

REFLEXÕES SOBRE “*SOFT POWER*”

Guilherme Mattos de Abreu *

1. INTRODUÇÃO

É esperado que uma pessoa razoavelmente informada e dotada de flexibilidade intelectual tenda a rejeitar dogmas e a solução fácil para problemas complexos, e a demonstrar capacidade de admitir as opiniões divergentes. Entretanto, são paradoxais e de difícil compreensão e aceitação, as manifestações de desconhecimento e ações decorrentes, particularmente quando expressas por adultos respeitáveis e por pessoas consideradas cultas. Observa-se que a falta de conhecimento e a focalização demasiada em crenças, áreas de atuação ou de interesse geram dificuldades para a percepção do todo, sendo usual que pessoas empreguem falsos padrões de avaliação.

Assim, vemos que há quem aceite a implementação de medidas amplas de abertura da economia, com liberalismo em alto grau e sem salvaguardas, mesmo sabendo da existência de agentes econômicos de elevadíssimo poder, capazes de manipular a livre concorrência, quando a sabedoria milenar indica a necessidade de medidas acauteladoras, embasadas em análises prévias, complexas e de caráter multidisciplinar. Até na Bíblia encontramos fundamentação para este questionamento: David, para habilitar-se a enfrentar o gigante Goliath, munuiu-se de um dispositivo que lhe permitiu superar as suas desvantagens comparativas.

Há os que se empenham em defender, sem maiores considerações, concepções ideológicas radicais, tendo conhecimento de que somente foram viabilizadas onde as populações foram mantidas sem acesso à informação e sob coerção e massivo endoutrinamento (e sendo levadas a dificuldades e restrições tais, que inúmeros indivíduos colocavam a sua vida em risco e, por vezes, encontravam a morte, para escapar de seus países).

Como se conseguiu o banimento dos produtos à base de clorofluorcarbonos (CFC) no mercado internacional, com acentuada rapidez, uma vez que os estudos que levavam a concluir pela sua influência na camada de ozônio (bem como, principalmente, o seu grau de significação) eram motivo de contestação, particularmente levando em conta os elevadíssimos custos de substituição?

Parece notório que vivemos em uma confrontação psicológica diuturna, em busca da conquista de corações e mentes. A fundamentação para esta impressão insere-se no contexto do que se convencionou chamar de *soft power* (ou Poder Brando).

* Contra-Almirante (RM1). Mestre em Segurança Internacional e Defesa. Diretor do Centro de Estudos Estratégico Marechal Cordeiro de Farias da Escola Superior de Guerra. e-mail: guilherme.abreu@esg.br. Os conceitos expressos neste trabalho são de responsabilidade do autor e não expressam qualquer orientação institucional da Escola Superior de Guerra.

A constatação motivou-nos a estudar o tema, em que se verificou a necessidade de se vincular o Poder Brando a sua aplicação à estratégia e ao ambiente que nos envolve, indo um pouco além do manifestado por aquele que popularizou o conceito: o Dr. Joseph Nye Jr.

2. O PODER BRANDO

Nicolau Maquiavel advertiu os príncipes na Itália que era mais importante ser temido que amado. Mas, no mundo de hoje, é melhor ser ambos.

Joseph Nye (2004)

Prestígio significa o reconhecimento da força de uma nação por parte de outros povos. O prestígio (alvo de escárnio por alguns) é enormemente importante, pois se a sua força for reconhecida, uma nação é, em geral, capaz de atingir seus objetivos, sem ter de usá-la.

Edward Hallett Carr, em discurso na Câmara dos Lordes, Londres, em 18 de dezembro de 1945.¹

O Poder Brando repousa na capacidade de moldar as preferências dos outros.

Joseph Nye (2004)

O conceito de Poder é complexo e admite diversas acepções: a capacidade de realizar algo; a habilidade em se obter os resultados desejados; a competência para afetar o comportamento das pessoas, de modo a viabilizar tais resultados, a capacidade de resistir a pressões etc. Em síntese, é a capacidade de realização, a despeito das ações em contrário, apresentando vertentes ofensiva e reativa.

A priori, em nosso juízo, é simples avaliar se uma nação é poderosa ou não a partir de dados concretos, dos quais, normalmente, são utilizados a grandeza populacional e territorial, disponibilidade de recursos naturais, dimensão econômica e estabilidade social. No entanto, tais parâmetros mostram-se insuficientes, pois há necessidade de se considerar recursos menos palpáveis, como as características do ambiente interno e externo, bem como a habilidade de construir e moldar estratégias de qualidade e a disponibilidade de lideranças motivadas, hábeis, preparadas e inovadoras, particularmente considerando a velocidade com a qual os acontecimentos da política internacional afetam as realidades dos estados nacionais.

Tal comentário nos remete à contribuição de Nye Jr. (2004), quando este aborda como o poder pode ser exercido, por meio de uma conhecida metáfora, onde exprime os conceitos de Poder Brando (*soft power*) e de Poder Duro (*hard power*):

O conceito básico de poder é a habilidade de influenciar os outros a fazer o que você quer que eles façam. Existem três maneiras de fazê-lo: a primeira é ameaçá-los com varas; a segunda é suborná-los com cenouras; a terceira é atraí-los ou cooptá-los, de modo que eles queiram o que você quer que queiram. Se você é capaz de seduzi-los de modo que façam o que você quer, isso significará menor dispêndio com cenouras ou varas (MILÊNIO ..., 2015).

Nye Jr. (2004) assinala que o *soft power* repousa na capacidade de moldar as preferências dos outros, enquanto o *hard power* está relacionado à coerção ou cooptação, seja por meio do poder militar ou do econômico. (NYE JR, 2004).

O denominado Poder Brando, portanto, consiste na habilidade de se obter o que se quer por meio da atração ou indução, em vez de cooptação ou coerção, mediante recompensa, supressão de vantagens econômicas ou medidas de força, ou seja, com o emprego dos poderes econômico e militar. Surge, no sentido estrito, a partir da atração pela cultura de um país, seus ideais políticos e suas políticas. Ao mesmo tempo, inclui a capacidade de construir ambiente adequado às aspirações, às iniciativas ou aos empreendimentos. (NYE JR., 2004).

Na concepção de Nye Jr., o Poder Brando atua no campo psicossocial e é exercido pelos mais poderosos e pelos que dispõem de mais conhecimento, iniciativa e sagacidade, de modo a afetar o comportamento das pessoas, e, conseqüentemente, das instituições e de países, mediante convencimento. Envolve desde ações e atitudes de longo prazo e maturação, como o desenvolvimento de credibilidade e prestígio, a criação de ambiente favorável ou desfavorável a iniciativas de variada natureza (mediante intercâmbios, indução a alterações comportamentais do público-alvo, mudanças de legislação, etc.), às ações destinadas a atender casos pontuais em curto prazo, que, usualmente, terão como base aquilo que é moldado pelas ações e atitudes de longo prazo. (NYE JR., 2004).

Cabe destacar que Nye Jr. (2004) também assinalou que o *soft power* envolve a capacidade de restringir as opções daqueles que sofrem a ação, bem como a de moldar a agenda internacional. Apontou que “[...] se um país consegue moldar as regras internacionais de forma consistente com os seus interesses e valores, as suas ações terão maior probabilidade de parecer legítimas aos olhos dos outros”; e que a capacidade de controlar as instituições internacionais reforça o *soft power*. Quando os países fazem o seu poder parecer legítimo perante os olhos dos outros, encontram menor resistência para as suas aspirações. (NYE JR., 2004, p. 10-11)².

Acrescente-se que aquele cientista político indicou, claramente, que o poder brando não exclui a necessidade de se dispor dos Poderes Militar e Econômico. Entretanto, permite menor dispêndio para aquele que aplica o poder e, conseqüentemente, maior eficiência. (NYE JR., 2004).

A leitura de Nye Jr. assinala que países econômica e militarmente fracos carecem não apenas dos recursos de *hard power*, mas também dos relacionados ao *soft power*, ou seja, a capacidade de sedução e o poder de influenciar a agenda internacional. Nye Jr. exemplifica o argumento com outra metáfora, atribuída a Osama Bin Laden: “Quando as pessoas veem um cavalo forte e um fraco, por natureza, gostarão do forte.”³(NYE JR, 2004, p. 26).

Em essência, caso-a-caso, o balanceamento quanto à aplicação do Poder Brando e dos Poderes Econômico e Militar está relacionado às características do país objeto da ação – como o grau de coesão e de permeabilidade cultural – e dos interesses em jogo. “O poder inteligente não é duro nem brando”⁴, apontou Nye Jr., mas sim, as duas coisas ao mesmo tempo (destaca-se que sempre haverá composição dos segmentos de poder, pois, mesmo em guerra, os demais poderes

continuam a atuar). Este proceder denomina-se *smart power* ou *sharp power* (Poder Inteligente), que constitui a essência da questão. (NYE JR, 2004, p. XIII).

Cabe destacar que Nye Jr. não apresentou conceitos novos. Apenas os resgatou, adaptando-os e demonstrando as vantagens em se adotar uma postura mais suave para o atendimento dos objetivos nacionais dos Estados Unidos da América (EUA), em uma conjuntura em que se focava o uso do *hard power*, e contestando as opiniões, então em evidência, de que o país estava em declínio⁵. O estrategista chinês Sun Tzu já prescrevia o *soft power* há cerca de 2.500 anos, ao destacar que tinha maior valor obter a vitória e subjugar o inimigo sem lutar; que a maior glória é triunfar por meio de estratagemas; e que toda a campanha militar repousa na dissimulação. (SUN TZU, 2012).

Nicolau Maquiavel (1973), em – O Príncipe: escritos políticos –, recomendava nunca tentar ganhar pela força o que se podia ganhar pela dissimulação⁶. Theodore Roosevelt tinha em seu receituário, há mais de um século, uma fórmula que podemos associar, em parte, ao *smart power*: “Fale suave, mas carregue uma grande vara: você vai longe [...]”.

Spykman (1942), ao rejeitar a “fantasia” da aproximação cultural, décadas antes de Nye Jr., em plena Segunda Guerra Mundial, destacara a importância do balanceamento da aplicação dos segmentos de poder, minimizando, entretanto, a importância relativa do *soft power*. Argumentou que:

Os seres humanos inventaram uma grande variedade de técnicas projetadas para ganhar amigos. Estes diferentes métodos podem ser classificados sob quatro títulos amplos: persuasão, compra, troca e coerção, [...] será constatado que as políticas mais bem sucedidas são uma mistura criteriosa de todas as quatro (SPYKMAN, 1942, p. 12).⁷

[...]

A experiência indica que há maior segurança em um poder balanceado do que em uma declaração de boas intenções (SPYKMAN, 1942, p. 20).⁸

[...]

A suposição de que pessoas fundamentalmente diferentes necessariamente começarão a gostar umas das outras, à medida que se familiarizam melhor, é errônea e refutada na vida cotidiana (SPYKMAN, 1942, p. 255).⁹

Argumentou Spykman que a ideia de que, em um mundo dominado pela força, os estados passem a cooperar em função dos sentimentos de amizade recíproca não fazia sentido: “A simpatia não determina a política, a política tende a determinar a simpatia” (SPYKMAN, 1942, p. 255).¹⁰

Voltando a Nye Jr. (2004), verificamos que a sua argumentação é consentânea com Bobbio (1984) (1909-2004), que apontou a existência de três tipos de poder: o que se vale pela posse de certos bens, como os meios de produção (o equivalente ao poder econômico), que permitiria exercer o domínio sobre os que estão em penúria, por meio de recompensa (ou perda) real ou expectante; o poder ideológico, fundamentado na influência de ideias sobre o comportamento dos conduzidos; e o poder político, baseado na força física, ou seja “[...] das armas

de qualquer espécie ou grau [...]” (BOBBIO, 1984, p. 7-8), que constitui o poder coativo, no sentido estrito.

Destaca-se que o Poder Militar, mesmo em tempo de paz, na configuração Poder Brando, pode ser empregado em apoio à política externa de várias maneiras. Neste sentido, o uso do conhecimento (dados de inteligência) como instrumento de poder também está inserido no contexto do *soft power*. A habilidade do setor defesa em gerar e distribuir vasta quantidade de dados de inteligência pode não só orientar as posturas do governo (exemplo: apoio a negociações em curso, antecipando-se a problemas iminentes, contrainteligência, etc.), como também prover um guarda-chuva de informações em proveito de países amigos (CLAWSON; BINNENDIJK, 1996).

Salienta-se, ainda, que a aplicação do Poder Brando não está limitada aos países. A era da informação marca a importância crescente de atores intergovernamentais e não-estatais, como as organizações não-governamentais (ONG) e as multinacionais, no cenário internacional. As ONG, que cresceram em importância, em quantidade e diversidade, em função da habilidade em obter seguidores, são muito levadas em conta pelos governos, seja como aliadas ou como adversárias. Vale dizer, que os conceitos desenvolvidos no presente artigo são aplicáveis a essas organizações.

Julga-se conveniente fazer-se a seguinte ressalva ao formulado por Nye: usualmente, percebe-se o Poder Brando como um poder indolor, como a própria denominação indicaria. Mas a resultante final da aplicação deste poder pode ser dolorosa ou, ao menos, indesejável para quem sofre a ação, ainda que a relação causa-efeito não seja percebida. Cabe lembrar que terceiros podem ser induzidos a realizar o trabalho duro (exemplo: os conflitos internos de caráter político-ideológicos, nos países do Terceiro Mundo, ao longo da Guerra Fria).

Destaca-se que Nye Jr. assinalou que: “repulsa e o ódio também pode compelir as pessoas a agir, mas a resultante que produzem são usualmente indesejáveis por aqueles que os geraram. Alguns podem considerar isto um ‘*soft power* negativo’, mas a expressão seria incoerente com a minha definição do poder como a de produzir o resultado desejável.” (NYE,2004, p.150)

Este autor considera a estanqueidade idealizada por Nye contraditória e irrealista, pois uma ação de indução ou de cooptação por atração ou sedução não pode ser classificada como brando ou não em função do resultado. O adjetivo “brando” qualifica os instrumentos e procedimentos utilizados para alcançar os efeitos desejados. Também se busca alcançar “efeitos desejados” quando se emprega o Poder Militar e o Poder Econômico. A análise do tema do ponto de vista da estratégia e os argumentos de NYE, em seu conjunto, bem como exemplos que apresentou, levam a concluir por esta incoerência.

Além disso, a mesma ferramenta pode ter efeitos opostos, em ambientes diferentes: os filmes de Hollywood são instrumentos do Poder Brando; mas as obras que demonizam o Islã minam a capacidade de aproximação do governo dos EUA com os países islâmicos (NYE, 2004); uma demonstração de força militar pode ser percebida com admiração ou como intimidação. Acrescente-se que, em determinadas circunstâncias, provocar uma agressão por parte do influenciado pode ser o desejo do agente indutor.

3. RECAPITULANDO CONCEITOS DE ESTRATÉGIA

Estratégia, em sua origem, é uma ciência militar. Tem aplicação no dia-a-dia, uma vez que os Princípios da Guerra ou Princípios Estratégicos nada mais são que proposições do senso comum. Em sua acepção original, militar, estratégia exprimia o conjunto de ações pelas quais se procura, a partir de uma situação inicial, chegar a uma situação final desejada, em ambiente em que há confronto de vontades, considerando os fatores favoráveis e adversos existentes.

O que se busca, portanto, é a aceitação, pelo adversário das condições que se lhe quer impor. A decisão é um acontecimento de ordem psicológica que se quer produzir no adversário: convencê-lo de que prosseguir na luta é inútil. Isto significa que o resultado pode ser atingido não só pela vitória militar. Esta, muitas vezes, será dispensável ou mesmo irrealizável (pode estar fora do alcance ou ser demasiado perigoso).

Com o passar do tempo, o termo estratégia passou a ser aplicado onde existe competição ou concorrência no meio civil. Estratégia, nos tempos modernos, extrapolou o domínio militar, estendendo-se à diplomacia, à economia, à política, ao campo psicossocial, à ciência & tecnologia etc.. Portanto, é pertinente discuti-la no presente artigo.

Na fase que antecede a batalha, desde a Antiguidade, para um comandante, era (e é) de importância fundamental ter a habilidade de atrair o inimigo para a luta em terreno e ocasião que lhe ofereçam condições mais favoráveis. Isto significava buscar combater nos períodos adequados do dia; utilizar a conformação do terreno para reduzir a frente de combate de um inimigo de efetivo superior; posicionar-se convenientemente em relação à direção do vento ou da luz do Sol, etc.

Neste tópico, surge um conceito importante, que deve orientar a atuação em qualquer ambiente em que haja concorrência: atrair o oponente para o confronto em condições que ofereçam condições favoráveis. Também para um país, uma empresa ou indivíduo é essencial buscar atuar em uma conjuntura favorável. Aparece, então, um dos objetivos do Poder Brando: moldar uma conjuntura favorável.

Da estratégia retiramos conceitos relevantes para o nosso estudo: a importância do conhecimento (do ambiente, do oponente, da conjuntura e o autoconhecimento); do estratagema;

e, não menos importante, de vencer sem lutar, ou seja, sem a confrontação física direta, vale dizer, sem emprego do *hard power*, que é o domínio da estratégica indireta, a qual se adapta ao emprego do Poder Brando.

Para André Beaufre, reconhecido estrategista militar, na estratégica indireta persegue-se a capitulação moral ou psicológica do adversário e a permanente busca pela liberdade de ação (ao mesmo tempo em que se procura restringir ao máximo a que desfruta o oponente). O essencial do confronto não se trava sobre o terreno do combate, mas fora dele.

Neste sentido, na concepção da manobra exterior, busca-se assegurar o máximo de liberdade de ação, restringindo o adversário por laços de dissuasão (como Gulliver em Lilibut¹¹). Trata-se de uma manobra psicológica. Os procedimentos de dissuasão empregados variam dos mais sutis aos mais brutais: Coloca-se em jogo o respeito às formas legais do Direito interno e internacional; invocam-se valores morais e humanitários; procura-se criar, no adversário, uma consciência pesada na luta, fazendo-o duvidar da causa (buscar-se-á a oposição da opinião interna, bem como de setores da comunidade internacional, “criando uma verdadeira coalizão moral, para a qual se atrairá simpatizantes ingênuos, seduzidos por argumentos adaptados a seus próprios preconceitos” (BEAUFRE, 1963, p. 124)). Este clima será explorado nas organizações e fóruns internacionais (ONU, OEA, G-20, etc.) e será utilizado como ameaça, destinada a impedir uma ou outra ação do adversário. Qualquer semelhança com o noticiário da mídia de nosso tempo não é mera coincidência.

Até mesmo o terrorismo, sendo muito dependente da mídia para alcançar resultados, se utiliza do Poder Brando. “O terrorismo é um teatro”, definiu Brian Jenkins:

Os ataques terroristas são, via de regra, cuidadosamente coreografados para atrair a atenção da mídia eletrônica e da imprensa internacional. Fazer reféns aumenta o drama. Se certas demandas não são satisfeitas, os reféns podem ser assassinados. Os reféns, geralmente, nada significam para os terroristas. O terrorismo mira as pessoas que assistem e não as suas vítimas reais. O terrorismo é um teatro. (JENKINS, 1974. p. 4.).

A concepção do terrorismo como teatro destaca que o seu poder real é maior do que os seus recursos de *hard power*, em função do componente psicológico intimidante e da atração – o seu Poder Brando.

4. O AMBIENTE EM QUE VIVEMOS

Na América Latina como um todo, chama a atenção o comportamento reativo e a razoável uniformidade de argumentos observados nas manifestações do senso comum, retratando ondas de conceitos que varrem o Continente, configurando susceptibilidade a modismos passageiros, mas,

por vezes, de relevantes consequências. Outras peculiaridades identificáveis na região, aplicáveis, em maior ou menor grau de país para país, são (ABREU, 2009):

- a) A tendência em se colocar fatores externos como origem dos problemas – a “síndrome do bode expiatório” (“somos pobres: a culpa é dos outros”).
- b) O injustificável sentimento de baixa estima – a “síndrome do cachorro vira-lata” (que necessita de afago)¹². No caso brasileiro, observa-se uma sensibilidade exagerada ao elogio e à crítica vinda do exterior.
- c) A tendência em se atribuir ao estrangeiro a solução para os problemas que nos afetam – de certo modo, uma resultante da combinação das duas peculiaridades anteriores.
- d) A limitada compreensão dos complexos processos de construção nacional. O descompromisso com o passado é uma excepcional vulnerabilidade para a aplicação do Poder Brando.
- e) A indisciplina intelectual que privilegia o empírico e o “que parece ser”, em detrimento de se decidir ou estabelecer conceitos com base no estudo de indicadores ou de evidências concretas.

É sabedoria consagrada! Mao Tsé-Tung, registra o célebre “Livro Vermelho” (1964), abordou a necessidade de se desenvolver este atributo, ao discorrer sobre papel do dirigente do partido, em 1949:

Ter os números na cabeça. Isso significa que devemos atender ao aspecto quantitativo das situações ou problemas e fazer análise quantitativa básica. Toda a qualidade se manifesta numa quantidade determinada; sem quantidade não pode haver qualidade. Até a data, muitos dos nossos camaradas ainda não compreenderam que devem atender aos aspectos quantitativos das coisas – as estatísticas de base, às percentagens principais e aos limites quantitativos que determinam a qualidade das coisas. Eles não têm números na cabeça, e por isso não podem deixar de cometer erros.

Levando-se em conta o princípio básico de gestão, segundo o qual somente se pode gerir com eficácia aquilo que se pode medir, tal tipo de comportamento representa uma desvantagem comparativa relevante em relação a outros povos.

4.1. A evolução do processo

É evidente que esta idiosincrasia, em suas origens, está relacionada à interação cultural com os indígenas, colonizadores, invasores e os trazidos como escravos. No caso, exporemos fundamentados na evolução observada no Brasil. Os latino-americanos, por certo, encontrarão algumas similaridades em seus países.

No caso brasileiro, a partir da primeira metade do século XIX, como consequência da abertura dos portos de 1808, intensificou-se a comunicação por mar, inicialmente beneficiando os britânicos. Os franceses ganharam evidência, a partir de 1815.

O Brasil recém-independente, com mentalidade separatista, era um terreno receptivo ao que vinha do exterior, ao mesmo tempo em que tendia a rejeitar o que era português (COMISSARIADO, 2009). Assim, o que era de origem estrangeira virou moda; o de origem portuguesa, ultrapassado. Não tardou para que os intelectuais franceses passassem a influenciar os brasileiros. Pais abastados enviavam os filhos para estudar na França, os quais, ao retornarem, aguçavam a influência francesa na sociedade.

A influência norte-americana começa no século XIX e tornou-se crescente no século seguinte. Foi maximizada a partir da Segunda Guerra Mundial. Ela é historicamente persistente, pragmática e coerente com os interesses duradouros daquele país, ainda que flexível quanto aos objetivos a alcançar (variam com o tempo e o espaço geográfico).

No que interessa ao Poder Brando, é evidente que a influência continua acentuada, em função da presença maciça nos meios de comunicação, seja através de livros, filmes e documentários ou por meio da mídia de notícias.

No século XX inicia-se a expansão do comunismo. Nos chamados países semicoloniais, como os da América Latina (segundo antiga classificação soviética), onde se desejava obter influência, a estratégia consistiu no cultivo de sentimentos de rejeição e de descrédito às potências oponentes, representadas pela França e pela Grã-Bretanha e, mais tarde, pelos Estados Unidos; e em medidas destinadas a debilitar os segmentos da sociedade e do Estado que pudessem se contrapor à implantação da “nova ordem”.

As atenções de Moscou para com a região começaram, efetivamente, depois da ascensão de Stalin. Em 1924, foi criado o Secretariado Latino na estrutura do Komintern. No ano seguinte, o Secretariado Sul-Americano passou a funcionar em Buenos Aires (STEIN, 1972). Tratava-se de um teatro de operações secundário, mas que seria palco de alguns acontecimentos relevantes já na década seguinte. Desde então, a influência da ex-União Soviética na região passou por altos e baixos.

Um registro importante é que, no início da Segunda Guerra Mundial, em função do Pacto Germano-Soviético, o Comunismo Internacional opôs-se aos esforços voltados à defesa empreendidos pelas nações ocidentais (inclusive no Brasil ¹³), mas mudaram para posição diametralmente oposta, após Hitler invadir a União Soviética. Ocorrência que comprova que os comunistas eram oficialmente internacionalistas, mas o Comunismo Internacional servia ao

interesse nacional da União Soviética (SOWELL, 2011, p. 100 e 490) – ou seja, uma autêntica manifestação do Poder Brando soviético.

No início dos anos sessenta, os serviços de inteligência comunistas começaram a comprar secretamente jornais, revistas e pequenos serviços de imprensa nos países em desenvolvimento. Tais investimentos foram pouco rentáveis e não subsistiram na América Latina, tanto pela tomada do poder por grupos anticomunistas – o que provocou o fechamento de vários desses periódicos – quanto pela necessidade de recursos ser superior à capacidade financeira desses serviços. Cedo, verificou-se que dispor de jornalistas formadores de opinião, estáveis e operando separadamente em vários jornais e revistas populares, era a melhor maneira de influenciar a mídia de massa.

Esse trabalho inteligente e persistente rendeu frutos, pois a esquerda, gradualmente, alcançou o poder em alguns países do Continente nos anos seguintes, ainda que relativamente por pouco tempo (exceto quanto a Cuba). A partir dos anos oitenta, com o abandono da luta armada, o processo sofisticou-se, tendo como base os formadores de opinião (educadores, jornalistas, articulistas etc.) moldados na etapa anterior. Trata-se de uma estratégia atilada, que buscou criar sinergia mediante vários mecanismos, utilizando a academia e os círculos intelectuais como fontes irradiadoras de ideias em caráter duradouro.

A Alemanha também buscou exercer influência na América como um todo, em especial nos países latinos, com o emprego do Poder Brando (COSTA, 2004), nas décadas que antecederam a II Guerra Mundial. Para tanto, contava com:

- O substancial número de imigrantes e seus descendentes, inclusive nos Estados Unidos, onde representavam cerca de 10% da população. Tal concepção fez com que os nazistas, ao chegarem ao poder, buscassem enquadrar o complexo de atividades culturais e instituições engajadas em atividades no exterior, o que envolvia a propagação de ideias racistas, tanto no Novo quanto no Velho Mundo, e o esforço em manter a língua e a cultura entre os alemães emigrados e seus descendentes,
- Os vínculos de interesse com organizações e partidos políticos locais, de inclinação fascista, antissemita, anticomunista ou eugenista.
- Os vínculos econômicos importantes, capazes de criar interesses comuns, estrategicamente desenvolvidos (o que nos levaria a colocar a iniciativa no âmbito do Poder Inteligente).

Adicionalmente, havia a convicção de que a evolução tecnológica, em breve, permitiria uma conquista transatlântica. (COSTA, 2004).

A Alemanha tinha um interesse especial no Cone Sul, ainda que não tenha descurado de ações em outros países. Cabe registrar que Otto Richard Tannenberg, ideólogo do pangermanismo, já assinalara esta orientação, em 1911, ao descrever o contorno da futura Alemanha do Sul, incluindo todas as terras ao sul de uma linha de contorno irregular, que ia do Atlântico, na altura do Rio de Janeiro, até Antofagasta, no litoral do Oceano Pacífico, abrangendo a Região Sul do Brasil (3 estados, onde era forte a manifestação da cultura alemã), o Paraguai, a Argentina, o Chile, o Uruguai e o terço meridional da Bolívia (integrantes da Bacia do Rio da Prata), onde o alemão seria ensinado como segunda língua, com o propósito de torna-se o idioma nacional, mais tarde. (COSTA, 2004).¹⁴

As marcas desta influência são evidentes em diversos países, onde encontramos regiões em que o idioma alemão está presente como segunda língua, na arquitetura, na comida, nos uniformes e nas marchas militares.

Ao longo do século XX, todo este conjunto de influências em larga medida, estava apoiado em uma mídia pautada pelas grandes agências internacionais de notícias e pelos geradores de conhecimento científico, majoritariamente localizados na Europa e nos Estados Unidos. Vale dizer: orientavam o estabelecimento da agenda e da moldura em que se faziam os debates.

Neste ponto, destaca-se que a influência dos intelectuais é extremamente relevante neste processo. Como assinalou Dr. Thomas Sowell¹⁵, em seu livro *"The Vision of The Anointed, Self-Congratulation as Basis for Social Policy"* (*"A Visão Do Ungido, Autocongratulação Como Base para a Política Social"*). Sowell definia esses influenciadores como os ungidos, que seriam aqueles intelectuais com credibilidade, que, com suas afirmações retóricas, alteram, por sua influência, as reações da sociedade.

Segundo aquele autor, possivelmente, nunca antes na história houve uma época em que os intelectuais tivessem um papel tão amplo na sociedade quanto em nosso tempo. E quando esses geradores de ideias (os *"donos do conhecimento"*) são envoltos por uma espessa névoa constituída pelos que adotam e disseminam essas ideias - sejam professores, jornalistas, artistas, assessores, ativistas, e outros, que fundamentam as suas crenças e ações nas concepções desses intelectuais -, a influência no rumo da evolução social pode ser considerável ou mesmo crucial. A influência está relacionada ao ambiente circundante, incluindo quão livre os intelectuais são para propagarem as suas ideias e nem tanto em serem instrumentos da propaganda estatal, como ocorre nos países totalitários.

Os intelectuais a que se refere Sowell compõem uma categoria ocupacional, constituída por pessoas que, como ocupação, lidam principalmente com ideias: escritores, acadêmicos e conexos. Nesse contexto, o trabalho do intelectual começaria e terminaria no campo das ideias.

Aqui, não são considerados como intelectuais os formuladores de trabalhos tangíveis, que abordam a aplicação de ideias ou conceitos, como os textos profissionais elaborados por engenheiros, médicos, etc. (SOWELL, 2011).

Sowell assinala que intelecto não é sabedoria. Sabedoria é uma qualidade rara e pode ser definida pela habilidade em combinar intelecto, conhecimento, experiência e julgamento, de modo a produzir um entendimento coerente. O oposto de “elevado intelecto” é estupidez ou embotamento (SOWELL, 2011). Como oposto de sabedoria, podemos mencionar a inépcia, a insensatez, a insensibilidade, a incapacidade de percepção e de julgamento, a ingenuidade e a imprevidência ¹⁶.

Acrescente-se que os temas que afetam a sociedade envolvem múltiplas variáveis e dificilmente um único indivíduo (ou grupo de indivíduos polarizados) teria conhecimento para conduzir assuntos demasiadamente complexos. Haverá necessidade de se dispor de uma assessoria de caráter multidisciplinar para tal.

A inclusão do tema “*ungidos*” neste artigo justifica-se porque esses intelectuais são empregados em proveito do Poder Brando, uma vez que são capazes de influenciar a sociedade em benefício dos que buscam exercer este poder.

4.2. O que muda no século XXI.

O nosso século assinala algumas novidades importantes, entre as quais se destaca o despertar da China como potência. O país tem conseguido de uma forma planejada, agressiva e bem articulada, desenvolver um aguçado *smart power*, no qual ganha relevo as suas ações relacionadas ao Poder Brando, buscando influenciar os órgãos de mídia e angariar prestígio em todo o hemisfério.

Outro aspecto relevante relaciona-se à mudança de como as informações passaram a chegar ao indivíduo. Durante séculos e até recentemente, as fontes de difusão de informações estiveram ligadas e, em maior ou menor grau, controladas pelos centros de poder, que pautavam o que seria publicado. Com o advento dos novos recursos de comunicações, as pessoas passaram a se comunicar em rede, entre si. Assim, as mídias sociais tornaram-se os novos canais de comunicação, distribuindo as informações de uma forma mais rápida do que é capaz a mídia de notícias organizada, influenciando sobremaneira o comportamento das pessoas (MATOS, 2019). O fluxo de informações é rápido e incontrolável, o que dá margem a novos paradigmas de influência no âmbito do Poder Brando.

4.3. Síntese

Verifica-se, a luz dos exemplos, que, quanto ao emprego do Poder Brando na disputa pelo controle dos países latino-americanos, temos um jogo de soma zero, ao menos no terreno das intenções.

Essas influências de origem externa - ora conflituosas, ora concorrentes, ora convergentes - contribuíram para modelar aspectos peculiares da idiosincrasia latino-americana. Representantes típicos desse comportamento são os personagens capazes de, simultaneamente, reivindicarem tratamento privilegiado nas relações comerciais com os países ricos; de demonizarem esses países como os maiores culpados pelos males que afligem o Continente; e de aspirarem ao modo de vida dos habitantes das nações desenvolvidas, procurando, até mesmo com sacrifício, imitá-los, obter e exibir os seus típicos bens de consumo. Afinal, é da natureza humana buscar a identificação com os vencedores!

Nessa conjuntura, é nossa avaliação que o a América Latina mostra-se muito sensível a ação do Poder Brando.

5. CONCLUSÃO

“Soft power” (...) é mais que persuasão ou a habilidade de mobilizar as pessoas com argumentos. É a habilidade de seduzir e atrair. E atração geralmente leva à aquiescência ou a imitação.”

Joseph Nye (2002)

“Somos todos ignorantes, mas não ignoramos as mesmas coisas”!

Albert Einstein

O Poder Brando vai além da persuasão ou a habilidade de mobilizar as pessoas com argumentos, pois envolve sedução e atração. Constitui o poder perceptível de uma nação. No caso de um país, é conformado em função dos componentes do Poder Nacional, pois é evidente que aquele que é rico, forte e sábio é atraente, infunde respeito e credibilidade e é visto como poderoso. Ou seja, os Poderes Econômico, Militar e Científico & Tecnológico são fundamentais para capacitar-se ao exercício do Poder Brando. Podemos considerar que instituições também dispõem do Poder Brando, na medida em que são atuantes no cenário nacional e internacional.

A abordagem sobre estratégia, entre outros argumentos relevantes, destacou: a moldagem de uma conjuntura favorável; a importância do conhecimento e do estrategema; de vencer sem lutar; e o conceito de estratégia indireta. O que nos permitiu ir um pouco além do apresentado por Nye, pois o Poder Brando parece indolor, mas a resultante final da aplicação deste poder pode ser

dolorida ou, ao menos, indesejável para quem sofre a ação, ainda que a relação causa-efeito não seja percebida.

Também se considerou importante discorrer sobre o ambiente em que vivemos e como se dá a manipulação do conhecimento, aproveitando a abordagem crítica de Thomas Sowell.

Poderíamos acrescentar a este artigo inúmeros exemplos de casos em que se identificaria a ação do Poder Brando, em várias áreas, mas isto o tornaria por demais extenso. Aplicar-se-ia a temas como meio ambiente, temática indígena, história, economia e finanças, guerra, política externa etc.

Por oportuno, vale destacar outro aspecto importante, despertado pela afirmativa de Einstein que abre esta conclusão: a essência em conduzir o Poder Brando está na gestão do conhecimento, o que só é possível em um ambiente que gere um grande número indivíduos capazes de perceber as múltiplas variáveis intrínsecas dos problemas que afligem a sociedade. É o conhecimento que possibilita a existência da habilidade de construir e moldar estratégias de qualidade e a formação de massa culta, dotada de conhecimento diversificado e capacitada a apreciar as diversas propostas que são apresentadas, bem como impor a voz, exercendo o saudável direito de divergir, mostrando as correções necessárias ou indicando novos caminhos. Argumentos que nos levam ao tema educação.

A educação está intimamente relacionada à formação do cidadão. A educação tem que ser vista em seu sentido amplo: de desenvolvimento continuado das faculdades físicas, intelectuais e morais do ser humano. Isto envolve a transferência de valores, os quais constituem referenciais importantes para gerar coesão em uma sociedade. Vale lembrar que pessoas educadas tendem a ser mais firmes nos seus pontos de vista (além de serem mais capacitadas a decidir). Costumam rejeitar as mensagens que colidam com as suas ideias, valores e expectativas, sendo, portanto, menos influenciáveis.

Adicionalmente, uma sociedade que oferece amplas oportunidades de educação tende a progredir acentuadamente, pois é aumentada a geração de expoentes, que contribuirão para o seu engrandecimento. Afinal, “sábios só nascem em uma sociedade sábia”¹⁷.

Também é importante que o país disponha de instituições integradoras e harmonizadoras de conhecimento, focadas no interesse do país, voltadas para indivíduos de alto nível, ou seja, as elites governamentais e privadas, habilitando-as a formular e implementar estratégias de longa maturação, adequadas, eficazes e eficientes.

Em nossa avaliação a América Latina mostra-se muito sensível a ação do Poder Brando, sendo importante que reflitamos sobre o tema.

-
- ¹ Conforme citado em WIGHT, M. 2002, p. 88. Edward Hallett Carr (1892 – 1982), foi um diplomata britânico, historiador marxista, jornalista e teórico de relações internacionais.
- ² “*If a country can shape international rules that are consistent with its interests and values, its actions will more likely appear legitimate in the eyes of others*” (NYE JR., 2004. p. 10-11).
- ³ “*When people see a strong horse and a weak horse, by nature, they will like the strong horse.*” (NYE JR, 2004. p. 26).
- ⁴ “*Smart power is neither hard nor soft.*” (NYE JR, 2004, p. XIII).
- ⁵ Joseph Nye Jr desenvolveu o conceito no livro - *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power* -, em 1990, contestando a opinião então prevalecente de que o país estava em declínio - e o retomou com duas publicações, em 2002 e 2004: - *The paradox of american power: why the world’s only superpower can’t go it alone* (NYE JR., 2002); e - *Soft power: the means to success in world politics* – (NYE JR, 2004), em uma conjuntura em que o uso do *hard power* estava em evidência, durante os governos de George W. Bush. .
- ⁶ Maquiavel, em sua obra, recomenda a dissimulação no capítulo XVIII – “De que modo os príncipes devem manter a fé da palavra dada.
- ⁷ “*Humans beings have invented a great variety of techniques designed to win friends. These different methods can be classified under four broad headings: persuasion, purchase, barter, and coercion, [...] it will be found that most successful policies are a judicious mixture of all four.*” (SPYKMAN, 1942, p. 20).
- ⁸ “*Experience has shown that there is more safety in balanced power than in a declaration of good intention.*” (SPYKMAN, 1942, p. 20).
- ⁹ “*The assumption that people who are fundamentally different will necessary begin to like each other as they become better acquainted is erroneous, and disproved in daily life.*” (SPYKMAN, 1942, p. 255).
- ¹⁰ “[...] *simpathy does not determine policy, policy tends to determine simpathy.*” (SPYKMAN, 1942, p. 255).
- ¹¹ “*As viagens de Gulliver*”, novela do escritor irlandês Jonathan Swift (1667 – 1745), publicada pela primeira vez em 1726.
- ¹² O Complexo de vira-lata é uma expressão criada pelo dramaturgo e escritor brasileiro Nelson Rodrigues. Referia-se a ausência de autoestima, ou seja, o complexo de inferioridade que os brasileiros se colocam voluntariamente -um narcisismo às avessas.
- ¹³ Joel da Silveira, em entrevista a Geneton Moraes Neto, narrou que intelectuais e jornalista de esquerda (inclusive ele) participaram do suplemento literário de um jornal chamado “*Meio-Dia*”, financiado por uma agência alemã, no Rio de Janeiro. Eram “*ordens de Moscou*”, em função do Pacto Germano-Soviético, assinalou Silveira. (MORAES, 2013.). Mais tarde, os comunistas passariam a defender o ingresso do Brasil na Guerra.
- ¹⁴ O texto de Tannenberg Otto foi publicado em uma brochura intitulada *Gross-Deutschland die Arbeit des 20. Jahrhunderts*, Leipzig-Golis, B. Volger, 1911. apud CASTRO (2004).
- ¹⁵ O economista, crítico social, filósofo político e autor Thomas Sowell é afroamericano, nascido em uma família pobre em um estado sulista (Carolina do Norte), em 1930. Combateu, como soldado fuzileiro naval, na Guerra da Coréia. Obteve o bacharelado na Universidade de Harvard, em 1958; mestrado na de Columbia, em 1959; e o doutorado em Economia, na de Chicago, em 1968. A sua crítica social evidencia as peculiaridades de sua formação acadêmica e experiência de vida.
- ¹⁶ Sowell utilizou uma única palavra em oposição à “*sabedoria*”: “*foolishness*”. Neste estudo, julgou-se conveniente detalhar os múltiplos significados de “*foolishness*”.
- ¹⁷ Esta frase costuma ser proferida pelo fundador da EMBRAER e ex-Ministro Ozires Silva, em suas palestras.

REFERÊNCIAS

- ABREU, Guilherme. **Reflexões sobre o soft power**. Revista da Escola de Guerra Naval, Rio de Janeiro, nº 14, dez. 2009.
- BEAUFRE, A. **Introdução à Estratégia**. Trad. Araripe, L a partir do original de 1963. Rio de Janeiro: Biblioteca do Exército Editora. 1998. 156 p.
- BOBBIO, Norberto. **O significado de política**. In: CURSO de Introdução às relações internacionais: Política e Ciência Política. 2. ed. Brasília, DF: Ed. UnB, 1984. Decanato de Extensão. Serviço de Ensino a Distância. Unidade 1. p. 5-20.
- CLAWSON, P.; BINNENDIJK, H. **Strategic assessment 1996: instruments of U.S. power**. Washington, DC: NDU Press, 1996.
- COMISSARIADO Francês no Ano da França no Brasil (organizador). **O Brasil, A França e o Mar**. Rio de Janeiro: Diretoria do Patrimônio Histórico e Documentação da Marinha. 2009.
- COSTA, S. **Crônica de uma Guerra Secreta**. Rio de Janeiro: Editora Record. 2004.
- JENKINS, B. **International Terrorism: A New Kind of Warfare**. The Rand Corporation, June 1974. Disponível em: <http://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/papers/2008/P5261.pdf>. Acessado em: 05 de jun. 2013.
- MAQUIAVEL, Nicolau. **O Príncipe**. Domínio Público. Disponível: [cv000052.pdf](http://dominiopublico.gov.br/cv000052.pdf) (dominiopublico.gov.br. Acessado em 01 mar. 2021,
- MATOS, Sílvio. Entrevista ao grupo Personalidades em Foco. 03 jul. 2020. Disponível: <https://m.youtube.com/watch?v=zA6w2BQKIWM>, Acessado em 31 mar. 2021.
- MORAES NETO, Geneton. **“Garrafas ao Mar: A Víbora Manda Lembranças”**. Documentário sobre Joel da Silveira dirigido por Geneton Moraes Neto. Globo News – Central Globo de Jornalismo. 2013.
- NYE, Jr., Joseph S. **Soft Power: The Means to Success in World Politics**. Perseus Book Group. Cambridge. MA. EUA. 2004.
- NYE, Jr., Joseph S. **The Paradox of American Power: Why the World’s Only Superpower Can’t Go It Alone**. New York: Oxford University Press, 2002.
- SPYKMAN, Nicholas. **America’s strategy in world politics**. New York: Harcourt, Brace and Company, 1942.
- STEIN, Robert. **Media Power: Who Is Shaping your Picture of the World?** Boston, EUA: Houghton Mifflin Company, 1972.
- TSÉ-TUNG, Mao. **O Livro Vermelho**. Adaptação: Luis Fraga. – São Paulo: Folha de São Paulo, 2010. 160p.
- WIGHT, M. **A Política do Poder**. Trad. Sérgio Duarte. 2. Brasília: Editora Universidade de Brasília, Instituto de Pesquisa de Relações Internacionais Exteriores; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2002.