

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

Amanda Alves da Silva

**O INSTITUTO GOETHE COMO INSTRUMENTO DE SOFT POWER
DA REPÚBLICA FEDERAL DA ALEMANHA**

PORTO ALEGRE

2024

Amanda Alves da Silva

**O INSTITUTO GOETHE COMO INSTRUMENTO DE SOFT POWER
DA REPÚBLICA FEDERAL DA ALEMANHA**

Trabalho de conclusão de curso
apresentado à Faculdade de
Biblioteconomia e Comunicação da
Universidade Federal do Rio Grande do
Sul, como requisito parcial à obtenção de
título de Bacharela em Relações Públicas.

Orientador: Prof. Dr. José Guibson Delgado
Dantas

PORTO ALEGRE

2024

**O INSTITUTO GOETHE COMO INSTRUMENTO DE SOFT POWER
DA REPÚBLICA FEDERAL DA ALEMANHA**

Trabalho de conclusão de curso
apresentado à Faculdade de
Biblioteconomia e Comunicação da
Universidade Federal do Rio Grande do
Sul, como requisito parcial à obtenção de
título de Bacharela em Relações Públicas.

Aprovado em: _____ de _____ de 2023.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. José Guibson Delgado Dantas — UFRGS
ORIENTADOR

Prof. Dra. Helenice Carvalho — UFRGS
EXAMINADORA

Prof. Dra. Ana Karin Nunes — UFRGS
EXAMINADORA

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer, primeiramente, aos meus pais, Maria e Marcelo. Obrigada por toda a liberdade e apoio nas minhas escolhas. Sem vocês, nada disso seria possível. Entrar na UFRGS foi difícil, mas sair dela foi mais difícil ainda. Sem o apoio de vocês, eu não estaria aqui hoje. Obrigada também aos meus irmãos que amo incondicionalmente e que são inspiração para mim: Jóice, Cassiano e Geovanna.

Obrigada também aos meus avós, Celeste e Ataídes, que sempre comemoraram minhas conquistas com lágrimas de felicidade. Vô, infelizmente tu não estará aqui para me ver saindo, mas a tua alegria e emoção ao me ver entrar em uma universidade pública e de qualidade me motivaram todos os dias. Obrigada por sempre me lembrar que o estudo era o caminho mesmo não tendo oportunidade de concluir os teus.

Ao meu parceiro, Bruno, agradeço por todo o apoio e carinho durante esses anos e principalmente no período de realização deste trabalho. Obrigada por entender minhas crises e comemorar comigo a cada conquista.

Também não posso deixar de agradecer a minha dupla durante todos esses anos de graduação: Vitória. Sou muito grata por te conhecer e poder ter a chance de compartilhar essa conquista contigo. Obrigada por ter feito esse período caótico um pouco mais fácil.

Sou grata também ao meu orientador, o Prof. Dr. José Guibson por todo apoio durante a realização deste trabalho. Obrigada por me guiar e por colocar meu pés nos chão quando precisava. E obrigada a todos os outros professores da Fabico que fizeram parte da minha trajetória. Vocês foram e são inspiração pra mim.

Por último, agradeço a todos que me ajudaram de alguma maneira e participaram da minha vida durante os anos de UFRGS.

RESUMO

Nesse início de Século XXI, a República Federal da Alemanha é o país mais importante da Europa e ocupa uma posição de prestígio internacional entre os membros que compõem a União Européia. Entretanto, para alcançar uma reputação positiva dentro do sistema internacional, o país empreendeu grandes esforços para superar o desgaste provocado pela ascensão do Nacional-Socialismo na década de 30 e as atrocidades cometidas contra as populações civis do continente. Nesse sentido, uma das iniciativas consumadas pelas autoridades do país foi a criação do Instituto Goethe, uma instituição alemã sem fins lucrativos que tem por objetivo divulgar a língua, a cultura e os valores alemães e promover o intercâmbio cultural internacional no exterior. A fim de compreender esse fenômeno sob a ótica das relações públicas internacionais, este estudo foi desenvolvido com o objetivo de identificar as estratégias de difusão da cultura alemã adotadas pelo Instituto Goethe que o converte em instrumento de *soft power* da República Federal da Alemanha. Para lograr respostas, foi adotada uma construção metodológica qualitativa que consistiu numa pesquisa bibliográfica e documental, baseados nos aportes metodológicos definidos, respectivamente, por Gil (2008) e Godoy (1995). O estudo foi norteado pelo conceito de soft power forjado por Joseph Nye (2004) como um campo de interesse das relações públicas internacionais. Dentre as conclusões, verificou-se que o Instituto Goethe adota três estratégias para fomentar o interesse público pelos valores do país: cursos de língua alemã, eventos e intercâmbios culturais.

Palavras-chave: Instituto Goethe; *Soft power*; Alemanha; Relações Públicas Internacionais; Cultura.

ABSTRACT

At the beginning of the 21st century, the Federal Republic of Germany is the most important country in Europe and occupies a position of international prestige among the members that make up the European Union. However, to achieve a positive reputation within the international system, the country made great efforts to overcome the wear and tear caused by the rise of National Socialism in the 1930s and the atrocities committed against the continent's civilian populations. In this sense, one of the initiatives taken by the country's authorities was the creation of the Goethe Institute, a non-profit German institution that aims to disseminate the German language, culture and values and promote international cultural exchange abroad. In order to understand this phenomenon from the perspective of international public relations, this study was developed with the aim of identifying the strategies for disseminating German culture adopted by the Goethe Institute, which makes it an instrument of soft power for the Federal Republic of Germany. To obtain answers, a qualitative methodological construction was adopted, which consisted of bibliographical and documentary research, based on the methodological contributions defined, respectively, by Gil (2008) and Godoy (1995). The study was guided by the concept of soft power forged by Joseph Nye (2004) as a field of interest in international public relations. In conclusion, it was found that the Goethe Institute adopts three strategies to foster public interest in the country's values: German language courses, events and cultural exchanges.

Keywords: Goethe-Institut; *Soft power*; Germany; International Public Relations; Culture.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - <i>Hard power vs soft power</i>	17
Figura 2 - Classificação das esferas de atuação.....	20
Figura 3 - Arquiduque Francisco Ferdinando da Áustria-hungria.....	22
Figura 4 - Europa: divisão política em 1914 - 1918.....	23
Figura 5 - Georges Clemenceau assina o Tratado da Paz.....	27
Figura 6 - Adolf Hitler é aclamado por multidão em seu carro em 1932.....	32
Figura 7 - Alemanha: mudanças territoriais 1914 - 1990.....	36
Figura 8 - Logo do Instituto Goethe.....	38
Figura 9 - Institutos Goethe ao redor do mundo.....	39
Figura 10 - Mapa dos Institutos Goethe, parceiros e patrocinadores no Brasil.....	41
Figura 11 - Fachada do Instituto Goethe de Porto Alegre.....	43
Figura 12 - Exposição Viver e Morrer na Cidade, no Instituto Goethe de Porto Alegre.....	44
Figura 13 - Exposição Viver e Morrer na Cidade, no Instituto Goethe de Porto Alegre.....	44
Figura 14 - Biblioteca do Instituto Goethe de Porto Alegre.....	45
Figura 15 - Panorâmica da Biblioteca do Instituto Goethe de Porto Alegre.....	46
Figura 16 - Banner da plataforma Onleihe do Instituto Goethe.....	47
Figura 17 - Top 15 países com maior nível de soft power pelo estudo "Global Soft Power Index 2023" da Brand Finance.....	48
Figura 18 - Níveis de Fluência de acordo com o QEQR.....	50
Figura 19 - Banner da Semana Da Língua Alemã de 2023.....	53
Figura 20 - Evento da Semana da Língua Alemã.....	54
Figura 21 - Instituto Goethe, em parceria com Youth For Understanding, premia aluno do Colégio Catarinense com bolsa de intercâmbio na Alemanha.....	55
Figura 22 - Informativo do Instituto Goethe sobre estudos na Alemanha.....	56

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	9
2. SOFT POWER E RELAÇÕES PÚBLICAS INTERNACIONAIS.....	11
2.1. O subcampo das Relações Públicas Internacionais.....	11
2.2. Tipologias de poder em Joseph Nye.....	14
2.2.1. <i>Hard power</i>	15
2.2.2. <i>Soft power</i>	16
2.2.3. <i>Smart power</i>	18
2.3. O <i>soft power</i> como conceito de interesse das Relações Públicas Internacionais.....	20
3. A HISTÓRIA DA ALEMANHA A PARTIR DO SÉCULO XX.....	22
3.1. A Alemanha na Primeira Guerra Mundial (1914 – 1918).....	22
3.2. O Tratado de Versalhes e o abalo da moral alemã (1919 – 1929).....	25
3.3. Ascensão e queda do nacional-socialismo alemão (1933 – 1945).....	29
3.4. A reconstrução da imagem internacional da Alemanha no pós-Segunda Guerra.....	35
4. O INSTITUTO GOETHE E O FOMENTO DA CULTURA ALEMÃ PELO MUNDO.....	38
4.1. Concepção e desenvolvimento do Instituto Goethe.....	38
4.2. O Instituto Goethe no Brasil.....	40
4.3. O Instituto Goethe em Porto Alegre.....	42
4.4. Estratégias de difusão da cultura alemã.....	47
4.4.1. Cursos de língua alemã.....	49
4.4.2. Eventos.....	51
4.4.3. Intercâmbios culturais.....	54
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	58
REFERÊNCIAS.....	60

1. INTRODUÇÃO

A Alemanha é, atualmente, a líder da União Europeia e um dos países mais influentes do mundo, sendo um polo relevante em quesitos como economia, educação, tecnologia, esportes e sustentabilidade. O país possui grande visibilidade internacional por estes motivos e também por possuir um acervo cultural bastante difundido devido à popularidade do idioma alemão e de aspectos culturais como arte, literatura, cinema e música.

Entretanto, a reputação internacional do país nem sempre foi positiva. Não muito tempo atrás, no século XX, a Alemanha passou por duas Guerras Mundiais de forma conturbada, principalmente a Segunda Guerra Mundial, entre os anos de 1939 e 1945, quando o país estava sob a liderança de Adolf Hitler. Com a capitulação do país e consequente término do conflito em solo europeu, a reputação internacional da Alemanha foi seriamente danificada por conta da divulgação das atrocidades cometidas pelo Nacional-Socialismo, sobretudo no leste europeu.

Com isso, o governo alemão entendeu que precisaria de estratégias para reparar a sua imagem internacional se quisesse voltar a ser um país relevante no âmbito global. Dessa maneira, em 1951, foi fundado o Instituto Goethe com o intuito de formar e capacitar professores estrangeiros de língua alemã. Com o tempo, o Instituto ganhou tanta popularidade pelo ensino da língua e ações de promoção da cultura alemã que acabou se expandindo para outros países. Hoje, o Instituto Goethe está estabelecido em 98 países ao redor do globo, contando com 158 Institutos. Seu objetivo é promover a língua e a cultura alemã no mundo com o intuito de despertar interesse de estudantes e pessoas de todo o globo na Alemanha.

A fim de compreender esse fenômeno sob a ótica das relações públicas internacionais, este estudo foi desenvolvido com o objetivo de identificar as estratégias de difusão da cultura alemã adotadas pelo Instituto Goethe que o converte em instrumento de *soft power* da República Federal da Alemanha.

Para lograr respostas, foi adotada uma construção metodológica qualitativa que consistiu numa pesquisa bibliográfica e documental, baseados nos aportes metodológicos definidos, respectivamente, por Gil (2008) e Godoy (1995), com o objetivo de estabelecer um corpus teórico que permitisse à pesquisadora identificar estratégias de difusão da cultura alemã. A autora teve como base de estudo todos o Instituto Goethe de uma maneira geral, com ênfase na sede localizada na cidade de Porto Alegre por residir na cidade. A pesquisa bibliográfica foi concebida com foco em materiais já construídos, como livros e artigos

científicos. Essa técnica foi essencial ao longo de todo o trabalho, especialmente para a compreensão do objeto e construção do aporte teórico. Já a pesquisa documental se ateve a documentos e informações oficiais publicados no site da instituição.

A escolha do tema da pesquisa se deu pelo interesse pessoal da pesquisadora na área das relações públicas internacionais, principalmente nos estudos sobre *soft power*. A Alemanha também é um país que desperta interesse da mesma devido à rápida reconstrução da imagem internacional do país.

O presente trabalho foi estruturado em cinco capítulos, sendo que o primeiro se trata desta introdução. No segundo capítulo, o conceito de Relações Públicas Internacionais é apresentado sob a ótica de autores como Ferrari (2008), Dantas (2023), Andrade (1994) e Wakefield (1996, 2001), bem como a classificação de poder estabelecida por Joseph Nye (1991, 2004 e 2011) – com destaque para o *soft power*, uma tipologia de poder de interesse das Relações Públicas Internacionais.

No terceiro capítulo, é exposta a conturbada história da Alemanha no século XX, com ênfase no protagonismo do país na eclosão das duas guerras mundiais, as consequências do Tratado de Versalhes, a ascensão e queda do nacional-socialismo alemão e as atrocidades cometidas contra as populações europeias. Por fim, é feito um resumo de como se deu a reconstrução da imagem internacional da Alemanha no pós-Segunda Guerra Mundial.

No quarto capítulo, foi feita uma apresentação do Instituto Goethe e suas atividades no Brasil e no mundo, além da identificação, descrição e análise de três estratégias de difusão da cultura alemã adotadas pela instituição para fomentar o interesse público pelos valores do país: cursos de língua alemã, eventos e intercâmbios culturais. Finalmente, no quinto e último capítulo são apresentadas as considerações finais.

2. *SOFT POWER* E RELAÇÕES PÚBLICAS INTERNACIONAIS

Neste capítulo, o conceito de Relações Públicas Internacionais é apresentado sob a ótica de autores como Ferrari (2008), Dantas (2023), Andrade (1994) e Wakefield (1996, 2001), bem como a classificação de poder estabelecida por Joseph Nye (1991, 2004 e 2011) – com destaque para o soft power, uma tipologia de poder de interesse das Relações Públicas Internacionais.

2.1. O subcampo das Relações Públicas Internacionais

No cenário global atual, onde as fronteiras geográficas não são mais uma barreira e a comunicação se dá de forma instantânea em decorrência da globalização, as Relações Públicas Internacionais surgem como uma subárea de estudo fundamental, pois, aos transcender as fronteiras nacionais, desempenha um papel imprescindível na forma como Estados, instituições, organizações, corporações e indivíduos interagem e solidificam a sua posição dentro do sistema internacional, ao adotar estratégias que expandem o alcance de sua comunicação.

De acordo com Beck (1999, p.46), a globalização significa “a experiência cotidiana da ação sem fronteiras nas dimensões da economia, da informação, da ecologia, da técnica, dos conflitos transculturais e da sociedade civil”. Apesar das divergências sobre quando se deu o início desse processo, Ianni (1995, p.35) defende a ideia de que a globalização, como a conhecemos hoje, teve seu início após a Segunda Guerra Mundial e ganhou ainda mais força nos anos 80, principalmente com o arrefecimento da Guerra Fria.

Como decorrência da reordenação da ordem mundial após a dissolução das União das Repúblicas Socialistas Soviéticas, no início dos anos 90, se intensificaram as relações econômicas, políticas, sociais e culturais na esfera global, principalmente em razão de avanços tecnológicos, liberalização do comércio e expansão de empresas multinacionais, formação de blocos econômicos - como a União Europeia, o Mercosul e a ASEAN - e a difusão de produtos culturais de âmbito global advindos do cinema, da música, dos games e da moda.

Por conta disso, segundo Ferrari (2012), a dinâmica das negociações entre os atores foi alterada, o que acabou influenciando a expansão do campo das Relações Públicas para uma escala global, onde são aplicados os seus princípios de acordo com as características culturais, políticas e sociais de diferentes países e regiões.

Para uma melhor compreensão do significado e funcionamento do subcampo das Relações Públicas Internacionais é necessário definir, de antemão, o que são, de fato, as Relações Públicas. Entre as várias definições teóricas para a atividade e suas funções, destaca-se a concepção de Kunsch (2003), que descreve as Relações Públicas como uma atividade estratégica da comunicação que tem como objetivo estabelecer, manter e fortalecer o relacionamento de uma organização¹ com seus públicos, por meio de ações planejadas e éticas. Além disso, a referida autora defende a ideia de que as Relações Públicas possuem um papel fundamental na resolução de conflitos através de diálogos e compreensão mútua entre uma organização e seus públicos.

Por outro lado, Lattimore, Baskin e Heiman (2012) trazem uma conceituação mais voltada à prática da profissão e baseiam-se na definição da Sociedade de Relações Públicas Americana (PRSA), que define as Relações Públicas por seu caráter mediador, afirmando ser uma profissão que ajuda a sociedade contemporânea ao contribuir para a tomada de decisões e para o entendimento mútuo entre grupos e instituições.

As relações públicas são uma profissão de liderança e gestão que ajuda a atingir os objetivos, definir a filosofia e facilitar a transformação da organização. Os profissionais das Relações Públicas se comunicam com todos os públicos, internos e externos relevantes para desenvolver relações positivas e criar coerência entre as metas da organização e as expectativas da sociedade. Esses profissionais desenvolvem, executam e avaliam os programas da organização que promovem o intercâmbio de influências e o entendimento entre as partes e os públicos de uma organização. (Lattimore, Baskin e Heiman, 2012, p.23)

Dito isso, entende-se que o profissional de Relações Públicas atua na gestão estratégica da relação entre um Estado, governo, organização, instituição, corporação ou até uma figura pública e seus públicos de interesse, com o objetivo de construir e manter uma reputação positiva e uma relação frutífera entre as partes, podendo intervir, também, na gestão de conflitos.

Diferente das conceituações trazidas anteriormente, Simões (1995, p.42), propõe uma definição das Relações Públicas em dois âmbitos: primeiro, o científico, em que "abarca o conhecimento científico que explica, prevê e controla o exercício de poder no sistema organização-públicos"; segundo, como atividade, que "é o exercício da administração da função política organizacional, focado através do processo de comunicação da organização e seus públicos" (Simões, 2001, p.52). Sendo assim, ele define a atividade de Relações Públicas como a gestão da função política da organização, norteadas pelo objetivo de promover a

¹ O exemplo também pode ser aplicado aos Estados, governos, instituições, corporações e personalidades públicas, conforme a proposta de Dantas (2023).

cooperação mútua entre as partes do sistema organização-públicos, visando sempre a consecução da missão organizacional.

Por meio destas definições, é possível perceber que o exercício das Relações Públicas vai além da gestão da imagem de um ator perante os seus públicos de interesse, sobretudo no âmbito internacional, em que é requerido uma maior gama de conhecimentos por parte do profissional por conta da complexidade das funções políticas e administrativas que deve exercer. Nesse sentido, embora sejam de campos distintos², podemos relacionar as áreas de Relações Internacionais e Relações Públicas, pois em ambas há o desígnio de construir uma reputação positiva de um ator a partir do gerenciamento de relações complexas em um contexto global.

É justamente na interlocução entre as citadas áreas que surge as Relações Públicas Internacionais, definidas por Dantas (2023, p.2) como "um conjunto de atividades e/ou estratégias de comunicação compreendidas com o intuito de harmonizar os interesses privados e públicos de um ator dentro do sistema internacional". Dessa forma, busca-se, com as Relações Públicas Internacionais, melhorar a imagem de um ator perante a opinião pública internacional e os demais atores ao estabelecer uma harmonização entre os interesses privados e públicos.

De um lado, tem-se o ator interessado em alcançar seus objetivos (interesses privados) e, de outro, tem-se os atores ou públicos de interesse que configuram o sistema internacional, que, por sua vez, também possuem seus propósitos (interesses públicos). É a harmonização desses interesses que converge para o desígnio da subárea em comento. (Dantas, 2023, p.3)

Já para Andrade (1994, p.125), a atividade é o “método de ação que visa a fomentar a compreensão entre os povos, utilizando-se de técnicas próprias, ajustadas às culturas, tradições e características locais”. Dessa maneira, pode-se perceber que ele enxerga as Relações Públicas Internacionais com um caráter mediador, característica que é muito importante na atividade diplomática, sobretudo em tempos de globalização.

Wakefield (1996, 2001) também classifica as Relações Públicas Internacionais como uma prática de caráter mediador, já que descreve o subcampo como um conjunto de estratégias que visam estabelecer e manter relacionamentos com diversos países, a fim de minimizar possíveis ameaças para quem as empreende.

² De acordo com a classificação de áreas formulada pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (Cnpq, 2023), Relações Públicas e Propaganda é uma subárea de Comunicação que faz parte das Ciências Sociais Aplicadas. Já as Relações Internacionais é uma subárea da Ciência Política que está inserida no rol de disciplinas das Ciências Humanas.

Uma questão que deve ser levada em consideração é o fato de que, segundo Ferrari (2008), nunca a comunicação cross-cultural³ foi tão importante para os diferentes setores. Com as novas práticas comerciais em decorrência da abertura dos mercados, é imprescindível que o ator em questão consiga estabelecer parcerias em nível global, por mais remota que possa ser a região. Por conta disso, empreende-se esforços na esfera das Relações Públicas Internacionais, uma "atividade que analisa os cenários internacionais e locais e os contextos político, econômico, social e cultural para então definir estratégias de comunicação específicas para cada país ou região onde quer que esteja uma organização" (Ferrari, 2008, p.22).

Dessa forma, entende-se que as Relações Públicas Internacionais são indispensáveis no contexto atual, visto que possuem um importante papel de promoção do entendimento mútuo entre os atores internacionais, por meio de estratégias pensadas e planejadas, a fim de evitar conflitos e influenciar através de fatores econômicos, políticos, sociais e culturais.

2.2. Tipologias de poder em Joseph Nye

O conceito de poder tem sido estudado por muitos autores ao longo do tempo, e possui diferentes perspectivas desenvolvidas a fim de defini-lo. A partir de uma pesquisa no dicionário da língua portuguesa, é possível encontrar uma série de significados para o termo, além de incontáveis sinônimos. Dentre as definições, destacam-se “capacidade ou habilidade de executar algo”, “força física ou moral” e “grande influência” (Poder, 2022).

Max Weber (2009), um dos fundadores da análise do conceito de poder, o define como a capacidade de um ator influenciar outros atores a agirem de acordo com sua vontade, mesmo que eles inicialmente não o desejem. Desse modo, o poder independe da aceitação das pessoas do exercício da vontade.

Já Michel Foucault (1982), filósofo e teórico social francês, enfatizou o poder como algo difuso e onipresente na sociedade. Ele argumentou que o poder não é algo que algumas pessoas ou instituições possuem, mas sim uma rede de relações de poder que permeia todas as interações sociais. Ele ainda desafiou a ideia de que o poder está concentrado em instituições governamentais ou em elites, e define o poder enquanto uma ação. De acordo com Moura (2007, p.13)

³ Intercultural, isto é, comunicação entre pessoas de diferentes origens culturais (Cox, 2022).

Foucault define o poder enquanto ação: uma ação sobre outra ação possível. Ou seja, o poder não é substância ou faculdade, mas sim, a própria execução: o poder não se tem, se exerce. Ele se estabelece numa relação entre indivíduos: uma ação em relação à outra ação. Logo, uma relação de poder não é uma ação sobre coisas.

No âmbito dos estudos de Relações Públicas Internacionais, o poder também é um conceito fundamental, já que as relações entre os atores dentro do sistema internacional são norteadas pelo desejo de obtê-lo, isto é, da “capacidade de influenciar os outros para que façam o que você quer” (Nye, 2004). Joseph Nye, cientista político estadunidense, desenvolveu uma concepção de poder ao ponderar sobre as rivalidades entre nações no contexto internacional contemporâneo.

De acordo com o autor, a transformação do conceito de poder na área das Relações Internacionais abrange uma variedade de elementos, tais como a globalização, o fim do conflito entre os Estados Unidos e a União Soviética, o notável grau de interdependência econômica e a revolução da informação (Nye, 1991). Esses elementos mencionados acima têm o potencial de reconfigurar a maneira como o poder se expressa e, por conseguinte, como os líderes políticos devem avaliá-lo.

Desta forma, entende-se que as relações no âmbito internacional, sejam elas entre pessoas, organizações ou Estado, baseiam-se em um jogo de poder, que pode ser físico ou intelectual, a fim de impor seus interesses perante os demais (Akemi; Forigo, 2010). Nesse contexto, Joseph Nye desenvolveu uma classificação de poder com três tipologias - *soft power*, *hard power* e *smart power* - que se entrelaçam para moldar as dinâmicas globais.

2.2.1. *Hard power*

O *hard power* ou poder duro, de acordo com Joseph Nye (2004), tem suas bases no emprego de recursos militares e econômicos e representa a abordagem mais convencional para exercer influência, recorrendo a ameaças diretas e pressões evidentes sobre outros atores. Conforme indicado por Ballerini (2017), "desde que a nossa espécie se levantou do chão e construiu as primeiras armas, o poder mais recorrente de todos é a violência, a dominação pelas armas e pelo dinheiro." Com isso, pode-se dizer que guerras, conflitos armados, imposições e intimidações têm permeado a história humana desde os primeiros registros, e devido à sua natureza tradicional na projeção do poder, o *hard power* é um tipo de poder amplamente reconhecido e executado globalmente.

Nye (2004) menciona que o *hard power* abrange principalmente duas categorias: militar e econômica. Ambas são empregadas através de ameaças, imposição de sanções, coerção, incentivos e aplicação de penalidades. No âmbito militar, isso se manifesta por meio

de estratégias como guerras, acordos de alianças e diplomacia coerciva, que inclui o uso de ameaças durante negociações. No contexto econômico, o *hard power* é exercido através de políticas que envolvem assistência financeira, imposição de sanções e até mesmo subornos.

É importante ressaltar ainda que, mesmo no âmbito militar, o uso do *hard power* nem sempre é empreendido por ações agressivas. Um desfile militar, por exemplo - prática comum de regimes comunistas na época da Guerra Fria - é uma maneira de expor o *hard power* exercido por um país, a fim de intimidar inimigos e dissuadir revoluções internas (Martinelli, 2016). Um outro exemplo é o Acordo de Munique de 1938, que foi uma forma de articular o *hard power* militar sem que se necessite do conflito, dado que o acordo cedia à Alemanha Nazista parte do território da então Tchecoslováquia, sem o consentimento dela. Logo, é uma forma de influência direta, mas que nem sempre envolverá conflitos armados.

Ademais, Nye (2004) afirma que este tipo de poder é a forma de mais objetiva e simples de ser mensurada, já que a capacidade de *hard power* de um Estado é proporcional à sua capacidade bélica e econômica. Os Estados Unidos, por exemplo, possuem um poder absoluto em ambos contextos: o militar e o econômico. O país ostenta uma posição inigualável no campo militar: representa aproximadamente 40% do total das despesas militares globais (hegemonia no âmbito militar) (Haines, 2022) e também é o principal importador de produtos no mundo (liderança econômica) (Apex Brasil, 2011).

De uma maneira geral, o *hard power* pode ser usado para estabelecer ou mudar a hegemonia política ou o equilíbrio de poder, e é uma das maneiras pelas quais os Estados buscam manter sua segurança, proteger seus interesses e moldar o cenário internacional.

2.2.2. *Soft power*

O conceito de *soft power* ou poder brando foi desenvolvido por Joseph Nye em meados da década de 1980, mas foi formalmente articulado e popularizado em seu livro "*Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*", publicado em 1991. Neste livro, Nye (1991) começou a explorar a ideia de que o poder de um país não se resume à sua capacidade militar ou econômica, como no *hard power*, mas também de sua capacidade de influenciar outros países por meios não coercitivos e persuasivos.

O termo surgiu no final da Guerra Fria, quando o poder bélico e o militar não eram mais os únicos utilizados pelos Estados Unidos – que passaram a investir cada vez mais em estratégias de persuasão. Nas palavras de Nye, o *soft power* é definido como "a habilidade de conseguir o que se quer pela atração e não pela coerção ou por pagamentos" (Nye, 2004,

p.24). O autor argumenta que o *soft power* é uma ferramenta importante na política internacional e que os países podem aumentar sua influência global não apenas por meio da força bruta, como visto antes no *hard power*, mas também pela difusão de suas ideias, valores, cultura, instituições e estilo de vida (Figura 1).

Figura 1 - Hard power vs soft power

	<i>Hard</i>	<i>Soft</i>
Espectro de comportamentos	Comando Coerção Incentivo	Agendamento Atração Cooptação
Recursos mais prováveis	Força Sanções Pagamentos Subornos	Instituições Valores Cultura Políticas

Fonte: Nye (2004)

Isso pode ser alcançado, por exemplo, por meio da diplomacia, cooperação em organizações internacionais, exportação de produtos culturais (como filmes, música, literatura e moda), programas de intercâmbio cultural e educação, e demonstração de valores democráticos e direitos humanos.

Nye (2004) aponta ainda que, ao contrário do *hard power*, que é administrado pelo próprio Estado, o *soft power* é comumente executado pelos agentes privados, dependendo do público que tiver acesso ao recurso. Sobre isso, Ballerini (2017) aponta que o *soft power* não pode e nem deve ser controlado pelo Estado, sob risco de perder sua eficiência. "O governo americano não produz Hollywood, Harvard, Michael Jordan e a Microsoft, tampouco os controla." (Ballerini, 2017, p.9).

E se por um lado Ballerini (2017) considera o *hard power* a mais primitiva e ineficaz das forças humanas, por outro, ele aponta o *soft power* como sendo um poder muito mais eficiente devido ao seu caráter sedutor. Isso vai de encontro com a afirmação de Nye (2004), que defende a ideia de que o *soft power* é muito mais do que a simples persuasão ou capacidade de incitar as pessoas por meio da argumentação, pois corresponde também ao talento para seduzir.

Segundo Martinelli (2016) o conceito de *soft power* envolve a promoção de valores universalmente considerados positivos. A exemplo disso, ele cita os conceitos de democracia, paz, liberdade, pluralismo, autonomia, liberalismo, igualdade, prosperidade, sustentabilidade, desenvolvimento, instituições fortes, política externa e sistemas seguros. Dessa forma, é possível entender o porquê dessa tipologia de poder ser muito mais sedutora e atrativa.

Mais uma vez, os Estados Unidos pode ser citado como um país que se beneficia de ações no campo do *soft power*, já que os produtos advindos da sua Indústria Cultural⁴ são amplamente consumidos mundo afora. Um dos principais produtos são os filmes e séries oriundos da indústria cinematográfica de Hollywood, que comumente possuem um roteiro em que o país é retratado de forma positiva por meio de personagens estadunidenses que solucionam problemas políticos de ordem global e que defendem a humanidade de ameaças

A aceitação em nível pessoal dos modelos e padrões americanos acaba se refletindo nas relações internacionais. A admiração pelos norte-americanos, ocasionada devido à exposição intensa aos produtos da Indústria Cultural, facilita as ações políticas destes no cenário internacional. A boa impressão em relação à sociedade norte-americana abre portas para este Estado mundo afora. Sua influência é tamanha que ocasiona uma determinada padronização cultural nas mínimas ações dos indivíduos. (Ouriveis, 2013, p.183)

Dantas (2023) afirma que a Indústria Cultural, também conhecida como Indústria Criativa, representa uma ferramenta muito eficiente no emprego do *soft power*. De acordo com o autor, seu propósito é estabelecer interações com comunidades estrangeiras com o intuito de reforçar a posição estratégica do Estado no contexto global.

Pelo que foi exposto, fica evidente porque o *soft power* tornou-se um conceito importante nas discussões que compreendem as Relações Públicas Internacionais e o porquê de ser amplamente utilizado como ferramenta de apoio às políticas externas dos países. De uma maneira geral, o *soft power* desempenha um papel importante na construção de relações amigáveis, na resolução de conflitos e na promoção de interesses nacionais de longo prazo, especialmente em um mundo cada vez mais interconectado e globalizado como o contemporâneo.

2.2.3. *Smart power*

Ao contrário de Ballerini (2017), que se opõe ao uso do *hard power*, Nye (2004) argumenta que ambas as formas de poder desempenham papéis cruciais. O sociólogo

⁴ De acordo com Theodor Adorno e Max Horkheimer (1985), a Indústria Cultural é a fusão da cultura e da produção em massa, em que a cultura se torna um produto comercializado e é amplamente disseminada por meio dos meios de comunicação de massa, como cinema, rádio, televisão, música, literatura, entre outros.

considera o *hard power* e o *soft power* como complementares, porque ambos são fundamentais para a política internacional e podem ser usados de maneira sinérgica para alcançar os objetivos de um Estado. Ele argumenta que, em vez de serem estritamente opostos ou mutuamente exclusivos, esses dois tipos de poder podem ser combinados de maneira eficaz para melhorar a posição de um Estado no cenário global.

Nesse sentido, ao revisitar suas teorias, em 2011 ele lançou o livro "*The Future of Power*", no qual traz um novo conceito: *smart power* ou poder inteligente. De acordo com Nye (2011), o *smart power* é uma abordagem que sugere combinar elementos de *hard power* (poder militar e econômico) e *soft power* (atração e influência cultural) para alcançar objetivos políticos e diplomáticos de forma eficaz. Ele argumenta ainda que as nações podem usar uma combinação inteligente de recursos para maximizar sua influência global.

Enquanto o *hard power* envolve o uso da força militar e econômica para coagir outros países, e o *soft power* se baseia na atração cultural, valores e diplomacia, o *smart power* procura equilibrar esses elementos de acordo com as situações e os desafios específicos do momento. Isso implica saber quando e como usar diferentes ferramentas de poder para alcançar os objetivos de política externa de um Estado. Nye (2011) estabelece que este novo tipo de poder não se limita apenas a maximizar uma força, ou apenas buscar a manutenção da hegemonia, mas sim a capacidade de combinar essas forças, traduzidas em recursos e estratégias eficazes de difusão do poder.

O autor ainda faz questão de lembrar que o *smart power* não se trata de uma espécie de *soft power 2.0* (Nye 2011). Na verdade, o novo conceito se refere à habilidade de combinar *hard power* e *soft power* em estratégias efetivas em vários contextos. E complementa:

Uma narrativa para o smart power no século XXI, não é somente sobre maximização do poder e manutenção da hegemonia. É principalmente, sobre encontrar caminhos para combinar recursos dentro de uma estratégia de sucesso em um novo contexto de difusão de poder e “ascensão dos outros atores”. (Nye, 2011, p.208).

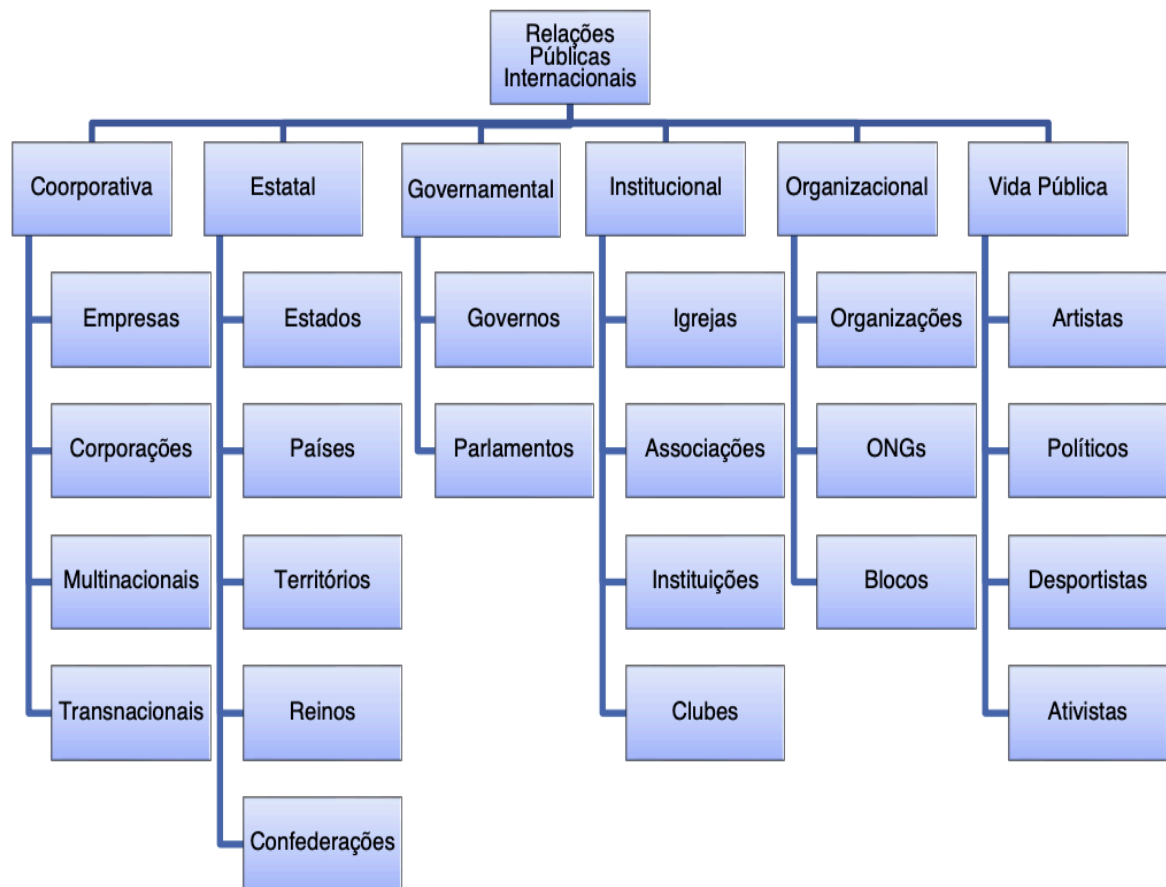
Para ele, o mundo está mais complexo e interconectado devido ao grande acesso à informação disponível, e com isso foi necessário o desenvolvimento de um conceito que representasse uma terceira tipologia de poder. Em resumo, Nye (2011) acredita que, neste cenário atual, a utilização equilibrada e estratégica de dois tipos de poder pode ser fundamental para o sucesso de um Estado na política global.

2.3. O *soft power* como conceito de interesse das Relações Públicas Internacionais

O *soft power* é um conceito de interesse das Relações Públicas Internacionais, pois muitas vezes sua implementação no âmbito global depende de estratégias que são caras à própria teoria das relações públicas. Além disso, o *soft power* é um instrumento utilizado na esfera estatal, segundo a classificação desenvolvida por Dantas (2023).

De acordo com Dantas (2023, p.5), “a esfera estatal é o *locus* no qual emergem os instrumentos de *soft power*, sendo observado o comportamento dos países, com ênfase para a sua política externa e as estratégias de projeção internacional dos mesmos” (Figura 2).

Figura 2 - Classificação das esferas de atuação



Fonte: Dantas (2023)

Ademais, as estratégias de Relações Públicas no âmbito internacional são frequentemente usadas como uma ferramenta para promover e fortalecer o *soft power* de um ator em meio ao sistema internacional. Um exemplo disso é a organização de eventos por

parte de um instituto cultural⁵ financiado por um Estado. Por meio de atrações culturais, o instituto logra a difusão da cultura e dos valores do país, o que acaba contribuindo para o estabelecimento de uma relação de reciprocidade com o público.

Um outro exemplo do estabelecimento de interfaces entre o conceito de *soft power* e a subárea de Relações Públicas Internacionais pode ser encontrado no argumento de Ballerini (2017, p.23), que nos alerta para o fato de que sempre que a imagem internacional dos Estados Unidos é afetada o país logo passa a "reinvestir no poder suave". Isso destaca a importância da utilização do *soft power* como uma ferramenta valiosa para reforçar a imagem externa de uma nação, uma função intrinsecamente associada às Relações Públicas Internacionais.

Além da indústria cultural – citada no subcapítulo anterior -, um outro mecanismo de implementação de *soft power* é a diplomacia pública, um “conceito advindo das Relações Internacionais, que acena, por sua vez, para o diálogo de Estados com públicos externos, a fim de informar e influenciar a formação de opinião” (Aguiar; Dantas, 2023, pp.1-2). Para Edmund Guillón (apud Azpíroz, 2012, p.14)

A diplomacia pública [...] trata sobre a influência das atitudes públicas na informação e execução de políticas exteriores. Abarca dimensões de relações internacionais muito além da diplomacia tradicional, o cultivo da opinião pública por parte dos governos, a interação de grupos privados e interesses de um país com os de outro, a informação sobre assuntos externos e seu impacto na política, a comunicação entre aqueles cujo trabalho é a comunicação, assim como entre diplomatas e correspondentes estrangeiros, e os processos de comunicações interculturais.

De acordo com Malone (1988), a diplomacia pública tem o papel de exercer influência sobre as atitudes da população de um país estrangeiro, visando afetar o comportamento de seu governo. Nye (2008, p.95) por sua vez, enxerga a diplomacia pública como "um instrumento que os governos utilizam para mobilizar esses recursos [de poder] para comunicar com e atrair os públicos de outros países, e não apenas os seus governos”.

Nesse contexto, a implementação de *soft power* – por meio dos mecanismos como indústria cultural e diplomacia pública – tem ganhado destaque na construção da política externa dos países, sobretudo por aqueles que tiveram sua reputação internacional devastada por conta de regimes que violavam os direitos humanos no século XX. É o caso da República Federal da Alemanha, que será discutida no próximo capítulo.

⁵ Aliança Francesa (França), Instituto Goethe (Alemanha), Instituto Confúcio (China) e Instituto Cervantes (Espanha) são exemplos desse tipo de instituição.

3. A HISTÓRIA DA ALEMANHA A PARTIR DO SÉCULO XX

Neste capítulo, é exposta a conturbada história da Alemanha no século XX, com ênfase no protagonismo do país na eclosão das duas guerras mundiais, as consequências do Tratado de Versalhes, a ascensão e queda do nacional-socialismo alemão de Hitler e as atrocidades cometidas contra as populações europeias. Por fim, é feito um resumo de como se deu a reconstrução da imagem internacional do país.

3.1. A Alemanha na Primeira Guerra Mundial (1914 – 1918)

Pode-se considerar, de uma maneira geral, o imperialismo como a principal causa da Primeira Guerra Mundial. A Alemanha foi unificada apenas em 1871 e buscou colônias tardiamente em relação à França e à Inglaterra. Com o passar do tempo, os alemães reivindicaram mais territórios e diversos foram os atritos por colônias no período anterior à guerra.

As nações vizinhas, por sua vez, sentiam uma certa ameaça em relação ao Império Alemão, que era uma potência da Europa na época. Entre alguns historiadores (Sondhaus, 2013; Garamboe, 2003), é de comum acordo que a Primeira Guerra Mundial teve início em 28 de junho de 1914, com o assassinato do arquiduque Francisco Ferdinando da Áustria-Hungria (Figura 3) e sua esposa Sofia, em Sarajevo, na Bósnia, por Gavrilo Princip, um ativista nacionalista sérvio. Com a contraposição da Sérvia em colaborar com as investigações, este evento desencadeou, um mês depois, uma série de reações em cadeia, resultando no conflito global.

Figura 3 - Arquiduque Francisco Ferdinando da Áustria-hungria



Fonte: Wikipédia (2023)

O assassinato do herdeiro do trono austríaco provocou uma crise diplomática entre a Áustria-Hungria e o Reino da Sérvia. No entanto, devido às complexas alianças militares na Europa na época, o conflito rapidamente se espalhou. A Áustria-Hungria declarou guerra à Sérvia em 28 de junho de 1914. De acordo com Sondhaus (2013), isso levou à ativação de alianças militares, com a Rússia apoiando a Sérvia, a Alemanha apoiando a Áustria-Hungria e uma série de outras nações europeias sendo arrastadas para o conflito.

Com o início da guerra, as nações europeias se dividiram em duas grandes alianças diplomáticas. A primeira, conhecida como a Tríplice Aliança, incluía o Império Alemão, o Império Austro-Húngaro e a Itália. Entretanto, em 1914, o Império Otomano entrou na guerra ao se aliar à Alemanha e, conseqüentemente, à Tríplice Aliança. A segunda aliança, chamada Tríplice Entente, era composta pelo Reino Unido, França e o Império Russo, que apoiavam a Sérvia. Mais tarde, os Estados Unidos se juntaram à Tríplice Entente (Hobsbawn, 1998). Abaixo, é possível conferir a divisão política da Europa na Primeira Guerra (Figura 4).

Figura 4 - Europa: divisão política em 1914 - 1918



Fonte: Britannica (2023)

Durante todo seu período entreguerras, a Alemanha sofreu nas esferas política, cultural e socioeconômica. O país era, no início do século XX, muito forte nos quesitos de poder demográfico, industrial e militar (Sartório, 2019). Mas, ao fim do conflito, a Primeira Guerra Mundial trouxe péssimas e longas consequências ao país em todas as esferas. Muito disso se deve ao fato de que, para as nações da época e para alguns historiadores de hoje em dia, como Fritz Fischer (1975), a Alemanha foi a grande responsável pelo início da guerra, principalmente devido ao apoio imediato a Áustria-Hungria após o acontecimento de 14 de junho em Sarajevo. Porém, nem tudo aconteceu como o Império Alemão esperava.

Apesar da entrada da Grã-Bretanha na guerra, o plano, decidido no mês anterior, de usar a oportunidade aberta pelo assassinato em Sarajevo para dar início à guerra continental que os alemães julgavam necessária foi levado a cabo com êxito. Mas o número de aliados com que a Alemanha entrou na guerra ficou aquém das expectativas. Em contraste com o que os líderes alemães esperavam há décadas, quando chegou a hora da "luta decisiva", as potências menores não se agruparam em torno da Alemanha como o núcleo da Europa Central, mas tentaram preservar sua independência enquanto mantinham uma postura neutra de quem espera para ver. O momento de tremendas emoções se tornou, nas semanas seguintes, um importante objetivo de guerra do governo alemão - a Mitteleuropa (Europa do Meio) unida sob a liderança germânica. (Sondhaus, 2013, p.57)

Em resposta a essa neutralidade de algumas nações, a Alemanha começou a buscar a anexação de territórios, inicialmente invadindo países de menor a médio porte na Europa, como Luxemburgo. Em agosto de 1914, por sua vez, a Alemanha invadiu a Bélgica, uma pequena potência que havia declarado neutralidade no conflito juntamente com outros Estados. A Bélgica, em colaboração com os esforços das forças francesas e britânicas, resistiu ao avanço alemão em seu território, resultando no atraso e enfraquecimento da ofensiva alemã (Sartório, 2019). Este conflito ficou conhecido como a Batalha de Charleroi. Depois disso, o país chegou a invadir o norte da França, naquela que ficou conhecida como a Batalha de Marne, a Romênia, na Batalha da Transilvânia, a fim de conter a expansão do país após a sua entrada na guerra, e países como Polônia, Rússia e Itália após a ida deste para o lado oposto da Alemanha na guerra.

De acordo com Sartório (2019), ao longo de todo o cenário da Primeira Guerra Mundial, em ambas as frentes de batalha (ocidental e oriental), destaca-se a tentativa alemã de construir uma imagem de império. O Império Alemão era frequentemente retratado como uma potência imperialista agressiva, particularmente devido à sua expansão naval e suas ambições territoriais, conforme citado anteriormente, o que contribuiu para a rivalidade naval com o Reino Unido.

Ainda sobre a culpa alemã na Primeira Guerra Mundial, Marc Ferro (1973), historiador francês citado por Sondhaus (2013), está em consonância com Fischer (1975) quanto à responsabilidade da Alemanha, mas também vê culpa na conduta britânica e enfatiza a relativa impotência da França. Sobre o Império Alemão, Ferro (1973 apud Sondhaus, 2013) diz que os líderes alemães fizeram o papel de "gênio do mal" no início do conflito, arquitetando uma espécie de plano perfeito e negando as tentativas de mediações pré-guerra.

Segundo Ferraz (2019), a Primeira Guerra Mundial revelou de maneira bastante evidente a divisão existente na sociedade alemã. A convicção de que a vocação militar era fundamental para a afirmação e progresso da Alemanha era difundida em todos os estratos sociais. Para muitos, a "guerra para acabar com todas as guerras"⁶ representava uma oportunidade de reconfigurar o equilíbrio europeu após a unificação alemã. No momento que a Primeira Grande Guerra ia chegando ao seu fim, a reação da população alemã foi de descontentamento à medida que o conflito se arrastava e as dificuldades aumentavam. O pós-guerra trouxe consigo desafios adicionais, dando origem a um período de instabilidade e transformação na história alemã.

Após a entrada dos Estados Unidos no conflito e a declaração de guerra contra a Alemanha, a nação alemã perdeu força, e a Tríplice Entente ficou ainda mais forte com o apoio americano. Ademais, o bloqueio naval imposto pela Marinha Britânica também teve um impacto severo no Império Alemão, pois com as fortes restrições comerciais advindas deste ato, os recursos para continuar a Guerra ficaram ainda mais escassos.

Finalmente, a Alemanha solicitou um armistício em novembro de 1918, marcando o fim das hostilidades na Frente Ocidental. Depois disso, o Tratado de Versalhes, assinado em 1919, formalizou as condições da paz na Europa, impondo pesadas penalidades à Alemanha - que desde então passou a ser uma república.

3.2. O Tratado de Versalhes e o abalo da moral alemã (1919 – 1929)

Em 1919, após o final da Primeira Guerra Mundial, foi assinado o Tratado de Versalhes, que surgiu como um marco crucial no cenário pós-guerra. Este tratado moldou não apenas o destino da Alemanha, mas também redesenhou as fronteiras políticas e econômicas da Europa. Este acordo de paz teve tantas consequências para a Alemanha que "se 1918

⁶ Em 1914, logo após a eclosão da guerra, o autor britânico e comentarista social H. G. Wells publicou diversos artigos em jornais de Londres, que posteriormente surgiram como um livro intitulado *The War That Will End War* (A Guerra Para acabar com Todas as Guerras). A frase se popularizou na época e se tornou um dos bordões mais comuns da guerra.

começou com os alemães prestes a instaurar uma nova ordem triunfante em todo o Leste Europeu, terminou com eles à beira da ruína total" (Mazower, 2013, p.70).

A Conferência da Paz, como também é chamado o evento que culminou no Tratado de Versalhes, foi organizada pelos vencedores da Primeira Guerra Mundial. Embora todos os representantes das nações presentes tivessem exposto suas opiniões acerca dos pontos trazidos, John Maynard Keynes, que participou da Conferência como membro da Delegação Britânica, e posteriormente lançou a obra "As Consequências Econômicas da Paz", em 1919, que faz críticas ao Tratado, reduziu a Conferência a um duelo entre Woodrow Wilson, Presidente dos Estados Unidos na época, e Georges Clemenceau, Primeiro Ministro da França, que presidiu a reunião (Becker, 2002). Ambos tinham visões divergentes acerca de como a Alemanha e as nações perdedoras deveriam ser punidas, com Wilson tendo uma abordagem mais conciliatória enquanto Clemenceau defendia condições mais rigorosas.

Além do objetivo de "selar a paz" no período pós-guerra e aplicar penalidades e reparações aos países perdedores, o Tratado de Versalhes tinha como uma de suas cláusulas a criação da Liga das Nações, por influência, sobretudo, de Woodrow Wilson⁷. Becker (2002) relata que, inclusive, foi com o objetivo principal da criação da Liga das Nações que Wilson quis comparecer presencialmente a Versalhes naquele dia.

Assim, a criação da Liga das Nações foi efetuada juntamente ao Tratado de Versalhes, assinado em 1919, sob o nome de "O Pacto da Liga". Seu principal objetivo era promover a paz e a cooperação entre as nações, buscando prevenir conflitos futuros. A Liga das Nações foi a primeira tentativa significativa de estabelecer uma ordem mundial baseada em cooperação internacional, que de acordo com Silva (2019), serviu como um "embrião" da ONU, que seria criada anos mais tarde, após o fim da Segunda Guerra Mundial.

Ao fim da Conferência, todos chegaram em um acordo, e o Tratado de Paz acabou inclinando-se mais para uma abordagem dura e punitiva com a Alemanha, impondo penalidades e contribuindo para instabilidades futuras. Silva (2019), argumenta que hoje é possível perceber que as sanções impostas aos alemães na época culminaram em uma crise para o país nas décadas de 1920 e 1930, que alimentou o surgimento e ascensão do partido nazista e, conseqüentemente, impulsionou a Segunda Guerra Mundial.

A Alemanha foi, de fato, responsabilizada pela Primeira Guerra Mundial durante a Conferência de Paz. Becker (2002) aponta que, entre todos os negociadores, era consenso que a Alemanha era a única responsável pelo conflito. Das penalidades sofridas pelos alemães, os

⁷ Sondhaus (2013), afirma que esse plano de Wilson é datado de bem antes do fim da guerra, tendo início em 1915.

requisitos impostos à Alemanha abrangiam não apenas o pagamento de indenizações pelos danos causados durante a guerra aos países vencedores, mas também a perda de parte de seu território para nações vizinhas, a renúncia de todas as colônias oceânicas e no continente africano, a obrigação de se desfazer de todos os seus grandes navios de carga e a entrega de suas principais minas de carvão. Conforme Silva (2019, p.3), "o Tratado de Versalhes obrigou a Alemanha a entrar no túnel do tempo e retroceder ao tomar dela suas três principais fontes de riqueza: a indústria metalúrgica associada à exploração de ferro e do carvão, o comércio externo e o sistema de transporte."

Segundo Krachenski (2013), já a partir de 1919, assim que assinado o acordo (Figura 5), iniciou-se, por parte da Alemanha, um esforço para que várias das cláusulas do Tratado de Versalhes fossem revogadas, sendo a questão colonial uma reivindicação bastante presente nesses movimentos, principalmente pelo fato da Alemanha ter sido uma nação fortemente imperialista que invadiu diversos territórios durante a guerra, e agora havia perdido grande parte dele. Krachenski (2013) argumenta ainda que uma das principais diretrizes utilizada pela propaganda alemã tinha como alvo rebater, principalmente, as acusações dos países ocidentais acerca do conceito da “culpa alemã” sobre a guerra.

Figura 5 - Georges Clemenceau assina o Tratado da Paz



Fonte: Incrível História (2023)

Becker (2002) também aborda a reação alemã após a assinatura do acordo. De acordo com ele, essa reação pode ser definida somente em duas palavras: inaceitável e insuportável. O Presidente da Alemanha na época, Friedrich Ebert, em seu discurso, afirmou que "dessa paz imposta surgirão novo ódio entre os povos e novos crimes ao longo da história." (Becker, 2002, p.165)

Apesar de alguns historiadores e estudiosos de hoje em dia apontarem o Tratado de Versalhes como o início de um definhamento alemão que culminou em diversos problemas ao país, algumas opiniões divergem desta visão, como é o caso da historiadora canadense Margaret MacMillan (2001). Segundo ela, apesar do Tratado apresentar erros pelos quais o Ocidente está pagando até hoje, os assinantes do acordo não podiam prever o futuro, e muito menos controlá-lo. MacMillan afirma ainda que a Segunda Guerra Mundial foi resultado de vinte anos de decisões tomadas e não tomadas, e não do acordo de 1919:

Hitler não foi a guerra por causa do Tratado de Versalhes, embora tenha encontrado na existência dele uma dádiva de Deus para sua propaganda. Mesmo que a Alemanha tivesse sido deixada com as suas antigas fronteiras, mesmo se lhe tivesse sido permitido ter as forças militares, que queria, mesmo se tivesse sido possível se juntar à Áustria, ele ainda teria querido mais [...]. Não havia nada no Tratado de Versalhes sobre isso. (MacMillan, 2001, p.493-94)

Em contraponto a MacMillan, Sondhaus (2013) traz a opinião do jornalista norte-americano David Andelman, que aponta o acordo de 1919 como o principal responsável por muitos dos problemas que persistiram no século XXI:

No final, Versalhes se revelou um fracasso colossal para Woodrow Wilson, para os Estados Unidos e para o futuro de um mundo que esperava poder ser regido por princípios de liberdade e autodeterminação [...]. O documento que [Wilson] levou para casa de Paris era profundamente falho em quase todos os aspectos. [...] Somos nós, hoje, que ainda estamos pagando o preço [...]. Em cada parte do mundo [...] as falhas dos autores da paz de Versalhes – erros de avaliação ou simplesmente um excesso de arrogância – estão muito claras agora. (Andelman, p.284-85 apud Sondhaus, 2013, p.583)

Nos anos seguintes ao acordo de paz, observou-se um aumento da participação de grupos políticos extremistas na política alemã já nas eleições para o *Reichstag*⁸ de 1920 e, na maior parte dos treze anos seguintes. Após a crise das reparações e a hiperinflação do início dos anos 1920 - uma das mais fortes consequências da Primeira Guerra Mundial para o país -, a Alemanha finalmente aderiu ao Tratado e, em 1926, Gustav Stresemann, Ministro das Relações Exteriores Alemão desde 1923, exerceu um grande papel diplomático e levou o país à Liga das Nações.

⁸ Câmara dos Deputados na Alemanha.

Em 1929, Stresemann acabou falecendo em um período que coincidiu com o início da Grande Depressão - fator que contribuiu decisivamente para a ascensão do partido nazista de Hitler nos anos seguintes. (Sondhaus, 2013) De acordo com Mazower (2013), a morte de Stresemann marcou o fim de uma era para o país, e nos anos seguintes, a Alemanha perdeu toda a confiança que depositava na Liga das Nações em proteger o direito de alemães que viviam no estrangeiro. O que veio depois disso foi uma rejeição absoluta a totalidade do sistema de direitos das minorias e de proteção legal internacional que a Liga havia criado, isto é, sucumbiu "a velha ordem que haveria de ser arrasada pela Nova Ordem Nazista." (Mazower, 2013, p.79)

A verdade é que a moral alemã após o Tratado de Versalhes foi marcada por um profundo ressentimento, descontentamento e uma vontade de reverter as condições impostas pelo tratado. Esses sentimentos desempenharam um papel importante na política alemã nas décadas seguintes e contribuíram, de fato, para a instabilidade social e política nas duas décadas seguintes, alimentando o surgimento de sentimentos nacionalistas e, eventualmente, contribuindo para a ascensão do nacional-socialismo. Como apontado por Krachenski (2013), a propaganda nazista explorou a insatisfação popular com o Tratado de Versalhes, usando-o como um ponto focal para unir a população contra os termos nele contidos e criar um senso de unidade nacional, que culminou em Hitler tomando o poder no início da década de 1930.

3.3. Ascensão e queda do nacional-socialismo alemão (1933 – 1945)

Em meio ao caos político, social e econômico que a Alemanha se encontrava durante o período pós Primeira Guerra Mundial, é fundado na Baviera, em 5 de Janeiro de 1919, o Partido do Trabalhador Alemão, que altera o nome para Partido Nacional Socialista dos Trabalhadores Alemães (NSDAP) no ano seguinte, e mais tarde também seria conhecido apenas como Partido Nazista. O NSDAP era um partido de extrema direita, que no momento de sua criação tinha Dietrich Eckart como seu porta-voz - um nacionalista fanático de cunho racista, que mais tarde iria exercer poderosa influência e consonância com o pensamento antissemitista de Adolf Hitler (Oliveira, 2017).

De acordo com Kitchen (2009), a junção destas duas ideologias poderosas - o nacionalismo e o socialismo - tinha um potencial explosivo. O historiador inglês explica que o nacionalismo poderia alastrar seu apelo com uma dose de igualitarismo socialista; e "um socialismo livre de seu internacionalismo se revelaria muito mais atraente."(Kitchen, 2009,

p.55) Desta forma, a nação alemã da época encontrou nesta combinação explosiva uma maneira de manifestar seus ressentimentos e insatisfação com o que foi imposto ao país no pós-guerra.

Além do extremismo político, o antissemitismo e o ideal racista, Oliveira (2017) destaca que o programa do partido também visava a construção de um país baseado na disciplina e na ordem, características típicas de organizações militares. Além disso, também reivindicava a ideia de que o alemão era um povo superior e a necessidade do espaço vital para construção de um poderoso e temido Estado na Europa a partir da junção dos povos germânicos.

Na época, a sociedade alemã ansiava por uma construção de um sentimento de comunidade e, para atender a essa demanda, o nazismo instituiu o conceito de "comunidade racial", em que a raça supera a classe em termos de organização social. O nacional-socialismo alemão era baseado no princípio de que o bem da comunidade se sobrepõe ao bem do indivíduo como forma de proteger a comunidade contra ameaças externas. Portanto, não poderia haver socialismo sem o nacionalismo, e vice-versa.

Na visão nazista, o importante era o povo, a raça e a nação. Dessa concepção, surgiu a palavra alemã *volk*, que significa tanto "povo" quanto "raça", e passou a adquirir um significado exclusivamente racista conforme o domínio do nacional-socialismo ia se expandindo. O nacionalismo era, afinal, uma poderosa força que atraía irresistivelmente uma população derrotada e sem esperanças no pós-guerra. Era, de acordo com Kitchen (2009), a promessa de um renascimento nacional para o povo alemão.

Em 12 de setembro de 1919, Anton Drexler acabou aceitando a entrada de Hitler no Partido Alemão dos Trabalhadores, e a partir daí, deu-se o ponto de partida para a transformação do partido segundo a imagem e semelhança do líder nazista. Depois de consolidada esta inserção de Hitler no partido, o líder nazista passou a ter destaque e passou a participar de um número cada vez maior de ações organizacionais do mesmo, obtendo um aumento progressivo do poder decisório dentro do partido. Além disso, a figura de Hitler trouxe um fator importante nas propagandas do partido: carisma. Hitler era conhecido por sua oratória e capacidade de persuasão, e aos poucos se tornou um líder que fez com que o partido tivesse cada vez mais adesões e doações por parte da população (Kershaw, 2008 apud Moreira, 2022).

Acerca da personalidade carismática de Hitler, Kitchen (2009) e Kershaw (2008) trazem alguns apontamentos que ajudam a entender melhor como esta ferramenta era usada por ele. Baseado no conceito de Weber (1981). Kitchen aponta:

O conceito de Max Weber de governo carismático é até hoje a melhor ferramenta interpretativa do relacionamento recíproco entre *Führer* (palavra escolhida por Weber) e seus discípulos e seguidores. Esse relacionamento se baseia na "rendição afetiva" ao líder e a seus favores. É a forma secularizada e modernizada de liderança exercida pelos profetas e heróis da Antiguidade. O líder é obedecido pelas qualidades únicas e excepcionais, mas dura somente enquanto durar a sua sorte e essas qualidades continuarem sendo reconhecidas. [...] A administração carismática, por falta de uma palavra melhor, não é limitada por regras, regulamentos ou procedimentos, mas é essencialmente irracional. (Kitchen, 2009, p.63)

Para Kershaw, Hitler subordinou-se ao papel que ele desempenhava com perfeição: o de *Führer*⁹. E esse poder originava-se somente em parte do próprio Hitler, sendo um produto social. Esse produto social baseava-se em uma criação de expectativas e motivações sociais investidas em Hitler por seus seguidores.

Seu poder era de um tipo extraordinário. Ele não baseava sua reivindicação ao poder (exceto um sentido muito formal) em sua posição de líder de um partido, ou em qualquer posição funcional. Ele o extraía do que considerava sua missão histórica de salvar a Alemanha. Em outras palavras, seu poder era "carismático" e não institucional. Dependia da posição dos outros de ver qualidades heróicas nele. E eles viram de fato essas qualidades, talvez mesmo antes de ele passar a acreditar nelas. (Kershaw, 2008, p.30)

E foi dessa forma que Hitler se consolidou como uma figura de liderança e propaganda indispensável para o partido. Em fevereiro de 1920, a conduta comportamental dos membros da organização já se encontrava alinhada com a aspiração militarista de Hitler, e pautas importantes passaram a ser fixamente orientadas pelo líder nazista, como é o caso da questão antissemita e as consequências políticas e econômicas do Tratado de Versalhes para a nação alemã. Assim, Hitler foi transformando o partido para algo além de uma unidade partidária do qual ele se identificava, e abriu caminho para prover as mudanças desejadas por ele na Alemanha (Moreira, 2022).

Moreira (2022) aponta ainda que já em fevereiro de 1920, o líder nazista solicitou a mudança do nome do partido para Partido Nacional Socialista dos Trabalhadores Alemães, com o objetivo principal de aumentar o apelo da população, que anseava pelo nacional-socialismo naquele período. Além disso, seguindo com as medidas de reorganização do partido, também decidiu que os membros da organização deveriam obrigatoriamente ter ascendência ariana, dando notoriedade ao caráter racista do projeto de poder que ele tinha em mente.

Em 1923, Hitler foi preso devido ao seu envolvimento em uma tentativa de golpe de Estado. A malograda tentativa se deu devido ao descontentamento dos nazistas com a situação

⁹ *Führer* significa "chefe", "diretor", "líder".

política e econômica do país. Na ocasião, as autoridades reprimiram o levante e confrontaram os nazistas, com a polícia abrindo fogo. No final, a tentativa foi um fracasso e acabou resultando na prisão de Hitler e na morte de alguns de seus apoiadores, que se tornaram os primeiros mártires de sua "Revolução Nacional" (Kitchen, 2009, p.70).

Após esse evento e a prisão de Hitler, o NSDAP foi proibido de exercer suas atividades pelo governo alemão, mas assim que liberado, Hitler se empenhou em reconstruir o partido, que estava prestes a ruir. Kitchen (2009) aponta que, com isso, tiveram de construir uma nova estratégia, e passaram então a se apresentar com uma postura de partido do povo, que era aberto a todos os "camaradas sociais". As eleições do Reichstag de 1930 foram uma demonstração de que o NSDAP de Hitler voltaria com grande força a conquistar o povo alemão, e o partido dele tornou-se o principal expoente da extrema direita naquele ano.

Mais tarde, em 1932, nas eleições presidenciais, Hitler obteve 36,8% dos votos populares contra Hindenburg, e nas eleições do *Reichstag* em julho daquele ano, "o NSDAP recebeu 13,8 milhões de votos, e até dezembro do mesmo ano, a filiação do partido cresceu de 400 mil para 1,4 milhão" (Kitchen, 2009, p.73) A essa altura, Hitler já era um político promissor e extremamente carismático, e cada uma de suas vitórias significava ainda mais seguidores para ele, ao passo que o nacional-socialismo se consolidava como um movimento de massas (Figura 6).

Figura 6 - Adolf Hitler é aclamado por multidão em seu carro em 1932.



Fonte: Enciclopédia do Holocausto (ano desconhecido)

Em 1934, Hitler atingiu seu objetivo e finalmente ocupou o cargo de Chanceler ao ser nomeado por Hindenburg. Para Kitchen (2009), a partir desse evento foi instaurada a ditadura nazista na Alemanha. Como principais medidas que foram gradualmente instauradas pelo líder nazista enquanto Chanceler, estão o rearmamento militar, a anexação da Áustria e dos Sudetos¹⁰ na Tchecoslováquia e o Pacto Molotov-Ribbentrop¹¹. Além disso, Hitler também conseguiu uma recuperação econômica, já que quando assumiu o poder, a Alemanha ainda sofria com as consequências do Tratado de Versalhes e se encontrava em um cenário econômico desfavorável. As primeiras medidas econômicas tiveram o objetivo de criar postos de trabalho e programas de obras públicas, que contribuíram para uma recuperação econômica inicial.

Esses eventos marcaram a transição da Alemanha para um regime ditatorial sob o controle totalitário do NSDAP, com Hitler no comando. A partir daí, a repressão política, a censura, a perseguição a grupos considerados "indesejáveis" e a militarização acelerada foram características presentes a todo momento no período da Alemanha nazista.

Conforme trazido por Oliveira (2017), os nazistas passaram a possuir muito mais do que o poder, mas possuíam as mentes das pessoas. Faziam com que acreditassem em seus mitos e rituais germânicos do passado, e na existência de um inimigo comum, uma ameaça interna: ameaça judaica. Oliveira (2017), argumenta ainda que a estrutura administrativa, política e civil do Terceiro *Reich* era voltada completamente à materialização da "ideia de Führer", ou seja, na crença de um líder salvador que rege a vida social.

Essa estrutura administrativa e de vigilância era capaz de dominar todas as esferas do Estado alemão, a vida tanto dos judeus como a dos próprios alemães. Nas escolas, as crianças, desde muito novas, eram ensinadas a denunciar seus pais se tivessem qualquer tipo de relação com judeus, assim como a denunciar seus professores por contestação ao modo de ensino ou contra o regime. A educação e as crianças eram a parte inicial de doutrinação e de obediência incontestável às ordens de Hitler. (Oliveira, 2017, p.55)

Sobre isso, Mazower (2013) lembra ainda que o Terceiro *Reich* transformara jovens recrutas alemães em ardentes antissemitas, que gostavam de ridicularizar publicamente os

¹⁰ Sudetos eram uma minoria étnica da Europa Central, composta por alemães estabelecidos na Boêmia, Morávia e Silésia Oriental (BLACK, 2023).

¹¹ O Pacto Germano-Soviético foi assinado em agosto de 1939, e pavimentou o caminho para a invasão e ocupação conjunta da Polônia pela Alemanha nazista e pela União Soviética em setembro daquele mesmo ano. Este pacto permitia que a Alemanha nazista e a União Soviética criassem esferas individualizadas de influência na Europa Oriental, ao mesmo tempo em que as duas potências prometiam não se atacar por dez anos. Entretanto, apenas dois anos após sua assinatura, Hitler lançou uma invasão contra a União Soviética (MOORHOUSE, 2021).

judeus, que eles consideravam inimigos da raça. Entretanto, é importante lembrar que o antissemitismo não estava presente somente nos jovens doutrinados desde a escola, mas sim de na própria sociedade alemã. O historiador pontua ainda que a população demonstrava seu antissemitismo abertamente, e isso permitia que os alemães recrutassem ajudantes e dificultava a fuga das vítimas.

Muito disso se dá pelo fato de que o antissemitismo era apresentado como algo positivo pelos nazistas, como parte de uma estratégia que iria ajudar a construir uma nação mais saudável e poderosa, da qual a "comunidade racial", tanto pregada por Hitler, poderia viver em harmonia e disfrutar dos benefícios de uma cultura purificada e vibrante. Esta "higiene racial", como era chamada pelo líder nazista, era considerada a essência e parte fundamental da revolução nacional-socialista, pois consistia em meio pelo qual a raça era purificada, trazendo o nascimento de um "novo homem" (Kitchen, 2009, p.117, 121).

De acordo com Oliveira, (2017), a ideologia nazista se construiu a partir de sentimentos advindos da derrota na Primeira Guerra Mundial, como o nacionalismo exarcebado, revanchismo, racismo e desejo de expansionismo territorial. Dessa forma, foi inevitável a conflagração da Segunda Guerra Mundial, que teve início no dia 1º de setembro de 1939, com a invasão da Polônia pela Alemanha (Gilbert, 2014).

Para Kitchen (2009), apesar da tensão para a guerra ter começado muito antes, aquele era um conflito inegavelmente diferente. A segregação, a perseguição e o assassinato de judeus, eslavos, ciganos e poloneses coincidiam com o assassinato em massa de deficientes e pacientes psiquiátricos na Alemanha. Essa era uma guerra racista de aniquilação, exploração e colonização dos seres humanos. Além das diferenças de motivação, desta vez era diferente também pois havia uma novidade: novas tecnologias desenvolvidas especialmente para matar (Oliveira, 2017).

Após quase cinco anos de batalhas e grandes somas de vítimas, a guerra na Europa terminou com o Instrumento de Rendição Alemã assinado em 7 de maio de 1945 por representantes do governo alemão, com testemunha de autoridades dos Aliados (Estados Unidos, Inglaterra e França). Com o fim da guerra, a Alemanha teve sua infraestrutura totalmente destruída e sua reputação internacional foi profundamente afetada, sobretudo após a divulgação de imagens dos campos de concentração e relatos de violação de direitos humanos jamais documentados na história da humanidade.

3.4. A reconstrução da imagem internacional da Alemanha no pós-Segunda Guerra

Após o período sombrio da Segunda Guerra Mundial, a imagem internacional da Alemanha estava profundamente marcada pelas atrocidades cometidas durante o regime nazista. O genocídio imposto à judeus e outras etnias, a agressão militar, o imperialismo com bases racistas, os crimes de guerra e as violações dos direitos humanos perpetrados pelos nazistas contribuíram para a construção de uma imagem extremamente negativa do país no cenário internacional. No entanto, ao longo do tempo, houve uma série de iniciativas que visaram mudar a percepção da sociedade internacional em relação ao país.

De acordo com Judt (2020), uma das principais iniciativas que permitiram a Alemanha ser reintegrada no sistema internacional foi o Plano Marshall (1948/1951) capitaneado pelos Estados Unidos para reconstruir a Europa logo após o final da Segunda Guerra Mundial. Judt (2020) afirma que os principais objetivos desse plano eram manter o domínio dos Estados Unidos sobre a Europa e obter o apoio dos países beneficiados, além de evitar o avanço da influência soviética sobre o Ocidente.

As consequências diretas do plano para a Alemanha foram a aproximação do país com os Estados Unidos bem como a sua abertura econômica para os produtos norte-americanos. Além de empréstimos por volta de 1,4 bilhão de dólares, o referido plano possibilitou à Alemanha ter acesso a assistência tecnológica, alimentos, combustíveis, veículos e maquinários para as indústrias.

Com a ajuda externa norte-americana, a Alemanha conseguiu restabelecer sua economia, tornando-se hoje o país mais importante da União Europeia em termos econômicos, com seu PIB representando cerca de 21% por cento de todas as riquezas produzidas pelo bloco (Fenerich, 2018). No âmbito mundial, é a quarta maior economia do planeta, atrás apenas dos Estados Unidos, China e Japão.

Apesar do êxito econômico registrado até os nossos dias, Fenerich (2018) defende a ideia de que a compreensão da Alemanha do século XXI deve ser pautada no resgate do passado recente do país, pois o nazismo causou profundas feridas na sociedade alemã e influencia até hoje o posicionamento do país dentro do sistema internacional.

Haddad (2018), baseado em Jaspers (1998), comenta que a Alemanha somente pôde se reerguer mediante uma “expição da culpa”, mesmo que a maioria dos alemães não tivesse participado diretamente das atrocidades cometidas durante a guerra, tampouco as gerações nascidas no pós-guerra. Segundo o autor, em relação à ocorrência dos crimes que foram cometidos em nome do *Reich*, cada alemão se tornaria corresponsável. Isso ficou claro depois

da reunificação da Alemanha, no início da década de 1990, quando a sociedade alemã e o próprio governo alemão se viram novamente confrontados com as atrocidades cometidas no passado, já que os crimes nazistas passaram a estar cada vez mais presentes em locais como memoriais, museus, discursos públicos, na literatura, nas cátedras universitárias, no cinema e até nas artes plásticas em nível global. Apesar do esforço dos alemães - tanto da sociedade quanto do governo - de lidar com o tema da melhor forma possível, com respeito e reconhecimento dos crimes cometidos, a sombra do passado nazista continua a influenciar a maneira como a Alemanha é percebida, e a memória dos horrores cometidos durante a Segunda Guerra Mundial permanece como uma parte importante e dolorosa de sua identidade nacional. Na Figura 7 é possível entender como o território alemão foi mudando no período pós-guerras.

Figura 7 - Alemanha: mudanças territoriais 1914 - 1990



Fonte: Britannica (2023)

De acordo com Bessel (2009), uma das chaves para a compreensão da reconstrução da imagem internacional da Alemanha é a análise de cinco fatores que o autor considera como características fundamentais para o sucesso posterior alemão.

O primeiro fator trazido pelo autor é a derrota total alemã. Ele cita que o fato da

rendição ter sido completa, sem um armistício ou fatores que pudessem deixar alguma faísca aberta, foi fundamental para o reerguimento da nação alemã. A segunda característica, diretamente relacionada à primeira, é o fim do nacional-socialismo e posterior rechaço aos seus ideais. A terceira foi a dureza da ocupação Aliada no território alemão pós-guerra, que tinha como principal objetivo acabar com qualquer resquício do nazismo. O quarto fator foi a grande extensão de perda do povo alemão, tanto humana quanto material, que não deixou bases para um possível revanchismo. A quinta e última característica citada pelo autor é a extraordinária e única dedicação dos alemães com as suas preocupações diárias, devido ao grande estrago causado em todas as esferas do país.

Além de políticas em nível interno, a Alemanha também necessitou forjar sua política externa baseada em diálogo e cooperação, para promover uma boa imagem do país no cenário mundial. O país passou a investir grandes somas na promoção do turismo, de sua rica herança cultural, como a língua, música, literatura, arquitetura e outras artes, seu protagonismo em algumas modalidades esportivas, na excelência de seus centros de ensino superior e de pesquisa e na criação de institutos para o fomento da cultura alemã no exterior e o intercâmbio cultural internacional. É o caso do Instituto Goethe, presente no Brasil desde 1975, que será abordado no próximo capítulo.

4. O INSTITUTO GOETHE E O FOMENTO DA CULTURA ALEMÃ PELO MUNDO

Neste terceiro e último capítulo, foi feita uma apresentação do Instituto Goethe e suas atividades no Brasil e no mundo, além da identificação, descrição e análise de três estratégias de difusão da cultura alemã adotadas pela instituição para fomentar o interesse público pelos valores do país: cursos de língua alemã, eventos e intercâmbios culturais.

4.1. Concepção e desenvolvimento do Instituto Goethe

O Instituto Goethe (*Goethe-Institut*) (Figura 8) foi fundado em 1951 como um sucessor da Academia Alemã e seu início foi centrado na formação e capacitação de professores estrangeiros de língua alemã. As ações e os serviços prestados pela Academia Alemã eram semelhantes às tarefas modernas do Instituto Goethe: pesquisa, difusão e promoção da cultura alemã. Contudo, no Terceiro *Reich*, a Academia teve a sua reputação destruída ao dar apoio à ideologia nazista e romper com as suas antigas relações culturais (Lanshina, 2015).

Figura 8 - Logo do Instituto Goethe



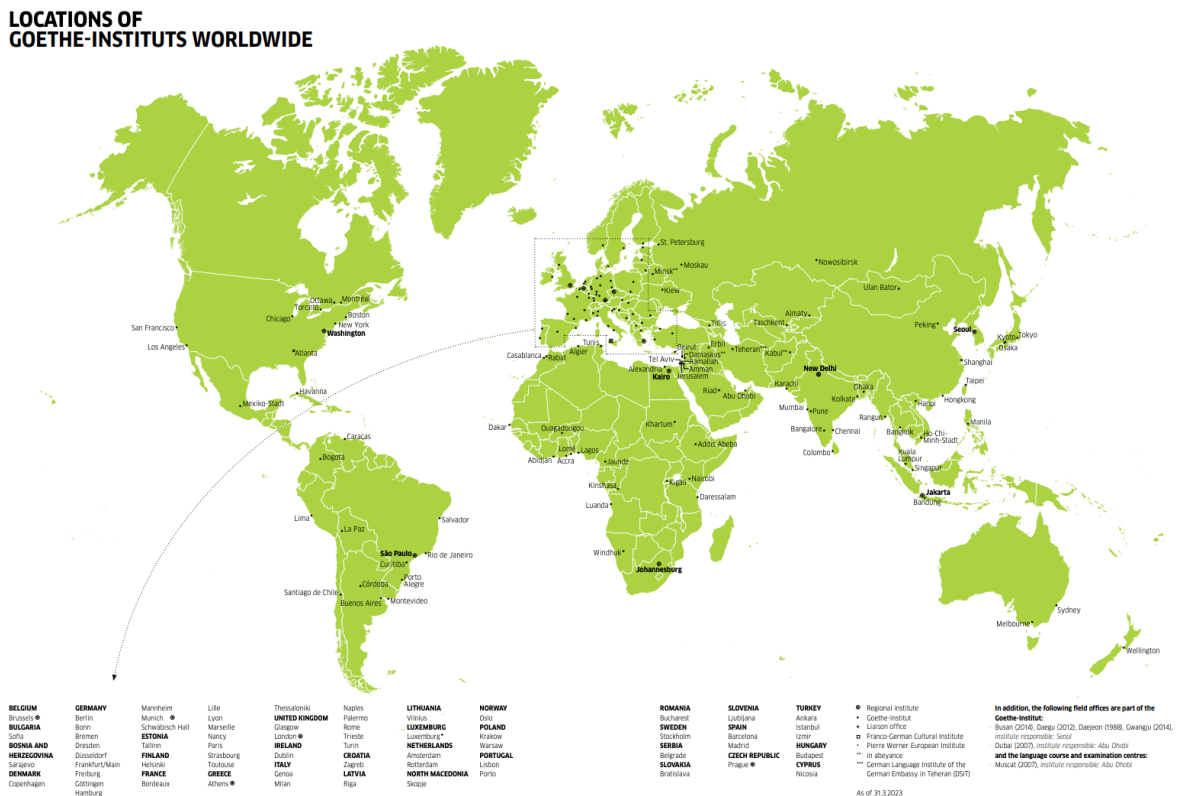
Fonte: *Goethe-Institut* Brasil (2023)

Por conta disso, no pós-guerra, foi necessária a mudança no nome da instituição, pois a Academia Alemã já não causava uma boa impressão à opinião pública internacional. Então, no início da década de 1950, o Instituto Goethe foi criado em substituição à Academia, com o mesmo conceito e ideias que a norteavam antes da guerra. Lanshina (2015) aponta que o fato do Instituto ter recebido o nome do escritor Johann Wolfgang von Goethe - um intelectual que cultuava valores e ideais do humanismo - teve um impacto positivo perante o público.

No ano de 1953 o Instituto Goethe deu seus primeiros passos no ensino da língua alemã, inaugurando cursos na pequena cidade de Bad Reichenhall, na Alta Baviera, Alemanha. A alta demanda pelos cursos impulsionou a oferta para outros centros educacionais, como Murnau e Kochel. De acordo com Lanshina (2015), na época em questão, o instituto recém-criado optou por estabelecer-se em cidades que permitissem exibir o melhor da Alemanha naquela conjuntura pós-guerra, já que buscava restaurar suas relações com outros países e reafirmar sua identidade cultural .

Conforme citado anteriormente, num primeiro momento, o Instituto Goethe recebia professores de alemão de várias partes do mundo para treinamento em suas sedes na Alemanha. Esse empreendimento acabou por popularizar o ensino da língua no exterior, o que motivou a direção do instituto a criar centros de ensino ao redor do mundo - sendo o primeiro deles em Atenas, inaugurado em 1952. Em apenas nove anos, isto é, até 1961, já havia 53 institutos em funcionamento fora da Alemanha. (DW, 2021).

Figura 9 - Institutos Goethe ao redor do mundo



Fonte: Goethe-Institut Annual Report 2022/23 (2023)

Hoje, o IG está estabelecido em 98 países ao redor do globo, contando com 158 Institutos (Figura 9). No total, a rede do Instituto Goethe conta com cerca de 1.100 pontos de contato. Estes pontos de contato incluem parceiros de cooperação em exames, centros de

recursos didáticos, salas de leitura e centros de informação, centros Goethe, associações culturais germano-estrangeiras, centros de línguas, residências e espaços de projetos. Além disso, o Instituto Goethe conta com 4.280 funcionários ao redor do mundo (*Goethe-Institut Annual Report 2022/23, 2023*).

No relatório anual fornecido pelo IG, que oferece uma visão geral sobre o trabalho da Instituição durante o último ano, é possível encontrar também a seguinte declaração a respeito de como o Instituto se posiciona:

Conectamos pessoas em todo o mundo. Como instituição cultural da República Federal da Alemanha, promovemos o intercâmbio cultural, a educação e o discurso social de um contexto internacional e apoiamos o ensino e a aprendizagem da língua alemã. Juntamente com os nossos parceiros, concentramo-nos nas oportunidades e desafios globais, trazendo perspectivas diferentes num diálogo baseado na confiança. Consideramos a capacidade de ouvir e refletir como a chave para a compreensão. Estamos vinculados a princípios de transparência, diversidade e sustentabilidade. Esses princípios caracterizam nossos serviços e nossa maneira de trabalhar. (*Goethe-Institut Annual Report 2022/23, 2023, p.1*)

Além disso, no site do Instituto, na seção reservada à apresentação, ele se descreve como uma Instituição que atua globalmente para promover a compreensão entre a Alemanha, a Europa e o mundo, tendo seu trabalho fundamentado em um acordo com o Ministério das Relações Exteriores, divulgando a diversidade cultural e social da Alemanha e da Europa através de sua rede global. O texto também enfatiza que o instituto é autônomo juridicamente, financiando em parte com receitas de cursos de alemão e apoio de diversas entidades, inclusive a União Europeia e outros ministérios alemães.

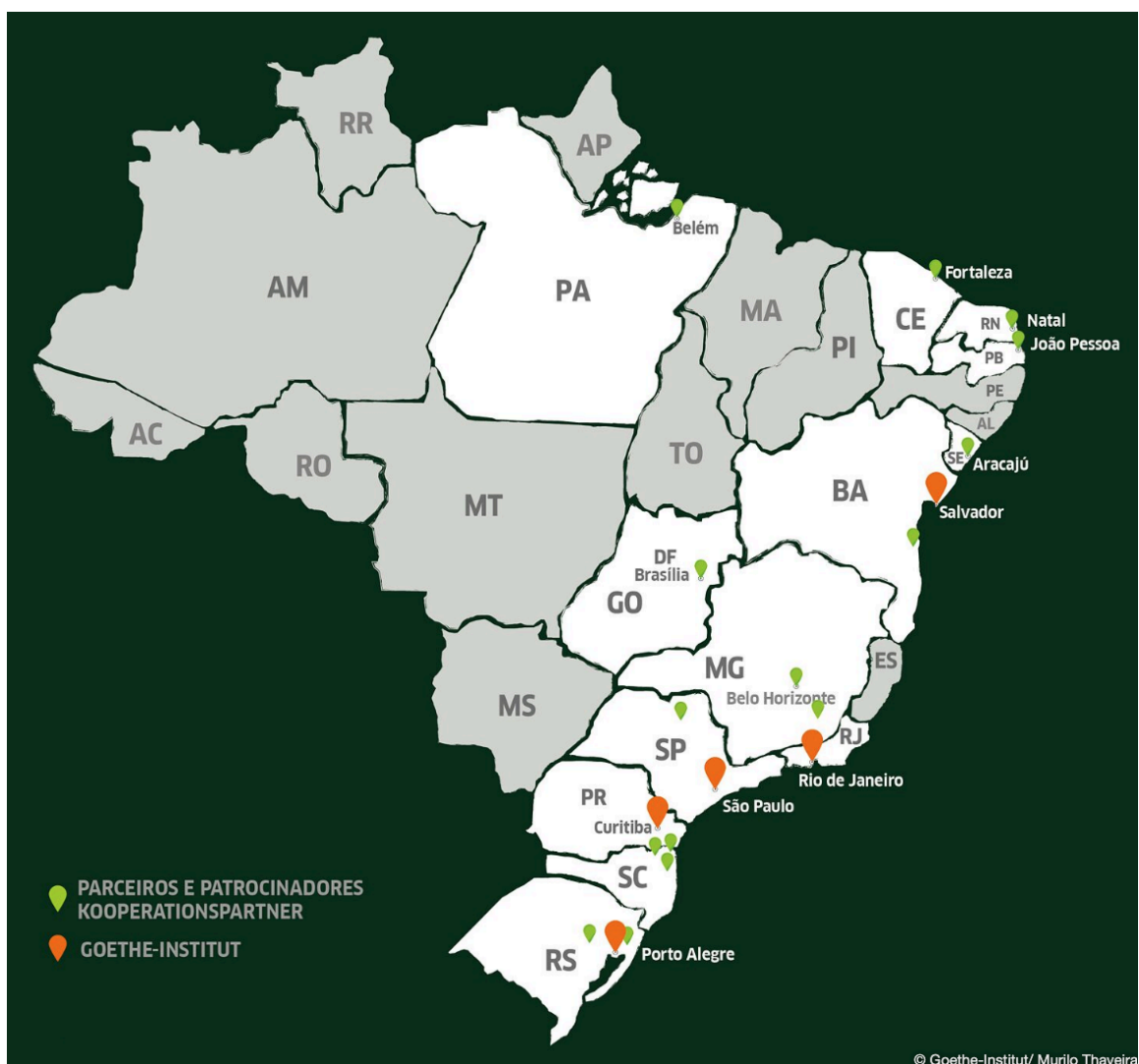
Ainda de acordo com o site, o IG contribui significativamente para a inserção do idioma alemão em sistemas educacionais ao redor do mundo, apoiando escolas, professores e oferecendo uma variedade de cursos e programas de aprendizagem, incluindo modalidades online. Realiza também mais de 20 mil eventos culturais por ano em cooperação com parceiros locais, promovendo intercâmbios culturais e redes entre profissionais criativos. Com uma oferta digital ampla e bibliotecas em rede, o Instituto cria espaços para aprendizagem, interação e participação, utilizando tecnologias inovadoras e promovendo encontros globais por meio de diversos formatos e programas. (*Goethe-Institut Brasil, 2023*)

4.2. O Instituto Goethe no Brasil

Os Institutos Goethe, como discutido previamente, servem como uma ponte entre a Alemanha e os demais países, e os existentes no Brasil compartilham desse mesmo propósito.

O primeiro IG no Brasil foi fundado oficialmente no Rio de Janeiro, em 18 de maio de 1975. Atualmente, o Instituto Goethe está presente também em Porto Alegre, Curitiba, São Paulo e Salvador (DW, 2021). Conforme visto na Figura 9, fora da Europa, o Brasil é o segundo país com mais repartições de IGs, atrás apenas dos Estados Unidos. Além disso, existem outros locais afiliados espalhados pelo Brasil, como o Centro Goethe em Brasília e outros 14 locais considerados parceiros e patrocinadores, que podem ser centros de aplicação de exames ou sociedades culturais (Figura 10) (Goethe-Institut Brasil, 2023).

Figura 10 - Mapa dos Institutos Goethe, parceiros e patrocinadores no Brasil



Fonte: Goethe-Institut Brasil (2023)

Tanto os Institutos Goethe quanto os Centros Goethe oferecem uma ampla variedade de atividades que visam não apenas ensinar o idioma alemão, mas também proporcionar conhecimento sobre a cultura e a sociedade do país. Enquanto os Institutos são geridos desde

a Alemanha, as Sociedades Culturais são entidades locais, estreitamente vinculadas ao Instituto Goethe e operam em colaboração estreita com ele. Os Centros, em parceria com essas entidades, organizam eventos culturais, disponibilizam cursos e exames, além de oferecer informações atualizadas e relevantes sobre a Alemanha (Renner, 2014).

De acordo com Couto (2012 apud Renner, 2014), estamos vivendo em um momento em que o alemão, como língua estrangeira, tem sido valorizado no Brasil. É uma língua vista como um idioma cultural europeu bastante importante, principalmente como elemento chave para o sucesso profissional e acadêmico. Além disso, o número de estudantes alemães no Brasil também têm aumentado nos últimos anos. Segundo a Associação Brasileira de Consultoria e Assessoria em Comércio Exterior (Abracomex), o alemão é um idioma complexo, mas que pode trazer grandes benefícios para quem se dedica à língua, já que a Alemanha é um dos parceiros comerciais do Brasil e possui relevância na área de tecnologia.

Dessa forma, existe um cenário propício e ascendente para o ensino do alemão no Brasil hoje em dia, além da disseminação da cultura do país, que também acaba gerando curiosidade naqueles que iniciam seus estudos da língua, e é isso que o Instituto Goethe faz ao servir como um centro cultural além de uma escola de idioma, promovendo eventos, workshops, aulas, intercâmbios e acesso a literatura e cinema alemão.

4.3. O Instituto Goethe em Porto Alegre

Como principal entidade de fomento e promoção cultural da Alemanha no exterior, Jianting e Feng (2012) apontam que o Instituto Goethe exerce considerável influência por meio do intercâmbio cultural, propagação da língua alemã e projeção da imagem do país. Isso fica claro quando se analisa, por exemplo, as atividades do Instituto Goethe de Porto Alegre.

Localizado em um prédio próprio do governo alemão (Figura 11), equipado com um auditório multifuncional, incluindo palco, piano de concerto e sistema de tradução simultânea, com espaços dedicados a exposições, salas de aula e uma biblioteca, o Instituto Goethe de Porto Alegre possui uma participação ativa na vida cultural da cidade.

O edifício do Instituto Goethe de Porto Alegre é também o lar de escritórios de outras organizações culturais, como a Coordenação de Alemão do Departamento Central para Ensino no Exterior (ZfA), Docência do Serviço Alemão de Intercâmbio Acadêmico (DAAD) e Associação dos Ex-bolsistas na Alemanha (AEBA), que dão ênfase à sua missão de ser o centro cultural alemão em Porto Alegre (*Goethe-Institut Brasil*, 2023).

Figura 11 - Fachada do Instituto Goethe de Porto Alegre



Fonte: Autora (2023)

Ao entrar no prédio, é possível perceber sua grande estrutura. No *hall* de entrada, existe um grande espaço aberto com mesas, cadeiras e uma lanchonete. Já no lado direito está localizada a galeria do Instituto Goethe (Figuras 12 e 13). Ela possui um espaço bem amplo, moderno e versátil para receber as obras dos artistas, que podem ser nacionais e internacionais. A visitação a galeria é gratuita e aberta ao público. As exposições que acontecem nesse espaço costumam incluir pinturas, esculturas, fotografias e instalações de arte. Além disso, existe uma versatilidade nas exposições, que podem abranger desde arte contemporânea até mostras que exploram temas históricos ou culturais.

Figura 12 - Exposição Viver e Morrer na Cidade, no Instituto Goethe de Porto Alegre



Fonte: Autora (2023)

Figura 13 - Exposição Viver e Morrer na Cidade, no Instituto Goethe de Porto Alegre



Fonte: Autora (2023)

Outro espaço relevante do Instituto Goethe de Porto Alegre é a biblioteca (Figuras 14 e 15), que fica no segundo andar do prédio e possui um recinto amplo e moderno, com mesas de estudo e leitura, poltronas e estantes com centenas de opções de livros. A biblioteca do Instituto Goethe é um local destinado para todas as pessoas que querem ler, estudar e estabelecer interlocuções. Seu acesso é livre para todos os públicos e o catálogo pode ser acessado também de maneira digital. Os serviços de empréstimo e renovação de prazos para devolução podem ser feitos através de um login no site do Instituto Goethe.

Figura 14 - Biblioteca do Instituto Goethe de Porto Alegre



Fonte: Sceno (2018)

Dentre as opções de livros e mídias oferecidas pela biblioteca estão: clássicos da literatura alemã e obras de literatura alemã contemporânea, no original e em tradução para o português, obras de não-ficção sobre temas culturais e sociais, materiais didáticos do idioma alemão como língua estrangeira, revistas alemãs, dicionários e outras obras de referência, diversas opções de CDs (música e áudio-livros) e DVDs (filmes de ficção e documentários) (*Goethe-Institut Brasil*, 2023).

Um ponto a se destacar é que existe uma estreita colaboração com bibliotecas públicas e escolares, com associações de bibliotecários, com a Faculdade de Biblioteconomia e

Comunicação da UFRGS e representantes de editoras. Além disso, o Instituto Goethe incentiva a tradução de novos textos alemães no âmbito de seu programa de fomento à tradução (*Goethe-Institut Brasil*, 2023).

Figura 15 - Panorâmica da Biblioteca do Instituto Goethe de Porto Alegre



Fonte: Sceno (2018)

Outro serviço de biblioteca oferecido pelo Instituto Goethe é a plataforma *Onleihe* (Figura 16), que consiste em uma biblioteca digital onde é possível acessar e-books, arquivos de áudio e e-papers em alemão, a qualquer hora, de maneira totalmente online. Esse serviço também é totalmente gratuito, basta fazer a inscrição para ter acesso a 23.000 e-books e audiolivros em alemão, materiais para o aprendizado da língua alemã, revistas e jornais e diversos filmes. É possível acessar o Onleihe em computadores desktop, notebook, laptop ou aparelho móvel através de um aplicativo para Android e iOS a qualquer momento (*Goethe-Institut Brasil*, 2023).

Figura 16 - Banner da plataforma Onleihe do Instituto Goethe



Fonte: Goethe-Institut Brasil (2023)

4.4. Estratégias de difusão da cultura alemã

O Instituto Goethe desempenha um papel crucial na promoção da cultura alemã ao redor do mundo. Suas estratégias de difusão da cultura alemã abrangem uma variedade de atividades que visam difundir não apenas a língua, mas também a riqueza da arte, literatura, música, cinema e outras expressões culturais do país. Com isso, o país busca fortalecer o seu *soft power* e conseqüentemente sua reputação perante a comunidade em que o instituto se encontra.

De acordo com Kotler e Gertner (2004), em diversos países, reconhece-se que a reputação nacional representa um recurso valioso que requer uma gestão cuidadosa. Segundo o Dicionário Priberam da Língua Portuguesa (2023), reputação significa "conceito; opinião pública, favorável ou desfavorável", e também pode significar "fama". Dependendo do campo de estudo, a reputação pode ter significados diferentes, mas é sempre atribuída a uma relação com geração de valor.

É importante destacar que a reputação é um requisito prévio e contínuo para qualquer tipo de relação, seja ela de dominação, sobreposição ou de colaboração (Dantas, 2022). Em suma, a reputação é um componente caro às relações públicas (Dantas, 2016) e que recebe o valor determinado pela avaliação favorável ou desfavorável dos demais Estados.

Como visto nos capítulos anteriores, por sua história complexa e controversa no passado, a Alemanha sofreu bastante antes de se tornar a maior potência da Europa

atualmente. O país teve de reconstruir sua reputação e, para isso, buscou ampliar seu *soft power* como sua principal estratégia de apoio à política externa do país.

De acordo com um estudo anual da Brand Finance, chamado "*Global Soft Power Index 2023*", a Alemanha está em terceiro lugar no ranking mundial de *soft power* em 2023 (Figura 17), com 65.8 pontos, atrás apenas dos Estados Unidos e do Reino Unido. Esse estudo se baseia em diversos fatores para atribuir uma nota a cada país, e a pontuação da Alemanha teve um aumento em relação ao ano anterior, apesar de se manter na mesma colocação no ranking. A Brand Finance tem seu próprio método para definir o que é *soft power*, e de acordo com o estudo, familiaridade, reputação e influência são as principais características que podem ajudar um país a alavancar seu *soft power*, e elas são alcançadas através de oito pilares: negócios e comércio, governança, relações internacionais, cultura e patrimônio, mídia e comunicação, educação e ciência, pessoas e valores e futuro sustentável.¹²

Figura 17 - Top 15 países com maior nível de *soft power* pelo estudo "*Global Soft Power Index 2023*" da Brand Finance



Fonte: *Global Soft Power Index 2023* (2023)

¹² A título de exemplo, caberia observar o papel de liderança em esportes, que tende a ser visto como um elemento de *soft power* em si, mas na verdade engloba aspectos tanto de mídia, negócios e diplomacia, bem como também educação, ciência e valores.

A pesquisa revela ainda que a Alemanha fica no topo de diversos dos quesitos medidos, como liderança em esportes, governança, relações internacionais e educação e ciência. Neste último, o país é mencionado como detentor de um “sistema educacional forte” devido à sua reputação global, ao ótimo estilo de vida dos alunos e seu alto padrão. Mundo afora, a cultura, língua, educação e essência alemã é representada pelo Instituto Goethe (IG), que pode ser visto como um dos principais instrumentos de *soft power* do país, possuindo, atualmente, 158 sedes em 98 países pelo globo.

Conforme os resultados de uma pesquisa publicada por Lien e Lo (2017) sobre o impacto econômico de institutos culturais, o estabelecimento do Instituto Goethe contribuiu significativamente para o aumento do comércio exterior e para o investimento direto estrangeiro (IDE) entre a Alemanha e os países parceiros onde o Instituto está sediado. Ainda, as pesquisadoras mencionam que o efeito sobre o IDE é muito mais forte do que sobre o comércio. Isso sugere que a confiança adquirida com a familiaridade com a língua e a cultura é um fator muito mais importante para uma decisão de IDE do que para uma decisão comercial. Juntas, as considerações das autoras ajudam a explicar o padrão assimétrico descoberto em institutos culturais como é o caso do Instituto Goethe.

Ademais, Lanshina (2015) aponta que, de uma maneira geral, as atividades do Instituto Goethe melhoram a reputação da Alemanha no exterior, melhoram a qualidade do ensino da língua alemã, contribuindo para o seu desenvolvimento, promovem artistas alemães em todo o mundo e atraem jovens e profissionais estrangeiros talentosos para a Alemanha, dessa forma, contribuindo para o aumento de seu *soft power*.

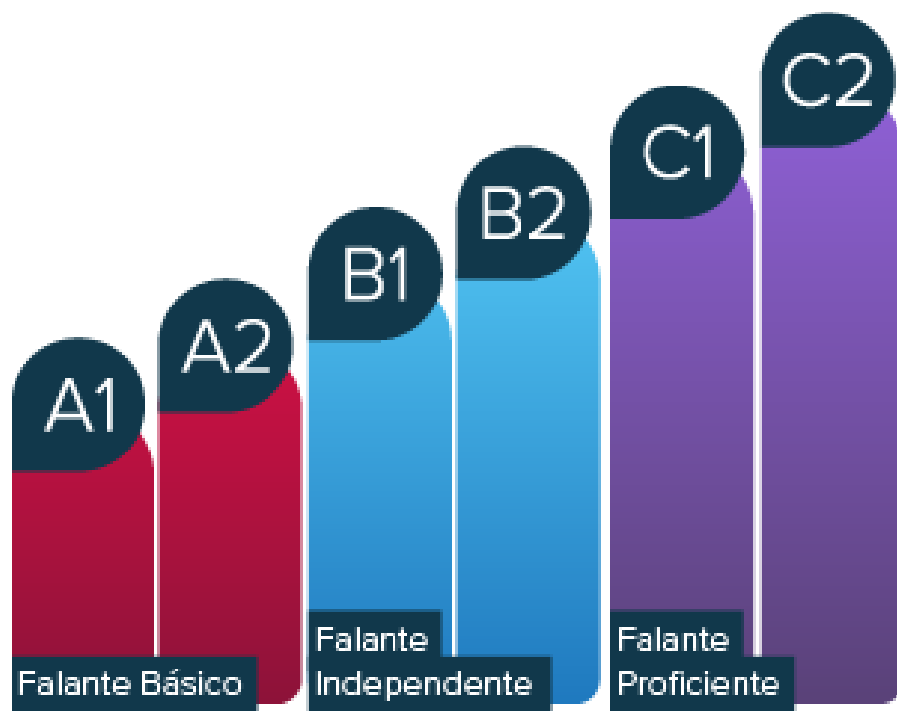
Entre os métodos para difundir a cultura alemã e construir uma visão positiva do país para a comunidade, o Instituto adota, principalmente, três estratégias: cursos de língua alemã, eventos - com destaque para a Semana da Língua Alemã - e intercâmbios culturais. Combinadas, essas estratégias visam também fomentar um diálogo intercultural, promovendo a compreensão mútua entre os povos e incentivando a colaboração, a aprendizagem e o intercâmbio artístico e intelectual em um contexto onde o Instituto Goethe está inserido.

4.4.1. Cursos de língua alemã

O ensino da língua alemã, como já mencionado no tópico anterior, é um dos carros-chefes do Instituto Goethe para difundir a cultura alemã. O instituto oferece uma vasta gama de tipos de curso do idioma, podendo ser presencial, online e através de intercâmbio para

aprender diretamente na Alemanha. Os cursos do Instituto Goethe são estruturados para atender a uma variedade de níveis de proficiência, desde iniciantes até avançados, e são adaptados para diferentes objetivos, como aprendizado acadêmico, profissional, cultural ou por interesse pessoal. Os níveis do curso vão de A1-C2, que é uma classificação do Quadro Europeu Comum de Referência para as Línguas (QEER) (Figura 18), e é um padrão internacionalmente reconhecido para descrever a proficiência em um idioma (*Goethe-Institut Brasil, 2023*)

Figura 18 - Níveis de Fluência de acordo com o QEER



Fonte: Vivas Idiomas (2021)

Os cursos do Instituto Goethe são ministrados por professores qualificados e experientes, a maioria são falantes nativos de alemão ou professores com formação no país. As aulas possuem várias modalidades, podendo acontecer de forma presencial e online. Além das aulas regulares focadas na aprendizagem formal da língua, os cursos podem incluir atividades culturais, como visitas a exposições, debates, leituras de livros, encontros e eventos relacionados à cultura alemã. Esse método complementa o aprendizado do idioma, pois proporciona uma imersão mais ampla na cultura do país (*Goethe-Institut Brasil, 2023*)

Além disso, os programas oferecidos são flexíveis e podem variar de cursos super

intensivos, intensivos e extensivos, que podem durar de três a dezesseis semanas, com custos que variam de R\$972,00 a R\$3.870,00. Dentro dessas modalidades, são oferecidos cursos para crianças, adolescentes e adultos. Existem também cursos focados em iniciantes na língua alemã, dependendo do nível do estudante. Por isso, o Instituto Goethe oferece também um nivelamento antes do aluno iniciar o curso, para descobrir em qual nível de fluência ele está. Também existem opções de cursos preparatórios para exames de proficiência em alemão, como o *Goethe-Zertifikat* e o TestDaF, além de testes de proficiência para uma profissão específica, como enfermagem (*Goethe-Institut Brasil, 2023*).

Dentre os materiais didáticos utilizados no curso, o Instituto Goethe oferece livros, apps, games e vídeos para auxiliar no aprendizado e uma biblioteca digital gratuita chamada Onleihe, que permite acessar filmes, músicas e livros didáticos em alemão. Esses materiais tem como foco auxiliar na comunicação oral, na compreensão auditiva, na leitura e na escrita dos alunos. Tudo isso tem como objetivo proporcionar uma experiência completa aos alunos, com uma aprendizagem prática, dinâmica e interativa para facilitar a aprendizagem e ajudar a explorar e entender a cultura e história alemãs.

Como afirma Silva (2015, p.36), "a língua se sobressai como um dos mais evidentes fatores culturais associados a um Estado-nação". Além disso, o autor aponta que a promoção da língua somada a outras atividades culturais - como faz o Instituto Goethe - traz resultados ainda mais satisfatórios à política externa de um país:

Soma-se a isso, o fato que geralmente os programas de difusão da língua tendem a contemplar uma série de atividades de divulgação da cultura e de valores nacionais. Essas atividades ocorrem paralelamente ao ensino da língua estritamente falando e são promovidas pelas próprias escolas e institutos ligados de uma forma ou outra ao poder estatal de seu país. As atividades e programas de promoção da língua e, por extensão, os centros culturais e instituições que se dedicam à tarefa de ensino da língua (como, no caso brasileiro, os Centros Culturais Brasileiros) podem ser tomados como a materialização final de um aparato institucional que parte da formulação macroscópica de objetivos e diretrizes de política externa até chegar ao seu último degrau, responsável por provocar mudanças de percepção no plano microssocial. (Silva, 2015, p.37)

4.4.2. Eventos

Os eventos são uma das atividades mais importantes no calendário anual do Instituto Goethe. Esses eventos podem ser encontros de conversa sobre assuntos diversos, palestras, exposições de arte e fotografia, concertos, peças de teatro, workshops, dias da leitura, mostras de filmes, seminários, oficinas, eventos informativos (como informações sobre trabalho na Alemanha, intercâmbios, etc.), feiras, entre outros.

Todos os eventos podem ser acessados através do site local do Instituto Goethe, onde é possível encontrar a agenda atualizada dos próximos meses e quais eventos foram sediados nos meses anteriores. A seção sobre os eventos do site também permite clicar no evento de interesse para saber mais informações sobre ele, como descrição, inscrições e valores. Essas atividades podem acontecer tanto presencialmente, na sede dos IGs de cada cidade, no auditório, galeria ou biblioteca do prédio, quanto em outros locais de instituições apoiadoras do Instituto. Vale ressaltar que os eventos também podem acontecer de maneira remota (*Goethe-Institut Brasil, 2023*)

Entre os eventos organizados pelo Goethe, destacam-se as peças de teatro. Sobre a cena teatral do Instituto Goethe em Porto Alegre, o Dr. Hartmund Becher, diretor do Instituto Goethe da capital gaúcha entre os anos de 1990 e 1996, em entrevista a Volkmer et al. (1999), salientou que a principal ambição era contribuir para a vida teatral da cidade na época, através de peças de dramaturgos alemães produzidas por grupos locais. Essa intenção segue até hoje, já que o Instituto Goethe sempre busca trazer artistas locais para sua cena cultural para atuar ao lado de artistas alemães.

Sobre a música, Becher conta que esta passou a ter um papel importante no Instituto Goethe a partir do momento que este recebeu um piano de cauda *Steinway*, quando iniciou-se toda uma programação cultural musical de alto nível, com apoio de patrocinadores. No que se refere às exposições do Instituto, Becher comenta que um dos pontos altos foi a mostra de originais de Joseph Beuys, um dos artistas plásticos mais polêmicos do século passado, em 1993. Quanto ao cinema, o ex-diretor do Instituto Goethe afirma que este tem seu lugar nas atividades do instituto, com ciclos de diretores contemporâneos, mostras de curta-metragens vencedores de festivais e até mesmo seminários com palestrantes especialistas no assunto (Volkmer et al., 1999).

Hoje em dia, o Instituto Goethe segue com estas mesmas atividades, mas com uma agenda atualizada e adaptada à cena contemporânea e com um catálogo maior de eventos, proporcionando uma imersão ainda mais significativa na cultura alemã.

Nota-se que o Instituto Goethe, ao longo dos anos, se esforça para estabelecer uma agenda de eventos diversificada e atuante, pois como afirmam Aguiar e Dantas (2023), os eventos são instrumentos de suma importância para as relações públicas, área que, como vimos, o *soft power* está no seu rol de interesses (Dantas, 2023).

Na ótica das Relações Públicas, Fortes e Silva (2011) ressaltam que os eventos são uma estratégia da área de comunicação que atinge o público de interesse e ainda é capaz de divulgar uma marca, promover produtos, potencializar vendas e contribuir para a expansão

comercial e conquista de novos mercados. Dessa forma, através da promoção de eventos, como faz o Instituto Goethe, a imagem da Alemanha é veiculada de forma positiva, pois essas atividades agregam valor e auxiliam na construção de um vínculo entre o público e o país.

Um dos principais eventos realizados pelo Instituto Goethe é a Semana da Língua Alemã. Essa iniciativa começou em 2016 e é uma ação conjunta das Embaixadas da Alemanha, Áustria, Bélgica, Luxemburgo e Suíça - países que falam o alemão - , em cooperação com os seus consulados e parceiros culturais no Brasil. Os eventos da Semana são realizados em todo o Brasil e incluem atividades como exibição de filmes, aulas demonstrativas do idioma alemão, workshops, oficinas de teatro, atividades para o público infantil e apresentações musicais. O principal objetivo do evento é oferecer ao público uma oportunidade de conhecer a beleza e a diversidade da língua alemã, bem como despertar o interesse dos brasileiros pelo idioma alemão, já que este é um dos mais falados da Europa e pode abrir portas para muitos estudantes e profissionais. (*Goethe-Institut Brasil, 2023*). Abaixo (Figuras 19 e 20), é possível ver dois banners de divulgação da Semana da Língua Alemã, postados nas redes sociais do Instituto Goethe.

Figura 19 - Banner da Semana Da Língua Alemã de 2023



Fonte: *Goethe-Institut Brasil (2023)*

Devido a pandemia de Covid-19, a Semana da Língua Alemã ficou dois anos sem acontecer, e quando retornou, em 2022, aconteceu em um modelo diferente, abrangendo atividades de caráter híbridas e presenciais. A última edição aconteceu de 12 a 19 de abril de 2023 e aconteceu de maneira presencial em todo o Brasil.

Figura 20 - Evento da Semana da Língua Alemã



Fonte: *Goethe-Institut Brasil* (2023)

4.4.3. Intercâmbios culturais

Uma outra estratégia de difusão da cultura alemã empreendida pelo Instituto Goethe são os intercâmbios culturais. Atkinson (2010), citada por Costa (2019), afirma que, historicamente, governantes investem em programas de intercâmbio educacional como forma de ganhar influência e moldar o comportamento político internacional. Ou seja, a ideia de intercâmbio como uma estratégia de difusão cultural de um país não é nova e foi utilizada por várias nações ao longo do tempo. Ainda de acordo com Atkinson (2010, apud Costa, 2019), uma pesquisa mostra que estudantes que realizaram intercâmbios voltam para o seu país com uma visão mais positiva sobre o país e a comunidade que o acolheu durante os estudos, e que geralmente buscam aplicar seu conhecimento adquirido em seu própria país.

Ouriveis (2013) destaca a característica dos intercâmbios de serem considerados elementos de disseminação de cultura, e assim colaborarem para a construção do *soft power* de um país. E é exatamente dessa maneira que funcionam os intercâmbios oferecidos pelo Instituto Goethe, pois visam promover o entendimento intercultural e fortalecer os laços entre a Alemanha e outros países, ao mesmo tempo em que oferecem oportunidades educacionais e culturais valiosas para os participantes.

O Instituto Goethe promove bastante incentivo àqueles que querem estudar e/ou trabalhar na Alemanha. Nos próprios eventos oferecidos pela Instituição, é possível encontrar palestras, workshops e rodas de conversa sobre o assunto, que buscam informar e incentivar estudantes que têm o sonho de estudar e/ou trabalhar na Alemanha.

Além dos eventos informativos, o Instituto Goethe também promove meios do estudante visitar a Alemanha, como bolsas de estudos oferecidas através de parcerias com escolas e outras instituições de educação, a fim de premiar aqueles alunos que se destacam em projetos de língua e cultura alemãs (Figura 21).

Figura 21 - Instituto Goethe, em parceria com Youth For Understanding, premia aluno do Colégio Catarinense com bolsa de intercâmbio na Alemanha



Fonte: Colégio Catarinense (2013)

Programas de intercâmbio também são oferecidos, com direito a aulas do idioma alemão e programação cultural na Alemanha para aqueles que desejam conhecer a cidade de destino, além de estudar a língua. Em alguns desses programas, o Goethe oferece cursos de idioma, hospedagem, refeições e roteiro cultural, tudo incluso no preço. Todas as informações podem ser encontradas no site do Instituto Goethe, através da opção "Estudar na Alemanha".

Entre as opções, são oferecidos diferentes tipos de cursos de curta duração, que podem ser intensivos ou especiais direcionados para revisão de conteúdos como gramática e conversação ou preparação para exames de proficiência. Cada opção de local tem uma oferta própria, contando com a possibilidade adicional de incluir características extras na viagem, como programação cultural e lazer como parte do programa do curso (*Goethe-Institut* Brasil, 2023). A Figura 22 mostra um informativo divulgado pelo Instituto Goethe para aqueles com interesse em realizar um intercâmbio.

Figura 22 - Informativo do Instituto Goethe sobre estudos na Alemanha

APRENDER PRESENCIALMENTE EM GRUPO

CURSOS PRESENCIAIS

Deseja aprender alemão presencialmente?

Tanto faz se você já está no local ou se está planejando uma viagem para Alemanha: Os cursos presenciais nos Goethe-Institut na Alemanha possibilitam uma verdadeira imersão na língua alemã – em qualquer nível de competência linguística e segundo seus requisitos individuais. Você seleciona a oferta que melhor se adapta a sua situação.

Com programação cultural e de lazer

Para você descobrir a diversidade da Alemanha, organizamos, para além do curso intensivo, uma programação cultural e de lazer variada. Desde visitas a teatros e festivais à noite até excursões no final de semana. Uma vez que é importante que você se sinta em casa em um ambiente novo, disponibilizamos diferentes tipos de hospedagem.

Nossa oferta:

- Cursos intensivos
- Cursos à noite e ao fim-de-semana
- Cursos de manhã
- Cursos Blended Learning
- Cursos de preparação para exame
- Cursos para a vida profissional
- Curso individual

Fonte: *Goethe-Institut* Brasil (2023)

Além do intercâmbio, o Instituto Goethe também oferece aconselhamento e cursos

preparatórios para quem tem intenção de estudar e morar na Alemanha. O *Studienkolleg*, por exemplo, é um curso pré-universitário para pessoas estrangeiras ingressarem em uma universidade alemã, que dura entre 6 e 12 meses e é feito na Alemanha. O Instituto Goethe oferece um curso preparatório para quem tem intenção de participar desse programa na Alemanha, já que exige uma prova para ingressar e um dos principais requisitos é possuir um certo nível de alemão. (*Goethe-Institut Brasil, 2023*)

Complementar ao curso preparatório para a *Studienkolleg*, o Instituto Goethe proporciona ainda um curso chamado *Studienbrücke*, que consiste em um programa de preparação do idioma, de linguagem técnica e intercultural para estudantes que desejam fazer universidade na Alemanha e se destacam em matemática, informática, ciências naturais e tecnologia, e tenham conhecimentos da língua alemã. Esta é uma forma alternativa de admissão ao ensino superior e com base em um teste de aptidão de estudo, os candidatos podem começar seus estudos de forma direta. O pré-requisito é a participação bem sucedida no programa preparatório *Studienbrücke* no país de origem. Através de uma combinação de cursos de idiomas, provas, cursos de disciplinas já citadas anteriormente, treinamentos interculturais e sessões de assessoramento, os estudantes recebem uma ampla preparação para os seus estudos e as universidades alemãs abrem anualmente um número de vagas para aqueles que querem ingressar na Instituição após ter feito o curso. As inscrições neste curso também são feitas através do site do Instituto. (*Goethe-Institut Brasil, 2023*)

Ademais aos programas já mencionados, o Instituto Goethe também possui em seu site diversos artigos com conselhos, dicas e incentivos para aqueles que buscam informações sobre morar ou estudar na Alemanha, além de divulgar vagas de trabalho na Alemanha, seja para engenheiros, professores, tradutores ou pessoas da área da tecnologia, programas de intercâmbio de outras instituições para a Alemanha, artigos com os motivos para estudar na Alemanha, vantagens e desvantagens, dentre outras diversas informações. (*Goethe-Institut Brasil, 2023*).

Os intercâmbios culturais são uma estratégia que além de fortalecer o *soft power* de um país por meio da promoção de valores universalmente considerados positivos (Martinelli, 2016) e estabelecem um diálogo "com seus públicos externos, a fim de informar e influenciar a formação de opinião" (Aguiar; Dantas, 2023, pp.1-2). Por fim, os intercâmbios culturais funcionam para o Instituto Goethe como uma modalidade de diplomacia pública a serviço da política externa alemã, pois mobiliza "recursos [de poder] para comunicar com e atrair os públicos de outros países, e não apenas os seus governos" (Nye, 2008, p.95).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa buscou identificar as estratégias utilizadas pelo Instituto Goethe para difundir a cultura alemã, transformando-o em um instrumento de *soft power* para a República Federal da Alemanha (*Bundesrepublik Deutschland*). Isso demandou a exploração do *soft power* como um elemento-chave nas relações públicas internacionais, permitindo a construção de uma base teórica para analisar o objeto de estudo. Para compreender o conceito norteador deste trabalho - o *soft power* - foi realizada uma extensa revisão bibliográfica. Além disso, a análise histórica e política da Alemanha foi crucial para entender como o país se posiciona no cenário internacional, suas capacidades e os desafios enfrentados para moldar uma imagem internacional positiva aos olhos do público global, sobretudo pelo fato da Alemanha ter uma história complexa e conturbada no século XX - especialmente no que se refere aos acontecimentos capitaneados pela ascensão do Nacional-Socialismo.

O estudo - que teve, como objetivo, identificar as estratégias de difusão da cultura alemã adotadas pelo Instituto Goethe que o converte em instrumento de *soft power* da República Federal da Alemanha - evidenciou a importância do Instituto Goethe como um poderoso instrumento de *soft power* da Alemanha, pois é capaz de fomentar, ao mesmo tempo, interesses culturais, econômicos e políticos e porque promovem ativamente a língua, cultura e educação alemãs no âmbito global, criando laços culturais, facilitando intercâmbios e fortalecendo a imagem positiva do país no exterior. Suas atividades educacionais e culturais ajudam a construir uma reputação favorável da Alemanha e promovem a compreensão mútua entre o país europeu e os demais atores do sistema internacional.

Conforme visto durante o desenvolvimento da pesquisa, foram identificadas três estratégias de difusão cultural: cursos de língua alemã, eventos e intercâmbios culturais.

A língua alemã, apesar de complexa, é muito buscada no mundo todo, já que o país é atualmente um grande polo de educação e tecnologia, o que acaba atraindo diversos estudantes e trabalhadores estrangeiros. Por este motivo, o estudo da língua alemã é globalmente popular, sendo considerado um dos idiomas mais importantes para se aprender e um dos mais procurados por estudantes de outros países. Os cursos do Instituto Goethe são famosos por possuírem diversas modalidades e estilos, o que atende um grande número da população interessada na língua.

Além do idioma, o foco nos eventos temáticos e informativos sobre a Alemanha - como a Semana da Língua Alemã - também é uma das principais estratégias utilizadas pelo Instituto, pois despertam o interesse da população local pelo país de uma forma dinâmica e

imersiva. Dessa forma, os estudantes e demais interessados aprendem mais sobre a cultura, arte e valores do país, o que não apenas aumenta o conhecimento sobre a Alemanha, mas também gera simpatia e interesse pela cultura alemã, contribuindo para o aumento do seu *soft power*.

Os programas de intercâmbio e concessão de bolsas para jovens e demais interessados também foi identificado por esta pesquisa como uma forte estratégia do Instituto Goethe para o aumento do *soft power* da Alemanha. Através de programas educacionais, bolsas de estudo e intercâmbios culturais, o Instituto Goethe oferece oportunidades para estudantes, pesquisadores e profissionais de diversas áreas se envolverem com a cultura alemã. Isso ajuda a criar redes de contatos e fortalece os laços entre pessoas de diferentes países com a Alemanha.

No processo de desenvolvimento deste trabalho, vale ressaltar, foram encontradas dificuldades para estabelecer um contato com o Instituto Goethe a fim de obter mais informações para sua elaboração. Apesar da instituição possuir um site com uma ampla gama de informações sobre a sua origem, serviços e atividades, o instituto não dispõe de um atendimento especializado para quem deseja desenvolver uma pesquisa sobre suas missões, valores e razões de sua existência.

Por fim, espera-se que os pontos levantados ao longo deste estudo tenham contribuído para a possível geração de novas discussões que abarque o âmbito do *soft power* e das relações públicas internacionais em futuros debates, principalmente por serem assuntos tão relevantes e pertinentes às relações públicas. Além disso, espera-se, também, que o trabalho tenha contribuído para uma melhor compreensão sobre o papel do Instituto Goethe na reconstrução da imagem internacional da Alemanha em tão pouco tempo.

REFERÊNCIAS

- ABRACOMEX. **Quais são os idiomas mais requisitados no mercado de trabalho?**. 2023. Disponível em: <https://abracomex.org/idiomas-mais-requisitados-no-mercado-de-trabalho>. Acesso em: 14 de dezembro de 2023.
- AGUIAR, Brandy; DANTAS, Guibson. **A Nova Diplomacia Pública como conceito de interesse das Relações Públicas**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 46., 2023, Belo Horizonte. Anais do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo: Intercom, 2023.
- ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. **Curso de relações públicas: relações com os diferentes públicos**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 1994.
- AZPIROZ, M. L. **Diplomacia pública: el caso de la ‘guerra contra el terror’**. Barcelona: UOC, 2012.
- BALLERINI, Frantiesco. **Poder Suave**. São Paulo: Summus, 2017.
- BECK, Ulrich. **O que é globalização? equívocos do globalismo: respostas à globalização**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- BECKER, Jean J. **O Tratado de Versalhes**. 1ª ed. São Paulo: UNESP, 2002.
- BESSEL, Richard. **Alemanha 1945**. Companhia das Letras, 2010.
- BEZERRA, Eudes. **Tratado de Versalhes: os duros termos da paz**. In: Incrível História. Disponível em: <https://incrivelhistoria.com.br/tratado-de-versalhes-1919>. Acesso em: 10 nov. 2023.
- BLACK, Jeremy. **A história da Europa da pré-história ao século XXI**. São Paulo: M. Books, 2023.
- BRAND FINANCE. **Global Soft Power Index 2023**: The world's most comprehensive research study on perceptions of nation brands. Disponível em: <https://static.brandirectory.com/reports/brand-finance-soft-power-index-2023-digital.pdf> Acesso em: 15 de dezembro de 2023.
- COSTA, Renan Ferreira. **A importância de intercâmbios acadêmicos para potencializar o soft power de um país**. 2019. 53 f., il. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Línguas Estrangeiras Aplicadas) - Universidade de Brasília, Brasília, 2019. Disponível em: <https://bdm.unb.br/handle/10483/23236>. Acesso em: 7 jan. 2024.
- COX, Ken. **Prophet Called to a Cross Culture**. Effingham: Republishing, 2022.
- DANTAS, Guibson. **O que é, afinal, Relações Públicas?** In: XVII Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sul, 2016, Curitiba. Anais do XVII Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sul. São Paulo: Intercom, 2016.

_____. **As Relações Públicas Internacionais como instrumento de política externa brasileira: o caso da Declaração de Teerã.** *Animus. Revista Interamericana de Comunicação Midiática*, v. 21, n. 46, 2022.

_____. **Relações Públicas Internacionais: quatro passos para uma reorientação da subárea.** In: XXIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, 2023, Campo Grande. *Anais do XXIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste*. São Paulo: Intercom, 2023.

_____. **Soft Power: tipologia de poder e Relações Públicas Internacionais.** In: XX Congresso de Ciências da Comunicação na região Norte, 2023, Boa Vista. *Anais do XX Congresso de Ciências da Comunicação na região Norte*. São Paulo: Intercom, 2023b.

_____. **Soft power tipología de poder de interés de las relaciones públicas internacionales.** In: XV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social, 2023, Madrid. *Libro de actas del XV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social 2023*. Madrid: Almudena Barrientos-Báez, 2023.

DEGE, Stefan. **Instituto Goethe completa 70 anos.** Deutsche Welle, 2021. Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/instituto-goethe-completa-70-anos/a-59911699>. Acesso em: 16 dez. 2023.

ENCICLOPÉDIA DO HOLOCAUSTO. **Ao deixar a Chancelaria do Reich após reunião com o presidente Paul von Hindenburg, Adolf Hitler é aclamado por multidão em seu carro.** Disponível em: <https://encyclopedia.ushmm.org/content/pt-br/photo/adolf-hitler-leaves-the-reich-chancellery-after-meeting-with-president-paul-von-hindenburg>. Acesso em: 10 nov. 2023.

FRANCISCO FERDINANDO DA ÁUSTRIA-HUNGRIA. In: **Wikipédia, a enciclopédia livre.** [s.l.: s.n.], 2023. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Francisco_Ferdinando_da_%C3%81ustria-Hungria&oldid=66703756. Acesso em: 2 out. 2023.

FENERICH, Leticia de Freitas. **O Papel da reestruturação da Economia Alemã na Posição da Construção Hegemônica Europeia no Pós-Segunda Guerra.** São Paulo: PUC-SP, 2018.

FERRARI, Maria Aparecida. **A prática das Relações Públicas Internacionais na Sociedade Contemporânea.** *Anuário Unesco/Methodista de Comunicação Regional*. p.15-29, 2008.

FERRAZ, João Grinspum. **Cultura e nacionalismo na Alemanha entre 1898 e 1933: um estudo sobre o papel da Arte Moderna no contexto da formação da nacionalidade alemã, entre a Secessão de Berlim e a ascensão de Hitler.** 2019. 324 f. Tese (Doutorado em História) - Programa de Estudos Pós-Graduados em História, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2019.

FISCHER, Fritz. **War of illusions: German policies from 1911 to 1914.** Nova Iorque: Norton, 1975.

FORTES, Waldyr Gutierrez; SILVA, Mariangela B. Ramos. **Eventos: estratégias de planejamento e execução**. São Paulo: Summus Editorial, 2011.

FÜHRER. Tradução de *Führer* no Dicionário Infopédia de Alemão - Português. Porto Editora. Disponível em: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/alemao-portugues/fuhrer>. Acesso em: 10 out. 2023.

GARAMBONE, Sidney. **A primeira Guerra Mundial e a imprensa brasileira**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

GILBERT, Martin. **A Segunda Guerra Mundial: os 2.174 dias que mudaram o mundo**. Rio de Janeiro: Casa da palavra, 2014.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008. Disponível em: https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/150/o/Anexo_C1_como_elaborar_projeto_de_pesquisa_-_antonio_carlos_gil.pdf. Acesso em: 20 dez. 2023.

GODOY, Arilda Schmidt. **Pesquisa Qualitativa: Tipos Fundamentais**. Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v. 35, n. 2, p.57-63, mai./jun. 1995. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rae/a/ZX4cTGrqYfVhr7LvVyDBgdb/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 20 dez. 2023.

GOETHE INSTITUT ANNUAL REPORT 2022/2023, 2023. Disponível em: <https://www.goethe.de/en/uun/pub/jah.html>. Acesso em: 20 out. 2023.

GOETHE-INSTITUT E YFU PREMIAM ALUNO DO CC COM BOLSA DE INTERCÂMBIO NA ALEMANHA. In: Colégio Catarinense, 2012. Disponível em: <https://www.colegiocatarinense.g12.br/goethe-institut-e-yfu-premiam-aluno-do-cc-com-bolsa-de-intercambio-na-alemanha>. Acesso em: 08 jan. 2024.

HADDAD, Rafael. **Silêncio e esquecimento na Alemanha do Pós-Guerra**. Café História. Disponível em: <https://www.cafehistoria.com.br/silencio-alemanha-pos-guerra>. Publicado em: 05 fev 2018. Acesso: 20 de novembro de 2023.

HAINES, André; **Estados Unidos: uma economia de guerra contra a sociedade**. GEPEUA-UFRGS, 2022. Disponível em: <https://www.ihu.unisinos.br/categorias/618204-estados-unidos-uma-economia-de-guerra-contr-a-a-sociedade>. Acesso em: 06 de outubro de 2023.

HOBSBAWM, Eric J. **Nações e Nacionalismo desde 1780**. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1998.

HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor. **A Indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas**. In: _____. Dialética do esclarecimento de fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

IANNI, Octavio. **A sociedade global**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1995.

INSTITUTO GOETHE. 2023. Disponível em: <https://www.goethe.de/ins/br/de/index.html>
Acesso em: 17 dez. 2023.

JIANTING, Ren. FENG, Gao. **Marketing Mix Analysis for Goethe Institut Based on 4P and 4C Theory**. Journal of International Studies, Prince of Songkla University, p.55–64. Disponível em: <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jis/article/view/246605>. Acesso em: 15 de dezembro de 2023.

JUDT, Tony. **Pós-guerra: história da Europa desde 1945**. Lisboa, Edições 70, 2020.

JUNIOR, Emanuel Figueira; MACHADO, Leonardo Silva. **Estados Unidos: Perfil e Oportunidades Comerciais**. Brasília: APEX BRASIL, 2011.

KITCHEN, Martin. **O Terceiro Reich: carisma e comunidade**. São Paulo : Madras, 2009.

KOTLER, Philip; GERTNER, David. **O estratégico marketing de lugares**. HSM Management, 2004.

KRACHENSKI, Naiara. **"Foi-se arrancado de nós!": O discurso imperialista alemão após o Tratado de Versalhes**. UFPR, 2013.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 2003.

LANSHINA, Tatiana. **The Goethe Institute and Soft Power**. International Organisations Research Journal, 2015. vol. 10. No. 1. Disponível em: <https://papers.ssrn.com/abstract=2700299>. Acesso em: 14 dez. 2023.

LIEN, Donald.; LO, Melody. **Economic impacts of cultural institutes**. The Quarterly Review of Economics and Finance, V. 64, p.12-21 : Elsevier, 2017. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1062976917300698?via%3Dihub>. Acesso em: 16 dez. 2023.

LATTIMORE, Dan; BASKIN, Otis; HEIMAN, Suzette T.; TOTH, Elizabeth L. **Relações Públicas, profissão e prática**. Penso: Porto Alegre, 2012.

MALONE, Gifford. **Political advocacy and cultural communication: Organizing the nation's public diplomacy**. Lanham: University Press of America, 1988.

MACMILLAN, Margaret. **Peacemakers: The Paris Peace Conference of 1919 and Its Attempt to End War**. J. Murray; 1st UK Edition 1st Printing, 2001.

MARTINELLI, Caio Barbosa. **O Jogo Tridimensional: o Hard Power, o Soft Power e a Interdependência Complexa, segundo Joseph Nye**. Conjuntura Global, vol. 5 n. 1, p.65-80, 2016.

MAZOWER, Mark. **O Império de Hitler: a Europa sob o domínio nazista**. 1ª ed. Companhia das Letras - São Paulo, 2013.

MOORHOUSE, Roger. **O pacto do diabo: a aliança de Hitler com Stalin**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2021.

MOREIRA, Guilherme. **Fundação do Partido Nacional Socialista dos Trabalhadores Alemães (NSDAP) - 5 de janeiro de 1919**. Revista Relações Exteriores, 2022. Disponível em: <https://relacoesexteriores.com.br/partido-nacional-socialista-alemaes>. Acesso em: 19 nov. 2023.

MOURA, João Clemente. **O poder na obra de Foucault e as estratégias do contemporâneo**. Departamento de Psicologia, PUC-Rio. Rio de Janeiro, 2007.

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

_____. **Soft Power: the means to success in world politics**. Nova Iorque: Public Affairs, 2004.

_____. **Public diplomacy and soft power**. The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science, 616(1): 94-109, 2008.

_____. **The future of Power**. Nova Iorque: Public Affairs, 2011.

OLIVEIRA, Damião C. **O poder do mito na construção do caos: mitos, símbolos, ritos e as forças ocultas do nazismo**. PUC-SP, São Paulo, 2017.

OURIVEIS, Maíra. **Soft power e indústria cultural: A política externa norte-americana presente no cotidiano do indivíduo**. RARI, n. 4, v. II. 2013.

PODER. In: Michaelis, Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/poder/>. Acesso em: 13 out. 2023.

PRIMEIRA GUERRA MUNDIAL. In: Educabras. Disponível em: <https://www.educabras.com/aula/primeira-guerra-mundial>. Acesso em: 05 nov. 2023.

REICHSTAG. Dicionário Priberam da Língua Portuguesa. Disponível em: <https://dicionario.priberam.org/reichstag#:~:text=nome%20masculino,dia%20ou%20dieta%20do%20Imp%C3%A9rio%22>. Acesso em: 15 nov. 2023.

RENNER, Bernd. **O Instituto Goethe e a língua alemã no Brasil**. In: Revista Helb. Brasília, V. 8, n. 8, 2014. Disponível em: <http://www.helb.org.br/index.php/revista-helb/ano-8-no-8-12014/228-o-instituto-goethe-e-a-lingua-alema-no-brasil>. Acesso em: 17 dez. 2023.

REPUTAÇÃO. Dicionário Priberam da Língua Portuguesa, 2023. Disponível em: <https://dicionario.priberam.org/reputa%C3%A7%C3%A3o>. Acesso em: 17 dez. 2023.

SARTÓRIO, Sarah G. P. **Memórias de um economista: Schacht e a Alemanha nos anos 1920**. SIBI/UFES, Vitória, 2019.

SAWASAKI, Cindy Akemi; FORIGO, Marlus Vinicius. **Uma análise da Guerra no Iraque com base nas ideias de Michel Foucault e Joseph Nye**. NPEA, Unicuritiba, 2010.

SILVA, Ilie A. **Promoção da língua como instrumento de soft power**. Porto Alegre: UFRGS, 2015.

SCENO. **A nova Biblioteca do Instituto Goethe, em Porto Alegre**, teve a sua pré-inauguração em abril deste ano. In: Facebook. 2018. Disponível em: <https://www.facebook.com/sceno.environmental.graphic.design/posts/1813737272015731>. Acesso em: 12 nov. 2023.

SILVA, Rayssa P. M. **Tratado de Versalhes: Sanções para a Paz?** ANPHUR, 2019.

SIMÕES, Roberto. **Relações Públicas: função política**. São Paulo: Summus, 1995.

_____. **Relações Públicas e Micropolítica**. São Paulo: Summus, 2001.

SONDHAUS, Lawrence. **A Primeira Guerra Mundial, História Completa**. Editora Contexto, São Paulo, 2013.

TABELA DE ÁREAS DO CONHECIMENTO. In CNPQ, 2023. Disponível em: <http://lattes.cnpq.br/documents/11871/24930/TabeladeAreasdoConhecimento.pdf/d192ff6b-3e0a-4074-a74d-c280521bd5f7>. Acesso em: 04 out. 2023.

VIVAS IDIOMAS. Quadro Comum Europeu de Referência para Línguas (CEFR). Disponível em: <https://vivasidiomas.com.br/quadro-europeu-comum-de-referencia-para-linguas>. Acesso em: 17 dez. 2023.

VOLKMER, José Albano; ROCHA, Manoel André; GERTZ, René; ROHDEN, Valério. **Retratos de cooperação científica e cultural: 40 anos do Instituto Cultural Brasileiro-Alemão**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1999.

VOLLE, Adam. **Allied powers**. Encyclopedia Britannica, 2023. Disponível em: <https://www.britannica.com/topic/Allied-powers-World-War-I>. Acesso em: 18 jan 2024.

WAKEFIELD, Robert. **Effective Public Relations in the multinational organization**. In: Heath, R. (Orgs). Handbook of Public Relations. Thousand Oaks: Sage Publications, p.639-647, 2001.

_____. **Interdisciplinary theoretical foundations for international public relations**. In: Culbertson, H. & Chen, N. (Orgs). International public relations: a comparative analysis. New Jersey: Lawrence Erlbaum Publishers, p.17-30, 1996.

WEBER, Max. **Economia e Sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva**. 4. ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2009. vol. 1.