

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

BRANEA, DORIAN

**Patria pentru ceilalți : diplomație, management,**

**promovare** / Dorian Branea. - Timișoara : Editura

Universității de Vest, 2023

Conține bibliografie

ISBN 978-973-125-995-6

32

008

Editor: Marilena Tudor

Redactor: Alina Radu

Design copertă: Alexandra Vacar

Tehnoredactare: Liliana Olaru

© 2023 Editura Universității de Vest din Timișoara, pentru prezenta ediție

**Editura Universității de Vest din Timișoara**

Calea Bogdăneștilor nr. 32A

300389, Timișoara

E-mail: editura@e-uvt.ro

Tel.: +40 - 256 592 681

# PATRIA PENTRU CEILALȚI

## DIPLOMAȚIE, MANAGEMENT, PROMOVARE

DORIAN BRANEA

The logo for Editura Universității de Vest din Timișoara, consisting of the lowercase letters 'euv' in a bold, sans-serif font.

Editura Universității de Vest din Timișoara

2023

---

# CUPRINS

---

## I. RĂNILE / 9

Recursul exasperărilor / 11

Percepții și posibilități / 14

Șarja diploculturală / 24

*Înțelepciunea tranșelor 1: Institutul Cultural Român și condițiile performanței în acțiunea culturală externă / 27*

## II. DOCTRINELE / 35

Cultura ca resursă strategică / 37

Competiție și cooperare în relațiile culturale internaționale / 41

Diplomație și diplomație culturală / 47

Promovarea culturală ca spectacol al identității / 53

Vectorii promovării naționale / 57

Vehiculul predilect al diplomației culturale / 59

*Înțelepciunea tranșelor 2: Terapia (re)construcțiilor instituționale / 62*

Ierarhiile acțiunii culturale externe / 69

*Înțelepciunea tranșelor 3: Un avantaj cu adevărat EUNIC / 77*

Publicul relațiilor culturale internaționale / 85

*Înțelepciunea tranșelor 4: Campania „Cuvintele uitate ale admirației” / 97*

## III. OAMENII / 101

Diplomați și diplomați culturali / 103

*Înțelepciunea tranșelor 5: De ce să nu te faci diplomat (chiar și cultural) / 109*

Diplomatul cultural ca manager și lider / 110

*Înțelepciunea tranșelor 6: Cântul (diplomatic al) lui Roland / 119*

#### IV. TEHNICILE / 125

Propaganda inevitabilă / 127

*Înțelepciunea tranșelor 7: Mizerabilismul ca export  
național / 137*

Ecuția strategică a succesului / 140

*Înțelepciunea tranșelor 8: Condiția partenerială a relațiilor culturale  
externe: „Luna Oedip la Londra”, „Revoluție în realism. Noul  
Cinema Românesc” și Campania documentarului Colectiv la  
Premiile Oscar / 147*

Managementul proiectelor diploculturale / 161

*Înțelepciunea tranșelor 9: Eminescu în posteritatea diploculturală /  
163*

Ciclul de viață al proiectelor de diplomație culturală / 167

*Înțelepciunea tranșelor 10: Alergătorii pe muchie ai diplomației  
culturale / 191*

Negocieri și negociatori / 198

Proiectele de promovare ca management al riscurilor / 205

*Înțelepciunea tranșelor 11: Un weekend riscant / 208*

Repertoriul acțiunii diploculturale / 213

#### V. PATRIOTISMUL DIPLOCULTURAL / 221

Patriotismul diplocultural: în loc de concluzii / 223

MULȚUMIRI / 231

BIBLIOGRAFIE SELECTIVĂ / 235

Colegilor mei,  
prezenți, trecuți și viitori

LBRIS

We know  
books

---

I. RĂNILE

---

## RECURSUL EXASPERĂRILOR

---

Prin capriciul destinului și, poate, grație unor calități oportune, am ajuns să dețin cel mai lung directorat al diplomației culturale românești. De șaptesprezece ani, mai întâi trimis, la Varșovia, pentru a conduce un institut cultural care nu exista și pe care am avut șansa de a-l construi de la zero, trecând prin opt ani frenetici la Londra, iar apoi în centrul lumii (culturale), la New York, am avut privilegiul să mă exprim, curatorial și managerial, în câteva dintre cele mai competitive și efervescente capitale ale relațiilor culturale internaționale.

Am învățat enorm, în permanență, din toate cele peste 2.000 de proiecte și evenimente de diplomatie culturală pe care le-am realizat în Polonia, Marea Britanie, Irlanda, Islanda, Statele Unite și Canada, și am împărtășit întotdeauna cu toți cei din jurul meu această experiență care n-a încetat să crească odată cu fiecare nouă inițiativă. Sunt încredințat că de lecțiile fertile, extrase deopotrivă din succes și din ratare, ce constituie această expertiză ar putea profita nu numai cei din imediata mea apropiere – așa cum sper să o fi făcut în acești ani –, ci toți cei care se gândesc să se lanseze în managementul proiectelor de promovare a culturii române în străinătate sau, poate, chiar și cei care o fac deja, dar simt că le-ar prinde bine o inițiere suplimentară. Paginile care urmează sunt scrise cu gândul la toți cei care visează la o carieră în diplomația culturală, dar și la colegi mai vechi sau mai noi care vor să devină pur și simplu mai buni.

Această carte aparține unui practician. Sunt aici lucruri pe care, de-a lungul acestei perioade intense, le-am gândit, trăit, verificat în prima linie a acțiunii culturale internaționale.

Referința ei principală rămâne experiența proprie, distilată dintr-un lung exercițiu al diplomației culturale, de-o parte și de alta a Atlanticului. De aceea, observațiile de factură oarecum mai generală se întemeiază pe maximele biografiei mele profesionale și sunt dublate de mai multe studii de caz, extrase din portofoliul proiectelor concepute și realizate împreună cu echipele pe care le-am coordonat, precum și din situațiile de care m-am izbit eu însumi, la modul cel mai direct și, uneori, dureros. Mă simt dator să avertizez că nu m-am ferit să susțin și opinii mai puțin convenționale, poate chiar iconoclaste pe alocuri, dacă acestea au reieșit, limpede și fără fard, din experiența nemijlocită. Am sperat că astfel voi fi mai de folos celor care vor să știe cum stau de fapt lucrurile și nu doar cum ar trebui să fie.

Această experiență proprie care s-a adâncit neîncetat, transformându-se cu timpul într-un soi de „înțelepciune a tranșelor” diplomației culturale, este completată, cum e și firesc, de o bibliografie de promovare și management pe care o consider esențială pentru înțelegerea naturii și tehnicilor acestei profesii. Sunt perspective pe care trebuie să le cunoască oricine se încumetă să deruleze proiecte culturale în străinătate, pentru a-și înțelege cât mai limpede afilierea profesională și abordările care fac acțiunea culturală externă un demers adecvat și eficace. M-am oprit însă doar la cele care sunt, după mine, realmente indispensabile, cărora le-am dedicat comentarii succinte.

În ceea ce mă privește, sunt convins că managementul cultural, cu toată coloratura sa cultural-artistică și din când în când histrionică, se înscrie în acțiunea managerială în sensul cel mai cuprinzător al noțiunii, iar proiectul cultural reprezintă o constelație de gesturi ce se regăsesc în orice proiect, de orice factură. Managementul proiectelor culturale este o ipostază a managementului de proiect. De aceea, m-am lăsat orientat de referințe despre care cred că sunt edificatoare pentru reflecția managerială pur și simplu și pentru managementul general de proiect, și nu doar de lucrări dedicate aplicațiilor culturale ale acestora.

Dar trebuie să mărturisesc că această carte, deopotrivă normativă și memorială, survine și pe solul unei duble exasperări.

Mult prea adesea, am fost descumpănit să constat precaritatea resursei umane implicate în diplomația culturală oficială, care se vădea lipsită de competențele elementare ale acțiunii culturale internaționale. Am fost frapat de neînțelegerile cu privire la identitatea, ethosul și aspectele de detaliu ale profesiei de diplomat cultural, căreia i s-a refuzat statutul autonom, specific între specializările serviciului exterior, de parcă însărcinările diploculturale ar fi doar corvezi tranzitorii spre posturile diplomației clasice, legate de componenta politică și de securitate a relațiilor internaționale, considerate în mod tradițional nu numai cu mult mai importante, ci și mai prestigioase.

Dar mai ales m-a mâhnit să observ discrepanța dintre starea de fapt a României și reputația noastră internațională. Avem, cum știm cu toții, un prestigiu internațional problematic, în dezacord cu o realitate națională care, în pofida carențelor, ar merita totuși să aibă parte, în exterior, de o atitudine mai binevoitoare și mai generoasă. Chiar dacă elitele occidentale au încetat să ne privească astfel, în magma populistă, tabloidizată a Europei vestice, România pare distribuită în rolul ingrât al țării care îți place să-ți displacă. Pentru cei care se hrănesc din stereotipurii negative și prejudecăți diminuanțe, deci în afara cercurilor instruite și emancipate, părem prinși într-o teribilă sinecdocă, ce ne echivalează spontan cu câteva instantanee ale înapoierii și corupției. Câți dintre noi nu am trăit, în Occident mai ales, experiențe ambigue, uneori chiar umilitoare, doar pentru că suntem români?

Această eroare de distribuție imagologică, prin care ni s-a atribuit, cum-necum, un rol în mare măsură nedrept, este situația strategică pe care diplomația culturală românească este chemată să o corecteze. În ceea ce mă privește, m-am văzut adesea nevoit să preschimb indignarea în fața atitudinilor nutrite de ignoranță, prejudecată sau dezinformare în combustia amară

a acțiunilor de promovare culturală menite să amelioreze acest cumul de percepții nedrepte care mai dospesc, din păcate, în unele staturi ale societății, mai ales europene. Deocamdată, deși privirea celorlalți a devenit în timp mai îngăduitoare, neutralizarea stereotipurilor și neînțelegerilor care ne vizează trebuie să rămână unul dintre obiectivele tutelare ale relațiilor culturale internaționale ale României.

Sper de aceea ca volumul de față să contribuie, în sensul cel mai practic, prin argumentele, pledoariile și exemplele sale concrete, la stimularea unei acțiuni culturale externe cât se poate de eficientă și la amorsarea unei puteri naționale pe măsura resurselor noastre, într-o lume din ce în ce mai impvizibilă și mai neiertătoare. Îmi doresc ca el să fie în măsură să dezvăluie, dintr-o perspectivă managerială și diploculturală, cum putem să actualizăm vocațiile universale ale culturii române și opțiunile fertile care se află la îndemâna noastră pentru a deveni cât mai performanți în dura competiție globală pentru atenție, admirație și influență.

## PERCEPȚII ȘI POSIBILITĂȚI

Nu suntem nici mai răi, nici mai buni decât alții, însă unii străini se complac să își alinte vanitatea națională proiectând în noi tare și vicii pe care, de fapt, le împărtășim. Evident, există destule aspecte negative ale societății românești, însă nu mai multe și probabil nici mai grave ca ale altora, chiar dacă nouă înșine ni se pare că suntem mereu cei din urmă. Fără a diminua rănile politice și sociale pe care știm să ni le administrăm mai bine ca oricine, e într-adevăr frapantă discrepanța dintre cine suntem și cine părem a fi.

România e, în ansamblu, un stat democratic, constituțional, cu instituții și proceduri europene. Conform *Indicelui*

*democratic* calculat de The Economist Intelligence Unit, facem parte din contingentul „democrațiilor cu probleme”, dar alături de state mult mai admirate, precum Statele Unite, Franța, Italia, cu un scor apropiat de vecini ca Polonia și Bulgaria, la o foarte mare distanță de state ca Rusia și China, care ilustrează pe drept cuvânt sistemele autoritare sau chiar dictatoriale.<sup>1</sup> În plus, România se află în pace cu celelalte state și în interior, deși la granițele noastre se derulează cel mai sângeros conflict de după cel de-Al Doilea Război Mondial și deocamdată, la nivelul instituțiilor și al societății, am absorbit relativ bine șocul masiv al războiului din Ucraina, dovedindu-ne un vecin exemplar. Suntem ancorați în sistemul de securitate al NATO, cel mai puternic din lume, și ne protejează garanțiile Parteneriatului Strategic cu S.U.A. Chiar dacă nu întru totul fructificată, apartenența la Uniunea Europeană înseamnă integrarea în cel mai evoluat și mai echitabil spațiu politic și economic căruia i-am aparținut vreodată, din care decurg avantaje indiscutabile. Economia noastră, în care inegalitățile, decalajele, deficiențele rămân un fapt incontestabil, înregistrează creșteri impresionante. Solurile și subsolurile se arată foarte generoase atunci când sunt bine exploatate, incomparabil mai fertile decât ale multor altora. Peisajul natural al țării are o diversitate aproape unică, iar frumusețea lui e uimitoare. Datorită acestora, precum și vestigiilor medievale și unei sofisticate culturi tradiționale, nu complet obliterate, România începe să figureze în din ce în ce mai mult în presa mondială drept una dintre cele mai dezirabile destinații de vacanță. Industria ospitalității, în special prin inițiative relativ recente, e din ce în ce mai ofertantă până și pentru gusturile cele mai pretențioase. Cineaștii, muzicienii, scriitorii și artiștii noștri sunt admirați și răsplățiți cu premii importante peste tot în lume. În comparație cu majoritatea statelor, avem, prin ambasade, consulate, institute culturale,

<sup>1</sup> The Economist Intelligence Unit, *Democracy Index 2020. In sickness and in health?*

birouri de turism, catedre de românică, o infrastructură de promovare națională semnificativă. Așa cum concluziona Oliver Jens Schmidt privind în urmă spre 100 de ani de istorie modernă a României, n-am fost niciodată mai bogați, mai protejați, mai integrați în circuitele internaționale decât acum.<sup>2</sup>

În esență deci, priviți în contururile noastre definitorii, suntem o democrație europeană și o cultură occidentalizată cu câteva note originale, inclusiv un spectaculos patrimoniu tradițional, care se exprimă pe o scenă culturală comparabil mai extinsă decât a multor state și în care creativitatea izbucnește, din când în când, la modul cel mai surprinzător. Pentru a susține acțiunea noastră externă, deținem o impresionantă rețea diplomatică, acoperind toate regiunile lumii, și de diplomatie culturală, prezentă în majoritatea marilor capitale, în vreme ce chiar unii dintre partenerii noștri europeni nu o au aproape deloc. Deși insuficiente și nu îndeajuns de raționale, investițiile noastre publice în instituțiile sectorului cultural și în cooperarea culturală internațională rămân, comparativ, destul de consistente. Cu toate că le deplângem precaritatea, am putea mobiliza la o adică resurse simbolice, instituționale și financiare relativ importante peste tot în lume și pentru un timp îndelungat.

Cu toate acestea, atuurile noastre culturale și simbolice, deși notabile, nu se traduc într-o mare *soft power*. Avem, într-adevăr, o persistentă problemă de imagine.

La întrebarea aparent benignă „Cu cine ți-ar plăcea să mergi la cină?”, pusă într-un sondaj de opinie publicat în cel mai important cotidian polonez, *Gazeta Wyborcza*, în anul 2007, românii ocupau antepenultimul loc al preferințelor, după minoritatea romă. Un studiu doctoral, realizat de Kathrin Kissau în anul 2014 la Universitatea din Münster, arăta că România le era germanilor cea mai antipatică dintre

<sup>2</sup> Oliver Jens Schmidt, *România în 100 de ani. Bilanțul unei veac de istorie*, Editura Humanitas, București, 2018.

țările europene. Cu câțiva ani în urmă, la întrebarea „Dacă ar fi să locuiți în altă țară din Uniunea Europeană, în care v-ar plăcea mai puțin să locuiți?” (*The Guardian*, 20 martie 2016), cei mai mulți cititori răspundeau: România. Din păcate, percepțiile europene la nivelul publicului comun nu ne avantajează, menținând în societățile respective o pânză freatică de neîncredere și condescendență. Pe alte continente, prestigiul nostru e însă mai solid. În Statele Unite, în Asia și în America Latină, atitudinile pozitive sunt precumpănitoare. Cei care ne privesc de la cea mai mare depărtare ne plac cel mai mult.

România ocupă poziții relativ modeste la fiecare ediție a *soft power index*, un indicator compozit care exprimă atractivitatea unei țări, adică forța de a-i fascina și convinge pe alții, fără niciun fel de presiune, să-i adopte valorile social-politice, modul de viață, preferințele culturale. Evaluarea, care conduce la o ierarhie a celor mai puternice 30 de țări în această privință, este realizată începând din anul 2015, iar concluziile se întemeiază pe o cercetare complexă, din care rezultă o ierarhie a distribuției de putere pe scena globală – exclusiv din perspectiva resurselor naționale de factură cultural-simbolică – în care influența statelor este sintetizată prin indicatori numerici.<sup>3</sup>

Forța de atracție națională este evaluată pe baza a șase categorii obiective, măsurate prin indicatori materiali: atractivitatea culturii, gradul de utilizare și expansiune ale mediului digital, sistemul de educație, prezența și implicarea la nivel internațional, guvernarea și instituțiile politice, efervescența și succesul inițiativelor antreprenoriale. Fiecare dintre aceste categorii sunt măsurate, la rândul lor, prin aproximativ 70 de indicatori obiectivi. Această perspectivă cantitativă este completată de o cercetare sociologică, în care sunt decelate,

<sup>3</sup> Jonathan McClory, *The Soft Power 30. A Global Ranking of Soft Power*, Portland Communications, Center of Public Diplomacy of the University of Southern California, 2019; <https://softpower30.com/wp-content/uploads/2019/10/The-Soft-Power-30-Report-2019-1.pdf>.

printr-un sondaj de opinie realizat în peste 25 de state, percepțiile publice referitoare la diferite forme culturale – mai ales contribuțiile unanim recunoscute ale unei culturi la arta și știința mondiale, tradițiile, patrimoniul istoric, bucătăria națională, produsele de lux consacrate –, la reușitele tehnologice și la atracțiile naturale, deci aspectele care fac o cultură admirabilă în ochii străinilor.

În ultimii ani, mereu aceleași țări își dispută primele 10 locuri ale acestui clasament al atractivității naționale, majoritatea fiind democrații consolidate și vechi culturi, cândva chiar hegemonice, cum sunt, conform ierarhiei anului 2019, Franța, Marea Britanie, Germania, Suedia, Statele Unite, Elveția, Canada, Japonia, Australia și Italia.

România nu a figurat niciodată, din 2015 și până acum, între cele 30 de țări care, prin diferite aspecte ale culturii lor, exercită o fascinație specială asupra altora. Dar, prin prisma celor aproximativ 70 de indicatori cantitativi care aproximează forța de atracție a valorilor politice, culturale și economice, scorurile noastre sunt doar parțial inferioare celor ale unor țări precum Ungaria sau Polonia, care ar avea, conform acestei cercetări, o *soft power* notabilă.

De exemplu, numărul siturilor noastre culturale și naturale incluse în patrimoniul UNESCO este mai mic decât al Poloniei, dar similar cu al Ungariei și al Bulgariei, în ciuda bogăției de vestigii și artefacte care se găsesc pe teritoriul României; țara noastră e vizitată de mult mai puțini turiști decât unele țări vecine (în 2020, conform Băncii Mondiale, cca. 5 milioane la noi și în Bulgaria, față de cca. 31 milioane în Ungaria și 88,7 milioane în Polonia), cu toate că atracțiile naturale și istorice ale României sunt într-adevăr numeroase; cele numai 4 medalii obținute la ultimele Jocuri Olimpice de la Tokyo, din 2021, față de Ungaria – 20, Polonia – 14 și Bulgaria – 6, ne clasează printre țările cel mai puțin performante în domeniu, chiar dacă altădată recolta era mult mai abundentă; locul 52 în ierarhia FIFA în anul 2023 este

cât se poate de modest, mult sub Polonia și Ungaria, după decenii de fotbal puternic, cu jucători excepționali, dintre care unii vedete internaționale; în ciuda unei bucătării de o mare varietate, ce absoarbe și sintetizează influențe venite dinspre toate punctele cardinale, nu avem niciun restaurant cotate de stele Michelin, în vreme ce gurmanzii au parte de 7 în Ungaria și de 2 în Polonia (cf. [nerdyfoodies.com](http://nerdyfoodies.com)); numărul albumelor românești în topurile muzicale străine e neglijabil; conform statisticilor Băncii Mondiale, în 2020 alocam pentru educație 3,7% din PIB, în vreme ce Bulgaria alocă 4%, Ungaria – 4,8%, iar Polonia – 5,2 %; nu există nicio universitate din România între cele 100 sau chiar 200 ale lumii, cu toate că învățământul superior românesc are peste 150 de ani vechime (chiar mai mult, în Transilvania); indexul privind percepția asupra corupției agregat de Transparency International ne plasa, în anul 2020, pe locul 69 din 180 de țări, pe aceeași poziție cu Ungaria și Bulgaria, însă sub Polonia, care ocupa locul 45/180.

Pe de altă parte, scorurile altor domenii care compun *soft power index* arată că România posedă, de fapt, substanțiale resurse de atractivitate. Viteza internetului în țara noastră este printre cele mai mari din lume, a patra potrivit Speedtest Global Index 2020; numărul utilizatorilor de internet la mia de locuitori este semnificativ, iar dintre aceștia se recrutează, în mod curent, utilizatori cu abilități ieșite din comun; indexul E-participare, de 0,63, se află între valorile Ungariei, 0,49, și Poloniei, 0,88, state care figurează printre cele mai atractive 30 de țări din lume; în universitățile românești studiau, în 2018/2019, mai mulți tineri străini decât în țările din jur, dar, ce-i drept, abia jumătate din cei cca. 42.000 de studenți străini din Polonia; ca număr de articole citate în publicațiile academice, România ocupă locul 40 din 240 de țări, în vreme ce Polonia ocupă locul 17, Ungaria – locul 43, iar Bulgaria – locul 55, conform indexului realizat de grupul de cercetare SCImago al Universităților din Granada, Carlos III din

Madrid și Alcalá de Henares<sup>4</sup>; rețeaua misiunilor diplomatice proprii este una dintre cele mai extinse, oferind o reprezentare internațională aproape ubicuă; valoarea investițiilor străine directe în 2021, conform Băncii Mondiale, era de 10,4 miliarde de dolari în România, mult mai mare față de cele 2,1 miliarde de dolari în Bulgaria, dar substanțial mai mică decât cele 30,1 miliarde de dolari investite în Ungaria sau cele 33,6 miliarde de dolari, în Polonia; indexul inovațiilor globale ne plasează la nivelul așteptărilor față de gradul propriu de dezvoltare, la fel ca toate țările central-europene, cu excepția Germaniei; conform indexului Forumului Economic Mondial privind politicile concurențiale, avem valori asemănătoare cu ale țărilor din regiune; România are o presă liberă, cum atestă locul 42 din 179 de țări (poziție superioară Ungariei și Poloniei, asemănătoare Statelor Unite și Italiei) conferit de evaluarea pe anul 2022 a libertății presei realizată de Reporters Without Borders; românii se află în grupul celor cu indice foarte mare de dezvoltare umană, conform celor mai recente estimări a United Nations Development Program (UNDP); inegalitățile economice sau de gen nu sunt mai mari la noi decât în alte țări din regiune.

În plus, România deține o acoperire diplomatică semnificativă, inclusiv în ceea ce privește relațiile culturale, asemănătoare cu a țărilor central-europene (și nu numai). Ca proiecție externă, cele 18 institute culturale românești (la care trebuie adăugate și lectoratele de limba română din străinătate, fiindcă unele institute străine, cum ar fi Confucius și mai ales Camoës, sunt în mare măsură centre de învățare a limbilor respective) formează, în termeni relativi, o rețea comparabilă cu a țărilor care dețin între 20 și 30 de reprezentanțe, iar aceasta fără a lua în calcul activitatea de diplomație culturală a ambasadelor sau consulatelor generale. Mai ales în Europa, reprezentarea noastră diploculturală este cât se poate de densă.

<sup>4</sup> Sursa: <http://www.scimagojr.com>.

## EXTENSIA TERITORIALĂ A INSTITUTELOR CULTURALE LA NIVEL GLOBAL

Institutul Confucius	– 525 de reprezentanțe
Institut Français	– 484 de reprezentanțe (împreună cu rețeaua Alliance Française)
British Council	– 229 de reprezentanțe
Goethe-Institut	– 159 de reprezentanțe
Institutul Cervantes	– 88 de reprezentanțe
Institutul Cultural Italian	– 84 de reprezentanțe
Fundația Ruski Mir	– 50 de reprezentanțe
Institutul Cultural Indian	– 38 de reprezentanțe
Centrul Cultural Corean	– 32 de reprezentanțe
Forumul Cultural Austriac	– 30 de reprezentanțe
Centrul Cultural Ceh	– 26 de reprezentanțe
Fundația Japonia	– 25 de reprezentanțe
Institutul Polonez	– 25 de reprezentanțe
Institutul Cultural Maghiar	– 25 de reprezentanțe
Institutul Cultural Brazilian	– 21 de reprezentanțe
Institutul Cultural Român	– 18 reprezentanțe
Centrul Cultural Portughez Camoës	– 17 reprezentanțe

Sursa: compilație realizată de autor, pe baza informațiilor publice oferite de institutele culturale respective

Cu alte cuvinte, multe fațete ale culturii noastre – personalități, opere, infrastructură – sunt, în fond, cel puțin la fel de admirabile ca ale unor țări central-europene, cum sunt Ungaria și Polonia, care sunt incluse între cele 30 de țări cu un *soft power* puternic. România poate conta în plan mondial, ca forță de atracție, atât în ce privește patrimoniul material și imaterial istoric, cât și din perspectiva contribuțiilor cultural-artistice moderne și contemporane. Și totuși, această resursă culturală semnificativă nu este transpusă decât într-o anumită măsură în