

**CENTRO FEDERAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA CELSO SUCKOW DA
FONSECA
DEPARTAMENTO DE LÍNGUAS ESTRANGEIRAS APLICADAS
LÍNGUAS ESTRANGEIRAS APLICADAS ÀS NEGOCIAÇÕES INTERNACIONAIS**

Raoni Gonçalves Gomes

**AS AÇÕES DOS INSTITUTOS CONFÚCIO COMO ESTRATÉGIA DE PODER
BRANDO PARA A REVISÃO DE IMAGINÁRIOS BRASILEIROS SOBRE A CHINA**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

RIO DE JANEIRO

2022

Raoni Gonçalves Gomes

**AS AÇÕES DOS INSTITUTOS CONFÚCIO COMO ESTRATÉGIA DE PODER
BRANDO PARA A REVISÃO DE IMAGINÁRIOS BRASILEIROS SOBRE A CHINA**

**Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial à
obtenção do título de Bacharel em Línguas
Estrangeiras Aplicadas às Negociações
Internacionais, do Departamento de
Línguas Estrangeiras Aplicadas, do Centro
Federal de Educação Tecnológica Celso
Suckow da Fonseca.**

**Orientador: Prof. Dr. Leandro Gomes da
Silva Cristóvão**

RIO DE JANEIRO

2022

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca Central do CEFET/RJ

G633 Gomes, Raoni Gonçalves
As ações dos institutos Confúcio como estratégia de poder
brando para a revisão de imaginários brasileiros sobre a China /
Raoni Gonçalves Gomes. — 2022.
29f. : il. ; enc.

Projeto Final (Graduação) Centro Federal de Educação
Tecnológica Celso Suckow da Fonseca, 2022.
Bibliografia : f. 28-29
Orientador: Leandro Gomes da Silva Cristóvão

1. Relações internacionais. 2. Brasil – Relações – China.
3. Instituto Confúcio. 4. Cultura - China. I. Cristóvão, Leandro
Gomes da Silva (Orient.). II. Título.

CDD 327.11

Elaborada pela bibliotecária Tania Mello – CRB/7 nº 5507/04

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer a todas as pessoas, até aquelas aqui não mencionadas, que passaram em minha trajetória e que, de alguma forma, garantiram que eu tivesse todas as experiências que conquistei até aqui para me tornar bacharel em Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais.

Agradeço primeiramente a minha família. (1) A minha mãe e minha irmã, Ana Christina e Giovanna Elizario, por agirem como suporte na minha trajetória estudantil, o que significou se absterem em certos momentos para que eu pudesse construir esse caminho pra gente, (2) meus avós, Djanira Tavares, Manoel da Silva e Tereza Gonçalves, por sempre reforçarem o quanto gostariam de ver o seu neto poliglota formado em uma federal, (3) e meu tio Eduardo Gomes e minha tia Eliana Gomes, por me ajudarem como puderam para que a trajetória universitária se tornasse mais fácil e possível de seguir.

Agradeço a minha primeira e eterna professora de espanhol, Mônica Lemos, que sempre estará comigo quando a língua espanhola estiver presente. Em conjunto, agradeço ao Colégio Estadual Hispano-Brasileiro João Cabral de Melo Neto e todos dali presentes - ou quase. Passar por esse colégio definitivamente mudou a minha vida inteira por infinitos motivos.

Agradeço aos professores do LEANI, por sempre serem tão empáticos, buscando entender o lado dos estudantes em um curso no qual a grade beira - ou ultrapassa - à insanidade. Tendo em especial duas pessoas: (1) Leandro Cristóvão, professor que desde o primeiro dia de aula admirei, que aprendi bastante nas aulas do 1º ano de faculdade e que teve muita empatia (essa é a palavra) com o meu processo de criação do TCC enquanto trabalhava, (2) e Elizeu Santiago, que sempre me incentivou e motivou, talvez sem perceber, fazendo com que eu, que vim de colégio público e tive muita dificuldade para acompanhar suas aulas no começo da faculdade - até mesmo aqueles conteúdos que grande parte da turma já tinha visto no ensino médio, me sentisse confiante nesse processo de aprendizado e nunca sentisse que uma dúvida foi invalidada, reconhecendo minha dedicação e relembrando por vezes como eu estava construindo uma carreira internacionalista.

Junto aos professores, agradeço ao curso de LEANI em si, por me ajudar a construir uma carreira generalista como desejava, já tendo diferentes experiências - mergulhando tanto pelo mundo do marketing e publicidade como na tradução e interpretação, por me dar a oportunidade de sair com um bom nível de inglês e francês gratuitamente e por toda a experiência e conhecimento que adquiri, principalmente entre 2018 e 2019.

Agradeço a todas (e várias) amigas que construí em todo lugar que passei.

Agradeço às pessoas que nem sei o nome e conversei pelo bosque do CEFET/RJ.

Agradeço ao pessoal que conheci na Atlética - lugar que, pela primeira vez, conheci pessoas da minha idade que moravam na Zona Sul e que tinham carro. Tendo em especial Caio Lima e Gabriela Dantas, estrelinhas mágicas que seguem até hoje comigo como grandes amigos e que quero manter esse elo. Além de terem me acompanhado evoluir como cheerleader, esporte que, mesmo de longe, amo e que me aproximou do sonho de ser ginasta. Tudo isso graças ao CEFET/RJ.

Agradeço àquelas que eram amigas de sala e se tornaram as amigas que vieram comigo para a publicidade, Jacqueline Amaro e Ana Luísa Valle.

Agradeço a Isadora Pacheco, por ser essa amiga que veio quando menos imaginava, e permaneceu sem muito esforço.

Agradeço a Luiza Azevedo, por ser essa eterna grande amiga de dentro e fora da faculdade, que me acompanhou em diversos altos e baixos ao longo desses anos e que eu sempre carreguei com muito afeto no coração.

Agradeço a Mariana Lima, minha irmã de pais separados de longa data, que é a pessoa menos estudiosa para aparecer num TCC, mas a mais fiel de todo o mundo, que me acompanha desde a infância, esteve presente em toda a minha adolescência, e seguimos juntos nessa nova fase da vida: ela já casada e eu todo corporativo, quem diria.

Agradeço a Mariana Costa, por ser essa amizade inusitada, que apareceu bem devagarinho, e quando percebi, foi o ponto crucial para o sucesso da minha busca por estágio, que abriu meus olhos sobre o mercado e que hoje não poderia estar mais realizado em dizer que somos amigos de trabalho.

Agradeço a Passei Direto, empresa que realmente tornou possível concluir esse TCC em condições saudáveis, por ser esse lugar que já almejava entrar e que me trouxe mais qualidade de vida, por sempre reforçar a necessidade de conciliar trabalho e estudos/capacitações pessoais - e estou aprendendo.

Por fim, agradeço a mim, feito a Anitta, por sempre me jogar de cabeça em todo o desafio proposto, que por mais que tenha perdido os 2 últimos anos de experiência universitária e um possível e muito sonhado intercâmbio por conta da pandemia, me formo sabendo que vivi ao **máximo** meus 2 primeiros anos como bacharelando no CEFET/RJ, tendo até hoje memória e afeto de tantas pessoas a ponto desse agradecimento ficar enorme.

RESUMO

GONÇALVES, Raoni. As ações dos Institutos Confúcio como estratégia de poder brando para a revisão de imaginários brasileiros sobre a China). 2022. 20 páginas. Trabalho de Conclusão de Curso – Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca. Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2022

O presente artigo analisa as ações dos Institutos Confúcio como estratégia de poder brando para a revisão de imaginários brasileiros sobre a China. Partindo da hipótese de que os Institutos não buscam revisar profundamente o que seria um imaginário brasileiro, e sim estreitar relações de negócio a longo prazo, pretendeu-se identificar as razões pelas quais esse seria o foco. Deu-se especial ênfase ao impacto da mídia internacional ao longo dos anos e demais aspectos da política interna chinesa que a afastaria do Brasil. O artigo também dialoga com o conceito de alteridade e comunidades imaginadas, para compreender como os nacionalismos apoiam esse processo de não-identificação. Trata-se de uma reflexão sobre as ações políticas de poder brando da China ao longo do anos.

Palavras-chave: Soft power. Comunidades imaginadas. Alteridade. China. Instituto Confúcio.

ABSTRACT

GONÇALVES, Raoni. The actions of the Confucius Institutes as a soft power strategy for the revision of Brazilian imaginaries about China. 2022. 20 pages. Trabalho de Conclusão de Curso - Federal Center of Technological Education – Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2022.

This paper analyzes the actions of the Confucius Institutes as a soft power strategy for the revision of Brazilian imaginaries of China. Starting from the hypothesis that the Institutes do not seek to deeply revise a Brazilian imaginary, but rather to strengthen long-term business relations, the aim was to identify the reasons why this would be the focus. Special emphasis was given to the impact of the international media over the years and other aspects of Chinese domestic politics that would distance it from Brazil. The article also dialogues with the concept of alterity and imagined communities, to understand how nationalism support this process of non-identification. It is a reflection on China's soft power political actions over the years.

Keywords: Soft power. Imagined communities. Alterity. China. Confucius Institute.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	9
2. PODER BRANDO, CHINA E O CENTRO DE LÍNGUAS, EDUCAÇÃO E COOPERAÇÃO (CLEC)	11
2.1 PODER BRANDO E COOPTAÇÃO DE JOSEPH NYE	11
2.2 CHINA E SUA ASCENSÃO COM O PODER BRANDO	12
2.3 O CENTRO DE LÍNGUAS, EDUCAÇÃO E COOPERAÇÃO (CLEC) E SEUS INSTITUTOS CONFÚCIO	15
3. UMA ANÁLISE SOBRE AS AÇÕES DE PODER BRANDO CHINÊS A PARTIR DA MÍDIA INTERNACIONAL E O CONFUCIONISMO	17
3.1 UMA ANÁLISE SOBRE A MÍDIA INTERNACIONAL PARA COM A CHINA	17
3.2 UMA ANÁLISE SOBRE O CONFUCISMO NA CULTURA CHINESA	22
4. COMUNIDADES IMAGINADAS, ALTERIDADE E AS POSSÍVEIS BARREIRAS ENTRE BRASIL E CHINA	23
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	27
REFERÊNCIAS	28

1. INTRODUÇÃO

Diante do cenário da crise de 2008, a economia chinesa conseguiu se demonstrar a mais resiliente entre as grandes economias do mundo, pois enquanto as demais entraram em recessão, esta crescia, de forma lenta, porém progressiva (HUNTER, 2009). Através dessa sequência de bons resultados, o termo “poder brando”, da teoria de Joseph Nye (2004), passou a ganhar ainda mais destaque no cenário chinês, ao passo que este crescimento exponencial veio apenas a partir dos âmbitos cultural, econômico e tecnológico, tornando-se, inclusive, um ponto de alerta ao Norte Global.

Contudo, a xenofobia e o racismo contra pessoas chinesas e povos asiáticos, de maneira geral, não diminuiu junto a esse triunfo. Analisando o Brasil, o cenário se torna ainda mais paradoxal, pois a sinofobia brasileira se manteve ao mesmo tempo em que as negociações Brasil-China cresceram. Pensando no agronegócio, por exemplo, seria incoerente existir um endosso à sinofobia, já que a China é o principal destino dos produtos do agronegócio brasileiro, respondendo por mais de um terço dessas exportações (INSPER, 2021), mas, ainda assim, existe. Casos de sinofobia se tornaram ainda mais alarmantes com o impacto da pandemia do COVID-19¹, porém, entender que o sentimento anti-China agravou-se apenas por conta da pandemia é algo questionável.

Dessa forma, é possível interpretar que todo esse ciclo xenofóbico não vem a partir de uma superioridade econômica daquele que pratica a xenofobia, mas sim de um imaginário já enviesado, como no caso brasileiro, em que o indivíduo tem uma série de pressupostos sobre o que é a China e o que é a “pessoa chinesa”, mesmo o Brasil sendo um Estado que já tem um histórico diplomático positivo com a China, sendo internacionalmente reconhecido pela Cooperação Sul-Sul e integração com o BRICS.

Com isso, o presente artigo busca entender as medidas de poder brando construídas pela China através dos Institutos Confúcio para a revisão desses imaginários. Tal inquietação se dá ao entender que o acesso à cultura serve como um meio de influência, que aumenta a sensibilidade e solidariedade entre outras culturas e é crucial para a diminuição de pré-conceitos de uma sociedade a outra.

¹ A pandemia do COVID-19, também conhecida como pandemia do coronavírus, foi descoberta ao final do ano de 2019, mas ecoou no ano de 2020, resultando em quarentenas por todo o mundo, por ser um vírus de rápida contaminação e aparentemente sem cura. Ainda que apresentasse sintomas muito parecidos a uma gripe qualquer, a quantidade de mortes foi muito alta. Com isso, a China passou a ser perseguida pela sequência de “fake news” espalhadas, dizendo que o vírus era um “vírus chinês” para o controle da China sobre o mundo.

Entretanto, a problemática não se dá pela falta de contato entre os países. Ainda que geograficamente distante, o Brasil conta com dezenas de Institutos Confúcio como forma de cooperação internacional. A China concilia suas ações político-linguístico-culturais no campo universitário, o que pode ser que impossibilite a revisão de todo um imaginário sinofóbico, mas que, ainda assim, traz um número significativo para a procedência de políticas culturais chinesas no Brasil. Ainda assim, é possível compreender que isso seja parte da estratégia de aproximação do Estado chinês com os países da América Latina, já que a visão da política interna do país não afeta suas relações comerciais na política externa, e sim apenas seu prestígio.

A metodologia apresentada na pesquisa é de base bibliográfica e documental. Serão postos em análise dados das seguintes naturezas: (1) informações das páginas oficiais do governo chinês; (2) diferentes sites que correspondam à mídia internacional com opiniões sobre a política cultural chinesa, servindo como ponto referencial do que seria o fator que molda o imaginário brasileiro; (3) dados sobre as cooperações culturais Brasil-China que ocorreram no Estado brasileiro a partir dos Institutos Confúcio.

A base teórica fundamenta-se em três autores, Benedict Anderson, Joseph Nye e Stuart Hall. Embora Nye e Anderson sejam teóricos que, individualmente, pareçam ser muito distantes, é possível analisá-los juntos, por abordarem dois temas que convergem no campo internacional. Este artigo não busca uma contraposição entre os teóricos citados, mas sim uma correlação, propondo-se a analisar as ações de poder brando e a revisão de imaginários brasileiros sobre a China.

Com isso, a leitura do conceito de nacionalismo e comunidades imaginadas de Benedict Anderson (2008) serve como base para a compreensão das relações entre identidade e cultura na estipulação de um "imaginário", apoiando-se em Stuart Hall com *A identidade cultural na pós-modernidade* (1992). Em paralelo, apresenta-se a conceituação teórica de Joseph Nye sobre poder brando (2004), que ganha releituras e interpretações específicas a partir do poder brando chinês com obras como a de Joshua Kurlantzick (2007).

Sendo assim, no próximo capítulo haverá a contextualização sobre o poder brando. Tanto o que é, seguindo a teoria de Joseph Nye (2004), como outras releituras diretamente sobre o caso chinês, apresentando o papel dos institutos culturais como parte de um projeto político. Nesse capítulo serão abordadas as ações político-linguístico-culturais da China no Brasil a partir do Centro de Línguas, Educação e Cooperação (CLEC) com os Institutos Confúcio para a materialização do poder brando.

O terceiro capítulo busca apresentar dados que demonstrem o olhar da mídia internacional sobre as ações de poder brando chinês ao longo dos anos, e como ela se estrutura como meio de manutenção e reforço de conceitos sobre o que é a China. Além disso, apresentam-se também análises que contrapõem essa visão, que tende a favorecer países do Norte Global, em especial os Estados Unidos.

Com isso, o quarto explora a relação entre nacionalismos e comunidades imaginadas, considerando o quanto um imaginário influencia na visão e estereotipia entre uma nação e outra, a partir das teorias de Benedict Anderson e Stuart Hall. Pretende-se abordar uma visão geral do imaginário brasileiro sobre a China, buscando estipular um retrato mais atual de como o Brasil entende o que é a China e o “ser chinês” e por que o entende de tal maneira, sob a hipótese de que esse imaginário é constantemente reforçado através de uma visão do Norte Global. Por fim, apresentam-se as considerações finais para entrelaçar todo o raciocínio traçado durante o artigo.

2. PODER BRANDO, CHINA E O CENTRO DE LÍNGUAS, EDUCAÇÃO E COOPERAÇÃO (CLEC)

2.1 PODER BRANDO E COOPTAÇÃO DE JOSEPH NYE

A ascensão do termo “poder brando” nas Relações Internacionais é notória desde 2004, ano em que o teórico Joseph Nye, por fim, dedica sua teoria a um livro, visto que já havia mencionado o poder da cooptação em *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power* (1990).

Para Nye (2004), o conceito básico de poder é a habilidade de influenciar o outro para que este faça o que desejar, a partir de três formas principais: (1) obtendo força bruta para ameaçá-lo, (2) recompensando-o com algo de pouco valor ou (3) atraindo e cooptando-o para que queira o que você quer. É a partir do último modo que se desdobra a teoria do poder brando, a partir da crença de que os recursos culturais de uma nação constituem uma forma de poder, que melhora ou substitui as forças militares (o poder bruto).

A teoria vem se popularizando nos estudos de internacionalistas por se mostrar como a mais relevante para o futuro da cooperação internacional, principalmente pelo fato de que países não imperialistas e do Sul Global conseguem, a partir dela, conquistar algum espaço e

voz na comunidade internacional. De todo modo, o poder brando não exclui a possibilidade de também servir como uma tática de manutenção da hegemonia de países do Norte Global.

O poder brando se torna atrativo, porque, com uma visão de longo prazo, o uso dessa influência pode parecer menos custoso para atrair os olhos do “alvo”, utilizando estratégias que incentivem este convencimento, como o reforço de valores normativos, a mídia, suas práticas de negócios, sua educação e língua. A ação se torna ainda mais efetiva quando se tem uma cultura bem estabelecida e bem vendida internacionalmente como o modelo ideal.

De acordo com a teoria de Nye, existe um espectro de comportamento que diferencia o poder bruto e o poder brando. O espectro funciona por comando e coerção, a partir de (1) indução, (2) definição de agenda e (3) atração, que resultam no sucesso da implementação do poder brando: a cooptação.

A cooptação significa que o "alvo" não se sente ameaçado ou persuadido ao apoiar uma agenda porque se identifica com ela. Assim, torna-se um aliado que apoia o expoente do poder brando a longo-prazo, visto que se identifica no senso de valores, metas e estilo de vida.

O poder co-optativo ou indireto, reside na atração exercida por um conjunto de idéias defendidas, ou na capacidade de definir agendas políticas que moldem as preferências expressas por outros. Assim, o poder brando é vinculado a recursos intangíveis como cultura, ideologia e instituições. (NYE, 1990, p. 31-35)

Portanto, o “alvo” se sentiria satisfeito caso seu país emulasse o projetor do poder brando, por entender que tal ato é o resultado de um alinhamento de valores de um bom modelo a ser seguido.

2.2 CHINA E SUA ASCENSÃO COM O PODER BRANDO

De acordo com Hunter (2009), o sucesso das Olimpíadas de Pequim em 2008 trouxe destaque à China na mídia da época, marcando o início da ascensão de poder e prestígio da Ásia no campo internacional, na academia e na mídia popular. Desde 2008, a China já se apresentava como uma economia mais resiliente entre as demais grandes. Enquanto as demais entraram em recessão, como o próprio Brasil, por exemplo, a economia chinesa, lenta, porém progressivamente, crescia. Exemplo disso foram as homenagens e investimentos em eventos de diversas partes do mundo, como o *China Now*, maior festival de cultura chinesa já visto na Europa, que ocorreu no Reino Unido em 2008.

Toda essa integração e exposição midiática inclinou-se para uma trajetória de ações de poder brando da China perante o mundo. O até então maior objeto de estudo em língua

inglesa sobre o assunto, *Charm Offensive: How China's Soft Power Is Transforming the World*, de Joshua Kurlantzick (2007), buscou mapear as tentativas do país de ganhar aliados e influência pelo mundo através de técnicas de poder brando na primeira década do século XXI, utilizando de forças como a educação e a exportação de cultura, instituídas, em grande parte dos casos, por Institutos Confúcio.

Para Kurlantzick (2007), a descrição de Joseph Nye sobre poder brando é utilizada de forma limitada para entender a China e seu desenvolvimento. Kurlantzick (2007) entende que o contexto asiático, o Estado chinês e seus vizinhos demonstraram que a ideia é mais abrangente, ao envolver elementos de fora do âmbito da segurança, como investimentos, ajuda financeira e diplomacia formal.

Dessa forma, Hunter (2009) entende que os debates mais recentes sobre poder brando na China englobam três áreas principais:

1 - O poder brando pode ser fundamental para alcançar sucesso estratégico em longo-prazo em um mundo que os EUA detêm uma força militar esmagadora. Com isso, a China percebe o poder brando como um complemento necessário para acoplar ao poder bruto, sendo um debate que ocorre desde 2000 com as análises para um poder nacional mais abrangente.

2 - O poder brando contribui para a aspiração da China se tornar uma líder natural do desenvolvimento do mundo, existindo duas abordagens possíveis: (1) aconselhando que o modelo de desenvolvimento chinês é superior a qualquer coisa que os EUA e seus aliados possam oferecer; (2) engajando uma diplomacia econômica, através de ajuda, investimentos e outros instrumentos.

3 – A necessidade de promover a imagem de uma China racional, amante da paz, responsável e não-expansionista, como forma de conter o medo dos países, especialmente vizinhos asiáticos, visto que o novo superpoder pode naturalmente assustar e, conseqüentemente, afastar, o que não é a ideia para uma potência de poder brando².

Além disso, existem aspectos importantes da nova diplomacia chinesa apontados por B. Gill & Y. Huang (2006) *apud* Alan Hunter (2009). A educação, o modelo de desenvolvimento e uma maior participação em instituições internacionais é algo que tende a trazer benefícios à China em seu poder brando. Ainda assim, existem contrapontos que

² Um bom exemplo é a participação da China nas discussões sobre a situação Rússia-Ucraniana (2022). Por questões geopolíticas, a China busca se manter aliada à Rússia, mas os Estados Unidos são o seu grande parceiro econômico. Assim, o posicionamento é que ela estará sempre “do lado certo da história”. Ou seja, quando for mais estratégico, irá apoiar a Rússia, e no caso contrário, irá se opor, como no anseio pela invasão militar russa ao território ucraniano. Tudo para não perder a credibilidade com um país vizinho, e nem com um parceiro econômico.

dificultam esse projeto de ascensão, como a percepção de corrupção generalizada, falta de credibilidade internacional e inconsistência na política externa a partir de outros países, principalmente ocidentais, que já têm uma tendência à sinofobia.

O sucesso do modelo de desenvolvimento e redução da pobreza da China trouxe um impacto positivo para o mundo: enquanto o Consenso de Washington falhava em diversos projetos de desenvolvimento, a China alavancava na redução da pobreza, fator que outros países do Sul Global percebiam.

Yan XueTong afirma em *The path for China to increase its soft power* (2007) que a reputação global da China depende principalmente das percepções internacionais de suas políticas domésticas, envolvendo a necessidade de uma maior justiça social, democratização, estabilidade, crescimento sustentável, melhoria do meio ambiente etc., ou seja, assuntos que sejam de interesse ao bem-estar da comunidade internacional. Com isso, existe a necessidade de uma forma de “poder brando interno”, para uma visão mais harmoniosa de sua liderança de dentro para fora.

Sendo assim, Kurlantzick (2007) afirma que o crescimento e sucesso do poder brando chinês está diretamente relacionado a suas ações internas e às falhas dos EUA no mesmo campo ao longo dos últimos anos; isto é, a ideia de uma balança, em que “o crescimento da China se espelha através do declínio dos Estados Unidos” Kurlantzick (2007), evidenciada pelo impacto negativo da administração unilateral e de agressão militar de George Walker Bush³.

Pensando no poder brando sendo aplicado na prática e todo o ideal da importância da cultura para exercer poder, as políticas linguísticas e a ação de institutos culturais podem impactar no imaginário de uma “nação-alvo” em que se encontra tal instituto, gerando uma ideia para a importância do aprendizado dessa língua e/ou cultura.

Por isso, a China, através de seus institutos culturais, busca essa notoriedade pelo mundo, para que demais países tenham uma maior e melhor compreensão sobre o país a partir de um ponto de vista não-sinofóbico, sendo esta a principal forma de poder utilizada pela China, visto que ela não usa o poder bruto para se impor, e sim busca cativar a população da região através de estratégias e negociações de apelo econômico.

³ De acordo com a análise de Fábio de Oliveira Ribeiro (2015), George W. Bush Jr. transformou o unilateralismo, aliado ao "big stick", na sua única política externa. Após declarar que "Quem não está conosco está contra nós" Bush Jr., começou duas guerras (Afeganistão e Iraque) e ameaçou iniciar outras (contra Irã e Coreia do Norte). A política do “big stick” consiste no primeiro tipo de poder citado no texto, em que se obtém força bruta para ameaçar outro país.

2.3 O CENTRO DE LÍNGUAS, EDUCAÇÃO E COOPERAÇÃO (CLEC) E SEUS INSTITUTOS CONFÚCIO

Colocando em prática o poder brando chinês, o Centro de Línguas, Educação e Cooperação (CLEC) é a sede dos Institutos Confúcio de todo o mundo, presente em Pequim. Pouco se conhece sobre o Centro, pois seu nome é uma reformulação do que, antes, se chamava HanBan. O atual CLEC é um centro sem fins lucrativos responsável pela garantia da qualidade dos serviços de ensino de língua chinesa, de aplicação de testes de proficiência, de intercâmbios e de projetos culturais para uma melhor compreensão do mundo sobre a China a partir de Institutos Confúcio em universidades de todo o mundo, sendo aprovado pelo Ministério de Educação da China (MOE).

Em 2020, com a China estando em destaque no campo internacional, devido a sua ascensão econômica, somado ao anúncio inovador da tecnologia 5G, a popularização de aparelhos tecnológicos chineses pelo mundo e a pandemia do COVID-19, o HanBan passou por severas acusações de “marketing ideológico” por parte de países do Norte Global, em destaque os Estados Unidos. Junto à onda xenofóbica crescente em decorrência da pandemia, as acusações, que variavam entre o HanBan servir para espionar outros países e influenciar jovens a se “converterem à ideologia chinesa”, resultaram no encerramento de contratos de cooperação de algumas unidades de Institutos Confúcio, em especial em cidades dos Estados Unidos e Europa Continental.

Com isso, renomear o HanBan como Centro de Línguas, Educação e Cooperação (CLEC) serviu como uma estratégia de “rebranding”, ou seja, estratégia para reformular a imagem criada sobre o que seria o HanBan e, conseqüentemente, os Institutos Confúcio. A mudança partiu desde o seu financiamento, que passou a vir a partir de empresas chinesas, num intento de retirar a marca de que o Instituto Confúcio é um “instituto financiado pelo governo chinês para marketing ideológico” ou qualquer outro tipo de informação falsa. Inclusive, o *Global Times*, jornal internacional da China, reforçou o rebranding em *Nova ONG passa a operar os Institutos Confúcio da China, dispersando má-interpretações (2020)*:

Um centro de ensino e cooperação de língua chinesa foi lançado sob o Ministério da Educação e a marca de Institutos Confúcio será totalmente operada por uma fundação não governamental recém-criada [...] A mudança facilitará o ensino da língua chinesa no exterior e dispersará a má interpretação ocidental de que a organização serviu como a máquina de marketing ideológico da China. (*Global Times*, 2020).

Existindo sedes por todo o mundo, o CLEC utiliza redes sociais para divulgar os eventos dos Institutos Confúcio presentes em diversas cidades do planeta. Existe uma sede exclusiva para a América Latina e Caribe, localizada no Chile, para divulgar os Institutos

Confúcio da região. Os eventos, em geral, são diversos: voltados à apresentação do dia a dia da China, falando sobre a História da China - de maneira mais acadêmica, mostrando a rotina de jovens chineses por lá. Além de apresentar maneiras de aprender mais sobre o mandarim e tudo o que envolva a cultura e práticas sociais chinesas.

De acordo com a Politico (2017), um Instituto Confúcio é geralmente dirigido por um diretor local indicado pela universidade e um deputado chinês indicado pela antiga Hanban, e ao redor do mundo os institutos já chegaram a oferecer aulas de língua e cultura chinesas para mais de 1,5 milhão de estudantes, soma maior do que a participação combinada da Aliança Francesa (500.000), o British Council (370.000) e o Instituto Cervantes (115.000) no ano de 2017.

A estratégia para esse rápido desenvolvimento e cooperação apontada pela revista é que os modelos de institutos culturais europeus (Instituto Cervantes, Aliança Francesa e British Council, por exemplo) foram construídos como um modelo de expansão no exterior, consistindo em abrir o seu próprio centro no exterior. Ou seja, maiores gastos para construir edifícios, precisando criar uma estrutura em cada região de cada país que suportasse a burocracia exigida e manter os professores.

Já a China, por outro lado, usou o HanBan (atual CLEC) para uma abordagem mais rápida e flexível, por meio de parcerias de cooperação entre uma universidade local e o atual CLEC. De maneira geral, os acordos podem diferir, mas o CLEC normalmente financia o estabelecimento, fornece professores, material da China e paga para sustentar essa estrutura, enquanto a instalação local geralmente fornece a infraestrutura, junto a uma equipe para sua gestão e questões administrativas. No Brasil, a relação contratual se faz da forma mencionada, com os Institutos estando dentro da universidade, tendo uma coordenação mesclada entre pessoas chinesas e brasileiras.

De acordo com a The Diplomat (2020), o Instituto Confúcio é a principal instituição de difusão do chinês no Brasil e o primeiro instituto criado no Brasil foi em julho de 2008 através da cooperação entre a Universidade Hubei e a Universidade Estadual Paulista. Além disso, o Instituto Confúcio possui sua própria revista digital no Brasil, a Revista Instituto Confúcio, mostrando curiosidades, desmistificando estigmas sobre o país e divulgando mais sobre a cultura chinesa e o mandarim.

3. UMA ANÁLISE SOBRE AS AÇÕES DE PODER BRANDO CHINÊS A PARTIR DA MÍDIA INTERNACIONAL E O CONFUCIONISMO

3.1 UMA ANÁLISE SOBRE A MÍDIA INTERNACIONAL PARA COM A CHINA

Ao longo dos anos, a ascensão do poder brando chinês no âmbito cultural, econômico e tecnológico ganhou destaque ao redor do mundo. Por seguir uma trajetória contrária a de países ocidentais com a crise de 2008, tal ascensão ganhou destaque na mídia internacional, acarretando em diferentes críticas e análises sobre as ações de poder brando chinês no campo internacional.

Para avaliar o que foi considerado durante esse tempo, serão levantadas as abordagens de grandes jornais da mídia internacional ao longo dos anos⁴ buscando entender se há uma relação entre o que se entende do que é China. Para além dos grandes meios internacionais, também serão avaliadas análises sobre o mesmo tema a partir de jornais que não se envolvem com as manutenções de poder do Norte Global, além da visão de estudiosos sobre China, em busca de entender se há uma possível contra-argumentação ou acordo sobre as informações.

De maneira geral, a abordagem usada pela mídia ao analisar ações de poder brando tende a trazer um ar de persuasão, que é de fato a forma em que o poder brando trabalha. Ainda assim, quando se trata de China, a abordagem consegue ser muito diferente, jornais que visam pelo olhar do Norte Global tendem a trazer um ar “negativo” sobre as ações políticas chinesas em relação a jornais do Sul Global.

Financial Times é um jornal britânico focado em Negócios e Economia. Sua sede se encontra em Londres, e faz parte da Nikkei, uma holding japonesa que possui escritórios editoriais pela Europa Continental e Estados Unidos. Sua abordagem é bem direta, incisiva e anti-China.

Em *O poder brando chinês vem com uma abordagem muito dura: Nem mesmo a ‘diplomacia do panda’ é tão calorosa e fofo quanto parece* (2017) - tradução livre, o jornal satiriza as tentativas de aproximação chinesa com o mundo, considerando-as intrusivas e sem muito tato.

⁴ A busca por esses jornais foram sempre voltadas a palavras-chave como *chinese soft power*, e clicando nos primeiros links que apareciam nos resultados do Google, visto que os primeiros links são os de melhor performance pela internet, priorizando aqueles com títulos mais alarmantes. Para diferenciar os pontos de vista, adicionei o nome de jornais específicos ao lado das palavras-chave. A busca também foi pensada em uma linha temporal de 10 anos, para entender como esses jornais abordaram o poder brando chinês entre 2012 e 2022 - e se essa abordagem mudou ao longo dos anos.



Financial Times (2017). Acesso em 02 de julho de 2022

A matéria conclui que, acima de tudo, a China deveria entender que, apesar das potências ocidentais - e o mundo - possam estar bem preparadas para aceitar sua crescente influência, elas não serão passíveis de interferência direta. Assim, encerrando sua análise, Financial Times (2017) afirma que poder brando acontece através de um engajamento orgânico, de vantagens e confiança em ambas as partes, mas que, em muitos casos, a China prefere usar o bullying.

Soft power is about the organic cultivation of mutual advantage and trust. In too many cases, China prefers to bully instead. There are not enough pandas left in China to obscure the difference between the two.

Financial Times (2017). Acesso em 02 de julho de 2022

Ainda sobre o Financial Times, sua abordagem anti-China se mantém até mesmo em 2022. A capa do jornal (acesso em 02 de julho de 2022) tem diversas chamadas tendenciosas, como “Hackers chineses continuam contratando, apesar da acusação do FBI”, “Investigações Financial Times: China atrai candidatos para espionagem digital” e “Grupo pró-China ataca fábrica de terras raras dos EUA em posts nas redes sociais”.



Capa do jornal digital Financial Times. Acesso em 02 de julho de 2022.

Já as tradicionais CNN e BBC buscam enfatizar as falhas do poder brando chinês, mas seguindo abordagens diferentes, a BBC mais próxima ao estilo Financial Times e a CNN de maneira menos ultrajante. Um fator em comum entre esses jornais é a forma que entendem a censura da política interna da China como o principal fator que impede sua popularidade na comunidade internacional, com uma linguagem sempre alarmante, como se estivesse desvendando algo e, por alguma razão, a cada ano que passou as análises passaram a ser ainda mais incisivas e críticas sobre a ascensão chinesa através do poder brando.

Em *Instituto Confúcio: O lado bruto do poder brando da China* (2014), a BBC aborda diretamente controvérsias apresentadas pelo HanBan. A notícia é uma derivação de uma entrevista realizada com Xu Lin, pessoa responsável por dirigir o HanBan na época, e é explorado um tom difamatório sobre o que seria o HanBan e o poder brando chinês, como pode ser visto abaixo:

Ms Xu heads Hanban, a Chinese government-controlled agency that, on the face of it, would appear to be uncontentious. It is tasked with promoting the learning of the Chinese language overseas.

But during the 10 years that Ms Xu has been in charge, this mission has been coupled with a wider foreign policy goal - the bid to make China a cultural superpower, not just an economic one.

BBC (2014). Acesso em 02 de julho de 2022.

Contudo, em termos de o que é o poder brando, a afirmação supracitada seria óbvia, por exemplo. Todo instituto cultural serve como um ponto focal de exportação de cultura, não

sendo algo especialmente a partir de um “plano chinês”, ainda que a abordagem mantenha esse tom de descoberta de um “plano perverso”, falando sobre a relação contratual dos Institutos e sua expansão pelo mundo.

Por fim, a BBC também levantou excessivamente a polêmica sobre Taiwan na entrevista. Taiwan é um ponto sensível tanto para os Estados Unidos como para a China, visto que ambos têm seus interesses pelo território. Sendo assim, levantar Taiwan como argumento em uma entrevista que, de um lado, existe uma representação chinesa e, de outro, uma representação estadunidense, serviu apenas para abrir uma problemática em que todas as partes, incluindo quem lê, não conseguem chegar a um acordo, visto que cada uma já têm suas opiniões pré-estabelecidas. Nesse caso, não houve uma tentativa de levar uma informação, mas sim induzir uma resposta.

Em *China power audit: The hard and the soft* (2015), a BBC afirma que a China sempre irá carecer de poder brando enquanto for autoritária e ditar a sua verdade, citando George Orwell com a frase "Quanto mais uma sociedade se afasta da verdade, mais ela odiará aqueles que a falam" e encerrando a notícia com um embate muito levantado nas reportagens dos jornais internacionais apresentado, rivalizando “o Ocidente e a China”:

Pequim parece determinada a continuar a protestar contra as ideias ocidentais, arrancar páginas de livros universitários e prender seus advogados. (BBC, 2015).

Em *A China trabalha duro para projetar poder brando* (2012), a CNN trata de todos os pilares que a China contempla em seu poder brando, seja pela comida, as artes marciais, o esporte, os pandas, e seu triunfo em 2008, tanto em relação à forma com que lidou com a crise como com as Olimpíadas. Junto a isso, apresenta uma pesquisa feita em 2011 pela Pew Research Center, que indica que, mesmo sendo reconhecida como uma potência do futuro, a China não agrada os olhos de grande parte da população da comunidade internacional, principalmente em países do Norte Global, como os EUA, França, Alemanha, Espanha e Japão, que entendem os EUA como mais favorável.

Com isso, James McGregor, especialista senior sobre China da APCO WorldWide (EUA), acredita que esse dilema sobre a China é algo profundo e de longo-prazo.

Eu acho que o mundo respeita as conquistas econômicas da China e tem grande admiração pelo povo chinês, mas o governo chinês não tem quase nenhum poder brando no mundo. É necessário possuir uma ideologia que ressoe com o mundo e um sistema com uma ética e governo que as pessoas admirem. A China não tem isso no momento. (McGregor para a CNN. 2012)

Entretanto, seguindo uma abordagem menos analítica e mais crítica, em *A China quer poder brando. Mas a censura está sufocando sua indústria cinematográfica* (2019), a CNN aborda o impacto da censura do governo chinês no estranhamento da população ocidental sobre suas produções audiovisuais, por conta de censuras que podem parecer banais para alguns olhares, como a proibição de cenas com uso excessivo de cigarro, uso de brincos em homens, tatuagens à mostra e qualquer sinal que possa ser entendido como algo “não-louvável” para a reputação chinesa.

Vale lembrar que, ainda que na Teoria das Relações Internacionais as estratégias de política interna não precisem estar alinhadas à política externa, para a opinião pública - o grande alvo do poder brando - pode soar contraditório, principalmente pelas questões internas, já que o poder brando lida com um movimento de exportar sua cultura, exportar o modelo interno ideal no qual o mundo irá desejar emular. Ainda assim, as sanções e contradições estadunidenses, por exemplo, não são igualmente levadas em consideração nessa comparação entre política interna e externa.

Na reportagem, o cineasta italiano Gianluigi Perrone foi entrevistado e pontua que a principal diferença entre o poder brando estadunidense e o chinês nas produções cinematográficas é que os filmes de Hollywood, ainda que carreguem uma mensagem patriótica, o fazem com maior sutileza, com uma abordagem mais subliminar e sutil, enquanto essas mensagens nos filmes chineses precisam sempre estar muito explícitas, de maneira tão direta que superam a parte divertida, causando esse afastamento do público ocidental. Com isso, filmes chineses são muito bem aceitos domesticamente, assim como filmes estadunidenses também o são, mas o contrário não acontece: filmes chineses não têm o mesmo sucesso no mercado ocidental.

Além disso, a CNN (2019) levanta a censura de filmes com temas sobre a história chinesa, como o caso do filme *One Second*, do renomado diretor chinês Zhang Yimou, que foi retirado do 69º festival de cinema Berlinale (Alemanha) devido a "razões técnicas". A CNN (2019) afirma que este é um termo que geralmente é um código para censura do governo, e que o filme foi censurado por tratar do período da Revolução Cultural da China (1966-1976). Ainda assim, o motivo da retirada ser devido à censura não foi comprovada, mas tais questões fazem com que tais cineastas independentes, como Zhang Yimou, que abordam temas mais diversos evitem o próprio mercado doméstico, enquanto fazem sucesso no ocidente.

3.2 UMA ANÁLISE SOBRE O CONFUCISMO NA CULTURA CHINESA

Os aspectos culturais da China, assim como a cultura coreana e japonesa, são marcados pela tradição milenar e o respeito pela “imagem” da família. Isso porque parte do leste asiático possui o confucionismo como base filosófica. Em *A fé que move a China* (2008), a revista Superinteressante explora conceitos dessa filosofia milenar:

A filosofia de Confúcio se baseia no conceito de ren, termo que pode ser traduzido por “benevolência” ou “humanismo”. Para ele, um sábio deve medir suas ações tendo em vista o bem da humanidade – tanto as gerações presentes quanto as futuras ... Outro conceito essencial do confucionismo é o li, que pode ser traduzido como “ordenamento social”. Confúcio acreditava que só poderia haver harmonia entre os homens se cada indivíduo seguisse à risca as normas de sua sociedade – incluindo respeito à hierarquia e etiqueta. (Superinteressante, 2008).

No confucionismo, a ideia de “ser um exemplo”, “dar o seu melhor”, “o respeito” é muito importante e reflete em diversos aspectos sociais. Entretanto, a problemática se dá quando esse hábito de se apresentar enquanto um exemplo para expressar essa harmonia plena se torna uma crença limitante para a exportação da cultura chinesa no campo internacional, algo que a Coreia do Sul e o Japão já apresentaram ter superado, com a explosão do K-pop (que por muitas vezes são financiados pelo próprio governo) e animes.

Inclusive, tais produções são o grande forte do poder brando desses países, são meios de entretenimentos que aumentam sua popularidade global na mesma proporção da ascensão econômica. Enquanto isso, a China se prende a uma preocupação excessiva sobre como a imagem da China está sendo exposta ao mundo.

In 2014, President Xi Jinping called for a stronger national effort to boost China's global popularity in proportion to its economic rise. "We should increase China's soft power, give a good Chinese narrative and better communicate China's message to the world," he said.

CNN (2019). Acesso em 02 de julho de 2022

Porém, essa busca pela melhor mensagem nas comunicações pode não apresentar veracidade para quem consome, principalmente seguindo o exemplo citado anteriormente, das produções audiovisuais sofrerem muitas censuras, pois se torna prejudicial até mesmo ao propósito inicial, que é encantar o público externo com a cultura chinesa.

Ainda assim, não é um processo simples, porque de fato a China precisa quebrar estigmas ocidentais e essa é a forma que ela encontrou para tal. Mas, enquanto o Kpop e animes conseguem cativar o público externo de maneira leve, deixando implícita sua cultura, a busca chinesa por apresentar os valores de sua cultura de maneira mais explícita acaba afastando. A preocupação é necessária, visto que já existe um estigma negativo sobre o que é a China por conta de toda a pressão internacional criada, e possivelmente manipulada, mas a falta de credibilidade por conta das tentativas de censura realizadas no meio do caminho, por exemplo, acabam convencendo quem assiste a permanecer no senso comum.

4. COMUNIDADES IMAGINADAS, ALTERIDADE E AS POSSÍVEIS BARREIRAS ENTRE BRASIL E CHINA

Em *Comunidades Imaginadas* (2008), Benedict Anderson aborda como a política nacionalista implementada ao longo dos anos nas relações sociais formaram um senso de comunidade a quem pertence a um país, sendo este senso de pertencimento por si só um divisor de ideologias e cultura.

Logo ao início do livro, o autor traz essa relação analisando conflitos e guerras, motivadas pela ascensão nacionalista de países que, em algum momento, poderiam ser identificados como aliados, como no caso de países que faziam parte do Exército Vermelho. Além de relembrar como os nacionalismos têm impactado até mesmo a Organização das Nações Unidas (ONU), que cada vez mais aceita novas nações, reflexo de que países primários acabaram precisando lidar com “sub-nacionalismos” e conflitos culturais internos, o que criou uma nova percepção de identidade e cultura.

Entendendo esse movimento de “sub-nacionalismos” e maior fragmentação na identificação entre indivíduos dentro de uma comunidade, esse conceito de comunidades imaginadas pode se aproximar bastante da teoria de Stuart Hall em *A identidade cultural na pós-modernidade* (1992), em que Hall aborda o conceito de “alteridade”.

No dicionário da Oxford Languages⁵, a palavra “alteridade” significa “natureza ou condição do que é outro, do que é distinto”. Hall (1992) aborda a alteridade nas relações de

⁵ Dicionário do Google. Foi utilizado aqui para apresentar o que pode ser entendido de maneira macro como “alteridade”, para indicar o que a palavra significa para contextualizar e introduzir o conceito de Hall.

identidade e cultura entre as nações, em que um indivíduo entende a sua identidade, sua cultura, o seu eu, a partir do que o outro não é. Ou seja, o indivíduo entende a sua individualidade ao não enxergá-la nesse “outro”.

Para Hall (1992), tudo isso é endossado pela globalização, entendendo-a enquanto um fenômeno ocidental que passou a gerar valor a cada “local”. Esse excesso de nichos de mercado, explorando a diferenciação dos locais, acabou segmentando todo e qualquer local, até mesmo regiões que, anteriormente, poderiam ser entendidas como uma coisa só.

Uma vez que a direção do fluxo é desequilibrada, e que continuam a existir relações desiguais de poder cultural entre "o Ocidente" e "o Resto", pode parecer que a globalização - embora seja, por definição, algo que afeta o globo inteiro- seja essencialmente um fenômeno ocidental.
(HALL, 1992, p. 78)

Contudo, esse "local" não se confunde com velhas identidades. Antes elas seriam entendidas como firmemente enraizadas em localidades bem delimitadas, mas agora atuam a partir da lógica da globalização, que não destrói essas identidades nacionais, mas produz simultaneamente diversas novas identificações, tanto “globais” como “locais”. Não havendo uma substituição, mas sim uma nova articulação entre o “global” e “o local”.

Aplicando essa contextualização sobre comunidades imaginadas e alteridade nas relações entre Brasil e China, é possível entender que tais barreiras se dão essencialmente pela China ser um país não-ocidental, não existindo uma relação que estimule uma identificação em diferentes aspectos, como a identidade, a cultura e a própria língua. Além da sua forma de entender e realizar suas negociações internacionais.

Em entrevista para a Universidade Federal da Integração da América Latina (UNILA), Fabio Borges⁶ (2021) afirma que o padrão de cooperação internacional da China é o da coexistência pacífica. Ou seja, diferente dos EUA, a China opta exclusivamente em fazer apenas negócios, sem se importar com intervenções militares e atuar com pressões para mudanças internas nos países com que coopera.

Por isso, o padrão de cooperação internacional da China se faz indiferente à xenofobia no campo interno brasileiro, por não ser um fator determinante para as negociações Brasil-China. Os dois Estados são parceiros de longa data, e a China tornou-se o maior parceiro comercial do Brasil com o impacto da pandemia do Covid-19, mas, ainda assim, a

⁶ Economista e mestre em Relações Internacionais, diretor do Instituto Latino-americano de Economista, Sociedade e Política da UNILA.

sinofobia não diminuiu. Sendo, inclusive, incentivada por movimentos de elite e o governo Bolsonaro, em prol dos Estados Unidos e Donald Trump.

Mesmo assim, ainda que não faça sentido a elite brasileira junto ao governo Bolsonaro atacarem seu maior parceiro comercial, por exemplo, a tendência chinesa, por prevalecer a harmonia, faz com que ela entenda que esse é um período excepcional da diplomacia brasileira, mas que o Brasil segue sendo um parceiro estratégico para negócios, independente de seu representante, pois as relações entre Estados vão além das relações entre governos.

Por outro lado, essa não-interferência na política interna gera impactos, uma vez que o Brasil já está cooptado pelos Estados Unidos. Tal cooptação se agravou com o governo Bolsonaro e a ascensão nacionalista – ou pseudo-nacionalista – que buscou aproximar os valores do Estado brasileiro à visão anti-China dos Estados Unidos, fazendo com que a China fosse entendida como apenas uma parceira de negócios, uma relação ganha-ganha, sem explorar o lado do convencimento de um modelo ideal a ser seguido, como indicado por Nye (2004) para cooptar o outro através de poder brando.

Entendendo os nacionalismos como fatores que segregam, esse também é um dos fatores que dividem essas duas nações, senão o principal. De certo modo, a falta de identificação com o dia a dia da China, endossada pela mídia internacional, faz com que o local “China” seja sempre percebido como “o outro”, “o não-ocidental”, o que está distante culturalmente, mesmo que próximos em negócios. Também é importante considerar as diferenças sistêmicas perceptíveis entre o português brasileiro e o mandarim. Ainda que não se possa reduzir aproximações e distanciamentos entre línguas apenas porque possuem origens muito diferentes, são expressivos os distanciamentos entre as duas línguas em questão.

Em adendo, a ideia chinesa de vender-se da maneira mais positiva possível deixa um ar nebuloso para quem não conhece (e pouco se conhece), abrindo o benefício da dúvida sobre o que seria a “parte ruim”, a “verdade” sobre a China. E quando as estratégias de poder brando são rapidamente comunicadas como estratégias “malignas” pela mídia internacional, é mais fácil receber notícias que indiquem o que é a “parte ruim” da China do que o contrário. Sendo, inclusive, difícil curar o que seria uma notícia falsa ou fantasiosa em meio a tantas informações divergentes. Assim, o que se mantém é um imaginário de que a China é apenas “o outro”, um “outro” com que o local “Brasil” não se identifica, tornando as ações dos Institutos Confúcio desafiadora.

Em *Institutos Confúcio no Brasil e Cooperação Educacional BRICS - A cooperação educacional é um aspecto pouco analisado do agrupamento BRICS, e os Institutos Confúcio estão liderando o caminho no Brasil*, a revista *The Diplomat* (2020) fala mais diretamente sobre a cooperação internacional entre a China e Brasil, explorando as dificuldades que estão na essência dessa cooperação, como o aprendizado de línguas e o entendimento dessas culturas, mas que esta é uma cooperação importante para a política entre Estados. Ainda que as diferenças prejudiquem a popularização da língua chinesa no Brasil, os Institutos Confúcio junto às universidades buscam aproximar brasileiros da cultura chinesa através de festas tradicionais, tais como o Festival de Meio do Outono e o Festival da Primavera, para realizar danças do leão, apresentações de Tai Chi, demonstrações de caligrafia chinesa e outras apresentações culturais chinesas.

Em geral, o Instituto Confucius se tornou uma ponte indispensável para o intercâmbio cultural entre a China e o Brasil, tanto em termos da escala das atividades de ensino/aprendizagem quanto em termos de influência pública. (The Diplomat, 2020).

Portanto, por mais que existam grandes barreiras, a implementação de Institutos Confúcio não deixa de ser procurada, tanto pelas representações chinesas como pelas brasileiras, porque ambas as partes entendem a importância de tal cooperação, apesar do momento político atual.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como apresentado em Anderson (2008) e Hall (1992), a relação entre o “local” e “o outro” é muito reforçada quando se trata da relação Brasil e China, prevalecendo no imaginário brasileiro uma alteridade sobre “o outro chinês”, muito reforçada pelo nacionalismo e a cooptação já pré-estabelecida pelo poder brando estadunidense, que contribui para uma não-aceitação do que não é “ocidental”, “local”.

As disparidades encontradas nessa relação se percebem tanto na economia, em que o Brasil acompanhou o mundo com a crise de 2008, assim como o restante do mundo, enquanto a China deslanchou num caminho contrário, assim como também se percebem na língua e seus costumes em si. Ambos os fatores são pilares do poder brando, e ao invés de aproximarem as duas nações, apenas reforçam o olhar da China enquanto “o outro”. Essa visão é muito incentivada pela mídia internacional, favorável à manutenção do poder do Norte

Global, que analisa de maneira tão à risca toda possível inconsistências entre a política interna e externa da China, mas não o faz quando se trata da política interna e externa dos Estados Unidos, que impacta a América Latina de maneira bem mais bruta.

Junto a isso, a abordagem utilizada pela China para disseminar sua cultura não passava credibilidade, sendo nebulosa para quem busca entender mais sobre. Em suma, ou tudo é muito ruim, do lado da mídia internacional, ou tudo é muito perfeito, do lado do governo chinês. Ambos não transmitem confiabilidade, mas no imaginário brasileiro prevalece pelo lado que já está cooptado.

Com isso, as ações de poder brando dos Institutos Confúcio surgem para reverter um cenário enquanto ele está acontecendo, o que é desafiador, mas tais ações são efetivas na maneira que se propõem. Mesmo que não cativa a popularidade internacional, como o comércio rapidamente cativou, a presença chinesa nas universidades tem o seu impacto positivo, em vista do aumento de Institutos nas universidades ao redor do país, somando 19 Institutos por todo o Brasil entre 2008 e 2019 (The Diplomat).

Um ponto de atenção sobre a estratégia de implementação dos Institutos Confúcio serem dentro das universidades é que pode acabar restringindo o público apenas para quem estiver inserido nesse meio. Assim, pensando em reconstruir um imaginário em busca de uma maior expansão da cultura e cooptação, pode não ser tão efetivo. Mas ao mesmo tempo, é uma grande estratégia em termos de interesses políticos das duas partes.

Em tese, o ambiente universitário é o espaço em que se busca por intercâmbios e é um espaço aberto a debates e novidades, o que é essencial para a aplicação do poder brando. Além de que, mesmo sendo o Brasil um local sinofóbico, a China e o Brasil precisam de pessoas dispostas à cooperação para o futuro da diplomacia, tanto pública como privada, desses dois países, e cativar o meio universitário pode ser uma grande chave para tal.

Portanto, por mais que estejam distantes em termos culturais, a China e o Brasil são fortes aliados econômicos, e isso já é o suficiente para existir uma consciência em ambas as partes de que essa relação precisa estar mais estreita. Assim, o Instituto Confúcio funciona como esse intermédio, não sendo o principal agente que cativa essa mudança de um olhar sobre a China de maneira cooptativa, mas sendo o referencial para estreitar uma relação em que todo mundo ganha e já previamente sabe que é necessária.

REFERÊNCIAS

- ANDERSON, B. **Comunidades Imaginadas**. [S. l.: s. n.], 2008.
- BBC. **China power audit: The hard and the soft**. [S. l.], p. 1, 22 dez. 2015. Disponível em: <https://www.bbc.com/news/explainers-35100098>. Acesso em: 2 jul. 2022.
- BBC. **Confucius Institute: The hard side of China's soft power**. [S. l.], p. 1, 22 dez. 2014. Disponível em: <https://www.bbc.com/news/world-asia-china-30567743>. Acesso em: 2 jul. 2022.
- CNN. **China wants soft power. But censorship is stifling its film industry**. [S. l.], p. 1, 21 mar. 2019. Disponível em: <https://edition.cnn.com/2019/03/21/asia/china-cultural-soft-power-intl/index.html>. Acesso em: 2 jul. 2022.
- CNN. **China works hard to project soft power**. [S. l.], p. 1, 30 mar. 2012. Disponível em: <https://edition.cnn.com/2012/03/30/world/asia/floracruz-china-soft-power/index.html>. Acesso em: 2 jul. 2022.
- FINANCIAL TIMES. **China's soft power comes with a very hard edge**. , [S. l.], p. 1, 2 nov. 2017. Disponível em: <https://www.ft.com/content/ae476228-bfea-11e7-b8a3-38a6e068f464>. Acesso em: 2 jul. 2022.
- GLOBAL TIMES. **New NGO to operate China's Confucius Institutes, 'disperse misinterpretation'**. [S. l.], p. 1, 5 jul. 2020. Disponível em: <https://www.globaltimes.cn/content/1193584.shtml>. Acesso em: 2 jul. 2022.
- HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. [S. l.: s. n.], 1992.
- HUNTER, A. **Soft Power: China on the Global Stage**. *The Chinese Journal of International Politics*, Summer 2009, v. 2, n. 3, p. 373–398, 29 abr. 2009.
- INSPER. **O agronegócio brasileiro visto a partir da China**. Rio de Janeiro, 20 maio 2021. Disponível em: <https://www.insper.edu.br/agenda-de-eventos/o-agronegocio-brasileiro-visto-a-partir-da-china/> Acesso em: 17 set. 2021.
- KURLANTZICK, J. **Charm Offensive: How China's Soft Power Is Transforming the World**. 2007.
- NYE, J. **Bound to Lead: The Changing Nature of American Power**. New York: Basic Books, 1990
- NYE, J. **Soft Power: The Means To Success In World Politics**, 2004.
- POLITICO. **China's soft power offensive: Beijing's Confucius Institutes are part of its plan to become a top world power**. [S. l.], p. 1, 26 dez. 2017. Disponível em: <https://www.politico.eu/article/china-soft-power-offensive-confucius-institute-education/>. Acesso em: 2 jul. 2022.
- RIBEIRO, F. O. **As origens históricas do unilateralismo norte-americano**. Jus.com.br, Rio de Janeiro, janeiro de 2015. Disponível em:

<https://jus.com.br/artigos/35291/as-origens-historicas-do-unilateralismo-norte-americano>
Acesso em 12/10/2021

SUPERINTERESSANTE. A fé que move a China: No país mais populoso do mundo, 3 doutrinas se influenciam para formar uma religião que só existe lá - e explica o jeito chinês de ser. [S. l.], p. 1, 30 jun. 2008. Disponível em: <https://super.abril.com.br/historia/a-fe-que-move-a-china/>. Acesso em: 3 jul. 2022.

THE DIPLOMAT. Confucius Institutes in Brazil and BRICS Education Cooperation: Educational cooperation is an underanalyzed aspect of the BRICS grouping, and Confucius Institutes are leading the way in Brazil. [S. l.], p. 1, 9 jan. 2020. Disponível em: <https://thediplomat.com/2020/01/confucius-institutes-in-brazil-and-brics-education-cooperation/>. Acesso em: 3 jul. 2022.

UNILA. As influências da China e suas relações com a América Latina: O protagonismo chinês é assunto tratado pelo pesquisador Fábio Borges na série ¿Qué Pasa? [S. l.], p. 1, 13 dez. 2021. Disponível em: <https://portal.unila.edu.br/noticias/as-influencias-da-china-e-suas-relacoes-com-a-america-latina>. Acesso em: 3 jul. 2022.

XUETONG, Y. Zhongguo Ruan Shili Youdai Tigao [The path for China to increase its soft power], Zhongguo yu shijie guan cha [China and World Affairs], 2007, no. 2:2.