

DOC 05 · PT

IBC

Instituto Brasileiro de Cultura

Estratégia Europa

IBC — ESTRATÉGIA DE EXPANSÃO EUROPEIA

EDIÇÃO

Berlim 2026

VERSÃO

1.0

DATA

Abril 2026

DOC 05 · PT

IBC – ESTRATÉGIA DE EXPANSÃO EUROPEIA

Como Atuar em Toda a Europa

HORIZONTE: 2026–2030

1. POR QUE BERLIM COMO HUB CENTRAL?

Berlim é a escolha estratégica ideal como sede do IBC por diversas razões:

- **Capital cultural da Europa:** Berlinale, Art Week Berlin, CTM Festival, club scene global
- **Comunidade brasileira:** 25.000–40.000 brasileiros residentes, maior da Europa Central
- **Infraestrutura cultural:** 170+ museus, centenas de galerias, redes de venues
- **Posição geográfica:** Centro da Europa — a 2h de voo de Paris, Londres, Amsterdã, Varsóvia
- **Custo competitivo:** Aluguel mais barato que Paris, Londres ou Zurique
- **Ecossistema criativo:** Maior comunidade de artistas independentes da Europa
- **Conexões diplomáticas:** Embaixada do Brasil em Berlim, rede de consulados

2. MODELO DE EXPANSÃO EUROPEIA

FASE 1 — HUB BERLIM (2026)

Consolidar a sede. Provar o modelo.

O primeiro ano é 100% dedicado a estabelecer a excelência em Berlim. Sem expandir antes de ter a casa em ordem. O sucesso em Berlim cria credibilidade para toda a expansão europeia.

FASE 2 — PRIMEIRAS ANTENAS (2027)

Lisboa e Paris como extensões naturais.

- **Lisboa:** Capital cultural da lusofonia, portal entre Brasil e Europa
- **Paris:** Maior comunidade brasileira da Europa Ocidental, cena artística global

Formato: **Representações parceiras** (não sedes próprias) — acordos com institutos culturais locais ou espaços alugados por temporada.

FASE 3 — REDE MEDITERRÂNEA E DO NORTE (2028)

Madrid, Milão, Amsterdã.

- **Madrid:** Proximidade linguística e cultural com o Brasil, festival scene
- **Milão:** Moda, design, arte contemporânea — áreas de forte interesse brasileiro
- **Amsterdã:** Hub financeiro e multicultural, comunidade criativa ativa

FASE 4 — PLATAFORMA PAN-EUROPEIA (2029–2030)

Viena, Zurique, Bruxelas, Londres.

- **Viena:** Música clássica + cena cultural refinada
- **Zurique:** Mercado de arte de alto valor, colecionadores
- **Bruxelas:** Centro político da UE, lobbying cultural
- **Londres:** Maior diáspora brasileira da Europa (150.000+ pessoas)

3. MAPA DE CIDADES-ALVO E ESTRATÉGIA LOCAL

ALEMANHA (ANO 1–2)

CIDADE	ESTRATÉGIA	PERFIL
Berlim (sede)	Instituto completo com programação permanente	Hub central, arte, música, educação
Frankfurt	Parceria com Instituto Brasil-Alemanha existente	Negócios, diáspora
Hamburgo	Presença em feiras culturais, co-produções	Porto, gastronomia, jazz
Munique	Eventos sazonais (Outubro: Brasileira vs. Oktoberfest)	Premium, turismo

PORTUGAL (ANO 2)

CIDADE	ESTRATÉGIA	PERFIL
Lisboa	Escritório parceiro / espaço compartilhado	Lusofonia, diáspora, ponte cultural
Porto	Festivais de verão, residências artísticas	Cultura indie, turismo

FRANÇA (ANO 2)

CIDADE	ESTRATÉGIA	PERFIL
Paris	Galeria pop-up semestral + parceria com Institut Brésilien	Arte, moda, gastronomia

ESPAÑA (ANO 3)

CIDADE	ESTRATÉGIA	PERFIL
Madrid	Representação IBC + programação mensal	Cultura latina, dança, música
Barcelona	Temporadas de verão + festivais	Criatividade, design, gastronomia

ITÁLIA (ANO 3)

CIDADE	ESTRATÉGIA	PERFIL
Milão	Fashion Week BR, design, arte	Alta cultura, moda, negócios
Roma	Espiritualidade, cultura, turismo	Arte sacra brasileira, carnaval

HOLANDA / BÉLGICA (ANO 3–4)

CIDADE	ESTRATÉGIA	PERFIL
Amsterdã	Parceria com Tropenmuseum / Stedelijk	Arte contemporânea, museus
Bruxelas	Lobbying cultural, Parlamento Europeu	Política cultural, multilateral

4. MODELOS DE PRESENÇA

O IBC não precisará ter sedes físicas próprias em todas as cidades. Dependendo do mercado, adotará um dos seguintes modelos:

MODELO A — SEDE PRÓPRIA

Aplicável a: Berlim (Ano 1), Lisboa (Ano 3+ se viável) - Espaço físico dedicado, equipe local, programação permanente - Maior investimento, maior impacto, maior autonomia

MODELO B — ESPAÇO PARCEIRO (HOST INSTITUTION)

Aplicável a: Paris, Madrid, Milão, Amsterdã - Acordo de cooperação com instituto cultural local - IBC usa o espaço em datas acordadas (mensal ou trimestral) - Custo: acordo de coprodução (sem aluguel fixo) - Exemplos: Institut du Monde Arabe (Paris), Casa de América (Madrid)

MODELO C — POP-UP E FESTIVAIS

Aplicável a: Hamburgo, Barcelona, Roma, Viena, Zurique - Presença em festivais culturais existentes - Exposições temporárias e itinerantes - Shows de artistas brasileiros em turnê europeia (curadoria e coprodução IBC) - Custo baixo, alto alcance

MODELO D — DIGITAL E ONLINE

Aplicável a: Toda a Europa - Transmissão ao vivo de eventos do IBC Berlim - Plataforma de streaming de cultura brasileira - Podcasts, masterclasses online, cursos de português online - Newsletter e comunidade digital IBC Europa

5. PROGRAMAÇÃO ITINERANTE

FESTIVAL "BRASIL EM MOVIMENTO" — TURNÊ EUROPEIA ANUAL

A partir do Ano 2, o IBC organizará uma **turnê cultural europeia anual** que levará a melhor programação brasileira por 5–8 cidades europeias em sequência:

Formato: - 8–12 dias por cidade - Companhia de dança + músico + artista visual = pacote completo - Parceria com venues locais (eles entram com o espaço, IBC com a curadoria e os artistas) - Patrocínio de voo e transporte: empresas aéreas brasileiras (LATAM, GOL) e europeias

Cidades da Rota (proposta):

Berlim → Hamburgo → Amsterdã → Bruxelas → Paris → Madrid → Barcelona → Lisboa

Impacto esperado: 15.000+ espectadores por turnê | 8 cidades | 1 mês de duração

6. PARCERIAS EUROPEIAS ESTRATÉGICAS

INSTITUTOS CULTURAIS ALIADOS

- **Goethe-Institut** (Alemanha) — modelo e parceiro bilateral
- **Institut Français** — coprodução de eventos
- **Instituto Cervantes** — parcerias para público latino
- **Casa de América (Madrid)** — espaço parceiro ideal na Espanha
- **Calouste Gulbenkian Foundation (Lisboa)** — parceiro de excelência em Portugal

REDES EUROPEIAS DE CULTURA

- **Creative Europe** — candidaturas a fundos europeus (obrigatório)
- **European Cultural Foundation (ECF)** — membros e financiamento
- **Culture Action Europe** — advocacy e rede política
- **IETM (Informal European Theatre Meeting)** — artes performáticas
- **Europeana** — digitalização e difusão do patrimônio cultural brasileiro

EMBAIXADAS E DIPLOMACIA CULTURAL

- Embaixada do Brasil em Berlim, Paris, Roma, Madrid, Londres, Haia
- Itamaraty — Programa de Promoção Cultural no Exterior (PRECE)

- Fundação Alexandre de Gusmão (FUNAG) — estudos e publicações

UNIVERSIDADES E ACADEMIA

- **FU Berlin, HU Berlin, UdK Berlin** — residências e palestras
- **Sciences Po Paris** — estudos latino-americanos
- **London School of Economics** — Brazilian Studies Programme
- **Universitat de Barcelona** — lusofonia e Brasil

7. ESTRATÉGIA DIGITAL PARA TODA A EUROPA

PLATAFORMA IBC ONLINE

O IBC desenvolverá uma **plataforma digital** (Ano 2) que permitirá alcançar toda a Europa sem presença física:

Conteúdos: - Livestream de todos os eventos em Berlim (gratuito + premium) - Cursos de português online (A1 ao C2) - Masterclasses com artistas brasileiros (€30–100 por sessão) - Documentários sobre cultura brasileira (produção própria) - Podcast "Brasil na Europa" — histórias de brasileiros pelo continente

Monetização digital: - Assinatura mensal: €15/mês (acesso a todo o conteúdo premium) - Venda de cursos avulsos - Patrocínio de episódios e programas

Meta Ano 2: 5.000 assinantes digitais em toda a Europa

8. MAPA DE DIASPORA BRASILEIRA NA EUROPA (REFERÊNCIA)

PAÍS	ESTIMATIVA DE BRASILEIROS
Portugal	300.000+
Reino Unido	150.000+
Espanha	130.000+
Alemanha	120.000+
Itália	100.000+
França	70.000+
Suíça	60.000+
Holanda	40.000+
Bélgica	25.000+

PAÍS	ESTIMATIVA DE BRASILEIROS
Áustria	20.000+
TOTAL	~1.015.000+

Esta é a base de público potencial do IBC na Europa. Cada brasileiro é um embaixador em potencial da nossa programação.

9. ESTRATÉGIA DE RECEITA EUROPEIA

FONTES DE RECEITA MULTI-PAÍS

FONTE	MECANISMO	META ANUAL (ANO 3)
Co-produções com venues europeus	Divisão de bilheteria	€80.000
Turnê "Brasil em Movimento"	Cachês + bilheteria	€120.000
Cursos de português online	Plataforma digital	€60.000
Creative Europe (grant)	Editais UE	€150.000
Patrocínios internacionais	Empresas brasileiras EU	€200.000
Assinaturas plataforma digital	Receita recorrente	€90.000
TOTAL EUROPEU		€700.000

Documento elaborado em março de 2026. Estratégia sujeita a revisão anual pela Diretoria Executiva do IBC.