

Soft Power: tipologia de poder e Relações Públicas Internacionais¹

Guibson DANTAS²

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

RESUMO

Soft power, enquanto tipologia de poder a serviço de um Estado, converge para a possibilidade de influência direta ou indireta de comportamento e/ou interesses de corpos políticos por meios ideológicos ou culturais. Neste texto, a atenção é voltada para os seus mecanismos e os seus desdobramentos em relação aos demais atores internacionais, o que o situa como uma habilidade de interesse das Relações Públicas Internacionais (RPI).

PALAVRAS-CHAVE: *soft power*; relações públicas internacionais; atores internacionais; influência; poder.

1. Introdução: tipos de poder

Considerando que Relações Públicas Internacionais (RPI) é uma subárea das Relações Públicas e que estabelece, por sua vez, uma interface com a área de Relações Internacionais, é possível dizer que seu principal objetivo é “harmonizar os interesses privados e públicos de um ator dentro do sistema internacional” (DANTAS, 2023, p. 3).

Dentre suas várias esferas de atuação, destaca-se a esfera estatal, isto é, o *locus* no qual os Estados³ operam dentro do sistema internacional. Para lograr papel de protagonismo em relação a outros países, organismos, corporações, instituições, governos e formadores de opinião, os Estados direcionam a atenção para o desenvolvimento de estratégias em busca de poder. Em outras palavras, trata-se de adquirir “a capacidade de afetar os outros para obter os resultados desejados” (NYE, 2009, p. 74).

O poder em referência, de acordo com Nye (2008), é dividido em três tipos: *hard power*, *soft power* e *smart power*. *Hard power*, ou poder duro, é a capacidade de um Estado influenciar ou exercer domínio sobre outro por meio do emprego de recursos militares e econômicos. Esse tipo de poder, todavia, é considerado por Ballerini (2017, p.

¹ Trabalho apresentado na DT 3 – Relações Públicas e Comunicação do 20º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte, realizado de 14 a 16 de junho de 2023.

² Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidad de Málaga, email: guibsondantas@outlook.com

³ Neste texto é utilizado o termo Estado como sinônimo de país, mas que também pode ser aplicado a outros atores internacionais (DANTAS, 2023), a exemplo de corporações, governos, instituições, organizações e personalidades públicas.

15) como a “mais primitiva e ineficaz das forças humanas”, pois, comumente, as ações de coerção engendram ressentimento nos atores afetados de forma direta ou indireta, o que aumenta, nessa esteira, as chances de retaliação por parte dos mesmos.

Soft power ou poder suave é um termo que remete à publicação da obra *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*, escrita por Nye (1991). O conceito compreende a capacidade de um Estado em exercer influência e poder sobre o comportamento dos demais atores internacionais. Para Nye (2005, p. 24), *soft power* é assim definido:

É a habilidade de conseguir o que se quer pela atração e não pela coerção ou por pagamentos. Surge da atratividade de um país por meio de sua cultura, de sua política e de seus ideais. Quando se consegue que os outros admirem seus ideais e queiram o que você quer, não é preciso gastar muito com políticas de incentivo e sanções para movê-los em sua direção. A sedução é sempre mais eficaz que a coerção, e muitos dos valores como democracia, direitos humanos e oportunidades individuais são profundamente sedutores.

Já *smart power*⁴, por seu turno, conforme delineado por Nye (2012), é a capacidade de um Estado no tocante à combinação de elementos de *hard power* e *soft power*, com a finalidade de potencializar suas características de tal forma que seus propósitos sejam promovidos de maneira mais eficaz e eficiente.

2. Principais mecanismos de implementação do *soft power*

De acordo com Nye (2005), três são as fontes básicas de *soft power*⁵, a saber cultura ou atração cultural; valor político, tanto interno quanto externo; e política externa, vista como legítima e com autoridade moral. Para a sua implementação, destacam-se a diplomacia pública e os produtos advindos da indústria cultural ou, em termos mais contemporâneos, da indústria criativa⁶ enquanto principais mecanismos de *soft power*

⁴ Apesar de todo êxito teórico alcançado com a divisão do poder entre *hard power* e *soft power*, no ano de 2011, Nye atualizou seus estudos ao cunhar o conceito de *smart power* no livro *The future of power* (NYE, 2012), numa tentativa de, segundo Wilson III (2008), corrigir eventuais efeitos contraproducentes apresentados pelo *soft power*. Villanova (2017) aponta que uma das desvantagens do *soft power* advém do fato de que muitos analistas o interpretam como simples mecanismo para lograr aquilo que se deseja, o que, segundo ele, denota certa ingenuidade.

⁵ Vale lembrar que, para Nye (2005), *soft power* não é um poder de uso restrito do Estado, mas também que pode ser criado, planejado e utilizado a despeito da vontade do mesmo, através da sociedade civil, do terceiro setor ou de outros atores não estatais. Segundo o autor, as corporações, instituições religiosas, universidades, fundações e outros grupos não governamentais podem desenvolver seu próprio *soft power*, para influenciar - de forma positiva ou negativa - a política externa de um Estado.

⁶ Ressalta-se que a noção de indústria cultural remete aos anos 1940 e aos estudos de Adorno e Horkheimer (1985) sobre entretenimento de massa. Nos tempos atuais, a expressão indústria criativa vem angariando relevo quando se fala em cultura e suas diferentes formas de manifestação, a exemplo do audiovisual (REIS, 2008).

utilizados pelo Estado: o primeiro deles tem como base a capacidade de comunicação estatal; já o segundo, a capacidade de atração exercida pela cultura.

A diplomacia pública pode ser entendida como um conjunto de instrumentos e métodos de comunicação destinado aos públicos estrangeiros para fins de informação e, nessa direção, aderência aos desígnios instituídos pela política externa de um determinado Estado.

Vale ressaltar que, segundo Azpíroz (2012), o que difere a diplomacia pública da diplomacia tradicional é a audiência a qual são dirigidas, assim como o formato de emissão da informação. Com efeito, enquanto na diplomacia pública a informação flui de modo aberto e transparente e a audiência principal é a opinião pública, na diplomacia tradicional, a informação comumente flui de modo mais fechado, já que ela é dirigida para os governos.

Conforme Villanova (2017), dentre os componentes de diplomacia pública, se sobressaem a escuta, a *advocacy*, a diplomacia cultural, a diplomacia de intercâmbio e a difusão internacional.

A indústria cultural, ou a indústria criativa, são mecanismos de implantação de *soft power* que buscam viabilizar diálogos com comunidades estrangeiras para o fortalecimento do posicionamento estratégico do Estado dentro do sistema internacional. Vários são os produtos culturais que podem ser convertidos em instrumento de *soft power*: filmes, atrações musicais, programas de TV, telenovelas, campeonatos esportivos, programas de rádio, livros, discos e até videogames.

Feitas essas considerações, a título exemplificativo, muitos Estados exportam seus filmes para regiões com histórico de hostilidade. Isso ocorre para a promoção de uma melhoria de imagem perante as sociedades estrangeiras, o que é de grande importância para que os produtos em comento atuem como instrumentos de *soft power*. É o caso de países como o Irã, a Turquia e a Índia, que utilizam também sua indústria cinematográfica como ferramenta de apoio à política externa.

3. Considerações finais

Soft power remonta a um tipo de poder que envolve mecanismos e estratégias de comunicação comuns à teoria e à prática de Relações Públicas, já que a sua

implementação está relacionada à receptividade, atratividade, familiaridade e empatia por parte da opinião pública.

Ao conferir melhoria à reputação de um Estado dentro do sistema internacional, tal poder ganha relevo na subárea de RPI, sobretudo, pelo fato de a comunicação em nível internacional, com as barreiras culturais, ideológicas e linguísticas, requerer o entendimento entre as partes envolvidas em acordos e parcerias estratégicas – condição basilar para o estabelecimento de relações amistosas entre os Estados e demais atores.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W; HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

AZPÍROZ, María Luisa. **Diplomacia pública: el caso de la ‘guerra contra el terror’**. Barcelona: UOC, 2012.

BALLERINI, Frantiesco. **Poder Suave (Soft Power)**. São Paulo: Summus, 2017.

DANTAS, Guibson. **Relações Públicas Internacionais: quatro passos para uma reorientação da subárea**. In: 23º Congresso de Ciências da Comunicação na região Centro-Oeste, 05.,2023, Campo Grande. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.

NYE, Joseph s. **Bound to Lead: The Changing Nature of American Power**. New York: Basic Books, 1991.

NYE, Joseph S. **Soft Power: the means to success in world politics**. New York: Public Affairs, 2005.

NYE, Joseph S. **Leadership e potere: hard, soft, smart power**. Bari: Laterza, 2008.

NYE, Joseph S. **Cooperação e conflito nas relações internacionais**. São Paulo: Gente, 2009.

NYE, Joseph S. **O futuro do poder**. São Paulo: Benvirá, 2012.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento**. São Paulo: Itáu Cultural: Garimpo de Soluções, 2008.

VILLANOVA, Carlos Luís Duarte. **Diplomacia pública e imagem no Brasil no século XXI**. Brasília: Funag, 2017.

WILSON III, Ernest J. **Hard Power, Soft Power, Smart Power**. The Annals os the American Academy of Political and Social Science, Philadelphia, v. 616, p. 110-124, julho, 2008. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/25097997>. Acesso em: 21 abr. 2023.