

Diplomacia Pública Brasileira: Análise sobre sua Estrutura, Propósito e Pilares¹

Camila Verbisck Alcântara Bonfim
Universidade de São Paulo
São Paulo – SP

Resumo

A Diplomacia Pública realizada pela Assessoria de Imprensa do Gabinete do Ministério das Relações Exteriores recebe classificações quanto a seus pilares (ROSS, 2003), estrutura (ZAHARNA, 2009) e propósito (LEONARD; STEAD; SMEWING, 2002). A análise sob o ponto de vista dessas categorias demonstra se o Itamaraty tem a preocupação de informar, engajar ou influenciar seus públicos estratégicos, bem quais as estratégias utilizadas para comunicar as informações relevantes para o órgão responsável pela política externa brasileira. Os resultados encontrados apontam, em primeiro lugar, para uma Diplomacia Pública com enfoque na transmissão de informações, além de não ter planejamento de comunicação condizente com sua importância. Também se observa que as análises têm como fonte entrevistas realizadas em 2017, portanto, o contexto político do atual governo pode colaborar para novos achados quanto à Diplomacia Pública brasileira.

Palavras-chave

Diplomacia Pública. Itamaraty. Classificação da Diplomacia Pública.

INTRODUÇÃO

Ao realizar uma interpretação com base em elementos das Relações Públicas em temas de Relações Internacionais, a Diplomacia Pública surge como um campo de estudos interdisciplinar, embora ainda tenha despertado pouca atenção na academia brasileira.

Este trabalho tem como objetivo apresentar uma caracterização Assessoria de Imprensa do Gabinete do Ministério das Relações Exteriores a partir do propósito, estrutura e pilares da Diplomacia Pública realizada por este órgão governamental, utilizando categorias delineadas a partir da leitura de autores estrangeiros sobre Diplomacia Pública. Zaharna (2009) comenta sobre a estrutura da Diplomacia Pública; Kelley (2009), assim como Leonard, Stead e Smewing

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho (GT) Relações públicas, política e sociedade, atividade integrante do XIII Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas.

(2002) falam sobre o propósito. Finalmente, Ross (2003) estabelece os pilares para uma Diplomacia Pública bem sucedida.

A pesquisa que deu base a este artigo foi realizada no último trimestre de 2017, por meio de entrevistas presenciais ou por Skype com três perfis de indivíduos: diplomatas pertencentes à Assessoria de Imprensa do Itamaraty, diplomatas não pertencentes à Assessoria de Imprensa e jornalistas. Também foram utilizados materiais provenientes das mídias sociais do ministério e de seu site para complementar os dados analisados.

Este artigo é parte da dissertação *Assessoria de Imprensa do Gabinete do Itamaraty na Diplomacia Pública Brasileira: Estudo sobre Cultura Organizacional e Excelência em Relações Públicas*, defendida no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. A primeira parte deste texto apresenta a estrutura da Assessoria de Imprensa do Gabinete do Ministério das Relações Exteriores. Em seguida, é descrito o conceito de Diplomacia Pública e as categorias analisadas (propósito, estrutura e pilares). A terceira parte apresenta os resultados encontrados. Por fim, as considerações finais demonstram os impactos aos quais essas categorias analisadas podem ser submetidas no atual governo federal.

1. Assessoria de Imprensa do Gabinete do Ministro das Relações Exteriores: estrutura e atividades

O Ministério das Relações Exteriores do Brasil, também conhecido como Itamaraty, é o órgão responsável pelo relacionamento bilateral, regional e multilateral do país com outras nações. Segundo os dados disponíveis no site, o Itamaraty tem em seu quadro funcional 1.592 diplomatas e 1.700 funcionários de outras carreiras. Esses servidores públicos atuam em Brasília ou nas 139 embaixadas, 52 consulados-gerais, 11 consulados, oito vice-consulados, 12 missões ou delegações e três escritórios. (MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES, [s.d.]

Durante o período desta pesquisa, a Assessoria de Imprensa era diretamente ligada ao Gabinete do Ministro das Relações Exteriores, sendo o órgão responsável pelo planejamento e execução da Diplomacia Pública do país. Seu organograma, em outubro de 2017, era composto por:

Quadro 1. Diplomatas alocados na Assessoria de Imprensa do Gabinete, em outubro de 2017.

Ministro de segunda classe Cláudio Garon Conselheiro Heitor Sette Ferreira Pires Granafei
--

Conselheira Simone Meira Dias, C Felipe Carlos Antunes Primeira-secretária Deborah Carvalho de Souza Primeiro-secretário Eduardo Frighetto Segundo-secretário Bruno Santos de Oliveira Segundo-secretário Marco Kinzo Bernardy Terceiro-secretário Flávio Beicker Barbosa de Oliveira
--

Fonte: a autora

O primeiro departamento responsável pelo relacionamento do Itamaraty com a imprensa foi criado durante a gestão do chanceler Dominício da Gama (1918-1919), quando os diplomatas eram encarregados das tratativas com as agências telegráficas (CASTRO, 2009). Já funções básicas do setor foram delineadas pelo regulamento Azevedo Marques, instituído durante a administração do ministro Afrânio de Mello Franco (1930-1933), enumerando quatro atividades: 1 – manter relações com as Agências e correspondentes de jornais brasileiros e estrangeiros; 2 – providenciar recortes e resenhas diários de jornais brasileiros para o Ministério; 3 – redigir e fornecer aos jornais, agências e correspondentes notas ou informações que devessem ser divulgadas pelo Ministério; 4 – solicitar audiências do Ministro a jornalistas brasileiros e estrangeiros. (CASTRO, 2009)

Analisando-se a história do Itamaraty, percebe-se que a consolidação da Assessoria de Imprensa, com o fortalecimento da Diplomacia Pública, aconteceu a partir da redemocratização, na década de 1980 e início da década de 1990. Villanova (2017), explica que a crise de imagem gerada pelos casos do ‘Massacre da Candelária’, ‘Massacre do Carandiru’ e ‘Chacina de Vigário Geral’ exigiram que o Itamaraty respondesse à imprensa internacional, opinião pública e organizações não-governamentais. O resultado foi a criação de um grupo de trabalho para examinar a política de divulgação do Brasil no exterior, com objetivo de colaborar para que os postos estratégicos estivessem munidos de material de divulgação e subsídios para treinamento de porta-vozes e ações de *advocacy*.

A criação do grupo de trabalho colaborou para a consolidação da área de comunicação do Itamaraty, que foi responsável pela parte de comunicação do Itamaraty e divulgação do Brasil no exterior (VILLANOVA, 2017). Já no início da década de 2000, o cenário estabeleceu-se como descrito abaixo:

A escuta e a *advocacy* – funções precípuas do diplomata – haviam ganhado relevância [...]. Parte das atividades associadas a esses elementos, as de curto prazo, ficaram a cargo do Porta-Voz e da ACS [Assessoria de Comunicação Social], e as atividades de médio e longo prazo, foram transferidas para a recém-criada Divulg. A diplomacia cultural, a cargo da Divisão de Operações e Difusão Cultural (DODC), passou a ter lógica coordenada pela nova atribuição do DC [Departamento Cultural]: difundir uma cultura *latu senso*, que buscasse influenciar públicos estrangeiros sobre um Brasil cheio de matizes. Por fim, a diplomacia de intercâmbio encontrava sua expressão nas atribuições partilhadas entre a Divisão de Programas de Difusão Cultural (DPDC) e a Divulg. (VILLANOVA, 2017, p. 166)

É neste momento descrito por Villanova (2017), que a Assessoria de Imprensa passa a

ser órgão vinculado diretamente ao Gabinete do Ministro. Na gestão Celso Amorim (2003-2010) a Assessoria de Imprensa do Gabinete, além de se responsabilizar pelo relacionamento com a imprensa, também passou a realizar a tarefa de inserção de conteúdo nas redes sociais do ministério.

Em relação às mídias sociais, o Itamaraty tem contas ativas no YouTube, Flickr, Twitter (em português, espanhol e inglês), Facebook, Instagram e SoundCloud. Por este motivo, Yip, Andrade Filho e Souza (2014) afirmam que o ministério se considera uma das instituições diplomáticas mais participantes do mundo em termos de mídias sociais.

No que tange o relacionamento com jornalistas, os comunicados são transmitidos por meio da área 'Notas à Imprensa', no site do Itamaraty. As notas são numeradas em ordem crescente, de acordo com sua data de redação, e divulgadas em português, inglês e espanhol. Os temas abrangem negociações e tratados internacionais assinados pelo Brasil, textos de condolências e pesar sobre tragédias de âmbito mundial, entre outros.

2. Diplomacia pública e sua classificação

Para iniciar a discussão sobre Diplomacia Pública, é importante destacar sua diferença para com o significado da diplomacia tradicional. Enquanto a diplomacia tradicional “é o conduto das relações entre os Estados soberanos por meio de funcionários públicos atuando no país ou no estrangeiro [...]” (BERRIDGE; JAMES, 2001, p. 61), a Diplomacia Pública concentra-se na relação com o público além da burocracia, comunicando diretamente com a população dos países.

O termo Diplomacia Pública foi utilizado no sentido de diplomacia de estratégias abertas e o oposto de diplomacia secreta, bem como de comunicação pública e propaganda antes de chegar à sua acepção atual (CULL, 2009). O conceito atual foi estabelecido em meado da década de 1960, quando a USIA [United States Information Agency] sentiu a necessidade de deixar de usar o termo propaganda, em razão de sua carga pejorativa. A acepção escolhida foi a proposta por Edmund Gullion, diretor da Fletcher School of Law and Diplomacy na Tufts University:

A Diplomacia Pública lida com a influência das atitudes públicas na formação de políticas estrangeiras. Ela inclui dimensões das Relações Internacionais além da diplomacia tradicional; o cultivo pelo governo da opinião pública em outros países; a interação entre grupos privados e de interesse de um país com outro; o ato comunicar os assuntos estrangeiros e sua repercussão na política; a comunicação entre aqueles cujo trabalho é comunicação, como diplomatas e

correspondentes estrangeiros; e o processo de comunicação intercultural. (GULLION, 1965 apud CULL, 2009a, p. 19)

Outras conceituações, como a de Leonard, Stead e Smewing (2002) destacam a aproximação com as Relações Públicas, ao notar que a Diplomacia Pública trabalha com a imagem e a reputação de um país como bens públicos, tratando de construir relações. A Diplomacia Pública teria como objetivo “entender as necessidades de outros países, culturas e povos; comunicar seus pontos de vista; corrigir percepções erradas [...]”. (LEONARD; STEAD; SMEWING, 2002, p. 9)

Dada a aproximação da Diplomacia Pública com as Relações Públicas, assim como o estudo do tema na Academia, passaram a ser desenvolvidas formulações teóricas e classificações. Neste artigo, são relevantes as teorizações de Zaharna (2009), sobre a estrutura da Diplomacia Pública; de Leonard, Stead e Smewing (2002) e Kelley (2009), sobre seu propósito; e Ross (2003), sobre seus pilares.

Zaharna (2009) propõe a classificação da Diplomacia Pública nos enquadramentos informacional e relacional. Nos países em que a Diplomacia Pública é considerada informacional, o foco está na emissão de informações para o público estrangeiro, com a intenção de alcançar objetivos políticos. Por outro lado, o enquadramento relacional concentra-

se no relacionamento entre emissor e receptor, almejando harmonia e coesão social e preocupando-se com o receptor da mensagem e a troca recíproca de informações.

A estrutura informacional teria cinco características dominantes, segundo Zaharna (2009):

1. selecionar, estruturar e apresentar a mensagem para que se obtenha o efeito desejado;
2. controlar o objetivo, a mensagem, o período de tempo, os canais e o público-alvo, visando reforçar a efetividade da comunicação;
3. verificar se o autor e o receptor têm o mínimo de relacionamento possível, enquanto o público exerce um papel passivo;
4. listar as estratégias utilizadas: propaganda, nation branding, relações com a imprensa, campanhas informativas e broadcasts internacionais;
5. estabelecer a estrutura informacional por meio de metas como advocacy e aprimoramento da imagem.

Já para a estrutura relacional, Zaharna (2009) lista como pontos de destaque:

1. construir relacionamentos por meio de visitas e intercâmbios com as populações estrangeiras;
2. incentivar relacionamentos com as populações estrangeiras, com o envolvimento de grupos em institutos culturais e de idiomas, projetos de ajuda ao desenvolvimento, arranjos como cidades-irmãs, campanhas de construção de relacionamento e redes de projetos não- políticos, como o de promoção de pesquisa e inovação;
3. formar coalizões com atores estatais e não estatais.

Assim, a Diplomacia Pública relacional dá destaque para a reciprocidade e a mutualidade na comunicação, com o objetivo de ter um relacionamento efetivo com a opinião pública internacional. Construindo o relacionamento entre emissor e receptor, o público é considerado participante da comunicação. (ZAHARNA, 2009)

Por sua vez, os propósitos da Diplomacia Pública são tratados por Leonard, Stead e Smewing (2002) e Kelley (2009), sendo que eles seriam informar, influenciar e engajar. Os propósitos são desenvolvidos a partir de dimensões, que agem em uma escala de espaço e tempo progressivas (LEONARD, STEAD, SMEWING, 2002). Na primeira dimensão estão as reações a notícias que criticam as estratégias de política externa de um país; na segunda dimensão, está

o trabalho proativo de construção de agência noticiosa para reforçar mensagens-chave; na terceira dimensão, o foco é a construção de relacionamentos de longo prazo.

Kelley (2009) extrapola as ideias colocadas por Leonard, Stead e Smewing (2002), renomeando-a de matriz de substratos da Diplomacia Pública, como exemplificado no Quadro 2.

Quadro 2. Matriz de substratos da Diplomacia Pública

	Modelo de <i>advocacy</i>		Modelo de aconselhamento
	Informação	Influência	Engajamento
Estilo de comunicação	Transparente	Propagandístico	Transparente
Período de tempo	Longo prazo/curto prazo	Longo prazo/curto prazo	Longo prazo
Atitude e orientação	Reativo/proativo	Proativo	Reativo/proativo

Fonte: Kelley (2009, p. 80).

Como observado no Quadro 2, os propósitos são resumidos em informar, influenciar e engajar a opinião pública estrangeira. As ações de informar e influenciar partem da comunicação e dos modelos de *advocacy*, enquanto o engajamento requiere aconselhamento.

Os pilares da Diplomacia Pública seriam a formulação teórica de Ross (2003), visando estabelecer princípios e práticas para informar, influenciar e engajar a opinião pública internacional. Ross (2003) estipula sete pilares, descritos a seguir:

1. defender políticas internacionais de interesse para o país, de modo que a diplomacia pública obedeça ao planejamento de qualquer ação de política externa;
2. esclarecer as razões e fundamentos das ações políticas de um Estado à opinião pública estrangeira, garantindo destaque para valores culturais do país que aplica a Diplomacia Pública;
3. ser consistente, confiável e crível para alcançar múltiplos públicos; [L] [SEP]
4. ter a habilidade de transmitir as mesmas mensagens-chave para diferentes públicos, [L] [SEP] em distintos canais; [L] [SEP]
5. impulsionar as mensagens transmitidas em todos os canais de responsabilidade do [L] [SEP] governo: televisão, rádio, Internet, edições impressas e discursos; [L] [SEP]
6. reconhecer a força das parcerias e alianças como fontes de autenticidade das [L] [SEP] mensagens transmitidas; [L] [SEP]
7. incentivar a construção de formas de entendimento mútuo, por meio de um [L] [SEP] compromisso verdadeiro com o diálogo. [L] [SEP]

Após explicar os parâmetros teóricos utilizados como base para a pesquisa que deu origem a este artigo, cabe explicar os procedimentos metodológicos utilizados para coleta de

dados. Em seguida, apresentam-se os resultados obtidos por meio de análises.

3. Procedimentos metodológicos

A metodologia utilizada na pesquisa que deu origem a este artigo foi de caráter exploratório e explicativa, sendo que os dados para análise de conteúdo foram recolhidos por meio em entrevistas em profundidade. Também foram utilizados materiais com o site do Itamaraty, suas mídias sociais e dados dos diplomatas que eram atuaram na Assessoria de Imprensa do Gabinete.

Foram entrevistados 11 indivíduos, com os seguintes perfis: a) diplomatas ligados à Assessoria de Imprensa do Gabinete; b) diplomatas não ligados à Assessoria de Imprensa do Gabinete; e c) profissionais de imprensa. A quantidade de entrevistados de cada perfil está no Quadro 3.

Quadro 3. Perfis dos entrevistados

Perfil	Quantidade
Diplomatas atuantes na Assessoria de Imprensa do Gabinete	4
Diplomatas não atuantes na Assessoria de Imprensa do Gabinete	5
Profissionais de imprensa	2
Total	11

Fonte: a autora

O contato com os diplomatas foi realizado por meio de apresentação da pesquisa. Entre os diplomatas ligados à Assessoria de Imprensa do Gabinete, estavam os que trabalhavam no departamento à época da entrevista, cujo contato e indicação foi intermediada pelo chefe do setor, e diplomatas que já foram lotados na área, mas haviam sido transferidos, a escolha foi feita por meio de amostra pela técnica bola de neve (VINUTO, 2014). Já os profissionais de imprensa foram selecionados por seus veículos de atuação, tempo de experiência na cobertura de política externa brasileira e relacionamento junto à Assessoria de Imprensa do Gabinete.

Após escolhida a amostra, foram elaborados os roteiros de perguntas semiestruturadas para as entrevistas. Foi redigido um questionário para cada perfil de entrevistado: diplomatas atuantes na Assessoria de Imprensa do Gabinete (um roteiro de entrevista para o chefe e outro para diplomatas subordinados), diplomata não-atuante na Assessoria de Imprensa do Gabinete e profissional de imprensa.

Ademais da análise de conteúdo das entrevistas, a pesquisa contou com a interpretação de dados retirados das mídias sociais oficiais do Itamaraty (Facebook, Instagram, SoundCloud,

Flickr, YouTube e contas do Twitter em português, espanhol e inglês). Do site oficial do Ministério das Relações Exteriores, foi dada atenção especial para a aba ‘Área de Imprensa’, que traz informações relevantes para jornalistas, por exemplo, agenda do ministro, notas à imprensa, avisos às redações, discursos, artigos e entrevistas.

As análises das entrevistas e das mídias sociais oficiais do Itamaraty foram realizadas com a seleção de categorias derivadas da leitura dos textos de Zaharna (2009), Kelley (2009), Leonard, Stead e Smewing (2002) e Ross (2003). O Quadro 4 elenca quais as categorias utilizadas.

Quadro 4. Categorias de análise

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Estrutura <ul style="list-style-type: none"> ○ Informacional ○ Relacional • Propósito <ul style="list-style-type: none"> ○ Informar ○ Influenciar ○ Engajar • Pilares <ul style="list-style-type: none"> ○ defender políticas internacionais de interesse para o país, obedecendo ao planejamento da política externa; ○ explicar razões e fundamentos da política externa à opinião pública estrangeira, garantindo destaque para valores culturais do país que aplica a Diplomacia Pública; ○ ser consistente, confiável e crível; ○ ter a habilidade de transmitir as mesmas mensagens-chave para diferentes públicos; ○ alavancar as mensagens por meio de todos os canais oficiais; ○ reconhecer a força das parcerias e alianças; ○ incentivar a construção de formas de entendimento mútuo, por meio de comprometimento com o diálogo • Taxonomia <ul style="list-style-type: none"> ○ Pesquisa de opinião ○ <i>Advocacy</i> ○ Diplomacia Cultural ○ Diplomacia de Intercâmbio ○ Radiodifusão |
|--|

Fonte: a autora.

4. Análise: estrutura, propósito e pilares da Assessoria de Imprensa do Gabinete do Itamaraty

A análise das 11 entrevistas com diferentes perfis – diplomatas atuantes na Assessoria de Imprensa do Gabinete, diplomatas não atuantes na Assessoria de Imprensa do Gabinete e profissionais de imprensa – identificará o papel da Diplomacia Pública, analisando os conceitos de estrutura, propósito e pilares. A estrutura da Diplomacia Pública, como conceituada por Zaharna (2009), apresenta dois enquadramentos: o informacional, no qual o país transmite informações com objetivo de alcançar metas políticas e o relacional, em que há uma conexão entre o emissor e o receptor da mensagem, com interesse de alcançar harmonia e em segundo a coesão social. Já o propósito, segundo Kelley (2009) e Leonard, Stead e Smewing (2002) seria caracterizado pela intenção de informar, influenciar ou engajar.

Ao se verificar dados extraídos das entrevistas com diplomatas ligados à Assessoria de Imprensa ou externos ao órgão, bem como da leitura atenta do site do Itamaraty, percebe-se que a Diplomacia Pública brasileira está centrada em informar seus públicos, tanto em sua estrutura, quanto em seu propósito. O foco em propagar informações pode ser verificado pela forma que o ministério se comunica com o público brasileiro e estrangeiro. Por exemplo, a dedicada à Diplomacia Pública no site do Itamaraty contém duas ferramentas para transmitir informações oficiais, as mídias sociais e as notas à imprensa, uma de impacto em todos os públicos, e outra, principalmente, na imprensa brasileira e estrangeira.

Os diplomatas entrevistados também citam a intenção de transmitir informações, sem preocupação com o retorno do público. Diplomatas que atuaram na Assessoria de Imprensa do Gabinete são críticos quanto às atividades do departamento, por seu objetivo ser apenas a comunicação de informações, sem a intenção de engajar. Um dos diplomatas externos à Assessoria de Imprensa do Gabinete entrevistados acredita que o Itamaraty se comunica com a sociedade da forma mais simples e direta possível, e apenas porque em sociedades democráticas há pressão para que os entes governamentais sejam transparentes, não existindo a opção de desenvolver diplomacia secreta.

Outro diplomata de fora da Assessoria de Imprensa do Gabinete critica o trabalho do setor por acreditar que mesmo a ligação com os jornalistas é realizada com precariedade. Segundo o entrevistado, a razão não seria a falta de preparo dos diplomatas, mas a forma como as atividades são organizadas.

A falta de estratégia da Assessoria de Imprensa do Gabinete também é notada por outro diplomata não atuante no departamento. De acordo com esse funcionário, as atividades de contato com a imprensa ocupam muito tempo. Em sua opinião, nas missões e embaixadas, o diplomata encarregado da Diplomacia Pública pode se dedicar à prospecção, proposição e execução de estratégias de forma eficiente, já que a atribuição é dividida com o embaixador.

Diplomata que atua na Assessoria de Imprensa do Gabinete comenta um exemplo que ilustra como a Diplomacia Pública Brasileira é informacional em seu propósito e estrutura. “O processo de você jogar uma mensagem para fora é muito cuidadoso. Entre você jogar uma mensagem para fora que saia torta e não jogar, a gente prefere não jogar a mensagem”, explica. Nota-se, portanto, que há preocupação sobre como a informação será interpretada pela opinião pública, dado que ruídos na comunicação podem prejudicar objetivos políticos.

Quanto aos sete pilares listados por Ross (2003), as entrevistas e análises de mídias sociais apontam que alguns se destacam na Diplomacia Pública realizada pelo Ministério das Relações Exteriores brasileiro.

O primeiro pilar – defender políticas internacionais – se aproxima com a ideia defendida por acadêmicos e diplomatas que acreditam que política externa é política de Estado e não de governo (FIGUEIRA, 2010), frase repetida pelo diplomata em cargo de chefia na Assessoria de Imprensa do Gabinete em sua entrevista. O chefe do departamento explicou que o Itamaraty pode priorizar alguns temas em detrimento de outros na sua Diplomacia Pública, a depender de quem ocupa a Presidência da República. O chefe da Assessoria de Imprensa do Gabinete, entretanto, comenta que as ideias propagadas pela Diplomacia Pública nunca divergem da tradição da política externa brasileira, independente do partido que está no governo.

Todavia, diplomatas externos à Assessoria de Imprensa do Gabinete acreditam que a defesa de políticas de modo transparente não acontece de modo consistente, mas somente quando há pressão da Presidência da República. Outra diplomata não-atuante na Assessoria de Imprensa do Gabinete afirma que não há defesa de políticas porque elas não são claras para os próprios diplomatas.

Por meio das análises das entrevistas dos diplomatas verifica-se que o segundo pilar – explicar razões e fundamentos da política externa – também não é executado pela Assessoria de Imprensa do Gabinete. Diplomata externo à Assessoria de Imprensa relembra a preferência do Itamaraty pela diplomacia secreta, aquela em que não há participação da sociedade. O mesmo entrevistado comenta que, em sua opinião, ainda existem duas outras razões para a falta de explicação sobre os fundamentos da política externa na Diplomacia Pública: inconstância política e falta de uma Diplomacia Pública instituída.

Apenas uma diplomata não atuante na Assessoria de Imprensa do Gabinete discorda a presença do terceiro pilar – ser consistente, confiável e crível. A entrevistada analisa que o Itamaraty não consegue dar diretrizes sobre sua Diplomacia Pública para todos os postos e missões, não havendo estratégia de comunicação. Ela explica: “a forma que a diplomacia pública é feita no Brasil é acéfala. É quase um efeito colateral do que você faz. Ela não tem uma identidade própria, um cérebro”.

Os outros diplomatas entrevistados defendem a consistência, confiabilidade e credibilidade da Diplomacia Pública brasileira. Um diplomata em cargo de chefia na Assessoria de Imprensa do Gabinete explicou que sua função é divulgar informações de interesse do país de forma mais correta possível. Por sua vez, um diplomata de atuação externa à Assessoria de Imprensa do Gabinete lembrou que o Brasil é consistente em defender temas tradicionais de sua política externa, como o desarmamento e a proibição de armas nucleares.

Os jornalistas entrevistados também destacam a confiabilidade, credibilidade e consistência das mensagens difundidas pela Assessoria de Imprensa do Gabinete. Um membro da imprensa entrevistado afirmou que não percebe diferença entre as informações dos press releases e as conversas com fontes que são contatadas *off the records*.

O quarto pilar - ter a habilidade de transmitir as mesmas mensagens-chave para diferentes públicos – o diplomata que chefiava a Assessoria de Imprensa do Gabinete explicou que “há um núcleo duro de mensagens sobre política externa que não podemos segmentar”, ou seja, as mesmas informações são transmitidas para todos os públicos-alvo.

Outros entrevistados dizem que o Itamaraty não sabe quem são seus públicos-alvo. Diplomata externo à Assessoria de Imprensa do Gabinete explica que o Itamaraty tem dificuldades em entender que seu papel é atuar junto à opinião pública internacional, sendo a opinião pública nacional responsabilidade de Presidência da República. Um membro da imprensa entrevistado criticou a Assessoria de Imprensa do Gabinete por não ter foco em suas comunicações.

A análise do site do Itamaraty e das mídias sociais oficiais (Facebook, Twitter, Instagram, SoundCloud e YouTube) corrobora para reconhecer que a Diplomacia Pública brasileira segue o quinto pilar - impulsionar as mensagens transmitidas em todos os canais de responsabilidade do ^{[[[}SEF] governo. Todos os canais de informação do Itamaraty têm atualização periódica e há diferenças na linguagem utilizada em cada um deles.

O sexto pilar - utilizar alianças e parcerias – é comum da Diplomacia Pública realizada pelo Itamaraty, segundo os diplomatas entrevistados. Diplomata que atua na Assessoria de Imprensa do Gabinete comenta sobre os acordos do Mercosul, que foram apoiados pelos setores

econômicos brasileiros em razão de campanhas realizadas pelo Itamaraty. Outro diplomata atuante na Assessoria de Imprensa do Gabinete descreveu o destaque dado pelo Itamaraty à parceria com a International Campaign to Abolish Nuclear Weapons (ICAN), ganhadora do Prêmio Nobel da Paz em 2017, para destacar para a imprensa nacional e internacional sobre a atuação do Brasil no Tratado para a Proibição de Armas Nucleares.

Para os entrevistados, o sétimo pilar – incentivar a construção de formas de entendimento mútuo por meio de diálogo – ainda necessita ser melhor desenvolvido. Os diplomatas atuantes na Assessoria de Imprensa do Gabinete reconhecem que há duas maneiras de aprimorar o entendimento mútuo: perceber quais conteúdos agradam os usuários das mídias sociais do Itamaraty e fortalecer o contato com a imprensa estrangeira. O diplomata encarregado da Assessoria de Imprensa do Gabinete afirmou, por outro lado, que outros públicos precisam ganhar prioridade na agenda do ministério, como os brasileiros mais jovens e a população desfavorecida.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Diplomacia Pública com propósito e estrutura informacional desenvolvida pela Assessoria de Imprensa do Gabinete do Ministério das Relações Exteriores era uma marca no período das entrevistas realizadas pela pesquisadora. Pode-se dizer, inclusive, que a bibliografia consultada para a dissertação aponta que desde a redemocratização do Brasil, nos anos 1980, a preocupação dos responsáveis pela comunicação do Itamaraty com a opinião pública, seja ela nacional ou internacional, era divulgar informações que refletissem as estratégias de política externa do país.

Durante esses mais de 30 anos, a comunicação do Itamaraty para cidadãos brasileiros, população estrangeira e imprensa foi alinhada às prioridades e estratégias governamentais e também daquelas traçadas pelos diplomatas encarregados das diferentes divisões da chancelaria. Mesmo que preocupada apenas em transmitir informações, havia a garantia que as mensagens divulgadas eram claras, coerentes e diziam respeito às diretrizes do país quanto a sua política externa.

Com as prioridades de relações exteriores e o estilo de comunicação do atual governo brasileiro, a tendência é que a Diplomacia Pública perca ainda mais sua importância no que tange ao engajamento da opinião pública internacional. É visível, por exemplo, que as opiniões pessoais do chanceler Ernesto Araújo e do presidente Jair Bolsonaro se imponham à agenda de

política externa, causando danos ao relacionamento com outros Estados e regiões, bem como prejudicando a reputação brasileira junto a vários países e organizações internacionais.

No que diz respeito aos pilares da Diplomacia Pública, a tendência é que também sejam impactados pelas ideias do governo empossado em janeiro de 2018. A defesa de políticas internacionais, que já demonstrava prioridades dos governos ao invés daquelas do Estado, parecem que serão ainda mais marcadas por posições pessoais do presidente da República e do chanceler, o que também será maléfico para a credibilidade, confiabilidade e consistência da Diplomacia Pública.

Há possibilidade de que os futuros estudos sobre a Diplomacia Pública brasileira apresentem resultados diferentes destes descritos neste artigo. As divergências podem aparecer não só no que está relacionado à estrutura, propósito e pilares da Diplomacia Pública, mas também ao seu conteúdo e às implicações de seu desenvolvimento junto à opinião pública nacional e internacional.

Referências

BERRIDGE, G. R.; JAMES, A. **Dictionary of Diplomacy**. Londres: Palgrave MacMillan, 2001.

CASTRO, F. M. O. **1808-2008: Dois séculos de história da organização do Itamaraty – Volume 1: 1808-1979**. Brasília: Fundação Alexandre de Gusmão, 2009. Disponível em: <http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/al000024.pdf>. Acesso em: jul. 2018.

CASTRO, F. M. O.; CASTRO, F. M. O. 1808-2008: **Dois séculos de história da organização do Itamaraty – Volume 2: 1979-2008**. Brasília: Fundação Alexandre de Gusmão, 2009. Disponível em: http://funag.gov.br/loja/download/561-1808-2008_-_Itamaraty_Dois_Seculos_de_Historia_Vol._2.pdf. Acesso em: jul. 2018.

CULL, N. J. **Public diplomacy: lessons from the past**. Los Angeles: Figueroa Press, 2012. Disponível em: <http://www.kamudiplomasisi.org/pdf/kitaplar/PDPerspectivesLessons.pdf>. Acesso em: jul. 2018.

_____. *Public Diplomacy before Gullion: the Evolution of a Phrase*. in: SNOW, N.; TAYLOR, P. M. (eds). **Routledge Handbook of Public Diplomacy**. Nova York: Routledge, 2009, p. 19-23.

_____. *Diplomacia pública: consideraciones teóricas*. **Revista Mexicana de Política Exterior**, México, n. 85, 2009, p.55-92. Disponível em: <https://revistadigital.sre.gob.mx/images/stories/numeros/n85/cull.pdf>. Acesso em: jul. 2018.

FIGUEIRA, A. C. R. Política Externa: Política de Estado ou Política de Governo?. **Mundorama - Revista de Divulgação Científica em Relações Internacionais**. Disponível em: <https://www.mundorama.net/?article=politica-externa-politica-de-estado-ou-politica-de-governo-por-ariane-cristine-roder-figueira>. Acesso em: jul. 2018.

KELLEY, J. R. *Between “Take-offs” and “Crash Landings”*: Situational Aspects of Public Diplomacy. In: SNOW, N.; TAYLOR, P. M. (eds). **Routledge Handbook of Public Diplomacy**. Nova York: Routledge, 2009, p. 72-85.

LEONARD, M.; STEAD, C.; SMEWING, C. **Public Diplomacy**. Londres: The Foreign Policy Centre, 2002.

MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES. *Perguntas Frequentes*. Brasília, [s.d.]. Disponível em: <http://www.itamaraty.gov.br/pt-BR/perguntas-frequentes#I.3>. Acesso em: jul. 2018.

ROSS, C. *Pillars of Public Diplomacy: Grappling with International Public Opinion*. **Harvard International Review**. Summer 2003, p. 22-27. Disponível em: <http://hir.harvard.edu/article/?a=1117>. Acesso em: jul. 2018.

VINUTO, J. *A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: um debate em aberto*. **Temáticas**. Campinas, 22 (44): 203-220, ago/dez. 2014.