baseada na cultura deve centrar-se não apenas numa economia criativa próspera, mas particularmente num ambiente social e culturalmente inclusivo. Esta abordagem foi encorajada pela própria Comissão Europeia na Nova Agenda Europeia para a Cultura 2018 (Montalto *et al.*, 2019). As indústrias culturais e criativas atingem uma receita anual de €535,9 bilhões, empregam mais de 7 milhões de pessoas e são responsáveis por 4,2% do PIB, tornando-se uma importante fonte de recursos intangíveis (Ernst & Young, 2014).

## Indústrias culturais e criativas em Espanha

Estima-se que 3,3% da economia pertence às indústrias culturais e criativas vinculadas à propriedade intelectual, segundo a conta satélite espanhola. Envolve mais de 687,200 pessoas e mais de 118,407 empresas<sup>6</sup>. Boix *et al.* (2012) refere que as cidades mais

<sup>6</sup> Disponível em: <http://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:87dfd2bb-b456-40f3-b164-83f850596654/memoria-politicas-fomento-icc-2019.pdf>



criativas de Espanha são Madrid, Barcelona, Valência, Bilbao, Sevilha e Santiago de Compostela.

Porém, não são apenas as indústrias culturais e criativas que têm a responsabilidade de promover um país no exterior. As instituições públicas e os governos são os principais responsáveis.

Podemos indicar algumas organizações e instituições espanholas que garantem a cultura e a comunicação no estrangeiro (devemos considerar que o lançamento da renovação da imagem da Espanha é relativamente recente, com a criação das seguintes organizações e instituições:

- Em 1982, foi criado o Instituto Nacional de Promoção das Exportações (INFE), antecessor do atual ICEX, que mudou de nome em 2012 por Decreto-Lei Real 20/2012.
- Na década de 1990, foram instituídos o Instituto Cervantes, a Casa de América e os Congressos de Língua Espanhola. Quando a economia abre, é preciso investir no exterior.
- Em 1921, foi construído o Gabinete de Relações Culturais.
- Em 1926, foi construída a Junta de Relações Culturais, o Instituto de Cultura Hispânica e a fundação das Casas de Espanha.
- Em 1992, vários eventos importantes tiveram lugar: O V Centenário da Descoberta da América, Madrid foi sede da Capital Cultural da Europa, e eventos mundiais como as Olimpíadas de Barcelona e a EXPO de Sevilha, que promoveram a imagem de Espanha na arena internacional. A imagem do país foi posicionada graças a acontecimentos internacionais como estes e esforços têm sido feitos para aliviar os estereótipos de «festa», «tours», «sesta» e «vulgaridade» que podem estar presentes na cultura espanhola, mas não a nível generalizado (Prieto, 2013). Isto permite mostrar Espanha como um país livre e moderno, de democracia e abertura. É um objetivo perseguido ao longo do tempo e que pode ser medido em diversos estudos realizados pelo Observatório da Imagem de Espanha (OIE) e pelo Instituto da Reputação.
- Em 1999, com a criação do Fórum de Marcas Espanholas de renome, as marcas espanholas de maior prestígio tornaram-se os mestres do *Made* em Espanha.
- Por volta do ano 2000, foram criadas instituições para realizar ações de diplomacia cultural como a Fundação Carolina, a SEACEX (Sociedade Estatal de Ação Cultural Estrangeira), a SECC (Sociedade Estatal de Comemorações Culturais) ou a SEE (Sociedade Estatal de Exposições Internacionais) e o foco está na coordenação de esforços de empresas e instituições privadas para exportar a imagem do país, para o qual se criou a Marca Espanha (Marco e Otero, 2010).
- Em 2002, o Instituto Real Elcano instituiu o Observatório Permanente da Imagem Estrangeira de Espanha (OPIEX), para análise, recolha e divulgação de informação para a Marca Espanha.
- Em 2010, o Conselho de Ministros fundiu as três sociedades estatais de promoção cultural no exterior sob os ministérios da Cultura e Relações Exteriores e Cooperação:



a Sociedade Estatal de Comemorações Culturais (SECC), a Sociedade Estatal de Ação Cultural Estrangeira (SEACEX) e a Sociedade Estatal de Exposições Internacionais (SEEI). Assim, a *Acción Cultural Española* (AC/E) foi criada com o objetivo de dar forma a uma "estratégia reforçada de promoção da cultura espanhola no estrangeiro".

- Em julho de 2012, Santiago de Mora-Figueroa y Williams, Marquês de Tamarón, foi nomeado Embaixador da Diplomacia Cultural de Espanha.
- No final de 2012, foram criados o Observatório da Imagem de Espanha e o Conselho da Marca Espanha com o objetivo de revitalizar a Marca Espanha. Assim, a perceção da imagem da Espanha do ponto de vista cultural é gerida por diferentes entidades como o Ministério de Relações Exteriores e Cooperação, através da Direção-Geral de Relações Culturais e Científicas, a Agência Espanhola de Cooperação para o Desenvolvimento Internacional (AECID), a sociedade estatal *Acción Cultural Española* (AC/E) dependente da Subdireção Geral de Promoção Externa da Cultura da Secretaria de Estado da Cultura, Turespaña, ICEX e Instituto Cervantes, além de representações regionais e locais no estrangeiro, entidades privadas, museus, fundações e estruturas empresariais.

Atualmente, a identidade de um país é formada pelas indústrias culturais e criativas e pelos cidadãos que as compõem, pelas empresas e pelas influências recebidas no estrangeiro. O prestígio de um país está ligado à segurança, qualidade de vida, cultura, facilidade de comercialização dos produtos no exterior e às facilidades que terá para a internacionalização das suas empresas. Por isso, a imagem de um país é um elemento fundamental para as relações desse mesmo país. O responsável pela realização dessas ações promocionais é o Ministério de Relações Exteriores e Cooperação (MAEC) em conjunto com organizações como a Fundação Carolina, o Instituto Real Elcano, Turespaña, ICEX, Ação Cultural Espanhola, o Fórum de Marcas Espanholas de Renome (FMRE), o gabinete de patentes e marcas espanholas, o Instituto Cervantes e representações diplomáticas, bem como diferentes programas como PICE (ACE) ou o livro branco das indústrias culturais e criativas feito por algumas comunidades autónomas. Todos estes organismos e instituições são responsáveis pela coordenação dos acordos, tratados, atividades e programas que configuram a imagem de Espanha através das indústrias culturais e criativas.

### **Estudo de caso: um exemplo de artistas chineses nas residências espanholas**

Os artistas que viajam da China para a União Europeia (ou da União Europeia para a China) devem superar as barreiras administrativas e a censura das comunicações, bem como os problemas com tributação, fronteiras geográficas e barreiras linguísticas.

No parágrafo a seguir, explicamos algumas razões para transcender as barreiras culturais com o objetivo de promover relacionamentos de longo prazo:



Um dos principais desafios são os canais de comunicação e de redes sociais: as redes sociais influenciam o processo de democratização e todos os cidadãos podem expressar-se sem medo de retaliação. Contudo, frequentemente esses canais de informação são institucionalizados. As informações podem ser tendenciosas, manipuladas ou enganosas. A tecnologia permitiu que os consumidores de internet chineses passassem gradualmente da situação de público assistente para a de oradores; conseguiram abrir um número crescente de canais contra a censura estatal. Blogs e microblogs desempenham um papel fundamental na transferência de informações para um público global (Tang 2014).

Nessa linha, lembramos o artigo 10 da Convenção Europeia de Direitos Humanos que garante o direito à informação gratuita (Macovei, 2014). A recomendação da UNESCO em 1980 sublinha que os Estados-membros da UNESCO estão obrigados a proteger, ajudar e defender os artistas e a liberdade de criação. Os países devem fazer tudo o que for necessário para estimular a criatividade e o talento artístico, especificamente adotando medidas que garantam a liberdade artística.

Em março de 2018, o Relator Especial da ONU para os direitos culturais apresentou o "Relatório do Relator Especial na área dos direitos culturais" (Conselho de Direitos Humanos da ONU, 2018). Os instrumentos e a Recomendação da UNESCO (1980) sobre o estatuto do artista são reconhecidos, por exemplo, na convenção da UNESCO (2005) sobre a proteção e promoção da diversidade das expressões culturais. O relatório destaca que os artistas devem gozar de todos os direitos previstos nas leis internacionais e nacionais de direitos humanos, especificamente as liberdades de expressão, informação e comunicação.

Num relatório de 19 de abril de 2005, a ONU considerou que as liberdades de opinião e expressão são instrumentos essenciais para a participação efetiva na vida democrática e indicadores claros do nível de proteção efetiva dos direitos fundamentais (Comissão de Direitos Humanos da ONU, 2005). Gellner (1988) refere que a China deseja abrir-se ao mundo moderno. A burocracia da China iniciou um processo de adaptação por meio do qual os cidadãos estão a ganhar mais poder sobre as decisões tomadas no país. Desde então, a abertura da política económica gerou uma classe política vinculada à participação política e cívica na gestão pública, embora a dinâmica seja lenta. Outro desafio são os requisitos de visto e autorização de trabalho, que podem impedir seriamente a mobilidade dos artistas, tanto a curto como a longo prazo. Às vezes, o tempo de execução do visto é curto e a sua renovação é bastante cara. Por exemplo, o Artigo 10 da Diretiva da UE 2004/38/EC obriga os membros da família de cidadãos da UE (se eles não pertencerem a nenhum Estado-membro europeu) a obter um cartão de residente se desejarem permanecer na Europa por mais de três meses (Parlamento Europeu e Conselho, 2004). Na Resolução 2006/2249 (INI) sobre o estatuto social dos artistas, o Parlamento Europeu (2007) resolveu alguns problemas sobre o visto, confirmando que os artistas com contratos de curta duração têm sérios problemas em cumprir as condições gerais para obter vistos e autorizações de trabalho. O visto Schengen, uma das soluções propostas na Resolução 2006/2249 (INI) para estadias não superiores a 3 meses, é uma autorização destinada aos Estados membros de Schengen. Permite uma residência regular alinhada com o período temporal (Parlamento Europeu 2007). Os problemas descritos acima não são os mais importantes, pois o principal problema burocrático da mobilidade é a segurança social. A próxima seção descreve os



principais problemas com impostos globais e como a União Europeia e a China lidaram com esta situação. Explica as principais responsabilidades das pessoas em termos de segurança social e tributação. Segurança social e tributação são outro requisito complexo: em 1951, a cooperação bilateral de segurança social entre a China e outros países foi implementada com um regulamento e os principais problemas de internacionalização da segurança social aumentaram. Antes disso, havia poucos estrangeiros na China e o governo não tinha aprovado nenhum regulamento especial. Em 1999, foi elaborada uma regra provisória sobre o contributo da segurança social que estabelecia a pensão básica de velhice na China. Essa medida possibilitou que estrangeiros beneficiassem do sistema chinês (Wang e Wei, 2009). Portanto, as empresas estrangeiras também devem pagar obrigações à segurança social e tributação dupla. Essa dupla tributação começou a gerar problemas com os vistos de trabalho.

A China resolveu esse conflito com um acordo que entrou em vigor em abril de 2002 e resolveu os problemas de dupla tributação. Entre os Estados-membros da União Europeia, existem muitas diferenças nos sistemas de tributação. A legislação dá a cada Estado-membro a liberdade de projetar o seu próprio sistema tributário e fornecer fundos aos artistas. No entanto, os Estados-membros estão subordinados à interpretação dos tratados bilaterais e a dupla tributação depende se o beneficiário é residente ou não (Agenda Europeia para a Cultura, 2014).

Além das burocracias e da separação geográfica, as muitas diferenças culturais e linguísticas entre a China e a Europa apresentam obstáculos à mobilidade.

Outros elementos que podem afetar a decisão de fixar residência incluem: a estabilidade política do destino; o prestígio da universidade ou da cidade; cosmopolitismo; e prosperidade económica. O artista sempre quer sucesso profissional, para além de visibilidade e reputação internacional, também elementos-chave a considerar

### **Mobilidade através de residências artísticas**

Na seção anterior analisámos as principais barreiras que um artista deve evitar quando tenta viajar para o estrangeiro em trabalho. Os programas de mobilidade das residências artísticas tornaram-se um fator intrínseco na carreira profissional dos artistas, pois oferecem uma importante fonte de financiamento e um processo de aprendizagem, bem como os principais elementos da arte contemporânea. Um artista participante ajuda a compreender, a construir pontes, a contribuir para a diversidade cultural e a gerar ideias para o desenvolvimento de novos projetos. As residências promovem o entendimento e a cooperação entre os países, oferecendo aos artistas a oportunidade de trabalhar com diferentes recursos e equipas interdisciplinares. As residências oferecem hospedagem, programas de aprendizagem, espaços de trabalho, instalações, produções artísticas e apresentações. De vez em quando, os artistas podem trabalhar em associação com outros profissionais criativos, como cientistas ou escritores. As residências artísticas culminam com uma exposição, workshop ou colaboração, embora por vezes acabem sem resultados (Agenda Europeia para a Cultura, 2014). As residências artísticas são uma fonte inspiradora de conhecimento. Curadores, artistas contemporâneos e outros profissionais culturais unem as suas competências e ideias para construir projetos.





Esta cooperação incentiva a materialização de ideias. As residências artísticas trabalham em conjunto com pequenas e médias empresas culturais privadas, empresas estatais, museus, teatros e fundações. O objetivo é ajudar os artistas a serem visíveis, aprender novas técnicas e estabelecer novos contatos ao viver uma experiência internacional e excepcional (Acción Cultural, n.d.). ResArtis (n.d.) é uma rede mundial de residências artísticas que existe para conceptualizar e fazer com que a residência artística na sociedade seja um sucesso. A Res Artis definiu a *residência artística* como um espaço organizado de tempo e recursos; uma força motriz no processo criativo; responsável pela experimentação, troca e diálogo; uma conexão entre o local e global; relevante para o ecossistema artístico; promove ligações entre campos, assuntos e setores não artísticos; impulsionadora da compreensão intercultural e do desenvolvimento de competências; criadora de oportunidades profissionais e individuais; um refúgio seguro para a mobilidade global; uma forma de contribuir para as políticas culturais e a diplomacia. Os centros artísticos são destinos de acolhimento de gestores, curadores, patrocinadores e comerciantes.

Muitas cidades europeias são, ou acreditam ser, parceiras destes programas de residência. As autoridades públicas compreendem os aspetos positivos das residências artísticas. Contribuem para o fortalecimento da arte e da cultura de uma cidade, gerando mais opções culturais para atrair turistas e cidadãos. Auxiliam o progresso social porque ajudam a regenerar espaços deficientes e potencialmente dar-lhes novos usos, como o Zorrotzaurre em Bilbao. A participação de uma comunidade numa cidade costuma produzir soluções criativas de conflitos, diminuindo lacunas e reduzindo comportamentos de conflito social. A participação dos cidadãos produz integração e diálogo intercultural, criando "cidades criativas" abertas (Florida, 2002).

As residências artísticas são centros onde o artista pode dar passos rumo à promoção profissional, conquistar novos públicos, aprender novas técnicas, fazer contatos e montar novos produtos e ideias para expandir a sua atuação.

O anfitrião da residência também beneficia, pois esse tipo de programa confere prestígio à instituição. As residências podem atrair perfis internacionais, fazer contatos e identificar diferentes fontes de financiamento. Consequentemente, contribuem para a diplomacia cultural porque atraem investimentos, geram comércio e dinamizam a cidade. As residências artísticas proporcionam enriquecimento cultural, sendo nós do processo criativo. A participação da comunidade em eventos, exposições e conferências melhora a qualidade de vida dos cidadãos através de interações e apresentações culturais. Muitos projetos artísticos geram um impacto positivo na cidade, impulsionando a atividade empresarial com a participação dos agentes locais. Quando uma cidade se comporta bem com um artista, o artista envolve-se com ela, publicando e comunicando a sua história, o seu conhecimento e a amabilidade da sua população. Desta forma, o artista torna-se embaixador da marca da cidade.

Frequentemente, os artistas residentes realizam programas para públicos jovens, com atuações, eventos ou demonstrações. Às vezes fazem apresentações ao vivo para públicos locais e internacionais. Algumas residências transmitem eventos, colocando-os no ar. Boletins e blogs geram fóruns e debates entre artistas e profissionais de outras áreas.



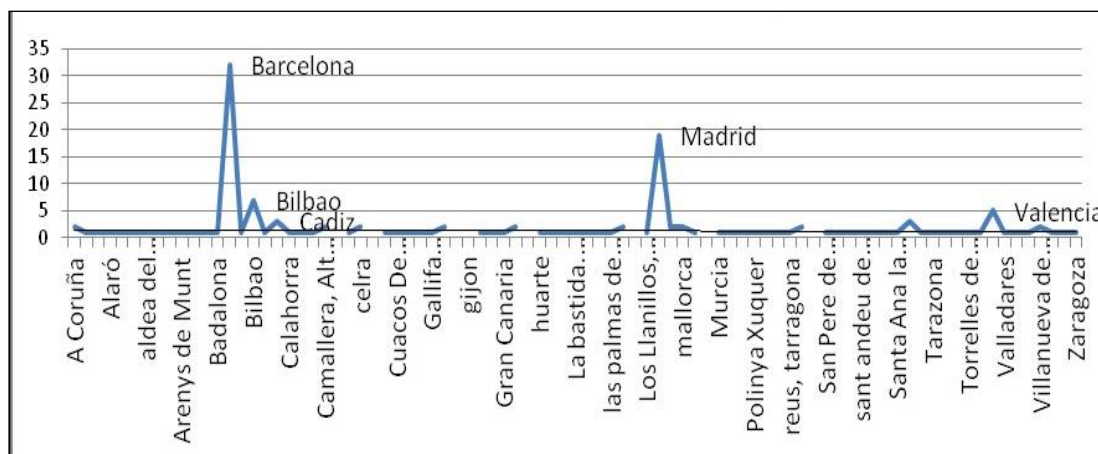
No cenário da residência artística, uma complexa rede de elementos, incluindo artistas, patrocinadores, públicos, promotores, organizações não governamentais, associações, professores, workshops, eventos e exposições, empresários e empreendedores locais, instituições de arte, escolas, teatros, museus, fundações culturais, cientistas, jornalistas, grupos de arte, curadores e muitas outras instituições envolvem-se nas plataformas, doam fundos e estabelecem contatos internacionais. O *networking* é um fator relevante na esfera da residência, pois ajuda a fomentar aspetos positivos da experiência (Agenda Europeia para a Cultura, 2014). As redes oferecem benefícios tangíveis e intangíveis a todas as partes interessadas envolvidas no projeto. A curto prazo, induzem melhorias na pesquisa e na comunicação de um projeto. A longo prazo, oferecem plataformas que permitem a comunicação entre artistas que trabalham na mesma área. Promovem conexões e sinergias com outros setores. É importante sublinhar que melhoram a cooperação entre as instituições de arte locais, escolas de arte e a comunidade local.

### **Exemplo de mobilidade criativa chinesa em residências espanholas: identificação e análise das residências artísticas espanholas que acolheram artistas chineses**

Esta seção descreve o projeto de um mapa do Sistema de Informação Geográfica (SIG) para refletir a natureza das residências artísticas espanholas que têm participado em programas de arte com a China. O mapa foi desenvolvido do ponto de vista da oferta e utilizou fatores como mapa térmico e mapas SIG para descrever as residências situadas em áreas urbanas ou rurais.

O delineamento no mapa do papel das residências reflete a definição da residência artística como um espaço criativo de envolvimento e troca de valores, bem como de inovação por meio da arte e das novas tecnologias (Ortega, 2008). A investigação aprofundada das residências artísticas em Espanha permite-nos analisar e desenvolver um diagnóstico da situação atual.

Figura 1 - Análise do grupo das residências artísticas na Espanha por cidades



Fonte: Da autora, 2017

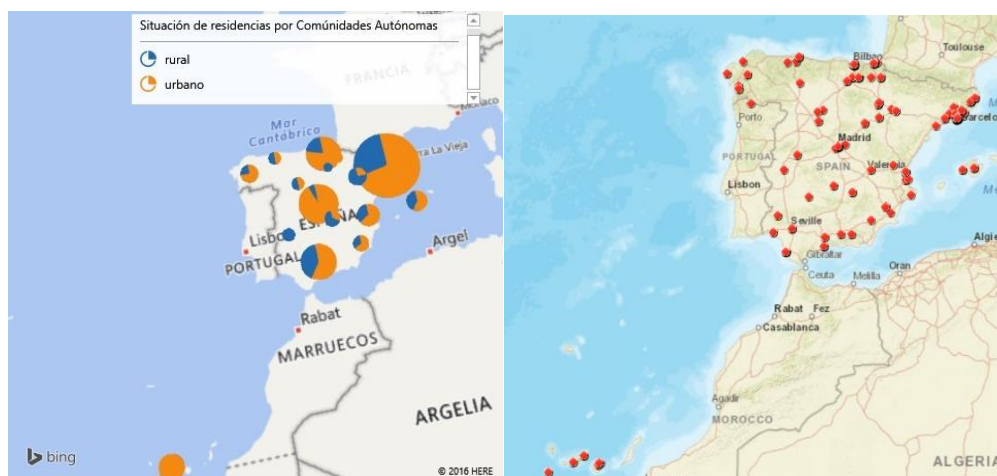


Os picos do gráfico (figura 1) representam as cidades com os maiores conglomerados de residências artísticas: Barcelona, Madrid, Bilbao e Valência. A maioria das residências artísticas encontra-se em áreas urbanas e abrange uma ampla gama de disciplinas, incluindo pintura, escultura, dança, artes plásticas, moda, cinema, rádio, software, música, literatura, arquitetura e investigação científica.

O mapa da figura 2 mostra uma análise da proporção de residências artísticas espanholas em áreas rurais e em áreas urbanas - 71% urbanas e 29% rurais. Agrupam-se em áreas urbanas porque as torna competitivas e beneficiam de economias de escala. Por outro lado, a arte e a criatividade nas áreas rurais promovem e desenvolvem as economias das aldeias.

A Figura 2 mostra que a Catalunha é a comunidade com mais residências urbanas. Madrid é a segunda. O País Basco e a Andaluzia ocupam a terceira e a quarta posições, com quase metade das residências rurais. Outras comunidades, como Valência, Galiza, Astúrias, Canárias, Baleares, Castela e Leão, Extremadura e Múrcia, também se destacam.

Figuras 2 e 3 - Mapa SIG com a situação atual das residências artísticas



Fonte: Da autora, 2017

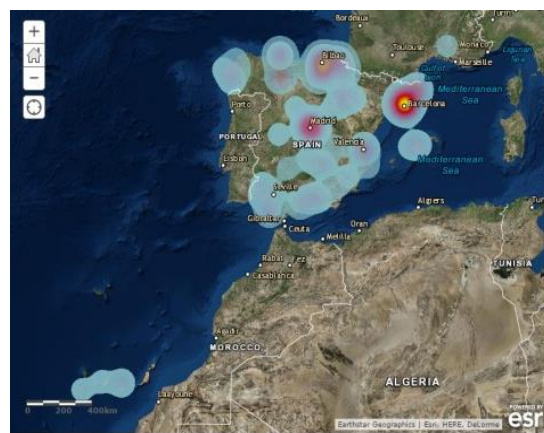
O mapa SIG da figura 3 reflete a situação atual das residências artísticas na Espanha. Retira a informação de uma base de dados de todas as redes europeias, incluindo ResArtis, Transartis, Localizarte, Artmotile e Danza Guía. Ao todo, essas redes operam 153 residências espanholas. Barcelona acolhe 32 delas (os círculos vermelhos mostram sobreposições), mais do que o dobro do número de Madrid. Podemos concluir que a sua cultura faz de Barcelona a cidade mais criativa da Espanha. Este número não considera as cidades vizinhas, como Sant Antoni de Vilamajor, Avinyón, Lloréns, Sant Pére de Vilamajor e Terrasa. A segunda cidade mais artística é Madrid, com 19 residências artísticas. Em seguida, temos Bilbao com sete e Valência com cinco. Outras cidades



médias com grande potencial são Málaga (duas residências artísticas) e Cádiz (três), Maiorca, Sabadell, Santa Cruz de Tenerife e Granada.

A Figura 4 reflete a situação atual das residências artísticas em Espanha. O mapa térmico usa cores para mostrar grupos de residências artísticas, sendo as áreas amarelas as mais concentradas e, portanto, as mais artísticas. Como podemos ver, Barcelona é a cidade mais artística, com Madrid em segundo e Bilbao em terceiro. Áreas como o Levante, Astúrias e Cádiz têm as concentrações mais artísticas.

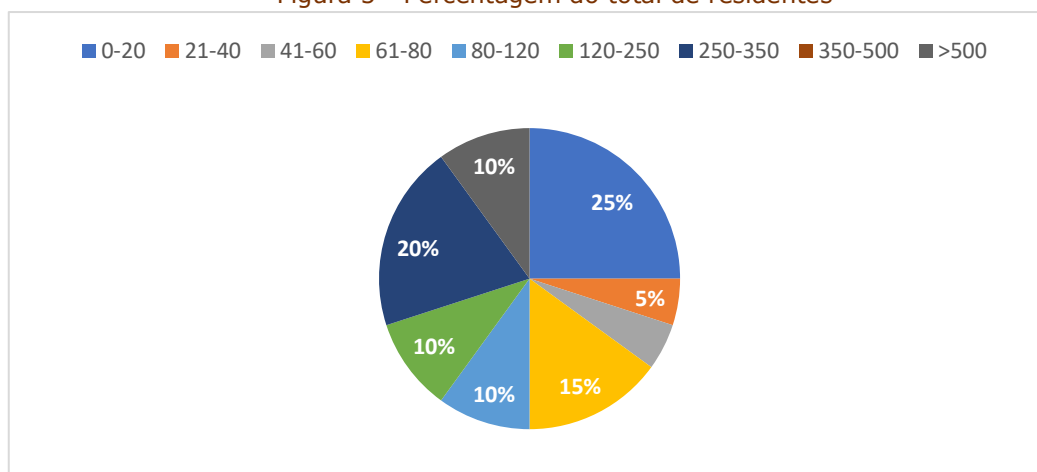
Figura 4 - Mapa térmico de residências artísticas



Fonte: Da autora, 2017

Realizámos um inquérito a todo o universo de residências com três questões simples para investigar três questões básicas (número de residentes desde 2010, número total de residentes internacionais e número total de residentes de outros continentes). Obtivemos 30 respostas com um intervalo de confiança de 90 e uma margem de erro de 15%. Obtivemos os seguintes resultados:

Figura 5 - Percentagem do total de residentes



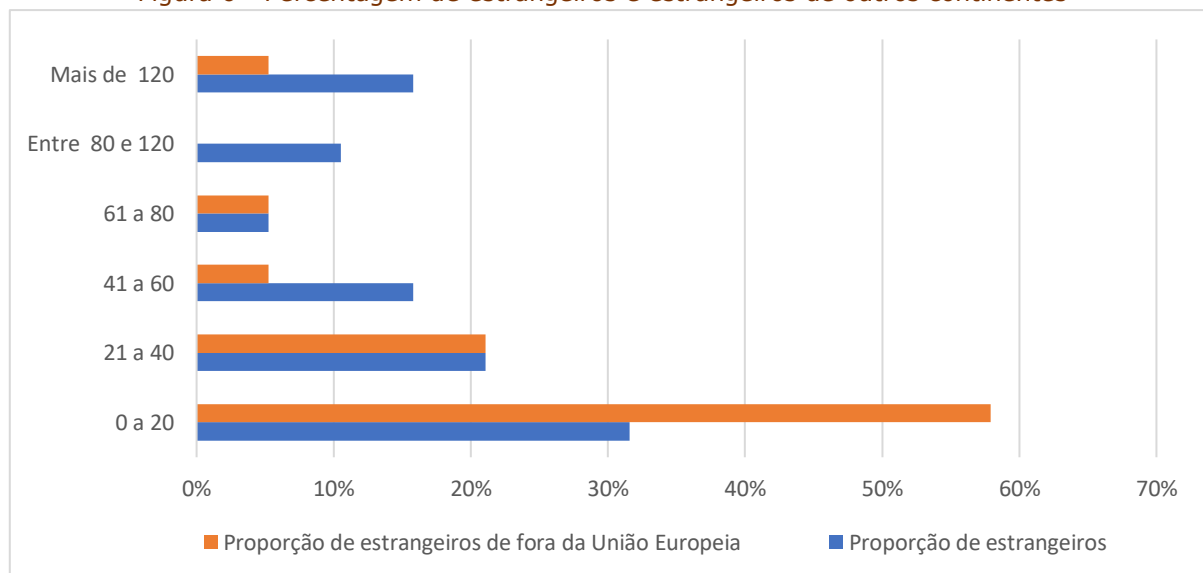
Fonte: Da autora, 2019



O gráfico mostra as seguintes percentagens de artistas: 25% das residências alojaram mais de 620 artistas nos seus centros e 26% entre 250 e 350 residentes. As percentagens menores (5% e 10%) são residências que acolheram menos de 50 residentes desde 2010.

O gráfico seguinte descreve a diferença entre os estrangeiros que desfrutaram de uma estadia em residências espanholas e os estrangeiros de fora da Europa que permaneceram em residências espanholas.

Figura 6 - Percentagem de estrangeiros e estrangeiros de outros continentes



Fonte: Da autora, 2019

O gráfico de barras indica que quase 60% das residências de artistas albergam poucos estrangeiros fora da UE, o que faz sentido porque os estrangeiros que vivem fora da União Europeia têm que gastar mais (visto, transporte, entre outras barreiras...). No entanto, podemos observar no gráfico de barras como à medida que o número total de artistas aumenta, a percentagem de estrangeiros residentes na União Europeia também aumenta. Mais de 30% das residências que acolheram acima de 120 artistas são da União Europeia, em comparação com 5% dos artistas de outros continentes.

### Seleção da amostra

Strauss e Corbin (1990) distinguiram três tipos de seleção de amostra: aberta; relacional-flutuante; e discriminante. Aqui, utilizamos critérios discriminantes, subordinados à codificação seletiva (Peña, 2006), pois interessa-nos categorizar por nacionalidade para analisar a mobilidade de artistas entre a China e Espanha. As residências que receberam artistas chineses constituem o nosso principal grupo de estudo. Escolhemos critérios lógicos para a amostra.



Cinco residências artísticas preenchem os requisitos enquanto objetos de estudo. Esta amostra é menor do que pensávamos que encontraríamos, mas os resultados mostram que o tamanho limitado da amostra também tem um significado que analisaremos posteriormente no diagnóstico de resultados. Creswell (2009) afirma que o tamanho da amostra não é relevante em estudos qualitativos, pois a adaptação do conteúdo à pesquisa é o fator mais importante. As residências são Can Serrat em El Bruc, a Jivar Creation and Society em Barcelona, a Térmica em Málaga, o Museu Gas Natural Fenosa de Arte Contemporânea em A Coruña e a Plataforma Laboral Cero em Gijón. Quatro delas são urbanas e uma é rural.

### **Artistas chineses identificados e selecionados**

O mapeamento cartográfico, a análise exploratória da documentação digital e o levantamento das residências artísticas levaram à seleção de quinze artistas e nove estadias de residência do total da amostra. Uma dessas estadias envolveu um grupo de sete artistas da mesma instituição anfitriã. A tabela seguinte descreve os artistas selecionados.

Tabela 2 - Perfil das residências dos artistas

Artista	Residência	Cidade	Rede	Data da estadia
Pei- Ying Lin	Plataforma Cero, Laboral	Gijón	Transartis	2015
Chi Po-Hao	Plataforma Cero, Laboral	Gijón	Transartis	2016
Weina ding	Museo de Arte Contemporáneo Gas Natural Fenosa	A Coruña	Redartis	2012
Siying Zhou	Jivar Creation & Society	Barcelona	Redartis / Transartis	2013
Chai-mi	Can Serrat	El Bruc. Barcelona	Redartis / Transartis	2014
Dunet Chan Sheung	Can Serrat	El Bruc Barcelona	Redartis / Transartis	2013
Xiao yang li	Can Serrat	El Bruc Barcelona	Redartis / Transartis	2014

Fonte: Da autora, 2017

### **Metodologia e resultados das entrevistas**

Em primeiro lugar, preparámos entrevistas aprofundadas com o objetivo de investigar qual o papel do artista na cooperação entre países e identificar valores culturais e motivações para viajar. As principais limitações das entrevistas são o tempo, a confiabilidade, a validade e a observação direta. Outros fatores importantes para avaliar as entrevistas são barreiras como o idioma e os canais de comunicação. Todos os entrevistados foram escolhidos de acordo com os mesmos critérios (1 a 3 estadias de curta duração, chineses e estar em Espanha para um programa de residência)

Dividimos as perguntas das entrevistas em três blocos (Dexter 1970):

- A) Variáveis culturais e de motivação
- B) Variáveis de imagem e percepção do país
- C) Transmissão de conhecimento e experiência de aprendizagem





Tabela 3 - Guião da entrevista

FATORES	CÓDIGOS	QUESTÕES
<b>Fator cultural e valores</b>  (Cook, 1962, Schwartz, 2003; Hofstede 2016; Barómetro imagen de España (2015))	[Disciplina] [Residência atual] [Estudos Internacionais] [Finanças] [Valores Culturais] [Interação- cultural- local]	Qual é a sua disciplina artística e especialização? Qual é a sua cidade natal? Onde mora atualmente? Que diferenças ou semelhanças encontra entre a Espanha e China, Taiwan ou Hong Kong? Fez amigos e contatos espanhóis? Onde tem estudado? Como conseguiu financiamento?
<b>Fator de cultura espanhola</b> (Amir, 1969).	[Grau de envolvimento no projeto de residência] [Estadia em família ou sozinho]	Como é que a residência o ajudou? Veio sozinho?
<b>Fator temporal</b> (Bochner, 1982)	[Frequência de contato] [duração da estadia]	Há quanto tempo está na residência?
<b>Fator motivação</b> (Bochner, 1982)	[Motivação para viajar]	Por que escolheu essa residência? É a primeira vez que tem uma estadia em residência? É a primeira vez que está num país estrangeiro?
<b>Perceção do destino cultural</b> (Hunt 1975; Etchner & Ritchie, 1991, 1993; Noya, 2008; Anholt, 2002; Van Ham, 2001 & 2008; Saavedra, 2012)	[Perceção do país/destino] [Experiências] [Sentimentos] [Memórias visuais]	Qual é a primeira imagem que vem à mente quando pensa nesta experiência? Gostou da Espanha e da cidade? Já fez turismo ou viajou para outras cidades? Pesquisou antes de vir para a Espanha? Quais os aspetos que destacaria da sua experiência? Voltaria ou que cidade escolheria para repetir a mesma experiência?
<b>Fatores técnicos e transmissão de conhecimento</b> (Reisinger, 1994; Bochner, 1982)	[Aprendizagem técnica] [Transmissão de conhecimento] [valores] [lazer cultural e virtual]	Aprendeu novas técnicas? Vai usar o que aprendeu? Como foi a experiência em geral? Pertence a uma rede especial de artistas?

Fonte: Da autora, 2017

## Resultados das entrevistas:

### Bloco 1: fatores culturais e motivações

Sete artistas foram entrevistados, dos quais apenas uma, Chai Mi, tinha residência em Pequim (ela veio com o marido e foi patrocinada pela New Century Art Foundation, um colecionador privado na China cuja missão é promover a arte contemporânea chinesa). A maior parte dos artistas estudou no estrangeiro, apenas dois estudaram nos seus próprios países, mas a maioria não conhecia a Espanha (dois tinham passado férias em Madrid, Barcelona, Granada e Jerez).

Estudos de disciplinas e especialização é outra variável importante porque a maioria dos artistas combinou disciplinas distintas, como escultura com cinema, design e biologia e programação.

Caso 2: Artistas. Qual é a sua disciplina artística e especialização?

Código: [Disciplinas]



“Arte com música, um pouco sobre arte, programação, instalação, uso a tecnologia para interagir com o meu trabalho e criar novos projetos”.

Caso 4: Artistas.

Código: [Disciplinas]

“A minha especialização é muito diversa, em artes visuais e normalmente faço projetos que incluem média, texto, fotografia, vídeo, escultura... Exploro diferentes disciplinas”.

Caso 5: Artistas.

Código: [Disciplinas]

“A minha especialização é o design, mas agora as minhas práticas artísticas são as relações com a arte contemporânea, que é o que sinto e reflito nas minhas exposições”.

A grande maioria dos artistas desenvolveu as suas carreiras em países estrangeiros. Apenas dois artistas estudaram no seu país.

Caso 4: Artistas

Código: [Estudos internacionais]

“Eu estudei artes visuais na Austrália e fiz um mestrado, depois parei e tenho estado a trabalhar. Depois disso estive a trabalhar em Darwin durante 5 anos e meio e mudei-me para Melbourne para estudar novamente e aprender. Precisava de ter feedback e comentários. Senti que precisava de algo... e sei que tive tantas interrupções, mas precisava de outra coisa. Já fiz muitas exposições e ninguém me criticou, não tinha opinião formada sobre os meus trabalhos, por isso precisava de melhorar. Uma pessoa faz o trabalho e é isso. Aqui, os estudos são perfeitos. Este é o momento que eu precisava, pois tenho recursos, feedback e tutoriais. Isso é tão bom para mim”.

Caso 6: Artistas

Código: [Estudos internacionais]

“Estudei educação física e fiz um mestrado em Artes com especialização em cinema na Universidade de Hong Kong”

Entre as principais motivações para a escolha da residência, o motivo mais comum foi a recomendação de um amigo.

Sobre a questão sobre requisitos financeiros e financiamento, nem todos conseguiram financiamento para os seus projetos. Todos concordaram que precisavam de apoio financeiro, mas acharam difícil obtê-lo por falta de conhecimento. Alguns têm acordo de intercâmbio com instituições e alguns vinculam as possibilidades profissionais à ajuda financeira. Os acordos entre países são importantes para a imigração e a mobilidade.

Os valores culturais são estudados de forma generalista. Existe um mal-entendido no conceito de valor por parte do artista, por isso conclui-se que o seu estudo foi complexo. Alguns exemplos:

Que diferenças ou semelhanças encontra entre a Espanha, China, Taiwan ou Hong Kong?

Caso 2: Artistas



Código: [valores culturais]

“O tempo é um valor cultural”. A forma como as pessoas trabalham aqui é. Pensam sobre a cooperação com a população local. Aqui as pessoas trabalham menos, têm horário e têm mais tempo livre. Esta não é uma cidade enorme, e é por isso que não há muita pressão sobre o trabalho. Em Taipé estamos sempre ocupados. O tempo como valor é um conceito diferente”.

Caso 3: Artistas

Código: [valores culturais]

“Sim, agora está mais aberto. Tenho viajado muito e vejo as diferenças entre Barcelona, Madrid e A Coruña. A Coruña é mais local, fechada como o interior da China. Porém, melhorou muito, agora está melhor. Mais aberto. Acho que é por causa do desenvolvimento da economia. Lembro-me de quando vim para a Espanha, na China havia programas que ofereciam espanhol como idioma e é difícil aprender, mas agora existem muitos programas que oferecem espanhol. Os relacionamentos estão muito melhores agora. Encontrei muitos estrangeiros no aeroporto de Pequim”.

Caso 5: Artistas

Código: [valores culturais]

“Existem muitas diferenças, é uma grande questão. Talvez existam muitas diferenças culturais, mas não me senti diferente. Em Barcelona senti-me muito relaxado e com liberdade. É a primeira cidade da Europa em que me sinto assim. Estive em Paris e em Viena e sempre me senti estrangeiro, mas aqui não. As pessoas são boas e gentis”.

A questão sobre o papel do anfitrião no processo é relevante. Alguns artistas pensaram que a aceitação por parte do anfitrião significava que já estavam a receber ajuda, pois tinham passado por um filtro - nem todos os anfitriões aceitam toda a gente para residência. Além disso, existem acordos entre residências e instituições, por exemplo, entre o Museu Laboral e o Museu de Arte Contemporânea de Taiwan. As residências dão ao artista um lugar para estudar e fornecem alimentação e alojamento. Motivam o artista com jantares, festivais e, em algumas ocasiões, também ajudam a coordenar projetos e a promover *networking*.

Muitos dos artistas já participaram em festivais, eventos e workshops com artistas espanhóis e todos mencionaram que aprenderam muito com a imersão cultural, beneficiando de outros pontos de vista e de técnicas e tecnologias que podem aplicar em projetos futuros. Este ambiente enriquecedor incentiva a criação.

As seguintes questões estão relacionadas com o Bloco B (destino e perceção do país).

Perguntámos os artistas sobre a sua primeira imagem quando pensam sobre a sua experiência. Alguns demonstraram relutância em pensar. Outros pensam na capacidade de construir e na cidade, moderna e com pouca gente. Outros artistas recordam conversas com amigos num café...

Caso 1: Artistas

Código: [memórias visuais]



“Não prestei muita atenção quando cheguei ao aeroporto. Achei que era enorme, mas depois de dois dias pensei: Isto está vazio... sou muito tímido, sempre morei numa cidade grande onde tenho que falar com pessoas todos os dias, mas aqui estou sozinho e fecho a porta e penso... será que vai vir alguém... não há ninguém, então não vou sair. Isso é bom porque não preciso de me esforçar para ser mais social. Estou concentrado no meu projeto, o meu pensamento está concentrado em várias tarefas e estou sempre a pensar... tenho que fazer isto e...aquilo. E aqui é diferente, porque posso estar realmente muito focado.”

Caso 7: Artistas

Código: [memórias visuais]

“Oh meu Deus, isto fica no meio do nada. Estou em um país estrangeiro no meio do nada!”

Quando perguntamos sobre a perceção do país, alguns revelaram-se surpreendidos porque achavam que a Espanha era mais subdesenvolvida, suja e desorganizada, mas encontraram cidades limpas, arrumadas e modernas com lugares iluminados e culturais. A maioria deles viajou pela Espanha e referiu atributos como Jerez, festival da primavera ou Gaudí. Outros destacam a natureza e a montanha como parte de sua experiência.

Caso 1: Artistas

Código [destinos /perceção do país]

“É uma cidade grande, mas não muito. É moderna, mais moderna do que outras que visitei na Europa, e não tem muita gente a viver aqui em comparação com a minha cidade natal, porque a minha cidade é uma floresta. Passei uma noite em Oviedo”.

Caso 7: Artistas

Código [destinos / perceção do país]

“Sim, adoro a cultura espanhola. Na verdade, pensei que poderia ter uma experiência focada na população local. Na residência estavam pessoas de outras partes do mundo como Suécia, Inglaterra... mas não artistas locais. Havia um de Madrid, mas não o conheci. Talvez eu tenha perdido esse aspeto. A residência organizava jantares e festivais, um dia houve um festival de música e saí com artistas espanhóis”.

Todos os artistas viajaram para a Espanha sem terem feito qualquer pesquisa prévia. Não conheciam nem a residência nem a cidade.

Os aspetos gerais que destacam sobre sua experiência foram os seguintes:

Caso 4: Artistas

Código [Experiências]

“Lembro-me que as melhores experiências foram as conversas. Entrevistei muitas pessoas para o meu projeto e foi um prazer. Foi uma experiência gratificante. Quando voltei para o meu país não pude trabalhar da mesma forma, tinha material suficiente para fazer outro projeto, mas não pude recriar a mesma experiência, porque foi boa. Gostei muito desse projeto. Acho que foi a primeira vez que estive em Barcelona para conhecer a cidade e a cultura local, principalmente no Natal. Fui ao mercado, pude ver



todas as tradições... Fui o único artista do programa e sinto que fiz algo profissional e social”.

#### Caso 5: Artistas

##### Código [Experiências]

“Foi bom; Nunca tinha tido este tipo de experiência. Pude estar perto da montanha e foi ótimo. O povo espanhol é gentil, passei momentos tão engraçados com gente de outros países também, como Paquistão, Austrália, Estados Unidos... e escalámos a montanha e conversámos sobre arte”.

Todos os artistas relembram esta experiência como tendo sido inesquecível e memorável. Alguns relembram as praias, os momentos espirituais, a vida e as pessoas tranquilas, outros veem as urbanidades, a natureza e os jantares como a melhor parte da experiência. Quando perguntamos se iriam repetir a cidade, disseram que gostariam de ir a Barcelona por motivos profissionais, exceto Dunet Chang, que gostaria de ir visitar o Guggenheim, ou Xiao Yang Li, que gostaria de ir para a Alemanha e os Estados Unidos. Quase todos escolheriam Barcelona como líder cultural mundial ou Madrid porque é a capital da Espanha.

O último bloco das entrevistas em profundidade é o Bloco C: Aprendizagem e experiência de conhecimento.

À pergunta se aprenderam novos métodos de aprendizagem, todos mencionaram que poderiam reproduzir o que aprenderam, e que o fariam por meio de oficinas, eventos e exposições. Alguns argumentaram que poderiam reunir dados e adquirir materiais e recursos para criar projetos semelhantes - muitos registaram todos os processos para se lembrarem no futuro.

#### Caso 3: Artistas

##### Código [aprendizagem cultural e técnica]

“Sim, aprendi novas ideias, compartilhamos muitas experiências com outras faculdades e é muito gratificante construir novos projetos. O museu organizou muitas atividades, cursos, workshops e exposições com muitos artistas espanhóis. Foi muito bom”.

#### Caso 7: Artistas

##### Código [aprendizagem cultural e técnica]

“Sim, aprendi diferentes técnicas de outros estrangeiros mas senti curiosidade em utilizar materiais locais para os meus trabalhos. Usei pinturas e madeira das árvores... criamos uma cadeira. Foi uma aula de aprendizagem”.

A avaliação final das experiências vividas durante as residências foi positiva. Todos concordaram que viveram uma experiência maravilhosa e memorável, repletos de conhecimentos de línguas, comunidades e culturas. Gostariam de repetir a experiência que dizem ter sido notável.



## Conclusões

As iniciativas de gestão cultural estão vinculadas ao progresso económico e à abertura. As globalizações da economia expandem os laços amigáveis e removem as fronteiras entre cidades e estados, especialmente na Europa. A mobilidade cultural cria novas ideias, gera redes internacionais e estimula a economia local. No entanto, a globalização e a mobilidade contribuíram para a perda de algumas minorias e identidades culturais, pelo que também encorajaram situações injustas e conflitos sociais (Lin 2019).

Este artigo mostrou e analisou os múltiplos problemas e barreiras (impostos, burocracia, falta de informação, requisitos legais, idiomas, distâncias logísticas e geográficas ou deficiência de fundos) que um artista tem que enfrentar antes de viajar para o exterior, especialmente da China para a Europa e especificamente para a Espanha, no campo cultural e criativo. Em comparação com outros continentes, havia poucos artistas chineses em residências. As despesas com viagens ou a falta de informação foram as principais desvantagens em escolher a Espanha como destino. A mobilidade cultural é uma ferramenta para construir cooperação e relações e para melhorar os tratados económicos e bilaterais. No entanto, o poder e o prestígio de um país não se medem pelo seu peso económico, mas pelos direitos, alternativas de comunicação, tolerância e diversidade. Hoje em dia, a facilidade de comunicação, o desenvolvimento de infraestruturas e a abertura das economias melhoraram as viagens, o turismo e o comércio. Estes, com uma comunicação mais rápida nos órgãos de comunicação social e novas tecnologias, conseguiram relações pacíficas entre os países e abriram as portas à diversidade e a tolerância. Vimos, com a situação de pandemia, a importância da mobilidade, da liberdade e dos serviços sociais. Não podemos agir como se fossemos uma ilha porque estamos ligados a todo o mundo.

As residências artísticas estão ligadas às cidades culturais e criativas. Florida (2002) afirmou que algumas cidades são polos de atração para a classe criativa. Essas cidades são epicentros artísticos e criativos com distritos culturais de atração de talentos. Este autor introduziu a teoria dos três T's (Tolerância, Talento e Tecnologia) para situar as cidades na economia criativa como fonte de troca, inovação e criatividade. Nesse sentido, património cultural significa património cultural humano, a ser reconhecido e consolidado globalmente para as gerações futuras e presentes (UNESCO 2002). A cultura é um instrumento de promoção da democracia, tolerância, respeito e compreensão cultural entre os países. Cria liberdade de expressão, confiança, integração, inovação, direitos à igualdade de género e desenvolvimento económico. No entanto, deve ter-se em consideração que a má gestão cultural nas cidades gera precariedade, desequilíbrio social, lacunas económicas e discriminação. Devemos ponderar que as consequências negativas e positivas da mobilidade e da globalização cultural num lugar não dependem apenas de como são administradas, mas também do seu contexto e historial anteriores, da sua cultura, regulamentos e recursos de que dispõe. Além disso, a mobilidade criativa gera e atrai mais talentos para as cidades e, conseqüentemente, mais eventos e desenvolvimento económico local para os destinos. A mobilidade, neste caso, é utilizada como ferramenta de comunicação e cooperação entre países. Em primeiro lugar, precisam de tratados anteriores de cooperação entre os países e, em segundo lugar, os artistas atuam como embaixadores do país, apreciam as tradições locais e as pessoas





locais, fazem exposições e contribuem para a comunicação na imprensa e nas redes sociais através de eventos, workshops, exposições, projetos e canais de comunicação tradicionais. A União Europeia referiu-se aos residentes e ao intercâmbio cultural como uma parte fundamental dos seus planos de cooperação. No estudo de caso, podemos observar como os residentes em Espanha se dispersaram por diferentes canais e este trabalho elaborou e coordenou um novo banco de dados de residentes com informações que não existiam, como a situação das residências (áreas urbanas ou rurais) e os conglomerados.

Identificámos um número reduzido de artistas chineses, em comparação com a percentagem de artistas de fora da União Europeia. Isto significa que ainda existem muitas barreiras a serem superadas, mas as entrevistas aprofundadas a artistas chineses sugerem que a experiência e o intercâmbio cultural foram únicos e inesquecíveis. Todos aprenderam, desfrutaram e viajaram por Espanha, agindo como embaixadores. As residências de artistas atestam que os intercâmbios culturais são importantes, inclusive no campo das indústrias culturais e criativas, para fortalecer as relações, a cooperação e promover a imagem de um país no exterior.

Por último, mas não menos importante, os artistas ajudam a dialogar e a firmar acordos culturais entre os países. Vivem uma experiência memorável e fortalecem os laços entre as pessoas. Os acordos de cooperação cultural são a cereja no topo do bolo, complementados por tratados económicos e bilaterais.

## Referências

- Al-Muftah, H., Weerakkody, V., Rana, N. P., Sivarajah, U., & Irani, Z. (2018). Factors Influencing e-diplomacy Implementation: Exploring Causal Relationships Using Interpretive Structural Modelling. *Government Information Quarterly*, 35(3), 502–514. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2018.03.002>
- Amir, Y. (1969). Contact hypothesis in ethnic relations. *Psychological Bulletin*. 71, 319-342. <https://doi.org/10.1037/h0027352>
- Anholt, S. (2010). Definitions of Place Branding—Working Towards a Resolution. *Place Branding and Public Diplomacy* (6),1–10. <https://doi.org/10.1057/pb.2010.3>
- Aylett, H. (2010). An International Instrument for International Cultural Policy: The Challenge of UNESCO's Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions 2005. *International Journal of Cultural Studies*(13), 355–373. <https://doi.org/10.1177/1367877910369975>
- Baranowski, S., Covert, L.P., Gordon, B. M., Jobs, R.I., Noack, C., Rosenbaum, A.T., & Scott, C. B. (2019). Discussion: Tourism and Diplomacy. *Journal of Tourism History*, 11(1), 63–90. <https://doi.org/10.1080/1755182X.2019.1584974>
- Barómetro de la Imagen de España. Real Instituto Elcano. (2015). *5ª waves*. Disponível em: <https://bit.ly/3mRtxuv>
- Belanger, L. (1999). Redefining Cultural Diplomacy; Cultural Security and Foreign Policy in Canada, *Political Psychology* 20 (4), 677–699. <https://doi.org/10.1111/0162-895X.00164>



- Bochner, S. (1982). The social psychology of cross-cultural relations. Em Bochner, S. (Ed.), *Cultures in contact: Studies in cross-cultural interactions* (pp. 5-33). Toronto: Pergamon Press.
- Boix, R., e Luciana Lazzaretti. (2012). "Las Industrias Creativas en España: Una Panorámica." *Investigaciones Regionales* [Regional investigations] 22, 181-206. <https://goo.gl/GtWtDi>.
- Bound, K., & Briggs, R. (2007). *Cultural Diplomacy*. Londres: Demos.
- Cook, S. W. (1962). The systematic analysis of socially significant events: A strategy for social research. *Journal of Social Issues*, 18(2), 66-84.
- Cummings, M.C. (2003). *Cultural Diplomacy and the United States Government: A Survey*. Washington, DC: Centre for Arts and Culture. Disponível em: <https://bit.ly/2M90Mv0>
- Ernst & Young (2014). Creating growth: Measuring cultural and creative markets in the EU. France: Ernst & Young. In: Gundolf, K., Jaouen, A., & Gast, J. (2018). Motives for strategic alliances in cultural and creative industries. *Creativity and Innovation Management*, 27(2), 148-160.
- Estay Rodriguez, C. (2009). La conducción político-estratégica y su relación con el poder blando. Aplicación al caso nacional. *Revismar* 2, 109-127. Disponível em: <https://bit.ly/2YOcv8r>
- Echter, C.M and, J. B, Ritchie. (1991). The meaning and measurement of destination image. *Journal of tourism studies* 2(2), 2-12.
- Echter, C.M and, J. B, Ritchie. (1993). The measurement of destination image: An empirical assessment. *Journal of travel research* 31(4), 3-13
- EU SME Centre. (2014). Cultural and Creative Industries in China Report. [18 de outubro de 2019]. Disponível em: <https://bit.ly/2yDWCCt>
- European Agenda for Culture. (2014). Policy Handbook on Artists' Residencies. Disponível em: [http://ec.europa.eu/culture/policy/cultural-creative-industries/documents/artists-residencies\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/culture/policy/cultural-creative-industries/documents/artists-residencies_en.pdf).
- European Commission (2019). EU-China a strategic Outlook. Strasbourg. Disponível em: <https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/communication-eu-china-a-strategic-outlook.pdf>
- Parlamento Europeu e Conselho. (2004). Diretiva 2004/38/EC do Parlamento Europeu e Conselho de 29 de abril de 2004 relativa ao direito de livre circulação e residência dos cidadãos da União e dos membros das suas famílias no território dos Estados-Membros, que altera o Regulamento (CEE) nº 1612/68 e que revoga as Diretivas 64/221/CEE, 68/360/CEE, 72/194/CEE, 73/148/CEE, 75/34/CEE, 75/35/CEE, 90/364/CEE, 90/365/CEE e 93/96/CEE (Texto com relevância AEE).
- Parlamento Europeu. (2009). *The Potential for Cultural Exchanges Between the European Union and Third Countries: The Case of China*. [16 de outubro de 2019]. Disponível em: <https://bit.ly/2Th5PKJ>



- European Union Factsheet. (2012). *EU-China Summit (Beijing, 14 de fevereiro de 2012): EU relations with China*. Brussels: European Council. [16 de outubro de 2019]. Disponível em: <https://bit.ly/2YXkcVI>
- European Commission. (2012). European Union set for new accord with china on cultural cooperation. *European Commission press release*. Reference: IP/12/1276. [5 de outubro de 2019]. Disponível em: <https://bit.ly/2P2sSKF>
- Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class and How it's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. Nova Iorque: Basic Books.
- Gellner, E. (1988). *Naciones y Nacionalismo* [Nations and Nationalism]. Madrid: Alianza.
- Hofstede, G. (2016). *Dimensiones culturales del método Hofstede en función de sus percepciones, comparación de China y España*. [Cultural Dimensions of Hofstede method according with their perceptions, China Spain comparison] Disponível em: <https://bit.ly/365K6w2>
- Hunt, J.D. (1975). Image as a factor in tourism development. *Journal of Travel Research* 13 (3), 1-7. <http://dx.doi.org/10.1177/004728757501300301>
- KEA (2006). *The Economy of Culture in Europe: Study prepared for the European Commission (Directorate-General for Education and Culture)*. [2 de outubro de 2019]. Disponível em: [https://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/studies/cultural-economy\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/studies/cultural-economy_en.pdf)
- Kim, Hwajung. (2011). *Cultural Diplomacy as the Means of Soft Power in an Information Age*. Institute for Cultural Diplomacy. Disponível em: <https://bit.ly/2z51Yr2>.
- Li Shu-Sheng. (2012). Culture industry development and regional economy-Case study of tianjin. *Physics Procedia*, 25, 1352-1356. <https://doi.org/10.1016/j.phpro.2012.03.244>
- J. Lin. (2019). "(Un) Becoming Chinese Creatives: Transnational Mobility of Creative Labour in a 'Global' Beijing". *Mobilities* 14(4), 452-468. <https://doi.org/10.1080/17450101.2019.1571724>.
- Macovei, Monica. (2004). Human Rights Handbooks 2: A Guide to the Implementation of Article 10 of the European Convention on Human Rights. Strasbourg: Council of Europe. Disponível em: <https://bit.ly/366KoTg>
- Manfredi, J.L. (2012). Hacia una teoría comunicativa de la diplomacia pública. [Towards a Communicative Theory of Public Administration]. *Communication and Society* 24(2), 199-225. Disponível em: <https://bit.ly/2GXHnsT>
- Marco, E., y Otero, J. (2010). La transformación de la diplomacia cultural española. *Política Exterior*, 24(134), 155-164. Disponível em: <https://bit.ly/3kWbvHa>
- Mazilu, S. (2018). Creative Industries as an Enhancing Factor for Regional Development in European Union. *Eurint*, 5(1), 289-301. Disponível em: <https://bit.ly/2YT8jjB>
- Mejia Mena, F.P. (2015). *Análisis del poder blando de China*. (Tese de Mestrado, Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador). Disponível em: <https://bit.ly/2Yxdvyy>



- Melissen, J. (2005). The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice. In J. Melissen (Ed.) *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Affairs* (pp. 3–28). Clingendael, Netherlands: Institute of International Relations.
- Montalto, V., Moura, C. J. T., Langedijk, S., & Saisana, M. (2019). Culture Counts: An Empirical Approach to Measure the Cultural and Creative Vitality of European Cities. *Cities*, 89, 167–185. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2019.01.014>
- Morgan, W.J., & Tuijnman, A. (2009). Europe and China: A New Era of Cultural Contact and Cooperation in Education. *European Journal of Education*, 44(1), 1–142. <https://doi.org/10.1111/j.1465-3435.2008.01366>
- National Bureau of Statistics of China. (2008). *National Bureau of Statistics of China*. [02 de setembro de 2019] Disponível em: <https://bit.ly/2KNnfej>
- Netherlands Scientific Council for Government Policy. (1987). *Culture and Diplomacy*. The Hague. [15 September 2019]. Disponível em: <https://bit.ly/2YTEQtL>
- Nye, J.S. (2008). Public Diplomacy and Soft Power. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 94–109. <https://doi.org/10.1177/0002716207311699>
- Noya, J. (2002). La imagen exterior como política de Estado. *Boletín Elcano*, 6, 6.
- OECD. (2018). *Culture and Local Development*. Report. Background document. [22 November 2019]. Disponível em: <https://bit.ly/30IW0Ob>
- Park, S., Chung, D., & Park, H. W. (2019). Analytical Framework for Evaluating Digital Diplomacy Using Network Analysis and Topic Modeling: Comparing South Korea and Japan. *Information Processing & Management*, 56(4), 1468–1483. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2018.10.021>
- Peña, A. Q. (2006). “Metodología de investigación científica cualitativa” [Methodology in Qualitative Science Research]. *Psicología: Tópicos de actualidad*. LIMA: UNMSM, 47-84. Disponível em: <https://bit.ly/32cHtaS>
- Pohan, S., Pohan, H., & Savitri, I. N. (2016). Digital Diplomacy-Maximizing Social Media in Indonesia's Economic and Cultural Diplomacy. In *Proceedings of the 1st International Conference on Social and Political Development (ICOSOP 2016)*. Chicago: Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/icosop-16.2017.52>
- Prieto, J. (2013). *La acción cultural exterior de España a través del Instituto Cervantes*. Observatorio de la imagen de España. Real Instituto Elcano. Estudios/Análisis de acciones e instituciones españolas. Disponível em: <https://bit.ly/3mQLWrp>
- Reisinger, Y. (1994). Tourist-host contact as a part of cultural tourism. *World Leisure and Recreation*, 36: 24-28. <https://doi.org/10.1080/10261133.1994.9673910>
- Saavedra Torres, J. L. (2012). El poder blando de la marca-país: del marketing a la diplomacia pública. *Redmarka: revista académica de marketing aplicado*, 8, 6. Disponível em: <https://bit.ly/3er1dw5>
- Schwartz, S. (1993). Value priorities and behavior: applying a theory of integrated value systems. En Seligman, C., Olson, J. y Zanna, M. (Eds), *The psychology of value. The Ontario symposium* (8, 1-24). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates



- Smits, Y. (2014). China Country Report. Preparatory Action 'Culture in the EU's External Relations'. European Union. Disponível em: <https://bit.ly/2MmhjvM>
- Snow, N. (2009). Rethinking Public Diplomacy. In N. Snow & P. M. Taylor (Eds.), *Routledge Handbook of Public Diplomacy* (pp. 3–11). Nova Iorque: Routledge.
- Tang, B. 2014. "Development and Prospects of Deliberative Democracy in China: The Dimensions of Deliberative Capacity Building". *Journal of Chinese Political Science* 19(2): 115–132. <https://doi.org/10.1007/s11366-014-9285-3>.
- European Parliament 2007. Resolution 2006/2249 (INI). The Social Status of the Artists Report. Disponível em: <https://bit.ly/38arU73>
- The Chinese National Bureau of Statistics. (2008). Chinese National Bureau of statistics. Disponível em: <https://bit.ly/3kZZkZL>
- Netherlands Scientific Council for Government Policy. (1987). *Culture and Diplomacy*. Hague. Disponível em: <https://bit.ly/3eC3S6t>
- UN Commission on Human Rights, Human Rights Resolution (2005). The Right to Freedom of Opinion and Expression, 19 de abril de 2005, E/CN.4/RES/2005/38. Disponível em: <https://bit.ly/3kWW7dn>
- UN Human Rights Council. (2018). Report of the Special Rapporteur in the Field of Cultural Rights. Bennoune, Karima. Annual report of the United Nations High Commissioner for Human Rights and reports of the Office of the High Commissioner and the Secretary General- Disponível em: <https://bit.ly/2I3cPK0>
- UNCTAD. (2013). *Creative Economy Report 2013*. [13 November 2019]. Disponível em: <https://bit.ly/2HgyRFI>
- UNESCO. (2001). *Universal Declaration on Cultural Diversity*. Paris. [15 de novembro de 2019]. Disponível em: <https://bit.ly/32X4jAx>
- UNESCO. (2003). *Convención para la salvaguarda del patrimonio inmaterial*. Sesión nº 32, Paris, 29 Septiembre a 17 Octubre. [01 de novembro de 2019] Disponível em: <https://bit.ly/1kFDhCW>
- UNESCO (2013). *Creative cities network*. Pekín. Disponível em: <https://bit.ly/34WAd4v>
- Van Ham, P. (2001). The rise of the brand state: The postmodern politics of image and reputation. *Foreign affairs*, 2-6. Disponível em: <https://www.foreignaffairs.com/articles/2001-09-01/rise-brand-state>.
- Van Ham, P. (2008). Place branding: The state of the art. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 616 (1), 126-149. <https://doi.org/10.1177/0002716207312274>
- Wang Yanzhong and Wei Anan. (2009). Issues of China's Social Security: Internationalization Development. Disponível em: <https://bit.ly/2JBmOGV>
- WTO. (2013). Understanding the WTO: The Agreements. Services: Rules for Growth and Investment. Disponível em: <https://bit.ly/31D5wNt>



---

Zallo, R. (2003). Nuevas políticas para la diversidad: las culturas territoriales en riesgo por la globalización. [New Policies for Diversity: Territorial Cultures at Risk for Globalization]. *Revista Pensar Iberoamérica*

Zhu Zhenming.(2015). Cultural Industries in China. In *The 1st International Conference on Innovative Communication and Sustainable Development in ASEAN*. Banque, Tailândia, julho de 2015. Disponível em: <https://bit.ly/2MaDK70>