

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS  
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA E RELAÇÕES INTERNACIONAIS**

**MARIA EDUARDA VARIANI**

**O ENSINO DA LÍNGUA E CULTURA CHINESA COMO FERRAMENTA DE SOFT  
POWER: O CASO DO INSTITUTO CONFÚCIO DA UNIVERSIDADE FEDERAL  
DO RIO GRANDE DO SUL**

**Porto Alegre**

**2021**

**MARIA EDUARDA VARIANI**

**O ENSINO DA LÍNGUA E CULTURA CHINESA COMO FERRAMENTA DE SOFT  
POWER: O CASO DO INSTITUTO CONFÚCIO DA UNIVERSIDADE FEDERAL  
DO RIO GRANDE DO SUL**

Trabalho de conclusão submetido ao Curso de Graduação em Relações Internacionais da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Relações Internacionais.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup>. Pâmela Marconatto  
Marques

**Porto Alegre**

**2021**

#### CIP - Catalogação na Publicação

Variani, Maria Eduarda  
O Ensino da Língua e Cultura Chinesa como  
Ferramenta de Soft Power: O Caso do Instituto Confúcio  
da UFRGS / Maria Eduarda Variani. -- 2021.  
89 f.  
Orientadora: Pâmela Marconatto Marques.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) --  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade  
de Ciências Econômicas, Curso de Relações  
Internacionais, Porto Alegre, BR-RS, 2021.

1. Ensino da Língua e Cultura Chinesa. 2. Soft  
Power. 3. Soft Power com Características Chinesas. 4.  
Instituto Confúcio da UFRGS.. 5. Instituto Confúcio.  
I. Marconatto Marques, Pâmela, orient. II. Título.

**MARIA EDUARDA VARIANI**

**O ENSINO DA LÍNGUA E CULTURA CHINESA COMO FERRAMENTA DE SOFT  
POWER: O CASO DO INSTITUTO CONFÚCIO DA UNIVERSIDADE FEDERAL  
DO RIO GRANDE DO SUL**

Trabalho de conclusão submetido ao Curso de Graduação em Relações Internacionais da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS, como requisito parcial para obtenção do título Bacharel em Relações Internacionais.

Aprovada em: Porto Alegre, 24 de novembro de 2021.

BANCA EXAMINADORA:

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup>. Pâmela Marconatto Marques– Orientadora  
UFRGS

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup>. Cristine Koehler Zanella  
UFABC

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup>. Adriana Iop Bellintani  
UFRGS

## AGRADECIMENTOS

Esse trabalho é resultado de uma construção conjunta de todos aqueles que apostaram na minha educação e no meu potencial, assim como da Instituição que tornou essa construção possível. Me formar na Universidade Federal do Rio Grande do Sul foi meu primeiro grande sonho, e agradeço à Instituição e a todas as pessoas que trabalham para ela ser o que é, por superarem as minhas expectativas. Assim como para mim, a oportunidade de estudar em uma Universidade Federal faz parte do sonho de muitos, e a excelência do ensino, assim como do trabalho dos professores e funcionários, surpreende em um país que a cada dia investe menos na educação pública. Encerrando esse ciclo, tenho a esperança de que as gerações futuras possam realizar o mesmo sonho que eu realizo agora, e tenham a experiência de cursar o ensino superior em um ambiente plural, público e de qualidade.

Agradeço à minha orientadora Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup>. Pâmela Marconatto Marques, assim como a todas as mulheres que durante o curso me mostraram o espaço que nós devemos ocupar dentro do campo das Relações Internacionais. Agradeço ao Instituto Confúcio pela oportunidade de iniciar os estudos de mandarim e conhecer pessoas incríveis, colegas e professores, brasileiros e chineses. Agradeço ao Instituto também por prover todos os materiais solicitados por mim para a realização dessa pesquisa.

Agradeço a todos os amigos e amigas da turma de faculdade pelos momentos que compartilhamos. Agradeço à Ju e a Tina, que estiveram comigo desde o primeiro dia de aula e fizeram parte dos melhores momentos, mas também dos mais difíceis. Aos meus amigos Pedro, Lela e Peppe, que me apresentaram o mandarim e tornaram nossa viagem à China uma lembrança de risos e saudade infinita. Ao Artur e ao João, por deixarem o processo de escrita mais leve e menos solitário. E a todos aqueles que participaram da minha trajetória e a tornaram especial de alguma maneira. Por fim, agradeço aos meus pais, ao meu irmão, e à toda a minha família por acreditarem em mim e torcerem pelas minhas conquistas.

## RESUMO

O Instituto Confúcio, apresentado pelo Governo chinês como um projeto não governamental e sem fins lucrativos, foi criado com o objetivo de promover o entendimento mútuo e a amizade entre a China e os países estrangeiros, assim como a cooperação nas áreas da cultura, ciência e tecnologia. Além do ensino da língua, o Instituto foca também no ensino da cultura chinesa e como essa se manifesta dentro da sociedade, além de oferecer bolsas de estudo. A Hanban está associada ao Ministério da Educação, e é o órgão executivo responsável pela administração dos Institutos. Ao contrário do que é divulgado pela organização, existem evidências que conectam ações de interferência do governo chinês à administração da instituição. A criação dos Institutos Confúcio e o posterior estabelecimento dessas unidades de ensino ao redor do globo gerou um questionamento a respeito do propósito e objetivo da instituição, tendo em vista o crescente protagonismo chinês no cenário mundial. Levando em consideração esse panorama, o objetivo desse trabalho é sondar, entre estudantes que ingressam no IC, como a sua visão sobre o país China se alterou, ou não, após iniciar os estudos na Instituição. A hipótese levantada é a de que os alunos têm sua visão sobre o país influenciada de maneira positiva pelo Instituto Confúcio, através das aulas e atividades culturais oferecidas. Embasado pela teoria liberal e pelo conceito de *soft power* de Joseph Nye, assim como pelo conceito de *soft power* com características chinesas de Yu Xintian e Yan Xuetong, esse trabalho buscará compreender como o ensino da cultura e da língua chinesa pelo Instituto Confúcio são utilizados como ferramenta de *soft power* no caso do Instituto Confúcio da Universidade Federal do Rio Grande do Sul por meio de pesquisa empírica quantitativa e qualitativa.

**Palavras-chave:** Ensino da Língua e Cultura Chinesa. *soft power*. *soft power* com Características Chinesas. Instituto Confúcio da UFRGS.

## ABSTRACT

The Confucius Institute, presented by the Chinese government as a non-governmental and non-profit project, was established with the aim of promoting mutual understanding and friendship between China and foreign countries, as well as cooperation in the areas of culture, science, and technology. In addition to language teaching, the Institute also focuses on teaching of Chinese culture and how it manifests itself within society. Hanban is associated with the Ministry of Education and is the executive body responsible for the administration of the Institutes. Contrary to what is publicized by the organization, there is evidence that connects the Chinese government to the administration of the institution. The creation of the Confucius Institutes and the subsequent establishment of these teaching units around the globe has generated doubts regarding the purpose and objective of the institution, mostly because of the growing Chinese protagonism in international affairs. Considering this panorama, the goal of this work is to probe, among students who enter the IC, how their view of China changed, or not, after beginning their studies in the Confucius Institutes. The hypothesis is that the students' view of the country is positively influenced by the Confucius Institute through the classes and cultural activities offered. Based on the liberal theory and Joseph Nye's concept of soft power, as well as on the concept of soft power with Chinese characteristics by Yu Xintian and Yan Xuetong, this paper will seek to understand how the teaching of Chinese culture and language by the Confucius Institute is used as a soft power tool. The paper analyses the case of the Confucius Institute of the Federal University of Rio Grande do Sul through quantitative and qualitative empirical research.

**Keywords:** The teaching of Chinese Language and Culture. *soft power*. *soft power* with Chinese Characteristics. Confucius Institute at UFRGS.

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Parcerias entre Universidades brasileiras e chinesas.....	21
Tabela 2: Fontes, “árbitros” de credibilidade e receptores de <i>soft power</i> .....	33
Tabela 3: Perguntas e Subcategorias Utilizadas por Lee (2009) para medir o <i>soft power</i> por Setor.....	49
Tabela 4: Faixa Etária dos alunos do Instituto Confúcio.....	51
Tabela 5: Ano de ingresso no Instituto Confúcio.....	51
Tabela 6: Total de semestres cursados pelos alunos do Instituto Confúcio.....	52
Tabela 7: Composição dos Alunos.....	52
Tabela 8: Opinião dos alunos sobre o fator preço.....	53
Tabela 9: Motivo de ingresso no Instituto Confúcio.....	54
Tabela 10: Interesse dos alunos em bolsas de mobilidade oferecidas pelo Confúcio.....	55
Tabela 11: Quantidade de alunos enviados para atividades de intercâmbio estudantil e Summer Camp.....	55
Tabela 12: Uso do aplicativo Wechat.....	56
Tabela 13: Frequência do Consumo de Livros, Filmes, Músicas, Comidas e Eventos Chineses antes de ingressar no IC.....	57
Tabela 14: Frequência do Consumo de Livros, Filmes, Músicas, Comidas e Eventos Chineses após ingressar no IC.....	58
Tabela 15: Frequência do Consumo de Conteúdos informativos sobre a China antes de ingressar no Instituto Confúcio.....	59
Tabela 16: Frequência do Consumo de Conteúdos informativos sobre a China após ingressar no Instituto Confúcio.....	59
Tabela 17: Frequência do Consumo de Produtos Chineses antes de ingressar no Instituto Confúcio.....	60
Tabela 18: Frequência do Consumo de Produtos Chineses após ingressar no Instituto Confúcio.....	60
Tabela 19: Opinião dos Estudantes sobre a China no Geral e sua Vontade de Viajar e Morar no País.....	63
Tabela 20: Opinião dos Estudantes sobre Universidades e Mercado de Trabalho Chinês.....	63
Tabela 21: Opinião dos Estudantes sobre a Influência Política e Econômica da China no Mundo.....	64



Tabela 22: Opinião dos Estudantes sobre a Influência Política e Econômica da China no Mundo.....	65
--	----

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>11</b>
<b>2</b>	<b>ORIGEM, HISTÓRIA E FUNDAMENTOS DO INSTITUTO CONFÚCIO .....</b>	<b>15</b>
2.1	O INSTITUTO CONFÚCIO NO MUNDO: ORIGEM, HISTÓRIA E FUNDAMENTOS.....	15
2.2	OS INSTITUTO CONFÚCIO NO BRASIL E NA UFRGS: ORIGEM, HISTÓRIA E ATIVIDADES OFERECIDAS.....	20
<b>3</b>	<b>O ENSINO DA LÍNGUA E CULTURA CHINESA COMO FERRAMENTA DE SOFT POWER.....</b>	<b>30</b>
3.1	O CONCEITO DE SOFT POWER POR JOSEPH NYE.....	30
3.2	O CONCEITO DE SOFT POWER COM CARACTERÍSTICAS CHINESAS.....	34
3.3	O INSTITUTO CONFÚCIO COMO FERRAMENTA DE SOFT POWER.....	39
<b>4</b>	<b>O CASO DO INSTITUTO CONFÚCIO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL: RESULTADOS EMPÍRICOS.....</b>	<b>47</b>
<b>5</b>	<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>68</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>73</b>
	<b>APÊNDICE A – ENTREVISTA COM A PROFESSORA LIANE HENTSCHE.....</b>	<b>81</b>
	<b>ANEXO A - ACORDO ENTRE A UFRGS E A SEDE DO INSTITUTO CONFÚCIO..</b>	<b>82</b>
	<b>ANEXO B – INFORMAÇÕES DO INSTITUTO CONFÚCIO NA UFRGS.....</b>	<b>88</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O ensino da língua e da cultura chinesa através do Instituto Confúcio (IC) é uma das principais estratégias de diplomacia cultural<sup>1</sup> utilizadas pela China para promover a inserção no país no sistema internacional. O governo chinês fia-se na potencialidade de desarmar tensões e abrir caminhos para a aproximação dos Estados através da diplomacia cultural, que auxilia no processo de diminuição das diferenças culturais (MENECELLI FILHO, 2018). Em seu livro *A Governança da China I* (2019), Xi Jinping destaca em seus discursos os caminhos que levarão o país e o povo em direção ao “O Sonho Chinês”, que, de acordo com ele, beneficiará não só a China, como também todos os países do mundo. Atingir o estágio de uma “China culturalmente avançada” é um desses pontos mencionados, e “intensificar o poder brando cultural da China” é descrito como uma das formas de alcançar esse objetivo (XI, 2019).

Os Institutos Confúcio se encaixam nessa categoria e servem a esse fim: são uma ferramenta cultural para o desenvolvimento da “diplomacia de um grande país” (conceito utilizado por Xi Jinping em seu livro), uma maneira de estabelecer um novo modelo de relações entre os países do mundo (LIU; TSAI, 2014). A expansão dos Institutos Confúcio ocorreu em 2007, com a busca da China de ampliar a sua influência global através da cultura, estratégia que se iniciou no governo de Hu Jintao (2003-2013) e intensificou-se no governo de Xi Jinping (2013 aos dias atuais). Através da disseminação do conhecimento cultural chinês, o país busca melhorar a sua imagem no exterior, e por consequência, obter maior influência externa (MENECELLI FILHO, 2018).

O projeto foi criado com o objetivo de promover o entendimento mútuo e a amizade entre a China e os países estrangeiros, assim como a cooperação nas áreas da cultura, ciência e tecnologia (TEXAS A&M UNIVERSITY, 2021). Além do ensino da língua, o Instituto Confúcio (IC) foca também no ensino da cultura chinesa e como ela se manifesta dentro da sociedade. Interações e eventos culturais são promovidos constantemente pelo Instituto. Oficinas de corte de papel, cerimônias de chá, celebrações do ano novo chinês (PETERSON, 2017), e a famosa competição "*Chinese Bridge*", que acontece nos moldes

---

<sup>1</sup> Na política internacional, os recursos que produzem soft power surgem em grande parte dos valores que uma organização ou país expressa em sua cultura, nos exemplos estabelecidos em suas políticas e práticas internas, e na forma como lida com suas relações com os outros. A diplomacia pública é um instrumento que os governos utilizam para mobilizar esses recursos para se comunicar e atrair o público de outros países (NYE, 2008, p.85, traduzido pela autora). A diplomacia cultural, por sua vez, é o ramo da diplomacia pública ligado à cultura, isto é, que se utiliza tanto da cultura de elite (arte e literatura) quanto da cultura de massas (rádio, televisão, jornais e filmes) para influenciar a opinião pública (NYE, 2008). Ler mais sobre diplomacia cultural em (NYE, 2008) e (MENECELLI FILHO, 2018).

de um show de talentos entre os alunos (INSTITUTO CONFÚCIO NA UFRGS, 2021a) são alguns exemplos. Além dessas programações, o curso oferece oportunidades de bolsas de estudo com auxílio financeiro até mesmo para estudantes da graduação (INSTITUTO CONFÚCIO NA UFRGS, 2021b).

A Hanban é o órgão executivo que administra os Institutos, e apesar de seus múltiplos projetos, é conhecida internacionalmente como Sede do Instituto Confúcio, em razão da popularidade dessa iniciativa em específico (PETERSON, 2017). A organização está associada ao Ministério da Educação e é apresentada pelo Governo chinês como não governamental e sem fins lucrativos (TEXAS A&M UNIVERSITY, 2021). Existem, no entanto, evidências que conectam ações de interferência do governo chinês à administração da instituição (PETERSON, 2017). A criação dos Institutos Confúcio e posterior estabelecimento de unidades de ensino ao redor do globo, portanto, gerou um questionamento a respeito do propósito e objetivo da instituição, tendo em vista o crescente protagonismo chinês no cenário mundial (KLUVER, 2014).

Levando em consideração esse panorama geral, o objetivo desse trabalho é sondar, entre estudantes que ingressam no IC, como a sua visão sobre o país China se alterou, caso tenha se alterado, após iniciar os estudos na Instituição. O problema de pesquisa, portanto, centra-se em analisar se alunos modificaram a sua visão sobre o país, nas mais diversas áreas, devido à influência do Instituto e a hipótese levantada é que os alunos têm sua visão sobre o país influenciada de maneira positiva pela instituição, através das aulas e atividades culturais oferecidas.

O trabalho será embasado pela teoria liberal de Joseph Nye, com foco no conceito de *soft power* utilizado pelo autor. Esse conceito será trabalhado de modo a compreender como o ensino da cultura e da língua chinesa pelo Instituto Confúcio se encaixam e se manifestam através do conceito elaborado por Nye no caso do Instituto Confúcio da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. A escolha da teoria vem do próprio campo empírico, uma vez que o conceito de *soft power* já foi mencionado por Xi Jinping, tomando como exemplo seu discurso na cerimônia de abertura do XIX Congresso Nacional do Partido Comunista Chinês em 2017: “Melhoraremos nossa capacidade de engajamento na comunicação internacional para contar bem as histórias da China, apresentar uma visão verdadeira, multidimensional e panorâmica da China e aumentar o *soft power* cultural de nosso país” (XI, 2017, traduzido pela autora).

Para isso, foi realizada uma pesquisa empírica de base quantitativa através de elaboração e aplicação de questionário semiestruturado para alunos do Instituto Confúcio

da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS,) que será utilizado como um indicador para mensurar os efeitos do *soft power* na perspectiva dos alunos sobre a China e entender como eles se produzem. A pesquisa empírica de base qualitativa se deu através de entrevista episódica realizada com a secretária de Relações Internacionais da Universidade em 2012, a Prof. Dra. Liane Hentschke, uma das responsáveis pelas negociações que estabeleceram a parceria. Ademais, foram utilizadas informações sobre o convênio que oficializou o IC na UFRGS, assim como fotos e notícias do ocorrido. Em outras palavras, realizou-se também uma pesquisa documental, com posterior incorporação desse conteúdo às seções dedicadas a historicizar o IC na UFRGS.

Os resultados ajudaram na verificação da existência ou não de um padrão a respeito da efetividade do Instituto Confúcio como vetor de *Soft power* e podem servir de base para estudos futuros em outros Institutos no Brasil. Mais especificamente, ajudam a mapear como o curso influenciou no interesse dos alunos pelas mais diversas áreas analisadas, como o consumo de literatura e produção audiovisual chinesa, além de aspectos referentes à política e à economia. Esses dados se mostram importantes para entender a influência do *Soft power* chinês na era de crescimento da China no sistema internacional, assim como aprofundar o conhecimento das relações China – Brasil, uma vez esse país estrangeiro é o maior parceiro comercial e maior investidor de recursos financeiros diretos no território brasileiro (PAULINO, 2018).

Esse tema parte de um questionamento pessoal da autora do trabalho, que ingressou nos estudos de língua e cultura chinesa no Instituto Confúcio da UFRGS em 2019. Na época, pensava em direcionar sua carreira e pesquisas futuras para a área de integração latino-americana, não tendo nenhum interesse em política e cultura asiática. Passados três anos desse período, e após visitar a China através do Programa de Verão oferecido pelo Instituto, hoje está desenvolvendo esse trabalho de conclusão, pretende morar e trabalhar na China futuramente, e consome a cultura chinesa na suas mais diversas formas (literária, audiovisual, política e econômica). A ideia deste trabalho é mapear se essa experiência individual também ocorreu com outros alunos do curso, focando em suas vivências nas aulas, atividades culturais e bolsas oferecidas pelo Instituto Confúcio da UFRGS. Em outras palavras, estabelecer se há influência da parte do Instituto Confúcio sob a opinião dos alunos em temas relacionadas com a China, uma vez que o estudo da língua e da cultura estrangeira

(...) “pode desempenhar um papel importante na superação de barreiras convencionais que separem povos; na promoção ou estímulo de mecanismos de compreensão mútua; na geração de familiaridade ou redução de áreas de desconfiança. Nem sempre isso ocorrerá, é verdade. Mas é suficiente que ocorra

com certa frequência para que estejam plenamente justificados os esforços e recursos canalizados nessa direção” (RIBEIRO, 2011, p. 24)

Para dar conta desses objetivos, o trabalho foi dividido em três partes, de forma a facilitar a leitura e a construção do raciocínio lógico em relação à hipótese levantada. Após a introdução feita no primeiro capítulo, o segundo capítulo abordará a criação do Instituto Confúcio, explorando sua origem e história, tanto no contexto mundial, quanto no contexto brasileiro e do próprio Instituto Confúcio da UFRGS. Além de relatar as motivações iniciais, objetivos e partes do funcionamento administrativo por trás da proposta do curso de ensino da língua e cultura chinesa, o capítulo também discorre sobre a escolha do nome dado em homenagem ao filósofo Confúcio.

O terceiro capítulo buscará demonstrar como o ensino da língua e da cultura chinesa pelos IC é utilizado como ferramenta de *Soft power*. Na primeira seção, é explicado o conceito de *soft power* cunhado pelo teórico de Relações Internacionais Joseph Nye na década de 1990. Discorre-se brevemente sobre os conceitos de diplomacia pública e diplomacia cultural, utilizados por Nye para falar sobre maneiras de colocar em prática políticas de *soft power*. Na segunda seção, é explorado o conceito de *soft power* com características chinesas e suas semelhanças e diferenças em relação ao conceito de Nye. Por fim, na terceira seção, são utilizados exemplos para demonstrar como o *soft power* está presente nas atividades e ações propostas pelo Instituto Confúcio.

O quarto capítulo irá apresentar dados empíricos para testar a hipótese levantada no capítulo anterior, elaborados a partir de um questionário estruturado pela autora e aplicado aos alunos do Instituto Confúcio da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. A divulgação da pesquisa foi feita através de duas vias: pessoal, através de divulgação direta da autora para colegas e ex-colegas do Instituto, e outra oficial, com divulgação feita pelo próprio Instituto para sua base de e-mails dos alunos. As perguntas estão relacionadas ao envolvimento dos estudantes nas atividades oferecidas pelo curso e a influência do Instituto na opinião dos alunos sobre temas de *soft power* envolvendo a China.

## 2 ORIGEM, HISTÓRIA E FUNDAMENTOS DO INSTITUTO CONFÚCIO

Este capítulo está dividido em duas seções. A primeira irá tratar sobre a origem do Instituto Confúcio e sua história na China e no mundo. Além disso, serão apresentadas possíveis razões para explicar a escolha do filósofo Confúcio para nomear o Instituto, assim como características da sua filosofia, que se assemelham ao ideal proposto pelo curso. A segunda irá discorrer sobre os Institutos Confúcio no Brasil e a oficialização da parceria que deu origem ao Instituto Confúcio da UFRGS, através da análise do documento do acordo entre a UFRGS e a Sede do Instituto Confúcio na China. Além disso, serão adicionadas fotos para ilustrar esse momento, assim como informações retiradas da entrevista episódica realizada.

### 2.1 O INSTITUTO CONFÚCIO NO MUNDO: ORIGEM, HISTÓRIA E FUNDAMENTOS

O Instituto Confúcio, como é conhecido atualmente, tem sua origem na criação do Escritório Nacional da China para o Ensino de Chinês como Língua Estrangeira (NOCFL<sup>2</sup>) em 1987, criado com o objetivo promover o entendimento mútuo e a amizade entre a China e os países estrangeiros, assim como a cooperação nas áreas da cultura, ciência e tecnologia. A iniciativa é gerenciada por 12 ministros e comissões das mais diferentes áreas, incluindo o Ministério da Educação (TEXAS A&M UNIVERSITY, 2021).

A Hanban<sup>3</sup> (Escritório do Conselho de Língua Chinesa Internacional), popularmente conhecida como Sede do Instituto Confúcio, é o órgão executivo da NOCFL, uma organização associada ao Ministério da Educação, mas apresentada pelo Governo chinês como não governamental e sem fins lucrativos (TEXAS A&M UNIVERSITY, 2021), como relatado pela constituição do próprio Instituto Confúcio (PETERSON, 2017). A Hanban é responsável por outros projetos, mas ficou conhecida como sede do IC devido à popularidade dessa iniciativa em particular. Os cargos de maior autoridade na Hanban são ocupados por pessoas que também exercem as funções de maior importância dentro do Instituto Confúcio (PETERSON, 2017). Em junho de 2020, A Hanban prestou alguns depoimentos nos quais declarou que o nome da unidade foi alterado para Centro de

<sup>2</sup> Em mandarim: 国家对外汉语教学领导小组; pinyin: guójiā duìwài Hànyǔ jiàoxué lǐngdǎo xiǎozǔ.

<sup>3</sup> Em mandarim: 国家汉办; pinyin: guójiā hànbàn.

Cooperação e Ensino de Línguas<sup>4</sup> (CLEC), em uma tentativa de afastar a crítica internacional, vinda principalmente dos Estados Unidos, que vinculava as ações do Instituto como propaganda do Partido Comunista Chinês (PCC) (ZHUANG, 2020). De acordo com as últimas notícias, a Hanban não está mais envolvida com o financiamento dos Institutos Confúcio, que será feito a partir de uma nova organização não governamental, Fundação Internacional Chinesa de Educação<sup>5</sup>, criada para este fim (CONFUCIUS INSTITUTE U.S. CENTER, 2021).

O primeiro Instituto Confúcio a ser inaugurado oficialmente foi o de Seul, na Coreia do Sul, em 2004, precedido de um teste piloto em Tasquente, no Uzbequistão. A escolha do local não foi aleatória, e representou uma forma da China reafirmar certa influência sobre a Coreia (território perdido pela Dinastia Qing (1644-1912), última dinastia chinesa, na primeira guerra sino japonesa em 1984), frente aos Estados Unidos e ao Japão. A sede do IC está localizada em Deshengmen, Pequim, desde 2007, e celebra conferências anuais, nas quais representantes dos IC ao redor do mundo são convidados a participar (STARR, 2009).

Os Institutos, alocados ao redor do mundo, são destinados ao ensino da língua e ao oferecimento de atividades que promovem a cultura chinesa, e tem obtido relativo sucesso se consideradas as quantidades de Institutos espalhados ao redor dos 5 continentes, assim como a quantidade de alunos matriculados. No quarto capítulo, serão mostradas tabelas referentes a esses dados no Instituto da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Preserva-se, no entanto, uma suspeita sobre as intenções por trás do ensino da língua, ou até mesmo como o idioma pode ser usado como forma de persuasão em um cenário internacional no qual a China aumenta a sua influência a cada ano (KLUVER, 2014).

Em informação disponibilizada pelo China Daily, jornal oficial da República Popular da China publicado em inglês, o curso conta com unidades em mais de 180 países, e mais de 20 milhões de estudantes da língua chinesa espalhados nesses locais (ZHAO, 2021). De acordo com o site oficial do Instituto Confúcio na UNESP, esse número é menos extenso, mais de 500 institutos alocados em aproximadamente 146 países ao redor do mundo (INSTITUTO CONFÚCIO NA UNESP, 2021). Na América Latina, o número de Institutos é de 41 (FUNDAÇÃO CLEC, 2021a).

---

<sup>4</sup> A mudança pode ser vista no site oficial da organização (CENTER FOR LANGUAGE EDUCATION AND COOPERATION, 2021). Para fins de compreensão, Hanban e CLEC serão utilizadas como sinônimos neste trabalho.

<sup>5</sup> Traduzido pela autora.



De acordo com declarações dadas por Chen Jinyu, Vice-diretor dos ICs, “as universidades ao redor do globo que atuam em parceria com as universidades chinesas, abrindo suas portas para os Institutos, têm vantagens em relação à performance acadêmica e ao nível de internacionalização” (STARR, 2009, p.69, traduzido pela autora), e o funcionamento dos institutos pode se dar de três maneiras distintas em relação à administração. A primeira é uma unidade totalmente operada pela sede de Pequim; a segunda é uma “joint-venture<sup>6</sup>” entre a sede em Pequim, uma universidade chinesa e uma universidade local; e a terceira é uma unidade totalmente gerenciada pela universidade local através de uma licença dada pela sede de Pequim. A administração da maior parte dos IC ao redor do mundo, incluindo no Brasil, é feita a partir das “joint-ventures”. A primeira opção, utilizada pelo Conselho Britânico e pelo Instituto Goethe é a opção na qual a sede tem mais controle sobre o desenvolvimento das suas iniciativas, mas é também a mais custosa. O terceiro modelo, adotado pela Aliança Francesa, é o mais barato, mas também o de menor controle pela sede no país de origem (STARR, 2009).

As “salas de aula Confúcio”, como são chamadas, são um outro modelo de ensino oferecido pela Hanban. Nos Estados Unidos, se organizam em escolas e são voltadas para alunos do ensino médio. No Brasil, conforme a Figura 1, o objetivo parece ser distinto, uma vez que as três salas se encontram, respectivamente, em uma universidade pública, em uma escola de idiomas e em um centro cultural. Nos Estados Unidos, o acordo inicial oferecido entre as universidades americanas é de 5 anos, com um financiamento inicial oferecido pela Hanban. Como uma organização sem fins lucrativos, a mensalidade cobrada dos alunos é apenas para fins de manutenção do programa (STARR, 2009). O financiamento entre as universidades parceiras, local e chinesa, variam em cada país e instituição (HARTIG, 2016). Estima-se que o Instituto ofereça cerca de US\$ 100 mil a US\$ 150 mil dólares no início do processo (ZHANG; GHO, 2018).

Uma vez entendida a origem do Instituto e as principais características referentes a sua administração, surge a pergunta sobre a escolha do nome. O nome Confúcio foi dado em homenagem ao famoso filósofo oriental (552 a.c e 489 a.c), cujos pensamentos influenciaram na construção da sociedade chinesa. As explicações que buscam compreender a escolha do nome são as mais diversas. A primeira e mais atual delas está relacionada com o líder chinês, Xi Jinping. O presidente, em um resgate do pensamento tradicional chinês, passou a divulgar os pensamentos do filósofo para a população. Seu

---

<sup>6</sup> “A expressão joint-venture quer dizer “união com risco” e refere-se a um tipo de associação em que duas entidades se juntam para tirar proveito de alguma atividade, por um tempo limitado, sem que cada uma delas perca a identidade própria” (WOLFFENBÜTTEL, 2006).

interesse é uma tentativa de mostrar a consonância que há entre a literatura de Confúcio e os valores do partido, ou seja, sua relação com o socialismo com características chinesas. Em 2014, na comemoração do 2.565º aniversário do Confúcio, Xi enfatizou a necessidade de estudar e entender a proximidade entre o marxismo e o confucionismo em seu discurso. O termo “resgate” é utilizado, pois durante a liderança de Mao Zedong<sup>7</sup> (1893 a 1976), templos construídos e materiais existentes que continham os pensamentos de Confúcio foram destruídos sob a alegação de serem “feudais” (PETERSON, 2017).

Na China, não houve uma quebra tão grande entre tradição e modernidade como nos países ocidentais, o que torna comuns aos dois questões como valores familiares, respeito à autoridade e hierarquia e apego aos símbolos de poder. O filósofo, de certa forma, deixa registrado em seus escritos sobre a manifestação da moralidade pública na sociedade chinesa, e como família, educação e governo se interseccionam. Para o Partido Comunista, família, hierarquia e apego aos símbolos de poder seguem valores centrais (SINEDINO, 2015) e parecem ser essas as características que Xi Jinping busca preservar.

Nascido de um pai de família nobre e uma mulher de povo, Confúcio era um homem livre e pobre, e manifestava sua crença no estudo como possibilidade de distinção social. Os estudiosos chineses firmavam essa ideia da busca intelectual como um dever, à sociedade, aos pais e ao governo. Confúcio e o confucionismo diferem entre si, pois, enquanto Confúcio ficou eternizado como um símbolo, um “rei sem coroa”, o confucionismo deixa o pensamento e a criatividade individuais de lado, e centra-se no reconhecimento de uma escola de pensamento.

Em outras palavras, os valores da sua filosofia também são os valores que a China almeja projetar para o mundo (GIL, 2017), com destaque para uma visão de sucesso mais coletiva e menos individual. Na China, o coletivo se sobrepõe ao individual, e isso é mostrado na filosofia de Confúcio (SINEDINO, 2015).

“O apego chinês a sua tradição e identidade, que chamamos de “nacionalismo”, talvez não seja fruto de uma estratégia política projetada para fora. (...) é difícil para a China ir além do que ela acredita ter sido no passado, pois dentro do pensamento chinês não há um caminho de ruptura com suas tradições milenares. Ao contrário, toda revolução e todas as mudanças devem ser justificadas pela renovação da tradição. Isso é puro Confúcio.” (SINEDINO, 2015, p.24)

Como bem explicado pelas palavras de Sinedino (2015, p.24), “na história chinesa o caminho do sucesso passa necessariamente pelo Estado, e o caminho da felicidade passa

---

<sup>7</sup> Em mandarim: 毛泽东; Máo Zédōng em pinyin.

necessariamente pela família e pelo consenso. Não há espaço para a revolta do indivíduo contra a sociedade.” A literatura de Confúcio deixa explícitas essas palavras, trazendo com mais detalhes as tradições, que, por sua vez, também sintetizam o modo de pensar e agir dos chineses (SINEDINO, 2015).

A sociedade incorporou a visão de Confúcio de que, para construir um futuro melhor, é necessário respeitar o outro e a natureza, prezando pela harmonia (GIL, 2017). Confúcio ressalta a importância do próximo como um princípio guiador de sua filosofia: “ajudar o outro a atingir o objetivo que você também deseja, não impor ao outro aquilo que você não deseja para si mesmo”, entre outros exemplos (GIL, 2017, p.34, traduzido pela autora).

O nome também se mostra favorável pelo reconhecimento que há no ocidente sobre o filósofo e seus pensamentos, o que já o diferencia frente a outros pensadores que são desconhecidos além do território chinês ou asiático. Além disso, na busca por uma imagem menos política do Instituto, optou-se por não adotar o nome e figura de nenhum líder do Partido Comunista Chinês (PETERSON, 2017).

Bem como entender a escolha do nome, compreender como acontece o processo de ensino da língua e cultura chinesas nos institutos também é de suma importância. A língua ensinada pelo Instituto Confúcio é o mandarim, um entre os mais de 80 dialetos chineses existentes. Ao falar em língua chinesa, uma pessoa refere-se a todos os dialetos, se o estiver fazendo de forma correta. Após o governo comunista assumir o poder em 1949, a padronização da língua passou a ser uma das prioridades, e o mandarim (“putonghua” em pin yin; “língua comum” na tradução em português) passou a ter esse papel. No material didático utilizado pelo Instituto Confúcio e nas aulas, no entanto, os professores se referem ao mandarim como “hanyu”, que traduzido para o português significa língua dos Han, em referência ao grupo étnico chinês que representa aproximadamente 90% da população do país (STARR, 2009).

Através dessa reforma, o vocabulário e a gramática foram padronizados e milhares de ideogramas tiveram a sua escrita modificada para uma forma mais simples. Essa mudança marcou a passagem do uso do mandarim tradicional para o mandarim simplificado na República Popular da China, e contou principalmente com a diminuição da quantidade de traços na hora da escrita dos ideogramas. Além disso, o sistema de “pin yin” foi adotado como estratégia para facilitar o aprendizado da língua por crianças chinesas, analfabetos e estrangeiros. O pin yin representou a introdução do alfabeto ocidental como forma de facilitar a educação, através do que podemos denominar “transcrição fonética” dos

caracteres. Para auxiliar a aprendizagem da pronúncia, os sons de cada palavra são escritos em cima dos ideogramas (STARR, 2009).

Ademais, como o chinês é uma língua que possui diferentes tons, também foram criados quatro símbolos, um para cada um dos quatro tons existentes no mandarim. Esses tons são escritos como “acentos” em cima do pin yin e demonstram a entonação correta que deve ser utilizada na hora de falar cada ideograma. Esse movimento foi estendido internacionalmente com a implementação das provas oficiais de avaliação da língua. A Hanban é responsável pela elaboração das provas de proficiência chinesa, que dão ao aluno o reconhecimento internacional do seu nível de mandarim. Essas provas são chamadas de HSK<sup>8</sup> (Níveis 1 ao 6) e HSKK<sup>9</sup> (Níveis básico, intermediário e avançado) (STARR, 2009). A primeira avalia respectivamente compreensão auditiva, de leitura e de escrita<sup>10</sup> e a segunda avalia separadamente as habilidades na fala.

A partir dessa iniciativa estatal, o mandarim se tornou a língua oficial nas escolas e universidades e deu o primeiro passo em direção ao seu processo de internacionalização. A padronização da língua, portanto, também tem outro papel, a de manter a integridade do Estado Chinês a partir da unidade da linguagem (STARR, 2009).

## 2.2 OS INSTITUTO CONFÚCIO NO BRASIL E NA UFRGS: ORIGEM, HISTÓRIA E ATIVIDADES OFERECIDAS

Os Institutos Confúcio no Brasil desempenham um papel fundamental de desenvolvimento das novas gerações especializadas em língua e cultura chinesa, o que aproxima as relações entre os dois países e favorece o Brasil em negociações comerciais e políticas, uma vez que o país possui pessoas capacitadas para construção de relações interpessoais e governamentais. Em um cenário no qual a China é o maior parceiro comercial do Brasil e seu principal investidor direto, é necessário entender o trabalho realizado pelos Institutos Confúcio no país. Uma vez "derrubada" a barreira da língua, aumentam os diálogos e as oportunidades de parcerias bilaterais, assim como há maior

---

<sup>8</sup> Em mandarim: 汉语水平考试. A sigla em pin yin “hànyǔ shuǐpíng kǎoshì” pode ser traduzida como “prova de nível do mandarim” (traduzido pela autora, 2021).

<sup>9</sup> Em mandarim: 汉语水平口语考试. A sigla em pin yin em pinyin “hànyǔ shuǐpíng kǒuyǔ kǎoshì” pode ser traduzida como “prova oral de nível do mandarim” (traduzido pela autora, 2021).

<sup>10</sup> De acordo com a conta oficial do HSK no Twitter (2020), mudanças serão feitas nas provas do HSK nos próximos anos de forma gradual. Serão introduzidos mais 3 níveis, totalizando 9. O vocabulário e gramática exigidos para cada fase aumentará, e será incluída uma nova habilidade, a de tradução (do inglês para chinês e vice-versa) (MEREDITH, 2021).

garantia de fortificação de parcerias e espaços de comunicação já existentes (PAULINO, 2018).

No Brasil, existem 10 institutos com estrutura física própria, três salas do Confúcio estabelecidas em parceria com outras iniciativas (FUNDAÇÃO CLEC, 2021), e um único curso de Medicina Tradicional Chinesa, oferecido pela Universidade Federal de Goiás (UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS, 2019). As estruturas estão presentes, portanto, nas cinco regiões do país, segundo dados da Fundação CLEC - Escritório Regional para América Latina e Caribe ou Centro Regional dos Institutos Confúcio para a América Latina (CRICAL), que opera sob as recomendações do Centro de Cooperação e Ensino de Línguas (CLEC) (FUNDAÇÃO CLEC, 2021b).

Tabela 1 – Parcerias entre Universidades brasileiras e chinesas

<b>Estrutura</b>	<b>Universidade Brasileira</b>	<b>Universidade Chinesa</b>	<b>Personalidad e Jurídica da Universidade Brasileira</b>	<b>Ano de Início da parceria</b>	<b>Fonte</b>
Instituto Confúcio da Universidad e de Brasília	Universidade de Brasília (UNB)	Universidade de Línguas Estrangeiras de Dalian* <sup>11</sup>	Pública	28 de setembro de 2009	Rede social (facebook): <a href="https://www.facebook.com/confuciounb/?ref=page_internal">https://www.facebook.com/confuciounb/?ref=page_internal</a>
Instituto Confúcio da UPE	Universidade de Pernambuco	Universidade Central de Finanças e Economia - Pequim	Pública	2013	Site: <a href="http://www.upe.br/noticias/upe-inaugura-sede-do-instituto-confucio-modelo.html">http://www.upe.br/noticias/upe-inaugura-sede-do-instituto-confucio-modelo.html</a>
Instituto Confúcio na Unicamp	Universidade Estadual de Campinas	Beijing Jiaotong University (BJTU) - Pequim	Pública	17 de julho de 2014	Site: <a href="https://www.institutoconfucio.unicamp.br/i">https://www.institutoconfucio.unicamp.br/i</a>

<sup>11</sup> Todas as células com "\*" contém informações que não estão expostas diretamente na fonte mencionada. A autora entrou em contato com as páginas de Facebook e e-mails dos Institutos ou Salas do Instituto em busca de mais detalhes. Dos locais dos quais não se obteve resposta, está registrado na célula "informação não disponibilizada".

					nstituto-confucio-da-unicamp/
Instituto Confúcio da PUC-Rio	Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro	Universidade de Hebei	Privada	2011	Site: <a href="http://www.confucius.puc-rio.br/br/info/1/institucional#a8">http://www.confucius.puc-rio.br/br/info/1/institucional#a8</a>
Instituto Confúcio da UFMG	Universidade Federal de Minas Gerais	Universidade de Ciência e Tecnologia de Huazhong (HUST)	Pública	2013	Site: <a href="https://www.institutoconfucio.ufmg.br/historico.php">https://www.institutoconfucio.ufmg.br/historico.php</a>
Instituto Confúcio na UFRGS	Universidade Federal do Rio Grande do Sul	Universidade de Comunicação da China (CUC)	Pública	2012	Site: <a href="https://en.cuc.edu.cn/2019/1227/c2202a164460/page.htm">https://en.cuc.edu.cn/2019/1227/c2202a164460/page.htm</a>
Instituto Confúcio UEPA	Universidade do Estado do Pará	Shandong Normal University (SDNU)	Pública	2016	Site: <a href="https://www.uepa.br/pt-br/noticias/instituto-conf%C3%BAcio-comemora-4-anos-de-atividades">https://www.uepa.br/pt-br/noticias/instituto-conf%C3%BAcio-comemora-4-anos-de-atividades</a>
Instituto Confúcio na UNESP	Universidade Estadual Paulista	Universidade de Hubei	Pública	2008	Fonte: contato da autora com a página no Facebook
Instituto Confúcio UFC	Universidade Federal do Ceará	Universidade de Nankai	Pública	Informação não disponibilizada	Site: <a href="https://institutoconfucio.ufc.br/pt/instituto-confucio-na-ufc/">https://institutoconfucio.ufc.br/pt/instituto-confucio-na-ufc/</a>
Instituto Confúcio para Negócios FAAP	Fundação Armando Álvares Penteado	Universidade de Economia e Negócios Internacionais (UIBE)	Privada	26 de julho de 2012	Site: <a href="https://www.faap.br/instituto">https://www.faap.br/instituto</a>

					confucio/pdf/ Confucio.pdf
Sala do Instituto Confúcio na UFF	Universidade Federal Fluminense	Universidade Normal de Hebei	Pública	Informação não disponibilizada	Site: <a href="http://centrode linguas.uff.br/confucius/">http://centrode linguas.uff.br/confucius/</a>
Sala do Instituto Confúcio no Centro Cultural da Ásia em São Paulo	Centro Cultural da Ásia em São Paulo	Informação não disponibilizada	Empresa Privada	Informação não disponibilizada	Site: <a href="https://www.facebook.com/centroculturaldaasiayawen/">https://www.facebook.com/centroculturaldaasiayawen/</a>
Sala do Instituto Confúcio na Chinbra	Centro de Língua e Cultura Chinesa	Responsável não sabe informar se a parceria ainda está ativa devido a mudanças recentes	Empresa Privada	2011	Site: <a href="http://www.chinbra.com.br/?p=sobre">http://www.chinbra.com.br/?p=sobre</a>
Instituto Confúcio de Medicina Chinesa da UFG	Universidade Federal de Goiás	Universidade de Medicina Tradicional Chinesa de Hebei e a Universidade de Estudos Estrangeiros de Tianjin	Pública	25 de outubro de 2019	Site: <a href="https://institutocofucio.ufg.br/p/36323-historia">https://institutocofucio.ufg.br/p/36323-historia</a>

Fonte: Elaboração própria com base nos sites e redes sociais das universidades brasileiras e Institutos Confúcio.

Conforme a tabela 1, cada universidade brasileira tem parceria com uma universidade chinesa distinta e as instituições envolvidas estão distribuídas entre as mais diferentes áreas do conhecimento, não se restringindo apenas a universidades focadas em cursos de humanas ou de exatas. Além disso, é possível notar que existe uma preferência pela alocação de Institutos Confúcio em universidades públicas, pois só existem dois Institutos, de dez, em universidades particulares, na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro e Fundação Armando Álvares Penteado em São Paulo. Na última coluna da tabela é possível encontrar o local no qual as informações foram coletadas. Para fins de análise, os locais nos quais as informações foram encontradas foram classificados em duas

categorias, sendo elas rede social e site. Apenas dados sobre o Instituto Confúcio da Universidade de Brasília foram retirados da página do Facebook do Instituto.

O modelo de ensino adotado pelos Institutos Confúcio do Brasil estabelece-se através da parceria entre a universidade local e uma universidade chinesa. A primeira é responsável pela parte administrativa e a segunda responsável pela parte pedagógica, o que inclui o envio de professores chineses até o país parceiro. De acordo com o IC, recomenda-se que 70% da equipe de professores seja composta por nativos do país parceiro fluentes na língua chinesa, mas como a porcentagem de pessoas que se encaixa nessa categoria ainda é muito pequena, a maioria dos professores são enviados pelo próprio Instituto e permanecem no Brasil de um a dois anos (PAULINO, 2018). No Instituto Confúcio da UFRGS, em 2021, apenas 3, de um total de 13 professores, são brasileiros (ANEXO B, 2021). A equipe de professores normalmente conta com estudantes chineses de pós-graduação em Ensino de Língua e Cultura Chinesa para estrangeiros (PAULINO, 2018).

Além disso, a contratação de professores nas universidades públicas só pode ser feita através de concurso, o que, devido às escassas verbas repassadas para as universidades, dificulta também o processo de contratação de professores locais fluentes em mandarim. Questões burocráticas como o visto também dificultam o processo de permanência de professores estrangeiros no Brasil por mais de um ano (PAULINO, 2018).

Outro problema enfrentado por essas parcerias ocorre quando a universidade no Brasil é pública (caso de 8 das 10 universidades brasileiras que possuem IC), pois devido à diminuição de repasses de verbas para as instituições, o consequente corte de gastos afeta projetos em curso nas universidades, assim como as relações estabelecidas com universidades internacionais (PAULINO, 2018). No caso da UFRGS, desde setembro de 2020 a RELINTER (Secretaria de Relações Internacionais da UFRGS), órgão administrativo da universidade que tem a função de estabelecer e fomentar a cooperação entre a UFRGS e outras instituições e nações (RELINTER, 2021a), vêm sofrendo um processo de desmonte. Além de ter perdido seu espaço físico, funcionários da secretaria foram exonerados de seus cargos, causando também o enfraquecimento da participação da universidade nas relações de cooperação nas quais é associada (RELINTER, 2021b).

O acordo que oficializou a parceria entre a Universidade Federal do Rio Grande do Sul e a Universidade de Comunicação da China para a criação de um Instituto Confúcio na UFRGS foi assinado no dia 12 de abril de 2011 (ANEXO A, 2021). O Instituto Confúcio da UFRGS foi inaugurado oficialmente em 2012, um ano após a sua co-fundação, quando foi concedida a autorização à Universidade de Comunicação da China (CUC) - universidade



chinesa parceira da UFRGS na elaboração do projeto (WANG, 2019). Os suportes pedagógico, cultural e financeiro são dados pela Sede Matriz do IC, localizada em Pequim (RELINTER, 2021c). Abaixo, uma foto do evento de inauguração da sede em 2012:

Figura 1 - Cerimônia de inauguração



Fonte: (FLÁVIO DUTRA, 2012).

Na imagem estão, da esquerda para direita, na época o vice-reitor Rui Vicente Oppermann (2008-2016), a Diretora do Instituto de Letras da UFRGS, Jane Tutikian (2016-2020), representantes da Hanban dos dois lados do reitor, Prof. Carlos Alexandre Neto, e a a Prof. Dra. Liane Hentschke. De acordo com informações obtidas na entrevista com a Prof. Dra. Liane Hentschke, que ocupava o cargo de secretária de Relações Internacionais na época, a ideia de iniciar uma parceria entre a UFRGS e a Sede do Instituto Confúcio iniciou ainda em 2009, dois anos antes da assinatura do acordo. O interesse em estabelecer a parceria partiu primeiramente da professora Liane, que já conhecia o trabalho dos Institutos Confúcio, tanto no Brasil, quanto internacionalmente. Uma vez apresentada a ideia para o Prof. Carlos Alexandre Neto, Reitor da Universidade na época (entre 2008 e 2016), que também demonstrou interesse em levar a iniciativa adiante, os representantes da UFRGS entraram em contato com o embaixador brasileiro em Pequim para ajudar no processo (HENTSCHKE, apud VARIANI, 2021).

Após esse primeiro momento, a professora Liane entrou em contato com a Universidade de Comunicação da China, que já tinha uma parceria com a UFRGS para

oportunidades de mobilidade estudantil. Em uma visita ao país asiático no ano de 2010, para a Conferência da Sociedade Internacional de Educação Musical, Liane Hentschke visitou a universidade chinesa e iniciou os diálogos sobre o assunto. A CUC, então, atuou como facilitadora do processo, entrando em contato com a Hanban, sede dos ICs em 2011, que gerenciava todo o processo de negociação. A embaixada da China em Brasília também esteve envolvida no processo (HENTSCHKE, apud VARIANI, 2021).

Em uma das viagens posteriores dos representantes brasileiros à China, o reitor Carlos Alexandre Neto participou, junto da professora Liane, de uma reunião na CUC com a então presidente da Hanban. Liane recorda que um dos representantes da Hanban mencionou com certa ênfase que “não era fácil estabelecer uma parceria para um Instituto Confúcio” e que uma parte crucial de todo esse processo para a Hanban era a nomeação do diretor chinês que ocuparia o cargo na nova sede. Na administração dos ICs sempre há dois diretores, um brasileiro e um chinês. Essa reunião marcou o momento que oficializou o interesse das duas instituições em estabelecer uma parceria, concretizado com a assinatura do convênio no ano de 2011 (HENTSCHKE, apud VARIANI, 2021).

A professora da UFRGS do departamento de letras, Jane Tutikian, também esteve presente em muitos desses eventos, e após a assinatura do acordo, Jane assumiu a frente da coordenação da nova parceria entre as universidades no lugar de Liane. A responsabilidade de prover o espaço físico ficou a cargo da UFRGS, e a Hanban auxiliou com um financiamento maior no primeiro ano do curso (HENTSCHKE, apud VARIANI, 2021).

O Acordo entre a Universidade Federal do Rio Grande do Sul do Brasil e a Sede do Instituto Confúcio da China (2011), assinado pelas partes, foi elaborado de acordo com a constituição e as leis do Instituto Confúcio, e determina os direitos e responsabilidades de cada sede. O Instituto Confúcio da UFRGS deve operar como instituição educacional sem fins lucrativos, e deverá encarregar-se das operações diárias através da cobrança dos valores do curso e outras atividades, sendo o único responsável por lucros ou perdas. Além do mais, deve preparar propostas de orçamentos anuais e relatórios com as despesas finais (ANEXO B, 2021).

A sede se responsabilizar por autorizar o uso do nome e logo da marca e fornecer os materiais didáticos necessários, no volume inicial de 3.000 materiais, entre livros e outros itens audiovisuais. Além disso, fica responsável por criar um fundo com valor de financiamento inicial de 150 mil dólares, seguidos de quantias anuais providas de acordo com as demandas necessárias. Por fim, a sede se responsabiliza por enviar instrutores chineses e custear seus salários e tarifas aéreas (ANEXO B, 2021).

A UFRGS se compromete em fornecer escritório fixo e todas as instalações apropriadas para funcionamento do Instituto, com equipamentos de trabalho. A universidade brasileira também deve contratar e arcar com os custos de pessoal administrativo. Assistir os chineses quanto à aplicação de visto e moradia também é de sua responsabilidade, assim como formalizar um acordo com a FAURGS a respeito dos recursos financeiros e abrir uma conta no Brasil do Brasil para substituir a usual conta no Banco da China, já que o banco chinês não possui sede em Porto Alegre. A propriedade intelectual do título "Instituto Confúcio" e seu logo pertencem à sede. Para programas de ensino criado em conjunto, as partes podem decidir sobre a propriedade intelectual. Tudo não explícito no acordo deverá ser decidido amigavelmente entre as duas partes, que possui validade de 5 anos após a assinatura (ANEXO B, 2021).

Em 2017, no evento de comemoração de 5 anos da inauguração do IC, o então reitor da UFRGS Rui Vicente Oppermann ressaltou a importância da parceria entre as universidades, afirmando que a China "recebe grande atenção do mundo e o espaço da UFRGS nas parcerias contribui para os avanços na internacionalização da Universidade" (UFRGS, 2017). Em junho de 2019, autoridades da Hanban (diretora Guo Jiaoyang e os executivos de projetos Ma Liyao e Gao Ruofan) visitaram a UFRGS. Junto a autoridades da universidade, os representantes do IC discutiram reformas para novas instalações do Instituto no campus do centro da cidade. Além de contar com salas de aula, gabinetes e um auditório, o projeto prevê um espaço residencial para os professores chineses durante a sua estadia no Brasil (INSTITUTO CONFÚCIO NA UFRGS, 2019b).

O Instituto oferece, além de ensino da língua chinesa, exames do HSK e HSKK, oportunidades de mobilidade internacional, o programa de estudos verão na China (conhecido como Summer Camp), eventos culturais e a competição internacional *Chinese Bridge*<sup>12</sup>. A sua sede está localizada no Campus do Vale da UFRGS, mas as atividades são realizadas tanto no campus quanto em outros locais da capital e do estado (RELINTER, 2021c). A idade mínima para se matricular é de 12 anos e o indivíduo não precisa ter vínculo com a Universidade (INSTITUTO CONFÚCIO NA UFRGS, 2021e). Os valores tanto dos níveis 1 a 5 quanto das aulas extras de compreensão e pronúncia ficam na média de R\$260 reais por semestre, uma quantia aproximada de 65 reais no mês (INSTITUTO CONFÚCIO NA UFRGS, 2021f). A maioria dos eventos são abertos à comunidade em geral, mas o *Chinese Bridge*, o Summer Camp e as bolsas de mobilidade são restritos para alunos.

---

<sup>12</sup> Em mandarim: 汉语桥; Hànyǔ qiáo em pin yin.

Algumas das atividades culturais mais conhecidas são as oficinas de corte de papel, as cerimônias de chá e as celebrações do ano novo chinês (PETERSON, 2017), além da famosa competição "*Chinese Bridge*", que acontece nos moldes de um show de talentos. O programa de competição internacional é realizado anualmente e visa estimular os alunos a mostrar seus conhecimentos e habilidades em relação à China nas mais diferentes apresentações, que vão desde demonstrações de proficiência na língua (como declamação de poemas ou canções) até talentos culturais (como apresentações de pintura tradicional chinesa) (INSTITUTO CONFÚCIO NA UFRGS, 2021c).

O evento, organizado pela Hanban, foi realizado pela primeira vez em 2002 e reúne estudantes do mundo todo. Possui fases locais e nacionais e a etapa internacional (que acontece na China). A competição é dividida em duas categorias, uma para alunos do ensino fundamental e médio e outra para universitários. Prêmios são oferecidos aos ganhadores de cada fase (INSTITUTO CONFÚCIO NA UFRGS, 2021a).

As bolsas de estudo para graduação e pós-graduação com considerável auxílio financeiro e o Summer Camp são um diferencial nas propostas oferecidas pelo Instituto Confúcio. O curso de verão acontece anualmente em Pequim, na CUC, e tem duração de quatro semanas. A proposta combina aulas de língua com visitas culturais e os custos de hospedagem, passeios e deslocamentos para as atividades previstas no programa eram todos pagos pela Hanban até 2019, última vez que o programa aconteceu devido a pandemia (INSTITUTO CONFÚCIO NA UFRGS, 2019a).

As bolsas de mobilidade são ofertadas pelo Centro de Cooperação e Ensino de Línguas (antiga Hanban), dentro do programa de bolsa de estudos para professores internacionais de língua chinesa, mais conhecida como bolsa do Instituto Confúcio. No ano de 2021, na Universidade Federal do Rio Grande do Sul, foram ofertados 7 diferentes tipos de oportunidades. Bolsa de doutorado e mestrado em ensino de língua chinesa, com duração de quatro e dois anos respectivamente; e bolsas de intercâmbio por um ano acadêmico, um semestre ou quatro semanas (esse último direcionado a medicina tradicional chinesa).

Além disso, há uma bolsa de estudos em cooperação entre a CLEC, os Departamentos Educacionais e as Universidades de Outros Países. Entre as exigências estão os certificados dos HSK e HSKK (opcional para algumas bolsas) com nota específica para cada nível (INSTITUTO CONFÚCIO NA UFRGS, 2021b). A quantidade de vagas não é divulgada junto ao edital. Em 2021, os vencedores do prêmio "*Chinese Bridge*" ou "Ponte Chinesa", receberam como prêmio a concessão de uma bolsa de estudos (não foi especificada qual a modalidade no edital) (INSTITUTO CONFÚCIO NA UFRGS, 2021b).

As mensalidades da instituição, a acomodação, um subsídio para subsistência e plano de saúde abrangente são pagos pela instituição receptora. É comum ver esses incentivos em programas de mestrado ou doutorado, mas o Instituto os oferece mesmo para alunos da graduação. Os valores do subsídio vão de 2.500 yuan/mês para estudantes de intercâmbio de seis meses a um ano. 3.000 yuans ao mês para estudantes de mestrado e 3.500 yuans ao mês para estudantes de doutorado. Os valores do plano de saúde variam de 160 por pessoa para estudantes de quatro semanas, a 400 por pessoa para estudantes de um semestre e 800 por pessoa para estudantes que ficarão na China por mais de um ano (INSTITUTO CONFÚCIO NA UFRGS, 2021b).

Uma vez entendida a origem dos Institutos Confúcio, sua nomenclatura, suas peculiaridades frente a outras Instituições de Ensino de Língua, seu funcionamento e administração, seu método de ensino e as atividades que oferece, além de detalhes sobre sua origem na UFRGS, o próximo capítulo buscará demonstrar como esses fatores são utilizados como ferramenta de *soft power*, aprofundando o conceito cunhado pelo teórico de Relações Internacionais Joseph Nye e explicando-o também sob a ótica chinesa.

### **3 O ENSINO DA LÍNGUA E CULTURA CHINESA COMO FERRAMENTA DE *SOFT POWER***

O terceiro capítulo está dividido em três seções. A primeira irá tratar sobre o conceito de *soft power* sob a visão de Joseph Nye, cientista político estadunidense criador do termo que permeia esse trabalho. A segunda parte irá tratar do *soft power* com características chinesas, quando o termo foi criado e as correntes de *soft power* existentes na China. A terceira parte irá focar em como o Instituto Confúcio é utilizado como ferramenta de *soft power*, trazendo exemplos para ilustrar essa relação.

#### **3.1 O CONCEITO DE *SOFT POWER* POR JOSEPH NYE**

O conceito de *soft power* foi criado e mencionado pela primeira vez por Joseph Samuel Nye em seu livro “Bound to Lead: The Changing Nature of American Power<sup>13</sup>, lançado no início de 1990 (NYE, 2017). No final do mesmo ano, um artigo do autor foi publicado na revista Foreign Policy, no qual mencionava o mesmo termo (NYE, 2006). O contexto de criação do termo está relacionado ao fim da guerra fria e às mudanças nas formas de poder que ganharam importância nesse período, mais difusas e menos centradas nas capacidades militares.

O fim da bipolaridade marcou uma época de desafios para os Estados Unidos, relacionados à manutenção da hegemonia do sistema internacional e ao poder do país dentro desse sistema. Nye define o “poder” como a habilidade de controlar as ações dos outros, isto é, fazê-los agir de formas que normalmente não o fariam se a influência do poder não estivesse envolvida. Para o autor, o país hegemônico nas próximas décadas seria aquele que tivesse maior influência e controle político sobre os outros, e não o país com mais recursos. Seu diagnóstico é que, a partir dos anos 90, ocorre uma mudança na forma de medir e obter poder, e a força militar perde considerável importância por não ser mais tão transponível a outras esferas (como a econômica) quanto anteriormente (NYE, 1990).

Para o autor, as capacidades militares são um recurso superior de controle em um mundo no qual a sobrevivência dos Estados está em jogo. No final da guerra fria, minada a ameaça de destruição dos Estados, outras formas de poder começaram a ganhar mais importância. Esse movimento de difusão teria sido influenciado por 5 principais características: “interdependência econômica, atores transnacionais, nacionalismo em

---

<sup>13</sup> Destinado a Liderar: a natureza mutável do poder americano (traduzido pela autora, 2021).

"estados fracos", disseminação da tecnologia e as mudanças nas questões políticas" (NYE, 1990, p.160, traduzido pela autora). Nye cita "a coesão nacional, a cultura universal e as instituições internacionais" como formas de poder que começaram a ganhar cada vez mais importância (NYE, 1990, p.164, traduzido pela autora). Além disso, argumenta que o poder por atração e persuasão ganha cada vez mais espaço frente ao controle por coesão e por pagamentos, principalmente por ser menos custoso e arriscado para os países hegemônicos. O controle por coesão e pelos pagamentos não deixam de existir ou ser importantes, mas passam a compartilhar espaço com novas formas de exercer poder (NYE, 2017).

O "*soft-power*" ou "*co-optive*", portanto, seria o poder adquirido por convicção compartilhada ou optativa, ou seja, é a capacidade fazer os outros quererem o que você quer por atração, e não por controle ou subordinação. Em outras palavras, é a habilidade de fazer outro Estado desenvolver as mesmas preferências, ou preferências consistentes com as suas, sem o uso da força. A importância está na legitimidade atribuída às ações do Estado que as propõe, e quanto mais atrativo o conteúdo parecer, menos resistência encontrará e mais fácil será de os outros o seguirem (NYE, 1990).

No seu primeiro livro, *Bound to Lead*, portanto, Nye define o *soft power* ou poder cooptativo como aquele que molda o "querer" de outros países através da atração por recursos intangíveis, como cultura, ideologia e instituições. Em contraposição, existiria o *hard power*, centrado na habilidade de direcionar a ação de outras nações utilizando a força militar ou econômica através da coerção ou pagamentos. No livro lançado alguns anos depois, em 2004, *Soft power: The Means To Success In World Politics*<sup>14</sup>, Joseph Nye volta a explorar o conceito, visando explicá-lo melhor, e, assim, diminuir a quantidade de más interpretações feitas a partir do seu primeiro livro sobre o assunto (NYE, 2017). Além disso, nesse livro (NYE, 2004) e em seus escritos posteriores (NYE, 2008), estabelece a relação entre *soft power* e diplomacia pública.

O *soft power* de um país estaria ligado a três recursos principais: a sua cultura, seus valores políticos e suas ações de política externa (NYE, 2006). O primeiro recurso está relacionado à capacidade do país em mostrar a sua cultura como atrativa, e pode haver uma distinção entre a cultura de elite, que inclui literatura, arte e educação, e cultura de massas, que foca no entretenimento da população como um todo<sup>15</sup>. O segundo recurso está

---

<sup>14</sup> *Soft Power: Os meios para atingir o sucesso na política global* (traduzido pela autora, 2021).

<sup>15</sup> De acordo com Nye (2008) a cultura de elite possui um efeito "cascata" ou "de gotejamento" ("trickle down effect"), ou seja, é distribuída de cima para baixo entre as classes sociais, o que favorece os mais ricos (INVESTOPEDIA, 2021). A cultura de massas possui um efeito "bang for the buck", ou seja, alta performance ou utilidade em comparação com o custo (CAMBRIDGE DICTIONARY, 2021).

relacionado à capacidade de os valores políticos de uma sociedade serem reproduzidos domesticamente assim como internacionalmente. E o último está ligado à legitimidade das medidas implementadas pelo Estado, se são vistas como legítimas e morais por outros Estados (NYE, 2008).

Pelo termo conter a palavra “soft”, leve em português, pode ser percebido como um recurso de poder menos danoso que o “*hard power*”, o que não é necessariamente verdade. Apesar de usar outros meios, pode, muitas vezes, ser utilizado para alcançar os mesmos objetivos e gerar resultados iguais às políticas de *hard power* (NYE, 2006).

O *soft power* vai além da persuasão pelo argumento, envolvendo também a área da sedução. Em termos de comportamento, é o poder de atração. Em termos de recursos, são os bens que produzem determinada atração. As pesquisas e os grupos focais são metodologias utilizadas para medir a atração de determinados recursos de *soft power*. Existe, no entanto, uma diferença entre medir o poder atrativo de um recurso em si e medir o quanto ele produz os resultados almejados, quando aplicado a situações concretas, o que deve ser analisado caso a caso.

Essa diferença entre o poder medido em termos de recursos e em termos de resultados é central para entender a relação entre *soft power* e diplomacia pública (NYE, 2008). De acordo com Nye:

“Na política internacional, os recursos que produzem *soft power* surgem em grande parte dos valores que uma organização ou país expressa em sua cultura, nos exemplos que estabelece por suas práticas internas e políticas, e na maneira como lida com suas relações com os outros. Diplomacia pública é um instrumento que os governos usam para mobilizar esses recursos para se comunicar e atrair os públicos de outros países, em vez de apenas seu governo” (NYE, 2008, p.95, traduzido pela autora).

Esses recursos podem ser transmitidos pelas mídias, por subsídios destinados à exportação cultural e através das trocas culturais. Nye trata o termo diplomacia cultural como o ramo da diplomacia pública ligado à cultura, isto é, que se utiliza tanto da cultura de elite (arte e literatura) quanto da cultura de massas (rádio, televisão, jornais e filmes) (NYE, 2008). O conteúdo da cultura, dos valores e das políticas, no entanto, é de extrema importância, pois se não parecer atrativo, o gasto em transmissão das estratégias de diplomacia pública não será convertido em *soft power*, podendo até mesmo causar a diminuição da capacidade de persuasão (NYE, 2004).

Nos últimos anos, o cenário para a projeção de *soft power* se alterou. E na era da informação, a reputação de um país e a sua credibilidade se tornam ferramentas cada vez mais poderosas para a diplomacia pública e, conseqüentemente, para a promoção da



imagem positiva de um país. “Informações que parecem ser propaganda podem não só ser desprezadas, mas também podem vir a ser contraproducentes, se isso minar de credibilidade a reputação de um país” (NYE, 2008, p. 100, traduzido pela autora). Campanhas de relações públicas, da mesma forma, não são, por si só, diplomacia pública. A transmissão de informações para a geração de uma imagem positiva do país faz parte do processo, mas a construção de sólidas relações de longo prazo que desenvolvem um ambiente propício para o estabelecimento de políticas futuras entre governos também é essencial no processo (NYE, 2008). A tabela abaixo ilustra os conceitos trabalhados até o momento:

Tabela 2: Fontes, “árbitros” de credibilidade e receptores de *Soft power*

<b>Fontes de <i>Soft power</i></b>	<b>“Árbitros” de credibilidade ou legitimidade</b>	<b>Receptores de <i>Soft power</i></b>
Política Externa	Governos; Mídia; Organizações Não Governamentais (ONGs); Organizações Intergovernamentais (OIs)	Governos estrangeiros e público estrangeiro
Políticas e valores domésticos	Mídia; ONGs; OIs	Governos estrangeiros e público estrangeiro
Cultura de Elite	Governos; ONGs; OIs	Governos estrangeiros e público estrangeiro
Cultura de Massas ou Cultura Pop	Mídia; mercados	Público Estrangeiro

Fonte: NYE, 2008, p. 107, traduzido pela autora.

As informações compiladas trazem um panorama sobre as fontes de *soft power* existentes, os meios pelos quais são difundidas e os possíveis receptores desses efeitos. Nota-se que a cultura de elite pode, segundo o autor, ser difundida de forma legítima tanto pelos governos, quanto por ONGs e OIs, e direciona-se tanto para governos estrangeiros quanto para o público. A cultura de massas, pelo contrário, seria difundida pela mídia e pelos mercados e direcionada apenas para o público estrangeiro (NYE, 2008).

Essas fontes de *soft power*, segundo Nye, precisariam passar por um processo até serem convertidas em resultados efetivos, o que envolve as estratégias de conversão. "Os recursos básicos incluem cultura, valores, políticas legítimas, modelos domésticos positivos, economias de sucesso e serviços militares competentes" (NYE, 2011, p. 99, traduzido pela autora). Esses recursos podem ser moldados para propósitos de *soft power*. Recursos moldados incluem "serviço de inteligência nacional, agências de informação, diplomacia pública, programas de intercâmbio, entre outros" (NYE, 2011, p. 99, traduzido

pela autora). Os recursos já moldados dispõem de uma variedade de ferramentas políticas, que serão utilizadas habilidosamente por estratégias de conversão. Essas estratégias irão produzir resultados de *soft power* positivos ou negativos, dependendo do contexto no qual são utilizadas. Em resumo, os passos de conversão dos recursos de *soft power* em resultados incluiriam 5 etapas, segundo o autor: “recursos (como cultura); ferramentas políticas (qualidades); habilidades de conversão; resposta alvo (positiva ou negativa; resultados (específicos ou gerais)” (NYE, 2011, p.100, traduzido pela autora).

Além disso, existiriam dois modos de como o *soft power* pode atingir os seus alvos, o primeiro de forma direta e o segundo de forma indireta. No modelo com efeitos diretos, o processo passaria pelas seguintes etapas: “recursos; que afetam elites governamentais; ocorre o processo de atração; que resulta em uma decisão por parte da elite e futuros resultados”. No modelo como efeitos indiretos, o processo passa pelo público, através das seguintes etapas: recursos; que afetam o público; ocorre o processo atração ou repulsão; gera-se um ambiente favorável ou desfavorável; que resulta na decisão por parte da elite” (NYE, 2011, p. 95, traduzido pela autora).

Após todas essas elaborações acerca do conceito de *soft power*, explicado em sua totalidade no segundo livro de Nye sobre esse assunto, “*Soft power: Os meios para atingir o sucesso na política global*” (traduzido pela autora, 2021), que também discorre sobre o que é diplomacia pública e a sua relação com o *soft power* (ou seja, instrumento governamental utilizado para converter um recurso de *soft power* já moldado em resultados efetivos de *soft power*), é possível entender o termo e sua abrangência de forma mais detalhada. Para fins desse trabalho, o conceito de Joseph Nye será utilizado como base metodológica - ou seja, como ferramenta de análise do campo empírico, a ser testada nesse campo e interpelada por ele de modo ativo. Entretanto, entender como o *soft power* é compreendido na China é igualmente importante para não abordar a questão apenas sob uma visão ocidental.

### 3.2 O CONCEITO DE *SOFT POWER* COM CARACTERÍSTICAS CHINESAS

Com a publicação do livro de Nye "Bound to Lead", que cunhou o termo *soft power* no ocidente, o conceito passou a ser discutido também na China. Os estudos iniciais feitos na década de 1990, entretanto, ficaram restritos ao ambiente acadêmico, dedicados entender o conceito para ver como ele poderia ser aplicado à realidade chinesa. A tradução para o termo ainda hoje segue em discussão, mas utiliza-se tanto *ruan shili*, quanto *ruan quanli*, e

*ruan lilian* para referir-se ao conceito (GLASER et al., 2009). Para o professor e teórico chinês Yan (2006b), a ideia expressa pelo *soft power* já é antiga, e se reflete nas palavras de Guan Zi, um antigo filósofo da nação:

"Um imperador sábio adota um sistema legal internamente e pratica externamente a sua ideologia e seus princípios morais. Como resultado, os países vizinhos agem amigavelmente para com a nação e confiam nela. Quando há problemas dentro da nação, os países vizinhos vêm ao seu resgate. Um mau imperador perde a confiança de seu povo internamente, e externamente não consegue ganhar a confiança de seus vizinhos. Quando está com problemas, nenhuma nação vem ao seu resgate. Causar problemas com os países vizinhos torna um país isolado, fraco e eventualmente reflete de forma negativa no povo da nação (YAN, 2006b, online, traduzido pela autora).

A primeira pessoa no país a publicar um artigo utilizando o termo *soft power* foi Wang Huning, em 1993, o teórico político focou o seu estudo na cultura como principal pilar de *soft power* no caso Chinês. Wang foi escolhido pelo então presidente Jiang Zemin (1993 a 2003) para servir como vice-diretor do Escritório de Pesquisa Política do Partido Comunista Chinês (PCC). Além disso, nos anos seguintes, durante a presidência de Hu Jintao (2003 a 2013), foi promovido a diretor do Escritório de Pesquisa e foi nomeado para ocupar um cargo no Comitê Central do Partido<sup>16</sup> (GLASER et al., 2009). É interessante destacar como a atuação dos teóricos não se restringe à academia, estendendo-se para o âmbito de política externa dos governos, como no caso do próprio cunhador do termo *soft power*, Joseph Nye, que já atuou nos Estados Unidos como “Secretário Assistente de Defesa para Assuntos de Segurança Internacional, Presidente do Conselho Nacional de Inteligência e Subsecretário de Estado Adjunto para Assistência de Segurança, Ciência e Tecnologia” (HARVARD KENNEDY SCHOOL, 2021, online, traduzido pela autora).

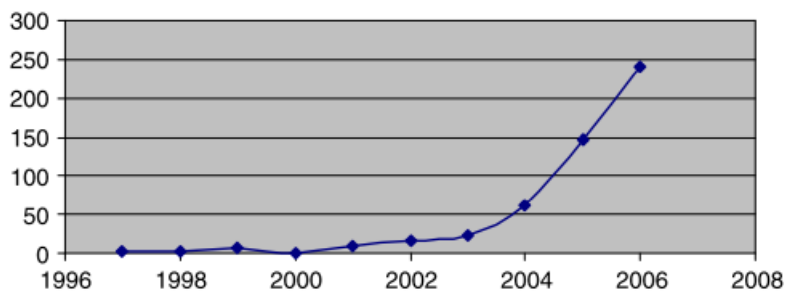
A partir dos anos 2000, o conceito passou a ser amplamente difundido no país, tanto dentro dos órgãos com poder político, quanto entre o público em geral, e passou a ser discutido já como "*soft power* com características chinesas". Nos debates a respeito da formulação de política doméstica e internacional, nos quais discutia-se a respeito de qual seria a melhor divisão do poder abrangente chinês entre *hard* e *soft power* para manter a influência chinesa em nível global, o *soft power* passou a ter destaque (GLASER et al., 2009). O gráfico elaborado por Hongying Wang & Yeh-Chung Lu (2008) retrata como as menções aos três termos utilizados em chinês para se referir ao *soft power* começaram a

---

<sup>16</sup> “O Comitê Central é eleito pelo Congresso Nacional do Partido (órgão supremo). Quando o Congresso Nacional do Partido não está reunido, o Comitê Central dirige todos os trabalhos do Partido e representa o PCC fora do Partido. É eleito por um período de cinco anos” (CHINA DAILY, 2007).

aparecer mais seguidamente em publicações na China a partir dos anos 2000. O gráfico analisa mais de 4.000 revistas de política a partir de 1994 dentro da base de dados chinesa de periódicos acadêmicos:

Gráfico 1: Quantidade de artigos de periódicos por ano com o termo *soft power* (todas as três traduções) mencionado nos resumos dos trabalhos.



Fonte: (WANG; LU, 2008, p.426)

Estudiosos chineses definem o *soft power* como “poder espiritual ou poder intangível, não quantificável e não material” (WANG et al., apud<sup>17</sup> WANG; LU, 2008, p. 427, traduzido pela autora). Aprofundando o conceito, é tomado como “a habilidade de persuadir os outros através da razão e convencê-los através de princípios morais” (KUN, 2004 p. 67 apud WANG; LU, 2008, p 427, traduzido pela autora). A definição do conceito para os chineses é, no geral, consistente com a de Nye, porém, se mostra mais abrangente. Os teóricos do país entendem o conceito de *soft power* de Nye como focado apenas na área de política internacional e voltado para países (WANG; LU, 2008).

De acordo com a filosofia marxista, entretanto, a competição se manifesta entre todas as entidades da sociedade, e o poder, incluindo o *soft power*, também. Logo, “o *soft power* se aplica não só às nações, mas também às regiões, organizações e até mesmo aos indivíduos” (HUANG, 2004 apud WANG; LU, 2008. 427, traduzido pela autora). Em uma colocação de Nye feita em 2017, o autor menciona que criou o conceito analítico de *soft power* para que ele pudesse ser utilizado nas mais diferentes áreas de estudo, não o restringindo à área da política internacional, e até mesmo aplicou-o para falar de organizações e indivíduos no seu livro de 2008 “The Power to Lead” (NYE, 2017).

<sup>17</sup> Todas as referências que estão com apud, ou seja, citação da citação, têm versões originais publicadas em revistas em mandarim. A autora fez uma busca extensa por elas, incluindo em bancos de dados de periódicos chineses, e não encontrou os artigos originais. Além disso, a autora contatou suas professoras de mandarim, baseadas na China e no Brasil, para ajudarem na busca, mas não foram encontrados todos os escritos originais citados no presente trabalho. A validade desses artigos, no entanto, é mantida pela quantidade de autores consagrados aqui referenciados que utilizam esses textos, assim como pela comprovação da existência das revistas chinesas.

Nota-se, entretanto, que na visão de Nye (2011), um efeito de *soft power* de modelo indireto, ou seja, aquele que passa pela influência da opinião pública, somente passa a ter os resultados considerados uma vez que atinge as elites, que por sua vez, pressionam os governos. No caso do *soft power* com características chinesas, pode-se entender que, quando a opinião do indivíduo é alterada por uma política de diplomacia pública, por exemplo, já é válido como um exemplo de resultado efetivo de *soft power*.

Além da questão relacionada à dimensão dos atores e “receptores” de *soft power*, para Qing Cao (2011), uma das principais diferenças entre a visão de Nye e a visão chinesa é a de que, enquanto a do autor estadunidense é dirigida para o exterior e tem o objetivo de influenciar a mudança de comportamentos fora do país, a visão chinesa é direcionada tanto para os âmbitos interno, quanto externo. O *soft power* com características chinesas enfatiza primeiramente a construção de uma cultura nacional, cuja projeção para o exterior se dará como uma extensão do primeiro processo. A definição de uma identidade nacional é central. Essa visão também é compartilhada pelos autores Wang e Lu:

“Além de se referir à cultura, instituições domésticas e valores, e diplomacia como fontes da atratividade da China para o mundo, o discurso chinês sugere um número de outros componentes não materiais do poder nacional, que não estão relacionados a fazer a China parecer atraente para outros países. Um desses componentes é a coerência nacional, que se refere à orientação da população em direção à unidade e cooperação para alcançar metas nacionais” (WANG; LU, 2008, p. 430, traduzido pela autora)

Existem duas correntes de pensamento no que se refere à visão do *soft power* com características chinesas. As duas estão de acordo com o conceito de *soft power* como habilidade de persuadir através da razão e de valores morais, mas uma corrente destaca a importância da cultura como pilar central do *soft power* chinês, enquanto outra corrente destaca a importância da política. Para Yu Xintian, professor emérito do Instituto de Estudos Internacionais de Xangai (SIIS, em inglês), e um dos maiores representantes da escola de pensamento que destaca o papel da cultura, "quanto mais na moda a ideologia, mais as pessoas vão aceitá-la, e maior a possibilidade de construir o *soft power* do país” (YU, 2008 apud GLASER et al., 2009, p.13, traduzido pela autora). Essa visão é complementada por declarações do Partido Comunista Chinês, que afirmam que uma ideologia unificada, baseada nos valores morais socialistas, é importante para manter a nação coesa e expandir o *soft power* cultural chinês para o mundo (WANG; LU, 2008).

Yan Xuetong, principal expoente de pensamento da corrente contrária, acredita que o *soft power* chinês consiste na habilidade de mobilizar politicamente uma nação, tanto

internamento quando externamente. Em outras palavras, utilizar da forma mais eficaz todos os recursos políticos que se encontram à sua disposição (YAN, 2006b). Além disso, Yan concorda com a percepção de Ray S. Cline de que na equação de poder, o poder total acumulado é resultado de um produto entre o *soft power* e o *hard power*, e não apenas de uma soma. A estrutura desses dois componentes afeta no resultado dessa interação, denominado “poder abrangente”. Para Xuetong, portanto, *soft power* e *hard power* são igualmente importantes (YAN, 2006a).

Nesse trabalho, a análise será aprofundada na corrente chinesa de Yu Xintian, que dá destaque à atuação da cultura como ferramenta central para o *soft power* chinês, uma vez que um dos objetivos principais dos Institutos Confúcio é a difusão da cultura chinesa. Além disso, essa visão, inicialmente restrita ao ambiente acadêmico, já foi adotada pelas lideranças chinesas ao discutir a construção do “poder nacional abrangente” da China (WANG; LU, 2008). De acordo com Li e Worm (2010, p.71, traduzido pela autora), "a China socialista vem gradualmente adotando uma estratégia de *Soft power* na sua busca por ascensão pacífica". Além disso, na visão compartilhada pelo Partido Comunista Chinês, o país prefere adotar estratégias de *soft power* em detrimento de estratégias de *hard power* para alcançar o seu objetivo de crescimento harmonioso (LI; WORM, 2010).

Os primeiros 20 anos do século XXI são estratégicos para a posição da China no cenário global. Com o rápido crescimento econômico do país nas últimas décadas, resultado de um cuidadoso planejamento estatal, a China objetiva se tornar cada vez mais relevante no sistema internacional através de um crescimento pacífico. Em seus discursos, ex-presidentes chineses como Jiang Zemin (1993 a 2003) e Hu Jintao (2003 a 2013) citam a construção de um ambiente de igualdade entre países e o bem-estar da sociedade no geral, sempre que mencionadas estratégias para o crescimento da China. O crescimento é tratado como importante primeiramente no âmbito doméstico, e esse argumento é um dos utilizados para conter o sentimento de ameaça no sistema internacional (LI; WORM, 2010).

A adoção do termo "desenvolvimento pacífico" pelos chineses também foi escolhida visando acalmar esse sentimento de ameaça. O termo passou a ser utilizado em 2004, após ser proferido no Fórum Asiático Boao<sup>18</sup>, e substituiu o conceito de "ascensão pacífica", pois a palavra ascensão tem uma conotação que está atrelada à disputa de poder no sistema internacional, e conseqüentemente a conflitos, uma imagem da qual a China

---

<sup>18</sup> Com sede na China, o Boao Forum for Asia (BFA) é uma organização internacional iniciada conjuntamente por 29 estados membros. O BFA realiza regularmente a sua conferência anual em Boao, Hainan. O objetivo fundador do BFA era promover a integração econômica na Ásia. Sua missão agora é reunir energia positiva para o desenvolvimento da Ásia e do mundo (BOAO FORUM FOR ASIA, 2021).

procura se afastar, firmando seu desenvolvimento não como uma ameaça, mas sim, como um terreno fértil de crescimento e desenvolvimento para todos os países do globo (YAN, 2006a).

### 3.3 O INSTITUTO CONFÚCIO COMO FERRAMENTA DE *SOFT POWER*

O papel e as consequências da ascensão de poder da China no sistema internacional vêm sendo questionados ao longo das últimas décadas (YAN, 2006a). Esse trabalho não focará em discutir esse aspecto no nível macro, ou seja, sobre questões de balança de poder e hegemonia. A pesquisa está centrada em analisar de que forma a propagação da cultura chinesa através dos Institutos Confúcio conecta-se ao conceito de *soft power*, e a conexão está na percepção de uma das correntes chinesas de que a cultura é considerada a alma do *soft power* (ZHANG, 2017).

A cultura é utilizada como principal ferramenta chinesa de *soft power* devido aos seus milhares de anos de história. É a cultura tradicional, e não a contemporânea, que ocupa esse papel central, com destaque para a literatura, filosofia, medicina, culinária e artes marciais chinesas. Uma prova disso são as atividades realizadas pelo próprio Instituto Confúcio, que resgatam tradições chinesas milenares, como caligrafia, cerimônia do chá, oficinas de corte de papel e celebração do ano novo chinês (GIL, 2017).

O impacto da cultura como ferramenta estratégica aparece em diversos pronunciamentos oficiais do governo chinês. Em maio de 2004, na décima terceira sessão de estudos de grupo do Politburo<sup>19</sup>, foi enfatizada a necessidade da China de se valer da sua cultura tradicional para aumentar o seu *soft power* (LAI, 2012). Além disso, em 2007, no XXVII congresso do Partido Comunista, Hu Jintao deixa clara a relação entre cultura e *soft power* na sua fala “A cultura tem se tornado cada vez mais uma importante fonte de coesão nacional e criatividade e um fator importante na competição de poder nacional geral” e que a China precisava “aumentar o *soft power* cultural do país” (HU, 2007, p.17, traduzido pela autora).

Em julho de 2010, novamente a questão foi trazida no artigo nove do vigésimo segundo plano de 5 anos para o país (2010-2015), discutido em uma das sessões de estudo

---

<sup>19</sup> Traduzido pela autora. O grupo de estudos do Partido Comunista teve início na administração de Hu Jintao em 2002. A frequência dos encontros costuma ser de até 8 vezes por ano. Até a data presente, foram realizadas 151 sessões, sendo 77 delas durante a administração de Hu Jintao e 74 durante o governo de Xi Jinping. As sessões geralmente acontecem à margem da reunião mensal do Politburo e contam com palestras de especialistas nos assuntos discutidos. Entre os palestrantes estão professores das melhores universidades chinesas e *think thanks* do país (HART, 2021).

coletivo, que constatava sobre "a urgência da promoção e desenvolvimento da cultura doméstica e internacional como meio de aumentar o *soft power* da China" (GIL, 2017, p.30, traduzido pela autora). Na história da China, existe uma forte ligação entre cultura e governo, e sendo o confucionismo um dos maiores expoentes culturais do país, a relação entre governo e o pensamento confucionista também está impressa na história da China. Em 1915, com o novo movimento cultural, existia um apelo pelo abandono da cultura tradicional chinesa e adoção da cultura ocidental. Na década de 60, com a Revolução Cultural encabeçada por Mao, banuiu-se a cultura milenar confucionista, que foi retomada apenas no governo de Deng Xiaoping (1978 - 1992). Em 1979, a reforma cultural foi adotada como um dos projetos do governo dentro das diversas reformas de abertura do país propostas em 1978 nas mais diversas áreas, política, social e econômica (LI; WORM, 2010).

Na era da economia planejada, a cultura e a arte eram tratadas como ferramentas políticas amplamente supervisionadas. Após a reforma e a abertura, o sistema de supervisão cultural se rompeu e um novo sistema econômico, integrado ao sistema de mercado, iniciou a sua construção. As denominadas organizações culturais na China foram afetadas dentro desse processo, e foram categorizadas como unidades de serviço público, o que as diferenciou tanto das organizações governamentais quanto das empresas privadas. A distinção da relação entre organizações do governo e unidades de cultura e de quais iniciativas se encaixam em cada categoria ainda é incerta, o que acarreta a constante intervenção do Estado sob elas. Seu financiamento por iniciativas privadas é desencorajado e o orçamento oferecido pela nação é cuidadosamente monitorado (LI; WORM, 2010).

Em 2006, foi incluída pela primeira vez, no vigésimo primeiro plano de 5 anos para a China<sup>20</sup>, uma seção dedicada ao desenvolvimento cultural, que tinha por objetivo mitigar esses problemas e impulsionar a indústria da cultura na China (LI; WORM, 2010). Em março de 2021 foi lançado o décimo quarto plano para o desenvolvimento nacional, econômico e social, que abarca os anos de 2021 a 2025. A parte dez do documento é dedicada ao desenvolvimento da cultura socialista avançada e ao aprimoramento do *soft power* cultural da nação (14º Plano Quinquenal da China, 2021).

Destaca-se a necessidade de revitalizar a cultura, tendo como base os valores socialistas, sendo um dos objetivos o de apresentar, interna e externamente, uma imagem

---

<sup>20</sup> "Os Planos Quinquenais são um modelo de política da China para o desenvolvimento econômico e social de médio prazo, sendo uma "herança" do sistema de elaboração de objetivos e metas de planificação econômica da antiga União Soviética (...). A planificação por quinquênios foi adotada por Pequim em 1953, quatro anos após a fundação da República Popular da China (RPC). Desde então, o país asiático elaborou 14 planos" (UNGARETTI, 2021).



positiva do país. De acordo com o documento, as visões de Xi Jinping sobre o socialismo com características chinesas para nova era contêm o caminho para alcançar o sonho da construção de um grande país socialista moderno. Além disso, menciona-se o aprofundamento de trocas culturais e diálogo entre países como meio de contar a história da nação chinesa e promover laços. A promoção de atividades culturais como o festival de ano novo é mencionada nesse contexto, um evento promovido pelos Institutos Confúcio. A construção de uma plataforma global de comunicação em língua e cultura chinesa, assim como a criação de um sistema de educação internacional chinês também são propostas para o projeto de revitalização do país (14º Plano Quinquenal da China, 2021).

O Instituto Confúcio não é mencionado diretamente no documento, mas sendo a cultura peça central para o *soft power* da China, e o Instituto Confúcio o projeto mais famoso do país, no que se refere a levar a língua e cultura chinesas até países estrangeiros, é possível perceber a importância que a cultura, e conseqüentemente, os ICs, adquiriram como ferramenta de *soft power* desde a primeira menção a cultura nos planos de 5 anos elaborados pela China (14º Plano Quinquenal da China, 2021).

Li e Worm (2010) apostam no Institutos Confúcio como iniciativa que pode coordenar e centralizar a exportação da cultura chinesa para o mundo. De acordo com Wang e Lu (2008), a China busca exercer *soft power* sob a população local através da ideologia marxista, e tenta levar essa influência para além das suas fronteiras através da exposição da sua cultura com o Instituto Confúcio, que se assemelha a Institutos de língua de outros países, como o Goethe da Alemanha, a Aliança Francesa e o Conselho Britânico (WANG; LU, 2008).

Líderes e pensadores chineses acreditam que a visão de ameaça pode ser mitigada através do *soft power*, que atuaria alterando a visão que a comunidade internacional tem a respeito da China, diminuindo os estereótipos negativos e substituindo-os por uma visão benigna do país (GIL, 2017). Por meio das trocas culturais, o país objetiva mostrar ao mundo uma China civilizada e confiável. Os Institutos Confúcio ajudam na projeção de imagem positiva do país por tratarem de temas como a história dessa civilização milenar, que são mais atrativas e mais bem recebidas pelo público em geral do que temas relacionados ao sistema político da nação, por exemplo (BRESLIN, 2012).

Em uma análise empírica feita por Huang e Xiang (2018), as autoras discorrem sobre o tema do Instituto Confúcio como ferramenta de *soft power*. De acordo com evidências encontradas, três fatores impulsionam a alocação de IC em um determinado país. A primeira delas se refere ao tamanho da população: quanto maior, maior a probabilidade de a China

instalar um número maior de ICs. A segunda está relacionada a importância das relações econômicas entre a China e o país parceiro: quanto maior a importância das trocas comerciais, maior a probabilidade de a China investir na alocação de ICs naquele território. Por fim, a tendência de votos na ONU, que demonstra uma relação inversa. Se o país tende a votar de forma contrária à China, há maior chance de o país asiático alocar mais ICs na nação que se posiciona de forma contrária a ele nesse órgão internacional (HUANG; XIANG, 2018).

Na área da educação, o IC objetiva fortalecer a competitividade do mandarim como língua estrangeira. Na economia, estudos apontam para possíveis aumentos nos volumes de comércio entre os países e maior quantidade de investimento externos vindos da China. Isso ocorreria pois o país que recebe o Instituto capacita pessoas que poderiam trabalhar como intermediários no ramo do comércio exterior, diminuindo barreiras culturais e linguísticas e facilitando a negociação de acordos e/ou trocas comerciais. No âmbito político, há uma discussão extensa sobre a relação entre os Institutos Confúcio e o Partido Comunista Chinês e se o curso promove ou não os valores políticos do partido. As evidências mostram, portanto, que o Instituto Confúcio consegue promover, ao mesmo tempo, interesses culturais, econômicos e políticos através dos Institutos Confúcio (HUANG; XIANG, 2018).

Existem algumas evidências que conectam a interferência do governo à administração da instituição. A primeira, e mais significativa delas, está relacionada ao fato de o órgão executivo da NOCFL, isto é, a Hanban, ser composto por 12 agências estatais<sup>21</sup>. Além do Ministério da Educação, destaca-se o Ministério de Relações Exteriores e a Administração Estatal de Imprensa e Publicações (SAPP; 国家新闻出版署), cuja responsabilidade é de reger os princípios e políticas de propaganda do Partido Comunista Chinês. Logo, apesar de ser apresentada como instituição não governamental, os cargos mais importantes da administração são ocupados por agências estatais e membros do Partido Comunista (PETERSON, 2017).

Além disso, antes de o anúncio feito em junho de 2020, de que a Hanban não está mais envolvida com o financiamento dos Institutos Confúcio, durante 16 anos (ou seja, de 2004 a 2020), o financiamento dos Institutos vinha da Hanban, órgão diretamente ligado ao Partido na hierarquia da política chinesa (PETERSON, 2017). Ademais, não há

---

<sup>21</sup> As outras oito agências são: “o Escritório Geral do Conselho do Estado, o Ministério das Finanças, o Escritório de Assuntos Estrangeiros do Conselho Estadual, a Comissão de Desenvolvimento e Reforma do Estado, o Ministério do Comércio, o Ministério da Cultura, a Administração Estatal de Rádio Filme e Televisão (China Radio International), o Escritório de Informação do Conselho Estadual e o Comitê Estadual de Idiomas” (PETERSON, 2017, p.22, traduzido pela autora).

quase nenhuma informação disponível sobre a Fundação Internacional Chinesa de Educação, organização não governamental criada e nomeada como financiadora dos Institutos Confúcio a partir da metade do ano passado (CONFUCIUS INSTITUTE U.S. CENTER, 2021)

Outro fator que coloca dúvidas a respeito da relação entre o Partido e os IC's, ou sobre a profundidade dessas relações, está no fato de que para ser selecionado como um professor chinês do Instituto é necessário que o profissional se encaixe na seleção feita pelo Ministério da Educação, um forte indicativo de correlação entre a instituição e o governo. Além disso, a diretora geral da Hanban e chefe do Instituto Confúcio, Xu Lin, ocupa esses cargos desde 2009, após construir sua carreira dentro do Partido Comunista e do Ministério da Educação. Três dos outros quatro chefes que o Instituto já possuiu também seguiram esse mesmo caminho (PETERSON, 2017).

O envolvimento do Instituto Confúcio não se restringe às atividades promovidas para estudantes e para a comunidade em geral. No caso do Instituto Confúcio da UFRGS, sua presença também pode ser notada em eventos oficiais do governo, sempre que representantes chineses fazem visitas oficiais a Porto Alegre. Além disso, o primeiro diretor chinês do IC da UFRGS, Prof. Dr. Tiejun Gu, demonstrava especial interesse em estabelecer relações com o governo do estado do Rio Grande do Sul, chegando a solicitar contatos para a professora Liane Hentschke, em algumas ocasiões (HENTSCHKE, apud VARIANI, 2021).

Em 2019, a UFRGS e o IC da UFRGS foram apoiadores do evento Semanas Internacionais, realizado entre os meses de março e novembro em Porto Alegre. A semana da China contou, entre outras atividades culturais, com apresentações de dança e ópera chinesa e uma palestra sobre “Cultura Chinesa de Saúde” (INSTITUTO CONFÚCIO NA UFRGS, 2019c). A iniciativa da prefeitura da cidade buscou destacar a cultura de diversos países e oferecer um espaço propício a parcerias, investimentos e negócios entre empreendedores. No lançamento do evento, em setembro de 2018, estiveram presentes cônsules, embaixadores, representantes do Itamaraty, de Universidades, institutos culturais e entidades comerciais de 12 países. Representando o Instituto Confúcio da UFRGS, compareceu o então diretor da unidade, Antônio Domingos (PREFEITURA DE PORTO ALEGRE, 2018).

Representantes do Instituto Confúcio da UFRGS estiveram presentes na visita do embaixador chinês no Brasil a Porto Alegre. No dia 27 de dezembro de 2019, o Sr. Yang Wanming e comitiva foram recepcionados na Assembleia Legislativa do Estado do Rio

Grande do Sul. O presidente da Frente Parlamentar Brasil-China, deputado estadual Jeferson Fernandes (PT), esteve à frente da recepção junto com sua esposa, parlamentares de outros partidos e empresários (entre eles representantes da Farsul, da Federasul, Fiergs; Famurs) (INSTITUTO CONFÚCIO NA UFRGS, 2019c).

O encontro tinha por objetivo propor ao embaixador a implementação de um escritório consular chinês no território gaúcho. A proposta foi bem recebida pelo embaixador, mas o representante destacou que “Antes mesmo de ter o consulado, estamos dispostos a fortalecer o trabalho da embaixada no RS. Queremos oferecer uma grande oportunidade para o RS potencializar suas operações com a China, aprofundar o relacionamento e a cooperação” (INSTITUTO CONFÚCIO NA UFRGS, 2019c). Na foto abaixo estão presentes (quarto e quinto da esquerda para direita) Athos Munhoz, Gerente Brasileiro do IC (INSTITUTO CONFÚCIO NA UFRGS, 2021d), e Liu Zhiming, Diretor Chinês Interino e professor do Instituto em 2019 (INSTITUTO CONFÚCIO NA UFRGS, 2019d).

Figura 2 - Representantes do Instituto Confúcio da UFRGS na visita do embaixador chinês no Brasil à Porto Alegre

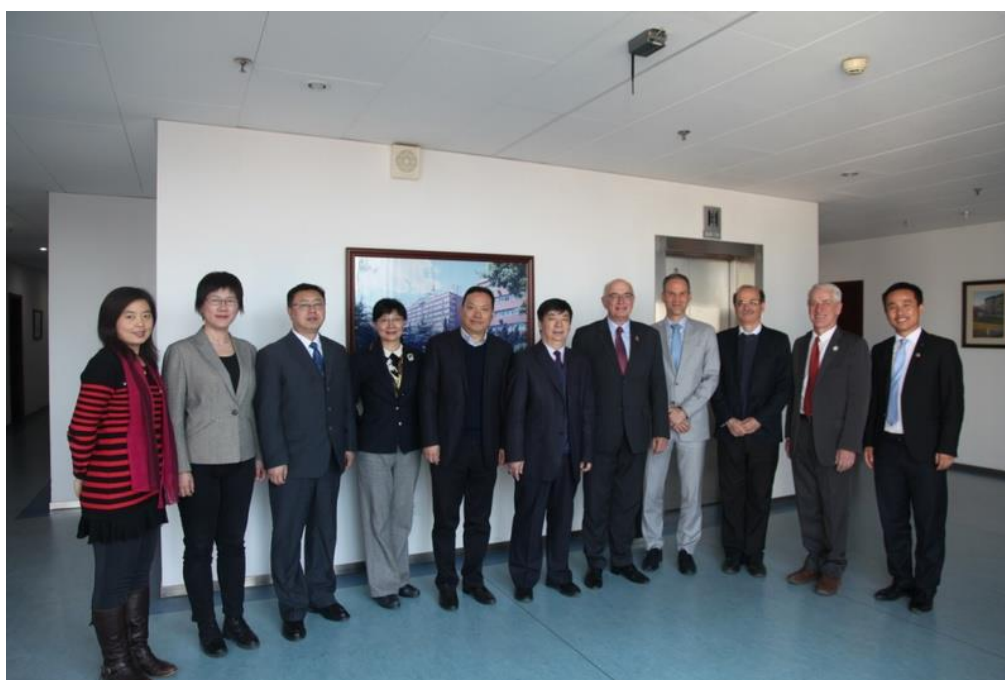


Fonte: Instituto Confúcio na UFRGS (2019c).

Ainda em 2019, a delegação da UFRGS, dirigida pelo Reitor Rui Vicente Oppermann, visitou a Universidade de Comunicação da China para a reunião anual do Conselho do Instituto Confúcio da UFRGS. Foram discutidos o trabalho e o orçamento anual do IC na UFRGS. Jiang Xufan, Vice-Presidente do conselho da CUC, se mostrou

satisfeito com os resultados e com os planos para o futuro. Na fala do Reitor da universidade brasileira, destaca-se a importância que o Instituto representa para além do ensino da língua chinesa, funcionando como uma ponte de amizade entre os dois países. Também foi ressaltado pelo Professor Li Zuowen, membro do Conselho e decano da Escola de Estudos Internacionais da CUC e Centro de Pesquisa do BRICS na UFRGS cooperação entre o Centro de Pesquisa do BRICS da Escola de Estudos Internacionais da CUC e o Centro de Pesquisa do BRICS da UFRGS (INSTITUTO CONFÚCIO NA UFRGS, 2019e).

Figura 3 - Reunião anual do Conselho do Instituto Confúcio da UFRGS na CUC



Fonte: Instituto Confúcio na UFRGS (2019c).

Foram inúmeras as novas atividades e parcerias realizadas no ano de 2020. Em setembro desse ano, o Instituto Confúcio da UFRGS realizou uma cerimônia online para comemorar a parceria feita com as Universidades Federais de Santa Maria (UFSM) e Santa Catarina (UFSC). Os alunos dessas duas instituições poderão se inscrever para as aulas de ensino e cultura chinesa, trazendo novas oportunidades para os estudantes (UFRGS, 2020).

Por razões como essas, alguns autores como Gill e Huang (2006, p.18, traduzido pela autora) tem a opinião de que "a nova rede de Institutos Confúcio tem uma agenda política: apresentar uma imagem mais gentil da China para o mundo exterior. Paradise (2009, p.649, traduzido pela autora) afirma que "o projeto do Instituto Confúcio faz parte de uma projeção de poder mais ampla e suave na qual a China está tentando conquistar corações e mentes para fins políticos".

Os artigos de teóricos chineses de *soft power*, como Yan Xuetong, e até mesmo os discursos de líderes, como o do presidente da China, Xi Jinping, não negam a existência de estratégias de *soft power*, mas não identificam o Instituto Confúcio como sendo uma dessas ferramentas, como fazem autores como Gill e Huang (2006) e Paradise (2009), por exemplo. Além disso, a visão de Gill e Huang (2006) e de Paradise (2009) relaciona a ascensão chinesa à uma ameaça para a estabilidade do sistema internacional, enquanto a visão de Xuetong e Xi Jinping afirma que o projeto de revitalização da China é harmonioso e visa à boa relação com todos os países do mundo. Segundo eles, quando a China cresce, todos crescem junto e usufruem dos avanços (XUETONG, 2001).

#### 4 O CASO DO INSTITUTO CONFÚCIO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL: RESULTADOS EMPÍRICOS

O *soft power* vem sendo utilizado como estratégia para atingir os objetivos de política externa em um mundo no qual a relação de interdependência entre os países é complexa e o poder difuso entre as mais diversas áreas e atores globais (MCCLORY; HARVEY, 2016). Segundo os autores, duas grandes tendências estão relacionadas ao maior papel do *soft power* no sistema internacional. A primeira tendência está ligada à importância das redes de contato (em inglês "networks") no cenário internacional e a segunda à revolução digital, que elevou as relações políticas, econômicas e sociais para um patamar de conexão direta e rápida, cem por cento "online".

Por razão de importância para esse trabalho, a primeira megatendência será explorada de forma mais aprofundada, e dentre as características que a motivam estão: a mudança do centro de poder do oeste para leste global, e a sua difusão para além dos atores estatais, alcançando organizações internacionais, não governamentais, e até mesmo indivíduos, que passam a desempenhar um papel mais relevante nas relações internacionais.

Com mais e mais atores competindo por influência, as redes oferecem um meio de coordenar interesses, reunir recursos e, em última instância, moldar resultados no âmbito global. A velocidade com que as redes podem se formar, e as ferramentas que permitem que elas funcionem, as tornam um fator importante no impulsionamento da mudança global. O resultado é a política externa se afastando da diplomacia bilateral, em direção a um mundo muito mais complexo e interdependente de mudanças impulsionadas pelas redes (MCCLORY; HARVEY, 2016, p.10, traduzido pela autora).

Nesse capítulo, será feita uma análise a respeito de como medir o *soft power* e os seus resultados, focando na percepção de indivíduos para fins de comparação da influência do Instituto Confúcio nos alunos do curso da UFRGS, tanto em relação a sua opinião sobre questões relacionadas à China, quanto ao seu interesse nas aulas e atividades oferecidas pelo programa. O objetivo, portanto, é identificar em quais áreas o Instituto Confúcio tem maior ou menor influência. Os estudos de Mcclorey e Harvey (2016) serviram de base para esse processo, e foram complementados pelas contribuições de Jung-Nam Lee (2009), outro autor dedicado ao estudo de pesquisas de opinião na área de *soft power*.

O índice de medida elaborado por Mcclorey e Harvey leva em consideração aspectos objetivos e subjetivos, sendo o aspecto subjetivo contemplado por perguntas utilizadas em

pesquisas sobre *soft power* feitas para mais de 10.500 pessoas em mais de 25 países, que destacam sete aspectos como mais importantes: cozinha, simpatia do país (acolhimento de turistas), exportação de tecnologia (opinião sobre produtos tecnológicos), produtos de luxo, política externa (confiança que o país irá agir “de maneira certa” em assuntos internacionais), habitabilidade (se aparente ser um bom local para visitar, trabalhar e morar) e cultura (contribuição para a cultura global). Os dados objetivos estão divididos em seis categorias: governo; cultura, engajamento global, educação, digital/tecnológico e empreendedorismo (MCCLORY; HARVEY, 2016).

A metodologia do modelo leva em consideração os três pilares do *soft power* de Nye, cultura, valores políticos e política externa e divide o peso dos aspectos objetivo e subjetivo em 70% e 30% respectivamente. A maior importância dada ao aspecto objetivo tem relação com o modelo priorizar características de *soft power* que são tangíveis, isto é, que são “alavancas políticas” mais relevantes para os governos na hora de fazer ajustes na maneira como aplicam ou armazenam os seus recursos de *soft power*. O aspecto objetivo se aproximaria mais dessa característica. Em 2019, o peso dos aspectos sofreu uma leve alteração, para 65% e 35% respectivamente, pelo aumento de países incluídos nas pesquisas de opinião e pelos dados serem mais atualizados em relação aos dados objetivos, que contém informações de anos anteriores. (MCCLORY, 2019).

No que se refere ao aspecto objetivo, a categoria governo busca avaliar os valores políticos, as instituições públicas e os resultados de políticas públicas feitos pelo país. O objetivo é determinar a atratividade do modelo de governança do país. A categoria “cultura” busca sondar o número de visitas de turistas ao país, sucesso da indústria musical e poder esportivo. Neste trabalho, o campo esportivo não foi contemplado. A categoria “cultura” no aspecto objetivo difere do aspecto subjetivo, pois nesse último busca-se, através das pesquisas de opinião, sondar sobre a contribuição do país para a cultura global. A categoria “engajamento global” se atém aos recursos diplomáticos utilizados pelo país e suas contribuições frente à comunidade internacional (MCCLORY; HARVEY, 2016).

A categoria “educação” busca entender a capacidade de um país de atrair estudantes estrangeiros, assim como as contribuições do país no que se refere a bolsas de estudo e excelência acadêmica. A categoria de “empreendedorismo” engloba a atratividade do modelo econômico do país, incluindo competitividade, capacidade de inovação a habilidade de capacidade de fomentar empresas e comércio. Por fim, a categoria digital analisa a conexão do país com o mundo digital, sua proximidade com a tecnologia e o uso da tecnologia na diplomacia digital das redes sociais (MCCLORY; HARVEY, 2016).



As categorias organizadas por Jung-Nam Lee (2009), também baseadas nos trabalhos de Nye sobre *soft power*, são resultado da observação das respostas coletadas a partir de uma pesquisa de opinião feita pelo Conselho de Chicago em Assuntos Internacionais, com o objetivo de comparar o *soft power* chinês com o de outros países.

Tabela 3: Perguntas e Subcategorias Utilizadas por Lee (2009) para medir o *Soft power* por Setor

<b>Categorias</b>	<b>Perguntas e Subcategorias</b>
Setor Político	Perguntas: “ <b>Como os países vizinhos avaliam o respeito</b> do país pela lei e <b>pelos direitos humanos?</b> ” e “O sistema político do país satisfaz as exigências de seu povo?”
Setor Diplomático	Perguntas: “ <b>O país usa meios diplomáticos para resolver questões importantes na Ásia?</b> ”; “O país respeita a soberania das nações asiáticas?”; “O país constrói cooperação e confiança entre as nações asiáticas?”; “O país presta assistência em caso de crise humanitária na Ásia? “ <b>O país exerce liderança em organizações internacionais?</b> ”; “O país contribui para resolver a questão nuclear norte-coreana?”; “O país contribui para reduzir a tensão nas relações entre a China e Taiwan?”; e “ <b>O país contribui para as políticas asiáticas?</b> ”.
Setor de Infraestrutura Humana	Subcategorias: recursos humanos, tecnologia e conhecimento. Engloba “nível de educação da população”, “avanço da ciência e tecnologia”, “ <b>qualidade das universidades</b> ”, e “ <b>importância da língua para o sucesso futuro</b> ”.
Setor Cultural	Subcategorias: “a difusão da influência cultural”; “ <b>influência da cultura popular</b> ”; “ <b>apelo da cultura popular</b> ”; “ <b>frequência de curtir filmes/TV/música</b> ”; “avaliações da influência da cultura do país”; “riqueza do patrimônio cultural”; e “ <b>atratividade do país como destino turístico</b> ”.
Setor Econômico	Subcategorias: “Qual a importância das relações econômicas de seu país com o país-alvo?” e “ <b>o poder da marca de seus produtos?</b> ”; “sua influência na economia asiática?” “sua ajuda a outros países no desenvolvimento econômico”; “suas contribuições à economia nacional”; “sua competitividade econômica”; “proporcionar oportunidades para o desenvolvimento de sua força de trabalho; “ <b>o empreendedorismo</b> ”; “ <b>suas empresas multinacionais líderes?</b> ” e a “ <b>qualidade de seus produtos?</b> ”.

Fonte: LEE (2009).

Na tabela 3, encontram-se as perguntas e subcategorias utilizadas por Lee para avaliar o *soft power* de cada setor. O questionário semiestruturado elaborado pela autora e aplicado para os alunos do Instituto Confúcio da UFRGS contém perguntas elaboradas com base nas categorias criadas por McClory e Harvey (2006) e Lee (2009) – destacadas em negrito, que buscam medir o *soft power*. As perguntas referentes a cada categoria ou setor foram adaptadas ao escopo do presente trabalho, que foca no Instituto Confúcio. Ademais, apesar de McClory e Harvey (2006) falarem sobre os aspectos objetivo e subjetivo, o aspecto subjetivo ganha papel de destaque nesse trabalho por utilizar a mesma forma de

análise que a autora, isto é, a aplicação de questionário. A pesquisa foi elaborada no site Survey Monkey e foi divulgada através de dois links distintos por duas vias: pessoal, por meio do contato da autora com colegas e ex-colegas do Instituto Confúcio e oficial, divulgada pelo Instituto Confúcio da UFRGS por e-mail para todos os alunos do curso. É importante destacar que a maior parte dos respondentes respondeu ao e-mail enviado diretamente pelo curso, o que demonstra a importância desse recurso metodológico acionado pela pesquisadora.

O questionário enviado pela autora contém 28 perguntas e foi respondido de forma completa por 40 pessoas, que aceitaram integrar a pesquisa. O questionário enviado de forma oficial pelo Instituto contém 23 perguntas e 46 respostas completas. As perguntas 24 a 28 foram retiradas devido a um pedido dos diretores do Instituto, por acreditarem que não estavam relacionadas com o escopo e atuação do Instituto Confúcio na UFRGS. Um novo link para divulgação com a mesma pesquisa foi criado pela autora e enviado para o Instituto Confúcio, que de bom grado concordou em enviá-lo para seus alunos, com a única modificação sendo a retirada das 5 questões solicitadas.

Os resultados serão analisados de forma conjunta da pergunta 1 até a pergunta 23, ou seja, refletirão a opinião dos 86 participantes totais. A partir da pergunta 24, os dados analisados irão refletir apenas a visão da metade dos 40 participantes que responderam à pesquisa através do link enviado diretamente pela autora desse trabalho, com as 28 questões totais.

Os dados coletados e apresentados pelo questionário não são uma representação de 100% das informações dos alunos ou de suas opiniões, uma vez que para isso seria necessário que todos eles, desde o ano de 2012 até 2021, respondessem a pesquisa. A quantidade de respostas obtida, no entanto, nos dá um panorama para buscar responder à questão central do trabalho, se e em qual medida o IC atua como ferramenta de *soft power*, influenciando a opinião dos alunos em temas relacionados à China.

A primeira seção de perguntas é de caráter introdutório, para mapeamento do perfil dos alunos do Instituto Confúcio na UFRGS. Iniciais do nome e sobrenome dos respondentes foram pedidos como primeira pergunta apenas para fim de diferenciação. A segunda questão está relacionada a faixa etária dos estudantes do curso, como demonstrado pela tabela abaixo.

Tabela 4: Faixa Etária dos alunos do Instituto Confúcio

<b>Faixa Etária</b>	<b>Quantidade de Alunos</b>	<b>Porcentagem em Relação ao Total<sup>22</sup></b>
12-18	5	5.8%
18-24	50	58.1%
24-35	17	19.7%
35-50	11	12.7%
50+	3	3.4%

Fonte: Elaboração própria (2021).

Como nos indica a Tabela 4, existe uma concentração maior de alunos jovens, com destaque para a faixa etária entre os 18 e 24 anos. Cabe destacar que essa faixa etária se diferencia por encontrar-se em um momento decisivo de formação e direcionamento profissional. Alunos entre essas idades representam mais da metade do total de respondentes da pesquisa, isto é, 58.1%. A segunda faixa etária com maior quantidade de alunos é a entre 24 e 35 anos, com 19.7%. É possível observar 11 alunos de até 50 anos e 3 alunos de 50 anos ou mais. Por fim, os menores de idade representam 5.5% no total, com 5 alunos. A pergunta seguinte busca demonstrar a quantidade de alunos por ano de ingresso. A primeira e a segunda coluna representam respectivamente a quantidade de ingressos por ano, seguida da porcentagem desse número no total. A terceira e quarta coluna dividem a quantidade de alunos que responderam à pesquisa pelo link divulgado pelo Confúcio por e-mail, e pela autora, nessa ordem.

Tabela 5: Ano de ingresso no Instituto Confúcio

<b>Ano de Ingresso</b>	<b>Quantidade de Alunos</b>	<b>Porcentagem em Relação ao Total</b>	<b>Questionário divulgado pelo IC</b>	<b>Questionário divulgado pela autora</b>
2021	42	48.8%	34	8
2020	16	18.6%	6	10
2019	8	9.3%	2	6
2018	12	13.9%	3	9
2017	5	5.8%	0	5
2016	1	1.1%	1	0
2015	2	2.3%	0	2

Fonte: Elaboração própria (2021).

<sup>22</sup> As porcentagens ao longo do trabalho foram utilizadas com uma casa decimal para fins de precisão e padronização.

Conforme a Tabela 5, os alunos que começaram a estudar mandarim em 2021 aparecem em maior número, contabilizando 48.8% do total de respondentes. Anos mais antigos, como, 2016 e 2015, contam com apenas um e dois respondentes respectivamente. Nenhum aluno do curso que ingressou entre 2012 e 2014 respondeu à pesquisa, o que pode significar um afastamento no contato com o Instituto. Na sequência, buscou-se saber quantos semestres foram cursados pelos alunos participantes da pesquisa.

Tabela 6: Total de semestres cursados pelos alunos do Instituto Confúcio

Total de semestre cursados	Quantidade de Alunos	Porcentagem em Relação ao Total
1	23	26.7%
2	25	29%
3	15	17.4%
4	8	9.3%
5	6	6.9%
6 ou mais	9	10.4%

Fonte: Elaboração própria (2021).

O número de respondentes que, no momento da resposta, havia cursado um ou dois semestres corresponde a mais de 50% dos alunos. Apenas 10% desses estudam há três anos ou mais no Instituto. Na sequência, a partir das respostas obtidas na pergunta 5, descobrimos que 70 (81.3%) ainda são alunos do IC, e 16 (18.7%) não estão mais no curso, o que representa uma taxa de 18,6% de ex-alunos. A questão seguinte buscava compreender a composição dos alunos do Instituto, isto é, a quantidade de estudantes do IC que possui relação com a UFRGS.

Tabela 7: Composição dos Alunos

Você atualmente é aluno da UFRGS?	Quantidade de Alunos	Porcentagem em Relação ao Total
Sim, sou aluno da graduação	35	40.6%
Sim, sou aluno da pós (mestrado, doutorado ou outro)	8	9.3%
Atualmente não, mas já fui aluno da UFRGS em algum momento da minha vida	15	17.4%
Não, e nunca tive nenhum vínculo com a UFRGS	28	32.5%

Fonte: Elaboração própria (2021).

Como demonstra a Tabela 7, o público que respondeu à pesquisa e já teve alguma relação com a UFRGS, seja como aluno ou ex-aluno, representa 67.3% do total. Os outros 32.5% nunca tiveram nenhum vínculo com a universidade. Nas informações fornecidas pelo Instituto sobre a porcentagem total de alunos do curso vinculados a UFRGS (que se encontra no Anexo B), essa taxa é de 40%, em média. O levantamento de dados feito pelo IC da UFRGS destaca que a quantidade de alunos não vinculados à universidade aumentou consideravelmente no período da pandemia, devido às aulas à distância (ANEXO B, 2021). A pergunta subsequente buscava saber se fator preço influenciou na decisão dos alunos no momento de escolha do Instituto Confúcio da UFRGS como curso de língua.

Tabela 8: Opinião dos Alunos sobre o Fator Preço

<b>O fator preço influenciou na sua decisão de iniciar as aulas de mandarim no Instituto Confúcio da UFRGS?</b>	<b>Quantidade de Alunos</b>	<b>Porcentagem em Relação ao Total</b>
Sim, e acho o curso extremamente barato em comparação com outras escolas de língua	47	54.6%
Sim, e acho o curso barato em comparação com outras escolas de língua	27	31.3%
Sim, mas acho o curso caro em comparação com outras escolas de línguas	0	0%
Sim, mas acho o curso extremamente caro em comparação com outras escolas de línguas	0	0%
Não, pois acho o valor do curso do Instituto Confúcio é similar ao de outras escolas de língua	1	1.1%
O preço não fez nenhuma diferença para minha decisão	11	12.7%

Fonte: Elaboração própria (2021).

Um das estratégias do Instituto Confúcio para atrair os alunos é o preço cobrado pelas aulas, considerado extremamente baixo ou baixo por aproximadamente 86% dos alunos, quando comparado a outras escolas de línguas, como demonstra a Tabela 8. Uma das possíveis razões para isso é o instituto não ter fins lucrativos, o que possibilita a cobrança de baixas mensalidades, apenas para fins de manutenção do espaço físico e da administração da escola.

A segunda seção de perguntas - iniciada a partir da questão oito- focava no envolvimento dos estudantes nas atividades propostas pelo IC, indagando primeiramente

por que o aluno se interessou pelas aulas de mandarim. Foi pedido que, caso houvesse mais de uma opção, o respondente marcasse ou citasse apenas a mais relevante. Além disso, foi esclarecido no enunciado que, para as opções que mencionavam tempo, deveria ser considerado bastante tempo como 3 anos ou mais.

Tabela 9: Motivo de ingresso no Instituto Confúcio

<b>Por que você começou a estudar mandarim?</b>	<b>Quantidade de Alunos</b>	<b>Porcentagem em Relação ao Total</b>
Já tinha interesse na cultura chinesa há bastante tempo	36	41.8%
Comecei a me interessar pela China/cultura chinesa há pouco tempo e resolvi iniciar os estudos	16	18.6%
Quero aprender mandarim para o meu trabalho/carreira	20	23.2%
Curiosidade. Ex: um amigo me falou bem do curso e resolvi experimentar	7	8.1%
Outro (especifique)	7	8.1%

Fonte: Elaboração própria (2021).

As respostas mostram que a maioria dos alunos, 41.8%, decidiu iniciar os estudos de mandarim pois já se interessava pela cultura chinesa. A segunda razão mais mencionada foi a importância da língua no âmbito profissional, selecionada por 23.2% dos estudantes. Em média, 18% dos alunos matriculados começaram a se interessar por cultura chinesa há até três anos e decidiram ingressar no Instituto. Do restante, 8.1% iniciaram por curiosidade e os outros 8.1% citaram parentes que já estudavam a língua, interesse por idiomas no geral, proximidade com outras línguas asiáticas, trabalho como bolsista do IC e importância do Chinês no futuro<sup>23</sup> como fatores determinantes.

A pergunta seguinte indagava sobre a participação ou interesse em concorrer a bolsas de mobilidade acadêmica oferecidas pelo Instituto. A questão se encaixa na categoria

<sup>23</sup> Os 8.1% que selecionaram a opção “outros” deveriam deixar comentários com justificativas, que seguem a seguir: “C-dramas, música, cultura, gastronomia, estudos”; “Um parente meu estudava mandarim a bastante tempo, e depois de conversas resolvi que seria interessante estudar também, tanto por questões de carreira no futuro quanto curiosidade; “Interesse geral por idiomas, nada em específico sobre China e chinês, até porque eu não conhecia nada sobre”; “Gosto de estudar outros idiomas”; “Eu estudo japonês há alguns anos e gosto muito de kanji, então achei que mandarim fosse ser legal também, além de ter amigos que gostam muito da China/cultura chinesa que me influenciaram a começar os estudos”; “Eu era bolsista no IC e tinha muito interesse na cultura chinesa”; “Chinês é a língua do mundo do futuro”.

“habitabilidade” de McClory e Harvey (2006) no aspecto subjetivo, pois objetiva ver o interesse dos alunos em estudar na China.

Tabela 10: Interesse dos alunos em bolsas de mobilidade oferecidas pelo Confúcio

<b>Tem interesse em concorrer a bolsas de estudo do IC na China?</b>	<b>Quantidade de Alunos</b>
Já fui para a China com bolsa do IC	0
Não tenho interesse	20
Sim, doutorado	12
Sim, mestrado	17
Sim, intercâmbio de 1 ano acadêmico	11
Sim, intercâmbio de 1 semestre acadêmico	17
Sim, intercâmbio de quatro semanas (medicina tradicional Chinesa)	6
Sim, bolsa de estudo em cooperação entre a CLEC	3

Fonte: Elaboração própria (2021).

Entre todas as respostas, 66 alunos demonstraram interesse em participar de alguma possibilidade de bolsa de mobilidade, o que corresponde a 76% do total. Entre as oportunidades oferecidas, as de mestrado e de 1 semestre acadêmico foram as mais buscadas. Apenas 14% dos estudantes manifestam não ter interesse em nenhuma das vagas oferecidas. A pergunta seguinte se referia à participação ou interesse em participar do Summer Camp, programa de verão de 4 semanas na China, e também entra na categoria “habitabilidade” de McClory e Harvey (2006), aspecto subjetivo. Dos 86 alunos, 7 (8.1%) já haviam participado. Entre os que ainda não, 60 manifestaram que desejam ir (69.7%), enquanto 19 (22%) disseram não ter interesse.

No levantamento de dados enviado pelo Confúcio à autora (Anexo B), são relatadas as quantidades de alunos que já participaram de programas de mobilidade (sem distinção por categoria de bolsa) e do Summer Camp. Podemos classificar esses dados como referentes a categoria “educação” de McClory e Harvey (2006) no aspecto objetivo, pois apesar de essa categoria contabilizar o número de estudantes internacionais totais que já foi para a China, aqui é apresentada uma parcela deles.

Tabela 11: Quantidade de alunos enviados para atividades de intercâmbio estudantil e Summer Camp

<b>Intercâmbio Estudantil</b>	<b>Summer Camp</b>
2012: Nenhum estudante	2012: Nenhum estudante
2013: 3 estudantes	2013: Nenhum estudante
2014: 3 estudantes	2014: 5 estudantes

2015: 4 estudantes	2015: 21 estudantes
2016: 6 estudantes	2016: 21 estudantes
2017: 2 estudantes	2017: 27 estudantes
2018: 5 estudantes	2018: Nenhum estudante
2019: 2 estudantes	2019: 11 estudantes
2020: 2 estudantes	2020: Nenhum estudante
2021: 4 estudantes	2021: Nenhum estudante

Fonte: Elaboração própria com base nos dados do ANEXO B (2021).

No ano de 2012, não foi enviado nenhum aluno matriculado no IC da UFRGS para programas de mobilidade. Entre 2013 e 2021, 31 alunos participaram de intercâmbios estudantis. Em 2016, 6 estudantes foram para a China com Bolsa do Confúcio, a maior quantidade entre todos os anos. Em relação ao Summer Camp, 85 alunos participaram desde o início do programa na UFRGS, sendo 2017 o ano no qual o programa contou com mais interessados. A terceira seção de perguntas do questionário é referente à opinião dos alunos sobre questões relacionadas à China, e começa por indagar sobre o uso do aplicativo WeChat<sup>24</sup>. Essa questão está relacionada à categoria subjetiva “exportação de tecnologia/produtos tecnológicos” de McClory e Harvey (2006) e à categoria “economia” Lee (2009), que fala sobre empreendedorismo e qualidade de produtos.

Tabela 12: Uso do aplicativo WeChat

<b>Você possui uma conta no aplicativo do WeChat?</b>	<b>Quantidade de Alunos</b>	<b>Porcentagem em Relação ao Total</b>
Sim, e criei depois de ingressar no Instituto Confúcio	29	33.7%
Sim, mas já tinha a conta antes de ingressar no Instituto Confúcio	9	10.4%
Não, não tenho uma conta nesse aplicativo	48	55.8%

Fonte: Elaboração própria (2021).

As respostas tabeladas a essa questão evidenciam que os alunos que têm uma conta no aplicativo representam quase a metade do total, 44.2%. Entre esses, a grande maioria criou a conta após entrar no Instituto (76.3%), e apenas 9 (23.6%) já estavam no WeChat

<sup>24</sup> O aplicativo criado pela empresa chinesa Tencent em 2011 possui mais de um bilhão de usuários ativos e é um dos mais utilizados na China. O WeChat possui mais funções, quando comparado a aplicativos ocidentais como o WhatsApp ou Facebook, por exemplo. Não é muito conhecido no ocidente e é utilizado na China não só para comunicação, como também como rede social, e carteira digital/forma de pagamento (MONTAG; BECKER; GAN, 2018).



antes desse período. Entre o total de respondentes, 48 não possuem o aplicativo, o que corresponde a 55.8% do total. As perguntas subsequentes buscavam determinar com que frequência os alunos consumiam conteúdos ou produtos chineses antes e depois de entrar no Instituto Confúcio, respectivamente, com o objetivo de ver se o Confúcio teve alguma influência nesse processo.

Não é possível afirmar que apenas o Instituto teve influência sobre as respostas dos alunos, numa relação de causalidade total, mas é possível afirmar que foi um dos fatores influenciadores. Para fins de organização e análise, as opções foram separadas em três blocos, que conterão análises sobre as frequências com que os estudantes disseram consumir cada uma das opções antes e após iniciarem as aulas de mandarim. Em resumo, o primeiro bloco questionava sobre a frequência com que consumiam literatura chinesa, filmes, música, comidas e eventos. Esse bloco de perguntas está relacionado às categorias subjetivas “cozinha” e “contribuição global à cultura” de McClory e Harvey (2006). Além disso, também remete à categoria “cultura” de Lee (2009).

Tabela 13: Frequência do Consumo de Livros, Filmes, Músicas, Comidas e Eventos Chineses antes de ingressar no IC

Pergunta e Seção	Resposta em quantidade de Alunos				
	Todos os dias	Uma vez na semana ou mais	Uma vez no mês ou mais	Menos de uma vez ao mês	Nunca
<b>Antes de ingressar no Instituto Confúcio, com que frequência você consumia cada um dos itens abaixo?</b>					
Literatura chinesa	0	2	4	19	61
Filmes, Séries ou Programas de TV	5	13	8	20	40
Música chinesa	6	11	7	14	48
Culinária chinesa (em casa ou restaurantes. ex: restaurantes you yi, tempero chinês, muralha da china)	1	10	22	31	22
Eventos culturais (Celebrações do Ano Novo Chinês; oficinas de corte de papel e pintura)	0	1	4	24	57

Fonte: Elaboração própria (2021).

O resultado desse primeiro bloco de questões é bastante expressivo. Conforme se percebe, a maior parte dos itens testados nunca havia sido acessada pelos estudantes antes do ingresso no IC. Literatura chinesa aparece como a opção menos consumida pelos alunos,

com uma porcentagem de 70.9% na frequência “nunca”. Os eventos culturais são a segunda atividade com a qual menos estudantes entraram em contato antes de ingressar no Instituto Confúcio. Filmes, séries, programas de TV e música chinesa apresentam números similares em relação à frequência de consumo. Por fim, a culinária chinesa aparece como a opção mais conhecida entre os alunos, pois 74.4% dizem já terem experimentado a comida do país em algum momento de suas vidas.

Tabela 14: Frequência do Consumo de Livros, Filmes, Músicas, Comidas e Eventos Chineses após ingressar no IC

Pergunta e Seção	Resposta em quantidade de Alunos				
	Todos os dias	Uma vez na semana ou mais	Uma vez no mês ou mais	Menos de uma vez ao mês	Nunca
<b>Após ingressar no Instituto Confúcio, com que frequência você passou a consumir os itens citados abaixo?</b>					
Literatura chinesa	2	11	24	26	23
Filmes, Séries ou Programas de TV	11	23	24	17	11
Música chinesa	15	25	21	14	11
Culinária chinesa (em casa ou restaurantes. ex: restaurantes you yi, tempero chinês, muralha da china)	1	15	27	29	14
Eventos culturais (Celebrações do Ano Novo Chinês; oficinas de corte de papel e pintura)	3	6	19	34	24

Fonte: Elaboração própria (2021).

Conforme a tabela 14, a tendência se confirma: quando questionados sobre a frequência de consumo das opções após iniciar as aulas no Instituto, os números modificam-se consideravelmente. A porcentagem de pessoas que passou a consumir literatura chinesa, sem distinguir as frequências, passou de 25 e para 63, um aumento de 44.2%, com destaque para o consumo na frequência de “uma vez no mês ou mais”, que passou de 4 para 24 estudantes. Na categoria que inclui “Filmes, séries ou programas de TV”, houve um aumento considerável distribuído entre as frequências “uma vez no mês ou menos” e “todos os dias”, com os números indo de 46 para 75 alunos.

Em relação à música chinesa, das 37 novas pessoas que passaram a consumir o conteúdo, 23 passaram a ouvir canções “uma vez na semana ou mais” ou todos os dias. Os

números referentes à culinária chinesa não apresentaram grandes mudanças, indicando que o Instituto não foi um fator que influenciou tanto nessa área. Das 57 pessoas que nunca haviam ido a eventos envolvendo a cultura chinesa, 33 - mais da metade - passaram a frequentá-los, em sua maioria uma vez ao mês ou mais. As maiores influências podem ser identificadas nas categorias de consumo de literatura e música.

O segundo bloco está relacionado à frequência de consumo de conteúdos informativos sobre a China, tanto através de redes sociais, quanto através de mídias no geral (jornais, televisão) e eventos acadêmicos. As questões desse bloco não estão relacionadas a nenhuma categoria específica, mas demonstram o interesse dos alunos em saber mais sobre os assuntos de todas as categorias, seja ela cultural, política, econômica, entre outras.

Tabela 15: Frequência do Consumo de Conteúdos informativos sobre a China antes de ingressar no Instituto Confúcio

Pergunta e Seção	Resposta em quantidade de Alunos				
	Todos os dias	Uma vez na semana ou mais	Uma vez no mês ou mais	Menos de uma vez ao mês	Nunca
Contas em rede social (youtube; instagram) relacionados à China	10	9	17	14	36
Palestras e seminários acadêmicos	2	2	17	11	54
Notícias sobre a política e economia na China	11	17	24	19	15

Fonte: Elaboração própria (2021).

Antes de ingressar no Instituto, 36 pessoas não seguiam contas em redes sociais relacionados ao país asiático, o que representa 41.8% do total. Esse número aumenta em relação à presença em “palestras e seminários acadêmicos”, subindo para 54 (62.7%) o número de pessoas que nunca havia participado desse tipo de evento. Uma quantidade maior de pessoas já acompanhava notícias sobre economia e política chinesa nas mídias no geral.

Tabela 16: Frequência do Consumo de Conteúdos informativos sobre a China após ingressar no Instituto Confúcio

Pergunta e Seção	Resposta em quantidade de Alunos				
	Todos os dias	Uma vez na semana ou mais	Uma vez no mês ou mais	Menos de uma vez ao mês	Nunca
Após ingressar no Instituto Confúcio, com que frequência você passou a consumir os itens citados abaixo?					

Contas em rede social (youtube; instagram) relacionados à China	23	32	14	12	5
Palestras e seminários acadêmicos	3	7	36	23	17
Notícias sobre a política e economia na China	27	26	21	10	2

Fonte: Elaboração própria (2021).

Mais uma vez é possível constatar uma mudança importante. A tabela acima demonstra que houve um aumento de 35% na quantidade de pessoas que passou a seguir contas nas redes sociais para se informar sobre assuntos chineses de seu interesse. Depois de ingressar no Confúcio, 94.1% das pessoas que responderam à pesquisa se informam sobre o país através das redes sociais. A frequência com que as pessoas olham as postagens dessas contas todos os dias ou uma vez na semana ou mais também aumentou consideravelmente. A grande maioria dos alunos que passou a frequentar eventos acadêmicos o fez “uma vez ao mês ou mais” e “uma vez ao mês ou menos”.

Como grande parte dos estudantes já acompanha notícias, o que aumentou foi a quantidade de vezes que passaram a buscar por essas informações. A maior influência pode ser notada na busca por parte dos alunos de conhecimento em palestras e seminários, o que sugere sua vontade de entender de forma mais aprofundada certos temas após iniciar seus estudos de mandarim.

O terceiro bloco de perguntas buscou entender se houve alguma influência na área de consumo de produtos chineses e está relacionado principalmente à categoria subjetiva “exportação tecnológica” de McClory e Harvey (2006), mas também pode-se fazer uma ligação com a categoria “produtos de luxo”. Além disso, também remete à categoria “economia” de Lee (2009), pois engloba temas como empreendedorismo, qualidade dos produtos, competitividade das empresas, entre outros.

Tabela 17: Frequência do Consumo de Produtos Chineses antes de ingressar no Instituto Confúcio

Pergunta e Seção	Resposta em quantidade de Alunos				
	Todos os dias	Uma vez na semana ou mais	Uma vez no mês ou mais	Menos de uma vez ao mês	Nunca
<b>Antes de ingressar no Instituto Confúcio, com que frequência você consumia cada um dos itens abaixo?</b>					
Roupas e acessórios de marcas chinesas (shein, rowme)	3	2	10	31	40
Produtos de beleza/cosméticos de marcas chinesas	14	2	4	26	40

Produtos eletrônicos de marcas chinesas (Xiaomi, huawei)	1	10	21	29	25
Eletrodomésticos de marca chinesa (Xiaomi, Midea, TCL, Gree Electric)	7	3	9	25	42

Fonte: Elaboração própria (2021).

A frequência de consumo de roupas e acessórios, produtos de beleza e eletrodomésticos pelos estudantes é similar. Em média, metade dos alunos já consumiram dessas três categorias em algum momento, e na maioria das vezes, o fizeram menos de uma vez ao mês. Com respeito aos produtos eletrônicos de marcas chinesas, apenas 25 pessoas nunca os haviam utilizado, o que demonstra que 61 alunos (ou 70.9% deles), fazem uso desses produtos com alguma frequência. Ao falarmos de eletrônicos, podemos deduzir que aqueles indivíduos que utilizam os aparelhos com uma frequência menor que uma vez na semana possivelmente tiveram contato com equipamentos de amigos ou conhecidos com base na frequência com que as pessoas utilizam os seus celulares, tablets e computadores atualmente.

Tabela 18: Frequência do Consumo de Produtos Chineses após ingressar no Instituto Confúcio

Pergunta e Seção	Resposta em quantidade de Alunos				
	Todos os dias	Uma vez na semana ou mais	Uma vez no mês ou mais	Menos de uma vez ao mês	Nunca
Roupas e acessórios de marcas chinesas (shein, rowme)	5	4	11	36	30
Produtos de beleza/cosméticos de marcas chinesas	3	2	9	20	52
Produtos eletrônicos de marcas chinesas (Xiaomi, huawei)	15	5	8	31	27
Eletrodomésticos de marca chinesa (Xiaomi, Midea, TCL, Green Electric)	9	4	7	31	35

Fonte: Elaboração própria (2021).

Nesse bloco de opções, a palavra “consumo” poderia ser substituída por “uso” principalmente para as duas últimas categorias, de eletrônicos e eletrodomésticos, uma vez que as pessoas não compram novos itens todos os dias. Esse ajuste, no entanto, não foi exposto para os respondentes, o que pode ter afetado os números referentes a essas quatro

últimas categorias analisadas. A frequências de consumo referentes a compra de roupas e acessórios não sofreram grandes mudanças. Os 10 alunos que passaram a consumir dentro dessa categoria o fizeram nas mais variadas frequências. Na categoria cosméticos, pela primeira vez nota-se uma tendência contrária, com alunos deixando de utilizar cosméticos de marcas chinesas depois do ingresso no Instituto. Isso poderia ensejar outras pesquisas, para esmiuçar esses detalhes.

O mesmo acontece com produtos eletrônicos. No entanto, para esses aparelhos, apesar de a quantidade de pessoas que disseram consumir os equipamentos ter diminuído em dois alunos, 14 passaram a utilizar os eletrônicos todos os dias, o que pode indicar um aumento do uso pessoal desses produtos eletrônicos de marcas chinesas. Na categoria eletrodomésticos, 7 novos alunos passaram a consumir/utilizar esses produtos, em sua maioria menos de uma vez ao mês. No geral, no bloco de consumo de produtos chineses pelos alunos, o Instituto Confúcio não parece ter influenciado a visão dos estudantes sobre marcas, estimulando-os a consumir mais desses produtos.

A partir da pergunta seguinte do questionário, foi pedido que os respondentes classificassem de 1 a 10 a sua opinião referente a uma questão específica. As perguntas estão separadas por blocos temáticos para fins de análise. As perguntas 15 a 23 foram respondidas por todos os participantes. A nota final é dada pela média de todas as respostas, no entanto, na coluna central, é possível ver duas somas de notas, antes da média final. O primeiro número corresponde à soma da pontuação dada pelos alunos que responderam à pesquisa enviada por e-mail pelo Instituto Confúcio da UFRGS. Desses 46 alunos, 34 (73.9%) iniciaram os estudos no ano de 2021, e cursaram apenas um ou dois semestres. O segundo número corresponde à soma da pontuação dada pelos estudantes que responderam ao link enviado pela autora, que inclui alunos dos mais variados semestres.

Os dois números foram expostos, pois nota-se que os novos alunos têm uma visão mais positiva sobre todos os aspectos perguntados, o que resulta em uma soma maior, e conseqüentemente, em uma média maior, se fossem consideradas apenas as suas notas. Da questão 24 a 28, encontram-se as respostas dos 40 alunos que responderam à pesquisa enviada pela autora do trabalho, pois essas quatro últimas questões foram retiradas do questionário enviado pelo Confúcio.

As perguntas 15, 16 e 17, 18 indagam a opinião dos estudantes sobre a China no geral e sua vontade de viajar e morar no país e estão relacionadas às categorias subjetivas “simpatia” e “habitabilidade” de McClory e Harvey (2006). Além disso, tem certa ligação com o setor de “infraestrutura humana” de Lee (2009).

Tabela 19: Opinião dos Estudantes sobre a China no Geral e sua Vontade de Viajar e Morar no País

Pergunta	Resposta Média	Total de Respostas
Pergunta 15. Após ingressar no Instituto Confúcio, você mudou a visão que tinha a respeito da China no geral? Classifique de 1 a 10, sendo 1=visão muito mais negativa, 5= neutro, e 10=visão muito mais positiva.	$343 + 294 / 86$ 7,4	86
Pergunta 16: Classifique de 1 a 10 a sua vontade de viajar para a China antes de ingressar no Instituto Confúcio, sendo 0 nenhuma e 10 muita vontade.	$296 + 222 / 86$ 6,0	86
Pergunta 17: Classifique de 1 a 10 a sua vontade de viajar para a China após ingressar no Instituto Confúcio, sendo 0 nenhuma e 10 muita vontade.	$405 + 356 / 86$ 8,8	86
Pergunta 18. Após ingressar no Instituto Confúcio, houve mudança na probabilidade de você morar na China? Classifique de 1 a 10, sendo 1= probabilidade de morar na China diminuiu significativamente, 5= neutro e 10= a probabilidade de morar na China aumentou significativamente	$338 + 280 / 86$ 7,1	86

Fonte: Elaboração própria (2021).

Como é possível observar, a opinião dos participantes a respeito da China alterou-se de maneira positiva após iniciarem os estudos no Instituto, representada pela nota média que fica ao redor de 7.4. Quando perguntados a respeito da vontade de viajar para o país, a média passa de 6 para 8.8, demonstrando a grande influência que as aulas tiveram no interesse dos alunos de conhecer o país pessoalmente. Em relação a morar na China, a probabilidade também se mostra mais positiva, porém, com a média mais baixa do grupo, de 7.1. As perguntas 19, 20 e 21 indagam sobre a visão dos respondentes a respeito dos campos de educação superior e mercado de trabalho e estão relacionadas à categoria “habitabilidade” de McClory e Harvey (2016) e à categoria “infraestrutura humana” de Lee (2009).

Tabela 20: Opinião dos Estudantes sobre Universidades e Mercado de Trabalho Chinês

Pergunta	Resposta Média	Total de Respostas
Pergunta 19. Após ingressar no Instituto Confúcio, houve mudança na sua visão sobre a qualidade das universidades	$342 + 294$ 7,3	86

chinesas? Classifique de 1 a 10, sendo 1=minha visão sobre a qualidade das universidades piorou muito, 5= neutro, e 10=minha visão sobre a qualidade das universidades melhorou muito.		
Pergunta 20. Após ingressar no Instituto Confúcio, houve mudança na sua visão sobre as oportunidades do mercado de trabalho na China? Classifique de 1 a 10, sendo 1=minha visão sobre o mercado de trabalho piorou muito, 5= neutro, e 10=minha visão sobre o mercado de trabalho melhorou muito.	304 + 287 + 6,8	86
Pergunta 21. Após ingressar no Instituto Confúcio, houve mudança nos seus planos de carreira, direcionando-os para temas/mercados relacionados à China? Classifique de 1 a 10, sendo 1= meus planos de carreira se voltaram totalmente em direção contrária à China, 5= neutro e 10= meus planos de carreira se voltaram totalmente em direção à China.	327 + 262 6,8	86

Fonte: Elaboração própria (2021).

A opinião dos alunos a respeito da qualidade das universidades chinesas alterou-se de forma positiva, com uma média de 7.3, sendo 10 “minha visão sobre a qualidade das universidades melhorou muito”. Quando questionados sobre o mercado de trabalho e mudanças de planos de carreira envolvendo a China, a resposta também é positiva, apesar do menor grau, 6.8. Os dois últimos blocos de questões estão relacionados, no geral, à influência política e econômica da China no sistema internacional. A pergunta 22 está mais especificamente relacionada à categoria “exportação de produtos tecnológicos” de McClory e Harvey (2016) e à categoria “economia” de Lee (2009). A pergunta 23, por sua vez, relaciona-se à categoria subjetiva “cultura” de McClory e Harvey (2016) e de “infraestrutura humana” de Lee (2009).

Tabela 21: Opinião dos Estudantes sobre a Influência Política e Econômica da China no Mundo

Pergunta	Resposta Média	Total de Respostas
Pergunta 22. Após ingressar no Instituto Confúcio, houve mudança na sua visão sobre a importância das empresas multinacionais chinesas para o mundo? Ex: xiaomi, aliexpress, shein, bytedance (tik tok <sup>25</sup> ). Classifique de 1 a 10, sendo 1= importância das empresas chinesas diminuiu significativamente, 5= neutro e 10= importância das empresas chinesas aumentou significativamente	315 + 294 7,0	86

<sup>25</sup> As empresas que aparecem na questão foram citadas apenas como exemplos para facilitar a compreensão.



Pergunta 23. Após ingressar no Instituto Confúcio, você acha que a língua chinesa poderá se tornar tão importante quanto o inglês nas próximas décadas? Classifique de 1 a 10, sendo 1= não se tornará tão importante quanto o inglês, 5= neutro, e 10= se tornará igualmente importante ao inglês.	353 + 281 /86 7,3	86
---	----------------------	----

Fonte: Elaboração própria (2021).

A nota média sete dada como resposta à pergunta vinte e dois indica que há um aumento na percepção da importância das empresas chinesas no cenário internacional. Da mesma forma, a nota 7.3 na questão vinte e três demonstra que, na visão dos alunos, o inglês está no caminho e tem possibilidade de se tornar uma língua tão importante quanto o inglês. Na tabela 22, encontram-se questões que englobam a relação da China com o Brasil, sua atuação em organizações internacionais, seu comprometimento com o meio ambiente e direitos humanos e por fim, seu papel como líder asiático. As quatro últimas perguntas estão relacionadas à categoria subjetiva “política externa” de McClory e Harvey (2016). Na visão de Lee (2009), as perguntas 24, 27 e 28 estão relacionadas à categoria “diplomática” e as questões 25 e 26 à categoria “política”.

Tabela 22: Opinião dos Estudantes sobre a Influência Política e Econômica da China no Mundo

Pergunta	Resposta Média	Total de Respostas
Pergunta 24. Após ingressar no Instituto Confúcio, houve mudança na sua visão sobre a importância das relações entre China e Brasil para o nosso país? Classifique de 1 a 10, sendo 1=importância das relações China-Brasil diminuiu significativamente, 5= neutro, e 10= importância das relações China-Brasil aumentou significativamente.	342/40 8,5	40
Pergunta 25. Após ingressar no Instituto Confúcio, houve mudança na sua visão sobre o comprometimento da China com os direitos humanos? Classifique de 1 a 10, sendo 1=visão muito mais negativa, 5= neutro, e 10=visão muito mais positiva.	202/40 5,0	40
Pergunta 26. Após ingressar no Instituto Confúcio, houve mudança na sua visão sobre o comprometimento da China com o meio ambiente? Classifique de 1 a 10, sendo 1=visão muito mais negativa, 5= neutro, e 10=visão muito mais positiva.	236/40 5,9	40
Pergunta 27. Após ingressar no Instituto Confúcio, houve mudança na sua visão sobre a importância da China dentro de organizações internacionais? Ex: Atuação da China na ONU;	274/40 6,8	40

BRICS; Organização Mundial da Saúde; Organização Mundial do Comércio. Classifique de 1 a 10, sendo 1=muito menos importante, 5= neutro, e 10=muito mais importante		
Pergunta 28. Após iniciar os estudos no IC, houve mudança na sua visão sobre a liderança da China no continente asiático? Classifique de 1 a 10, sendo 1=a China está longe de ser a principal liderança no continente asiático, 5= neutro, e 10= a China atua como principal liderança no continente asiático	301/40 7,5	40

Fonte: Elaboração própria (2021).

Nesse bloco de questões, como fica evidenciado na tabela acima, os estudantes demonstram que sua visão sobre a importância das relações entre Brasil e China aumentou significativamente pela nota dada, 8.5, segunda pontuação mais alta entre todas as questões, apenas atrás da vontade de viajar para a China após entrar no Instituto Confúcio, que ficou em 8.7. Essa é uma área de grande influência do Instituto Confúcio, uma vez que brasileiros passam a dar mais importância para a relação entre o seu país e a China. No quesito comprometimento com os direitos humanos, pela primeira vez a visão dos estudantes manteve-se neutra. O resultado funciona como alarme, já que um ponto abaixo e já estaríamos considerando uma avaliação mais negativa. Isso pode se dever a uma série de fatores, entre eles o desconhecimento dos estudantes com relação a esse tema sensível em específico e sua preocupação em não se comprometer. Com relação à área ambiental, embora a primeira impressão possa ser a de que não parece ter havido grande influência do Instituto, uma vez que a nota permaneceu em 5.9, próxima da neutralidade, também vale o que consideramos na questão anterior. Indica-se que a visão acerca da importância da atuação da China em organizações internacionais cresceu, mas não mais que sua posição como principal líder do continente asiático.

Em suma, nota-se que a influência de *soft power* do Instituto Confúcio não pode ser medida por categoria, pois mesmo dentro da mesma categoria (cultural, econômica, política, diplomática etc.) as notas diferem. É possível, no entanto, ver em quais questões pontuais o Instituto Confúcio teve maior e menor influência.

A maioria dos alunos, 86%, foi influenciada pelo fator preço ao escolher o Instituto Confúcio como escola de ensino e cultura de língua chinesa. Após esse primeiro momento, o Instituto influenciou intensamente na vontade dos alunos de conhecer a China (8,8 maior média de todo o questionário). O interesse em estudar na China com bolsa também se destaca, com 76% dos alunos interessados em alguma das oportunidades oferecidas. Nas perguntas relacionadas à frequência de consumo, a maior influência se deu no âmbito

cultural, principalmente no consumo de literatura chinesa. A procura por notícias e meios de se informar sobre a China também cresceu consideravelmente. Os âmbitos de menor influência do Instituto Confúcio estão relacionados ao consumo de cosméticos e eletrodomésticos, ou seja, ao proporcionar confiança para o consumo das marcas que produzem esses bens. Além disso, em relação ao comprometimento com as áreas de direitos humanos e meio ambiente, constatou-se que o Instituto não foi capaz de influenciar a opinião dos alunos de maneira positiva, divergindo do que aconteceu em todas as outras categorias em maior ou menor grau.

## 5 CONCLUSÃO

O presente trabalho tinha como objetivo central entender se e em que termos é possível assumir que o Instituto Confúcio atua como ferramenta de *soft power*, influenciando a opinião dos alunos em temas relacionados à China de maneira positiva. O trabalho focou no caso do Instituto Confúcio da UFRGS e na opinião dos seus estudantes. A testagem da hipótese implicou no estudo do conceito de *soft power* de Joseph Nye, que se mostrou de acordo com a função exercida pelo Instituto. A análise de documentos com identificação de notícias que relacionam o envolvimento do IC em projetos com o governo de Porto Alegre, somados à entrevista episódica realizada, também sinalizaram positivamente. Por fim, os resultados obtidos com a aplicação dos questionários aos alunos do IC demonstraram que o Instituto tem sido, sim, capaz de influenciar positivamente a opinião dos alunos matriculados sobre diversas áreas relacionadas à China, funcionando como uma ferramenta de *soft power*. Através do questionário também foi possível determinar em quais esferas e em qual medida essa influência ocorre.

Apesar de artigos de teóricos chineses de *soft power*, como Yan Xuetong e Yu Xintian, e até mesmo os discursos de líderes, como o do presidente da China, Xi Jinping, discorrerem sobre a existência de estratégias de *soft power* cultural, os representantes chineses não identificam expressamente o Instituto Confúcio como sendo uma dessas ferramentas estratégicas. A relação, entretanto, é confirmada por outros autores, como Paradise (2009, p.649, traduzido pela autora), que afirma que "o projeto do Instituto Confúcio faz parte de uma projeção de poder mais ampla e suave na qual a China está tentando conquistar corações e mentes para fins políticos". "A nova rede de Institutos Confúcio tem uma agenda política: apresentar uma imagem mais gentil da China para o mundo exterior" (GILL; HUANG, 2006, p.18, traduzido pela autora).

A China estaria buscando, nesse sentido, exercer *soft power* sob a população local através da ideologia marxista, e tentando levar essa influência para além das suas fronteiras através da exposição da sua cultura com o Instituto Confúcio (WANG; LU, 2008), o projeto chinês de maior sucesso que coordena e centraliza a estratégia de diplomacia cultural do país (LI; WORM, 2010). Líderes e pensadores chineses acreditam que a visão de ameaça criada no sistema internacional pela ascensão da China como potência pode ser mitigada através do *soft power*, que atua alterando a visão da comunidade internacional a respeito da China, diminuindo os estereótipos negativos, o que mostra-se verdadeiro a partir dos resultados obtidos no questionário, com destaque para a opinião de novos estudantes (mais positiva).

A estratégia utilizada pelo governo chinês vai de encontro com a política externa de líderes do país, e alcança o objetivo de mudar a opinião das pessoas sobre a China, inclinando a sua visão para uma perspectiva mais positiva através do poder brando cultural exercido pelo Instituto Confúcio. Os reflexos que essa influência terá no sistema internacional, na opinião da autora, ainda são incertos, e não constituem em si uma ameaça, como trazido por teóricos ocidentais, uma vez que carece a esses maior compreensão da maneira de pensar e agir dos chineses, assim como de seus objetivos.

Por meio das trocas culturais, o país consegue mostrar ao mundo a China sob um aspecto de maior confiança e oportunidades. Nesse ponto, os Institutos Confúcio ajudam na projeção de imagem positiva do país, por tratarem de temas como a história milenar da civilização chinesa, ao invés de focarem em temas relacionados ao sistema político da nação, por exemplo.

Por meio da pesquisa, verificou-se que o primeiro Instituto Confúcio foi inaugurado em 2004 em Seul, na Coreia, e a alocação das seguintes unidades ao redor do mundo está relacionada diretamente a três fatores: tamanho da população (relação direta); importância das relações econômicas entre a China e o país parceiro (relação direta); e a tendência de votos na ONU (relação inversa). As evidências mostram que o Instituto Confúcio consegue promover, ao mesmo tempo, interesses culturais, econômicos e políticos através dos Institutos Confúcio (HUANG; XIANG, 2018).

Além disso, verificou-se que o Instituto Confúcio é apresentado pela China como um projeto não ligado ao governo, porém, evidências acessadas durante o trabalho demonstram o contrário. A primeira, e mais significativa delas, está relacionada ao fato de a Hanban (responsável pela administração dos Institutos), ser composta por 12 agências estatais. Além do Ministério da Educação, destaca-se o Ministério de Relações Exteriores e a Administração Estatal de Imprensa e Publicações. Apesar de, em julho de 2020, o nome da unidade ter sido alterado para Centro de Cooperação e Ensino de Línguas e o financiamento transferido para uma nova organização não governamental, a Fundação Internacional Chinesa de Educação, a suspeita de que os Institutos estão sujeitos a uma administração ligada ao governo chinês e ao Partido Comunista permanece. Não parece haver, até o momento, nenhuma informação disponível sobre a Fundação Internacional Chinesa de Educação, organização não governamental criada e nomeada como financiadora dos Instituto Confúcio a partir da metade do ano passado.

Outro fator que coloca dúvidas a respeito da relação entre o Partido e os IC's, ou sobre a profundidade dessas relações, está no fato de que para ser selecionado como um professor chinês do Instituto é necessário que o profissional se encaixe na seleção feita pelo

Ministério da Educação, um forte indicativo de correlação entre a instituição e o governo. Além disso, a diretora geral da Hanban e chefe do Instituto Confúcio, Xu Lin, ocupa esses cargos desde 2009, após construir sua carreira dentro do Partido Comunista e do Ministério da Educação. Três dos outros quatro chefes que o Instituto já possuiu também seguiram esse mesmo caminho (PETERSON, 2017).

No caso do Instituto Confúcio da UFRGS, o envolvimento não se restringe às atividades de ensino da língua e cultura promovidas para estudantes e para a comunidade em geral, pois a presença do Instituto também pode ser notada em eventos oficiais do governo, sempre que representantes chineses fazem visitas oficiais a Porto Alegre. Isso ocorreu, para citar alguns exemplos, no ano de 2019, com o apoio ao evento da prefeitura Semanas Internacionais, realizado entre os meses de março e novembro em Porto Alegre, que buscou oferecer um espaço propício a parcerias, investimentos e negócios entre empreendedores. No lançamento do evento em setembro de 2018 estiveram presentes cónsules, embaixadores, representantes do Itamaraty, de Universidades, institutos culturais e entidades comerciais de 12 países. Ainda em 2019, representantes do Instituto Confúcio da UFRGS estiveram presentes na visita do embaixador chinês no Brasil a Porto Alegre, que contou com a presença do presidente da Frente Parlamentar Brasil-China, deputado estadual Jeferson Fernandes (PT), parlamentares de outros partidos e empresários (entre eles representantes da Farsul, da Federasul, Fiergs; Famurs) (INSTITUTO CONFÚCIO NA UFRGS, 2019c). A entrevista com a professora Liane também emitiu um relato sobre o interesse do primeiro diretor do IC da UFRGS, ao chegar no Brasil, de procurar estabelecer contatos com o governo do Estado através dos representantes da Universidade.

Os resultados obtidos através das respostas do questionário, cujas perguntas foram elaboradas com base nos estudos e categorias mobilizadas por McClory e Harvey (2006) e Lee (2009), também foram importantes para comprovar a relação do Instituto Confúcio como ferramenta de *soft power* e a hipótese estabelecida inicialmente, referente a sua capacidade de influenciar a opinião dos alunos sobre a China de maneira positiva. Os resultados obtidos nessa aplicação sinalizaram que a influência de *soft power* do Instituto Confúcio de Porto Alegre não pode ser medida por categoria, mas pode-se constatar em quais questões pontuais o Instituto Confúcio teve maior e menor influência.

O Instituto influenciou intensamente na vontade dos alunos de conhecer a China (8,8 maior média de todo o questionário). O interesse em estudar na China com bolsa também se destaca, com 76% dos alunos interessados em alguma das oportunidades oferecidas. Nas perguntas relacionadas à frequência de consumo, a maior influência se deu âmbito cultural, principalmente no consumo de literatura chinesa. A procura por notícias e meios de se

informar sobre a China também cresceu consideravelmente. Os âmbitos de menor influência do Instituto Confúcio estão relacionados ao consumo de cosméticos e eletrodomésticos, ou seja, ao proporcionar confiança para o consumo das marcas que produzem esses produtos. Além disso, em relação ao comprometimento com as áreas de direitos humanos e meio ambiente, o Instituto não foi capaz de influenciar a opinião dos alunos de maneira positiva, divergindo do que aconteceu em todas as outras categorias em maior ou menor grau.

Por fim, ao analisar a teoria referente ao *soft power*, descobriu-se que na visão de Nye (2011), um efeito de *soft power* de modelo indireto, ou seja, aquele que passa pela influência da opinião pública, somente passa a ter os resultados considerados uma vez que atinge as elites. No caso do *soft power* com características chinesas, no entanto, pode-se entender que, quando a opinião do indivíduo é alterada por uma política de diplomacia pública, por exemplo, já é válido como um exemplo de resultado efetivo de *soft power*. Sob essa perspectiva chinesa, a cultura “estabelece um fundamento de respeito e tolerância por parte de atores estrangeiros, que, ao longo do tempo, podem ajudar a moldar um ambiente internacional favorável ao crescimento da China” (WUTHNOW, 2008, p.10, traduzido pela autora). Nesse sentido, poderíamos aferir, a partir das respostas obtidas, que o *soft power* da vertente chinesa está em pleno funcionamento em Porto Alegre, a partir das atividades do IC.

Como desdobramentos do trabalho de pesquisa capazes de instruir pesquisas futuras na linha de estudo sobre a influência do Instituto Confúcio como ferramenta de *soft power* destaca-se a possibilidade de criar as próprias categorias de análise para pesquisas de opinião, não mais replicando o modelo utilizado por outros pesquisadores, assim como um modelo de perguntas que possa ser aplicado em questionários para alunos dos Institutos Confúcio do Brasil inteiro. Outra possibilidade interessante é a de incluir a opinião de professores e funcionários dos ICs nas pesquisas de opinião. Nesse trabalho foi possível determinar apenas as áreas nas quais houve maior ou menor influência do IC, mas com categorias estabelecidas e um modelo de perguntas é possível analisar os resultados de forma aprofundada, criando um índice de medida e comparando as respostas por Instituto, região, área de influência, entre outros.

Além disso, para fins de complemento desse trabalho e para uma análise mais aprofundada da história do IC na UFRGS, entrevistas com a professora Jane Tutikian e com os diretores do Instituto Confúcio podem produzir resultados adicionais. Tanto a professora, quanto o IC foram contatados sobre essa possibilidade, mas não houve resposta. Outros

documentos que agregariam ao trabalho e não foram solicitados pela autora ao IC da UFRGS seriam as renovações dos acordos entre o Instituto Confúcio e a Universidade Federal do Rio Grande do Sul a cada cinco anos. Todas essas são possibilidades a serem exploradas a seguir.



## REFERÊNCIAS

BOAO FORUM FOR ASIA. **Overview**. Disponível em: <https://english.boaoforum.org/newsDetail.html?navId=1&itemId=0&permissionId=118&detailId=2090>. Acesso em: 27 out. 2021.

BRESLIN, Shaun. A Hard-Bitten Pursuit of *Soft power*. In: ANHEIER, Helmut K.. **Bridging the Trust Divide**: cultural diplomacy and fostering understanding between china and the west. Essen: Stiftung Mercator, 2012. p. 60-67. Disponível em: [https://www.stiftung-mercator.de/content/uploads/2020/12/Bridging\\_the\\_trust\\_divide.pdf](https://www.stiftung-mercator.de/content/uploads/2020/12/Bridging_the_trust_divide.pdf). Acesso em: 12 out. 2021.

CAO, Qing. The language of *soft power*: mediating socio-political meanings in the chinese media. **Critical Arts**, [S.L.], v. 25, n. 1, p. 7-24, mar. 2011. Informa UK Limited. <http://dx.doi.org/10.1080/02560046.2011.552203>. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02560046.2011.552203>. Acesso em: 27 out. 2021.

CAMBRIDGE DICTIONARY. **Bang for the buck**. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/bang-for-the-buck>. Acesso em: 30 out. 2021.

CENTER FOR LANGUAGE EDUCATION AND COOPERATION. **Center for Language Education and Cooperation**. 2021. Disponível em: <http://www.chinese.cn/page/#/pcpage/mainpage>. Acesso em: 28 out. 2021.

CENTRO CULTURAL DA ÁSIA EM SÃO PAULO. **Centro Cultural da Ásia em São Paulo**. Disponível em: <https://www.facebook.com/centroculturaldaasiayawen/>. Acesso em: 05 set. 2021.

CENTRO DE LÍNGUA E CULTURA CHINESA. **Escola de cursos de mandarim**. Disponível em: <http://www.chinbra.com.br/?p=sobre>. Acesso em: 05 set. 2021.

CHINA DAILY. **The Central Organizations of the CPC**. 2007. Disponível em: [http://www.chinadaily.com.cn/china/2007-07/10/content\\_6142019.htm](http://www.chinadaily.com.cn/china/2007-07/10/content_6142019.htm). Acesso em: 27 out. 2021.

CONFUCIUS INSTITUTE U.S. CENTER (Estados Unidos). **Clarity around Name Change**. Disponível em: <https://www.ciuscenter.org/clarity-around-name-change/d> Name Change. Acesso em: 25 ago. 2021.

CONTA OFICIAL DO HSK NO TWITTER. Clec. **HSK is about to be reformed**. 2020. Disponível em: <https://mobile.twitter.com/HSKTestOfficial/status/1263362479553302529>. Acesso em: 09 set. 2020.

FLÁVIO DUTRA (Porto Alegre). Ufrgs. **Cerimônia de inauguração**. 2012. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/ufrgs/noticias/galerias/inauguracao-do-instituto-confucio>. Acesso em: 27 out. 2021.

MENECELLI FILHO, Paulo Roberto Tadeu. **DIPLOMACIA CULTURAL CHINESA: INSTRUMENTOS DA ESTRATÉGIA DE INSERÇÃO INTERNACIONAL DA CHINA NO SÉCULO XXI**. 2018. 130 f. Tese (Doutorado) - Curso de Relações Internacionais, Unb, Brasília, 2018. Disponível em: <https://repositorio.unb.br/handle/10482/34397>. Acesso em: 18 ago. 2021.

FUNDAÇÃO ARMANDO ALVARES PENTEADO. **O Instituto Confúcio para Negócios na FAAP**. Disponível em: <https://www.faap.br/institutoconfucio/pdf/Confucio.pdf>. Acesso em: 05 set. 2021.

FUNDAÇÃO CLEC (Santiago). **Diretório**. 2021a. Disponível em: [https://fundacionclec.org/pt-br/?page\\_id=383](https://fundacionclec.org/pt-br/?page_id=383). Acesso em: 25 ago. 2021.

FUNDAÇÃO CLEC (Santiago). **Objetivo e Funções**. 2021b. Disponível em: [https://fundacionclec.org/pt-br/?page\\_id=379](https://fundacionclec.org/pt-br/?page_id=379). Acesso em: 08 set. 2021.

GLASER, Bonnie S. *et al.* *Soft power with Chinese Characteristics: the ongoing debate*. In: CENTER FOR STRATEGIC AND INTERNATIONAL STUDIES (org.). **Hinese Soft power and Its Implications for the United States**. Washington: Center For Strategic And International Studies, 2009. p. 1-137. Disponível em: [https://csis-website-prod.s3.amazonaws.com/s3fspublic/legacy\\_files/files/media/csis/pubs/090403\\_mcgiffert\\_chinesesoftpower\\_web.pdf](https://csis-website-prod.s3.amazonaws.com/s3fspublic/legacy_files/files/media/csis/pubs/090403_mcgiffert_chinesesoftpower_web.pdf). Acesso em: 28 set. 2021.

GIL, Jeffrey. **Soft power and the Worldwide Promotion of Chinese Language Learning: the confucius institute project**. Bristol: Multilingual Matters, 2017. 145 p.

GILL, Bates; HUANG, Yanzhong. Sources and limits of Chinese 'soft power'. **Survival**, [S.L.], v. 48, n. 2, p. 17-36, jun. 2006. Informa UK Limited. <http://dx.doi.org/10.1080/00396330600765377>. Disponível em: <http://comw.org/cmp/fulltext/0606gill.pdf>. Acesso em: 10 set. 2021.

HART, Brian. **The CCP's Shifting Priorities: An Analysis of Politburo Group Study Sessions**. 2021. Disponível em: <https://jamestown.org/program/the-ccps-shifting-priorities-an-analysis-of-politburo-group-study-sessions/>. Acesso em: 10 nov. 2021.

HARTIG, Falk. **Chinese Public Diplomacy: the rise of the confucius institute**. Nova Iorque: Routledge New Diplomacy Studies, 2016. 215 p.

HARVARD KENNEDY SCHOOL. Harvard Kennedy School. **Profile of Joseph Nye**. 2021. Disponível em: <https://www.hks.harvard.edu/faculty/joseph-nye>. Acesso em: 10 nov. 2021.

HU, Jintao. **Hu Jintao's report at 17th Party Congress**: vii. promoting vigorous development and prosperity of socialist culture. VII. Promoting Vigorous Development and Prosperity of Socialist Culture. 2007. Disponível em: [http://www.csc.it/upload/doc/full\\_text\\_of\\_hu\\_jintaos\\_report\\_at\\_17th\\_party\\_congress\\_\\_\\_qiushi\\_journal.pdf](http://www.csc.it/upload/doc/full_text_of_hu_jintaos_report_at_17th_party_congress___qiushi_journal.pdf). Acesso em: 27 out. 2021.

INSTITUTO CONFÚCIO NA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA. **Instituto Confúcio na Universidade de Brasília**. 2021. Disponível em: [https://www.facebook.com/confuciounb/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/confuciounb/?ref=page_internal). Acesso em: 5 set. 2021.

INSTITUTO CONFÚCIO NA UFRGS (Porto Alegre). **Summer Camp na China**. 2019. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/confucio/summer-camp-na-china/>. Acesso em: 08 set. 2021.

INSTITUTO CONFÚCIO NA UFRGS (Porto Alegre). Ufrgs. **Autoridades da Hanban visitam o Instituto Confúcio na UFRGS**. 2019b. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/confucio/eventos/autoridades-da-hanban-visitam-o-instituto-confucio-na-ufrgs/>. Acesso em: 01 set. 2021.

INSTITUTO CONFÚCIO NA UFRGS (Porto Alegre). Ufrgs. **Domingo da Cultura Chinesa - Semanas Internacionais**. 2019c. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/confucio/event/domingo-da-cultura-chinesa-semanas-internacionais/>. Acesso em: 03 set. 2021.

INSTITUTO CONFÚCIO NA UFRGS (Porto Alegre). **Embaixador da China no Brasil visita Porto Alegre**: legislativo gaúcho entrega a embaixador chinês pedido de consulado. Legislativo gaúcho entrega a embaixador chinês pedido de consulado. 2019d. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/confucio/noticias/embaixador-da-china-no-brasil-visita-porto-alegre/>. Acesso em: 03 set. 2021.

INSTITUTO CONFÚCIO NA UFRGS (Porto Alegre). **Reunião Anual do Conselho do Instituto Confúcio da UFRGS, 2019**. 2019e. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/confucio/noticias/reuniao-anual-2019/>. Acesso em: 03 set. 2021.

INSTITUTO CONFÚCIO NA UFRGS (Porto Alegre). **Chinese Bridge 汉语桥”汉语大赛**. 2021a. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/confucio/chinese-bridge/>. Acesso em: 05 set. 2021.

INSTITUTO CONFÚCIO NA UFRGS (Porto Alegre). **Está aberto o edital de seleção para bolsa de estudos na China em 2021**. 2021b. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/confucio/cursos/bolsas/esta-aberto-o-edital-de-selecao-para-bolsa-de-estudos-na-china-em-2021/>. Acesso em: 28 ago. 2021.

INSTITUTO CONFÚCIO NA UFRGS (Porto Alegre). **Alunos do Instituto Confúcio na UFRGS participam da competição nacional Chinese Bridge 2021**. 2021c. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/confucio/eventos/chinese-bridge/alunos-do-instituto-confucio-na-ufrgs-participam-da-competicao-nacional-chinese-bridge-2021/>. Acesso em: 05 set. 2021.

INSTITUTO CONFÚCIO NA UFRGS (Porto Alegre). **Equipe Brasileira**. 2021d. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/confucio/equipe/equipe-brasileira/>. Acesso em: 03 set. 2021.

INSTITUTO CONFÚCIO NA UFRGS (Porto Alegre). **Guia do Curso 2021/2**. 2021e. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/confucio/guia-do-curso-2021-2/>. Acesso em: 08 set. 2021.

INSTITUTO CONFÚCIO NA UFRGS (Porto Alegre). **INSCRIÇÕES ABERTAS**: curso de língua chinesa 2021.2. Curso de Língua Chinesa 2021.2. 2021f. Disponível em:

<https://www.ufrgs.br/confucio/cursos/inscricoes-abertas-curso-de-lingua-chinesa-2021-2/>. Acesso em: 08 set. 2021.

INSTITUTO CONFÚCIO NA UNESP (São Paulo). **Sobre o Instituto Confúcio na UNESP: quem somos. Quem Somos.** 2021. Disponível em: <https://www.institutoconfucio.com.br/sobre/>. Acesso em: 25 ago. 2021.

INSTITUTO CONFUCIUS PUC-RIO. **Institucional.** Disponível em: <http://www.confucius.puc-rio.br/br/info/1/institucional#a8>. Acesso em: 5 set. 2021.

INVESTOPEDIA. **Trickle-Down Effect.** Disponível em: <https://www.investopedia.com/terms/t/trickle-down-effect.asp>. Acesso em: 30 out. 2021.

KLUVER, Randolph. Introduction: The Confucius Institute as a communicative phenomenon. **China Media Research**, Hangzhou, v. 1, n. 10, p. 35-46, jan. 2014. Disponível em: <https://www.thefreelibrary.com/Introduction%3A+The+Confucius+Institute+as+a+communicative+phenomenon.-a0361847636>. Acesso em: 24 ago. 2021.

LAI, Hongyi. Introduction: The *soft power* concept and a rising China. In: LAI, Hongyi. **China's Soft power and International Relations**. Londres: Routledge, 2012. p. 1-216. Disponível em: <https://www.taylorfrancis.com/books/edit/10.4324/9780203122099/china-soft-power-international-relations-hongyi-lai-yiyi-lu?refId=44a2a7e8-9a37-4aec-9f77-bc776f252da1&context=ubx>. Acesso em: 27 set. 2021.

LEE, Jung-Nam. China's *soft power* in East Asia: an estimation based on the outcome of surveys of six countries. **Korean Journal Of Defense Analysis**, [S.L.], v. 21, n. 2, p. 185-204, jun. 2009. Informa UK Limited. <http://dx.doi.org/10.1080/10163270902913954>. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10163270902913954?journalCode=rkjd20>. Acesso em: 29 set. 2021.

LI, Xin; WORM, Verner. Building China's *Soft power* for a Peaceful Rise. **Journal Of Chinese Political Science**, [S.L.], v. 16, n. 1, p. 69-89, 24 nov. 2010. Springer Science and Business Media LLC. <http://dx.doi.org/10.1007/s11366-010-9130-2>. Disponível em: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11366-010-9130-2>. Acesso em: 22 set. 2021.

LIU, Tony Tai-Ting; TSAI, Tung-Chieh. Swords into ploughshares? China's *Soft power* strategy in Southeast Asia and its challenges1. **Revista Brasileira de Política Internacional**, [S.L.], v. 57, n. special issue, p. 28-48, 2014. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/0034-7329201400203>. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/0034-7329201400203>. Acesso em: 23 ago. 2021.

MCCLORY, Jonathan. **The Soft power 30: a ranking of soft power.** A Ranking of *Soft power*. 2019. Disponível em: <https://softpower30.com/wp-content/uploads/2019/10/The-Soft-Power-30-Report-2019-1.pdf>. Acesso em: 29 out. 2021.

MCCLORY, Jonathan; HARVEY, Olivia. The *Soft power* 30: getting to grips with the measurement challenge. **Global Affairs**, [S.L.], v. 2, n. 3, p. 309-319, 26 maio 2016. Informa UK Limited. <http://dx.doi.org/10.1080/23340460.2016.1239379>. Disponível em:

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/23340460.2016.1239379?journalCode=rgaf>  
20. Acesso em: 10 out. 2021.

MEREDITH, Anne. **The Newly Revised HSK (2021):** what you need to know. What You Need to Know. 2021. Disponível em: <https://studycli.org/learn-chinese/the-new-hsk/>. Acesso em: 09 set. 2021.

MONTAG, Christian; BECKER, Benjamin; GAN, Chunmei. The Multipurpose Application WeChat: a review on recent research. **Frontiers In Psychology**, Suíça, v. 9, n. 1, p. 1-8, 11 dez. 2018. Frontiers Media SA. <http://dx.doi.org/10.3389/fpsyg.2018.02247>. Disponível em: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2018.02247/full>. Acesso em: 10 out. 2021.

NYE, Joseph S. *Soft power*. **Foreign Policy**, [S.L.], n. 80, p. 153, 1990. JSTOR. <http://dx.doi.org/10.2307/1148580>. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/1148580>. Acesso em: 17 set. 2021.

NYE, Joseph S. **Soft power: the means to success in world politics**. Nova Iorque: Public affairs, 2004. 206 p.

NYE, Joseph S. **Think Again: Soft power**. 2006. Disponível em: <https://foreignpolicy.com/2006/02/23/think-again-soft-power/>. Acesso em: 26 set. 2021.

NYE, Joseph S. *Soft power: the origins and political progress of a concept*. **Palgrave Communications**, [S.L.], v. 3, n. 1, p. 1-3, 21 fev. 2017. Springer Science and Business Media LLC. <http://dx.doi.org/10.1057/palcomms.2017.8>. Disponível em: <https://www.nature.com/articles/palcomms20178>. Acesso em: 17 set. 2021.

PARADISE, James F.. China and International Harmony: the role of confucius institutes in bolstering beijing's *soft power*. **Asian Survey**, [S.L.], v. 49, n. 4, p. 647-669, 1 jul. 2009. University of California Press. <http://dx.doi.org/10.1525/as.2009.49.4.647>. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/10.1525/as.2009.49.4.647>. Acesso em: 10 set. 2021.

PAULINO, Luís Antonio. O PAPEL DOS INSTITUTOS CONFÚCIO NO BRASIL DURANTE NO PERÍODO 2008-2018: A EXPERIÊNCIA DO INSTITUTO CONFÚCIO NA UNESP. **Mundo e Desenvolvimento: Revista do Instituto de Estudos Econômicos e Internacionais**, Marília, v. 1, n. 2, p. 173-193, 2019. Disponível em: [https://ieei.unesp.br/index.php/IEEI\\_MundoeDesenvolvimento/article/view/44](https://ieei.unesp.br/index.php/IEEI_MundoeDesenvolvimento/article/view/44). Acesso em: 18 ago. 2021.

PETERSON, Rachelle. **Outsourced To China:** confucius institutes and *soft power* in american higher education. Nova Iorque: National Association Of Scholars, 2017. 187 p.

PREFEITURA DE PORTO ALEGRE (Porto Alegre). **Projeto Semanas Internacionais destacará cultura de 15 países**. 2018. Disponível em: <https://prefeitura.poa.br/smde/noticias/projeto-semanas-internacionais-destacara-cultura-de-15-paises>. Acesso em: 03 set. 2021.

RELINTER (Porto Alegre). Ufrgs. **A RELINTER**. 2021a. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/relinter/a-relinter/>. Acesso em: 01 set. 2021.

RELINTER (Porto Alegre). Ufrgs. **Todos contra o desmonte da Secretaria de Relações Internacionais/UFRGS**. 2021b. Disponível em: [https://www.change.org/p/reitor-carlos-andr%C3%A9-bulh%C3%B5es-todos-contra-o-desmonte-da-secretaria-de-rela%C3%A7%C3%B5es-internacionais-ufrgs?utm\\_content=cl\\_sharecopy\\_29777087\\_pt-BR%3A1&recruiter=1215139944&utm\\_source=share\\_petition&utm\\_medium=copypink&utm\\_campaign=share\\_petition](https://www.change.org/p/reitor-carlos-andr%C3%A9-bulh%C3%B5es-todos-contra-o-desmonte-da-secretaria-de-rela%C3%A7%C3%B5es-internacionais-ufrgs?utm_content=cl_sharecopy_29777087_pt-BR%3A1&recruiter=1215139944&utm_source=share_petition&utm_medium=copypink&utm_campaign=share_petition). Acesso em: 01 set. 2021.

RELINTER (Porto Alegre). Ufrgs. **INSTITUTO CONFÚCIO**. 2021c. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/relinter/cooperacao-internacional/centros-e-institutos/instituto-confucio/>. Acesso em: 09 set. 2021.

RIBEIRO, Edgard Telles. **Diplomacia cultural: seu papel na política externa brasileira**. Brasília: Fundação Alexandre Gusmão, 2011. Disponível em: [http://funag.gov.br/biblioteca-nova/produto/1-528-diplomacia\\_cultural\\_seu\\_papel\\_na\\_politica\\_externa\\_brasileira](http://funag.gov.br/biblioteca-nova/produto/1-528-diplomacia_cultural_seu_papel_na_politica_externa_brasileira). Acesso em: 05 set. 2021.

SINEDINO, Giorgio. **Confúcio: os analectos**. São Paulo: Folha de São Paulo, 2015. 560 p. Coleção Folha: Grandes Nomes do Pensamento, v. 26.

STARR, Don. Chinese Language Education in Europe: the confucius institutes. **European Journal Of Education**, [S.L.], v. 44, n. 1, p. 65-82, mar. 2009. Wiley. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1465-3435.2008.01371.x>. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1465-3435.2008.01371.x>. Acesso em: 24 ago. 2021.

TEXAS A&M UNIVERSITY (Texas). **About Hanban**. Disponível em: <https://web.archive.org/web/20140819085145/http://confucius.tamu.edu/content/about-hanban>. Acesso em: 23 ago. 2021.

UFRGS (Porto Alegre). **Cerimônia online celebra início da parceria do Instituto Confúcio na UFRGS com a UFSC e a UFSM**: curso de língua e cultura chinesas recebe alunos das universidades parceiras. Curso de língua e cultura chinesas recebe alunos das universidades parceiras. 2020. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/ufrgs/noticias/cerimonia-online-celebra-inicio-da-parceria-do-instituto-confucio-na-ufrgs-com-a-ufsc-e-a-ufsm>. Acesso em: 03 set. 2021.

UFRGS (Porto Alegre). Ufrgs. **Instituto Confúcio comemora cinco anos de difusão da cultura chinesa no RS**: aniversário foi lembrado com exibição competitiva de língua e cultura por parte dos alunos do ic/ufrgs. Aniversário foi lembrado com exibição competitiva de língua e cultura por parte dos alunos do IC/UFRGS. 2017. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/ufrgs/noticias/instituto-confucio-comera-cinco-anos-de-difusao-da-cultura-chinesa-no-rs>. Acesso em: 01 set. 2021.

UNGARETTI, Carlos Renato. **O 14º Plano Quinquenal (2021-2025) da China em Perspectiva Doméstica e Internacional**: economia, inovação e meio-ambiente. Economia, inovação e meio-ambiente. 2021. Disponível em: [https://www.ufrgs.br/nebrics/o-14o-plano-quinquenal-2021-2025-da-china-em-perspectiva-domestica-e-internacional-economia-inovacao-e-meio-ambiente/#\\_ftn1](https://www.ufrgs.br/nebrics/o-14o-plano-quinquenal-2021-2025-da-china-em-perspectiva-domestica-e-internacional-economia-inovacao-e-meio-ambiente/#_ftn1). Acesso em: 27 out. 2021.

UNICAMP. **Instituto Confúcio na UNICAMP.** Disponível em: <https://www.institutoconfucio.unicamp.br/instituto-confucio-da-unicamp/>. Acesso em: 05 set. 2021.

UNIVERSIDADE DE PERNAMBUCO. **UPE inaugura sede definitiva do Instituto Confúcio Modelo.** 2013. Disponível em: <http://www.upe.br/noticias/upe-inaugura-sede-do-instituto-confucio-modelo.html>. Acesso em: 5 set. 2021.

UNIVERSIDADE DO ESTADO DO PARÁ. **Instituto Confúcio comemora 4 anos de atividades.** 2020. Disponível em: <https://www.uepa.br/pt-br/noticias/instituto-conf%C3%BAcio-comemora-4-anos-de-atividades>. Acesso em: 05 set. 2021.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS. **História.** 2019. Disponível em: <https://institutoconfucio.ufg.br/p/36323-historia>. Acesso em: 5 set. 2021.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS. **Histórico.** Disponível em: <https://www.institutoconfucio.ufmg.br/historico.php>. Acesso em: 05 set. 2021.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ. **Instituto Confúcio da UFC.** Disponível em: <https://institutoconfucio.ufc.br/pt/instituto-confucio-na-ufc/>. Acesso em: 05 set. 2021.

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE. **Confucius Classroom.** Disponível em: <http://centrodelinguas.uff.br/confucius/>. Acesso em: 05 set. 2021.

WANG, Hongying; LU, Yeh-Chung. The Conception of *Soft power* and its Policy Implications: a comparative study of china and taiwan. **Journal Of Contemporary China**, [S.L.], v. 17, n. 56, p. 425-447, 19 jun. 2008. Informa UK Limited. <http://dx.doi.org/10.1080/10670560802000191>. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10670560802000191>. Acesso em: 26 jun. 2021.

WANG, Yixia. **CUC- UFRGS meeting held for annual Confucius Institute Council.** 2019. Site da CUC (Communication University of China). Disponível em: <https://en.cuc.edu.cn/2019/1227/c2202a164460/page.htm>. Acesso em: 01 set. 2021.

WOLFFENBÜTTEL, Andréa. **O que é? Joint-venture.** 2006. Por IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada). Disponível em: [https://www.ipea.gov.br/desafios/index.php?option=com\\_content&id=2110:catid=28&Itemid=](https://www.ipea.gov.br/desafios/index.php?option=com_content&id=2110:catid=28&Itemid=). Acesso em: 25 ago. 2021.

WUTHNOW, Joel. The Concept of *Soft power* in China's Strategic Discourse. **Issues & Studies**, [s. l.], v. 2, n. 44, p. 1-28, jun. 2008. Disponível em: <https://www.indianstrategicknowledgeonline.com/web/Concept%20of%20Soft%20Power%20in.pdf>. Acesso em: 31 out. 2021.

XI, Jinping. **A Governança da China I.** Pequim: Foreign Languages Press, 2019. 567 p.

XI, Jinping. Full text of Xi Jinping's report at 19th CPC National Congress. **China Daily**, 04 nov. 2017. Disponível em: <http://www.chinadaily.com.cn/china/19thcpcnationalcongress/2017->

11/04/content\_34115212.htm>. Acesso: 05 set. 2021.

YAN, Xuotong. The Rise of China and its Power Status. **The Chinese Journal Of International Politics**, [S.L.], v. 1, n. 1, p. 5-33, 1 jan. 2006a. Oxford University Press (OUP). <http://dx.doi.org/10.1093/cjip/pol002>. Disponível em: <https://academic.oup.com/cjip/article-abstract/1/1/5/298703?redirectedFrom=fulltext>. Acesso em: 22 set. 2021.

YAN, Xuotong. The Path for China to Increase its *soft power*. **Zhongguo Yu Shijie Guancha [China And World Affairs]**, [S. L.], v. 1, n. 2, p. 1-3, abr. 2006b. Disponível em: <https://www.zhaoqt.net/rijidaquan/312708.html>. Acesso em: 28 set. 2021.

XUETONG, Yan. The Rise of China in Chinese Eyes. **Journal Of Contemporary China**, [S.L.], v. 10, n. 26, p. 33-39, fev. 2001. Informa UK Limited. <http://dx.doi.org/10.1080/10670560123407>. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10670560123407>. Acesso em: 10 set. 2021.

ZHANG, Guozuo. **Research Outline for China's Cultural Soft power**. Singapura: Springer Singapore, 2017. 136 p. (Research Series on the Chinese Dream and China's Development Path). Disponível em: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-981-10-3398-8>. Acesso em: 27 out. 2021.

ZHANG, Xiaoling; GUO, Zhenzhi. The effectiveness of Chinese cultural centres in China's public diplomacy. In: THUSSU, Daya Kishan; DE BURGH, Hugo; SHI, Anbin (Ed.). **China's media go global**. Londres: Routledge, 2018. Disponível em: <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781315619668-12/effectiveness-chinese-cultural-centres-china-public-diplomacy-xiaoling-zhang-zhenzhi-guo>. Acesso em: 09 set. 2021.

ZHAO, Ruinan. **Chinese culture that goes beyond borders**. 2021. Em China Daily Journal. Disponível em: <https://epaper.chinadaily.com.cn/a/202106/30/WS60dbd7f9a3106abb319fb901.html>. Acesso em: 25 ago. 2021.

ZHUANG, Pinghui. **China's Confucius Institutes rebrand after overseas propaganda rows**. 2020. Em South China Morning Post Journal. Disponível em: <https://www.scmp.com/news/china/diplomacy/article/3091837/chinas-confucius-institutes-rebrand-after-overseas-propaganda>. Acesso em: 25 ago. 2021.

**14º Plano Quinquenal da China**. 13 de maio de 2021. Disponível em: <https://cset.georgetown.edu/publication/china-14th-five-year-plan/>. Acesso em: 27 set. 2021.



## APÊNDICES

### APÊNDICE A – ENTREVISTA COM A PROFESSORA LIANE HENTSCHKE

- Qual universidade fez o primeiro contato a respeito do interesse em iniciar a parceria?
- Como foi todo o processo de negociações? Tranquilo ou complicado? Principais dificuldades encontradas no processo.
- As reuniões foram feitas no Brasil, na China, online, os dois? Quanto tempo levou?
- Houve alguma adaptação do IC para o Brasil? Em questão de ensino, estrutura, alunos?
- Foi discutido o financiamento inicial para o IC da UFRGS. Qual foi o valor mencionado?
- Foi discutido como seria feito o financiamento/manutenção de custos nos anos seguintes?
- Algum outro comentário sobre algo relevante ou curioso que possa ter acontecido durante as negociações?

## ANEXOS

## ANEXO A - ACORDO ENTRE A UFRGS E A SEDE DO INSTITUTO CONFÚCIO



Processo nº 034059110-06  
 Assinado em 12/04/2011  
 D.O.U. \_\_\_\_\_



ACORDO ENTRE A UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL DO BRASIL

E

A SEDE DO INSTITUTO CONFUCIUS DA CHINA

QUANTO AO ESTABELECIMENTO DO

INSTITUTO CONFÚCIO

NA UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL

De modo a reforçar a cooperação educacional entre a China e o Brasil, apoiar e promover o desenvolvimento da educação da língua chinesa e aumentar a compreensão mútua entre o povo chinês e brasileiro, de acordo com *A Constituição e Leis do Instituto Confúcio*, a sede do Instituto Confúcio da China (A Sede) e a Universidade Federal do Rio Grande do Sul do Brasil (UFRGS), para o estabelecimento do Instituto Confúcio na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (O Instituto), através deste acorda como segue:

#### Artigo 1 Proposta

A proposta deste acordo é identificar os direitos e as responsabilidades da Sede e da UFRGS no estabelecimento e na gestão do Instituto.

#### Artigo 2 Natureza do Instituto

O Instituto deve ser uma instituição educacional sem fins lucrativos.

#### Artigo 3 Instituição Executiva

A Sede autorizará e designará a Universidade de Comunicação da China (CUC) como instituição executiva chinesa para construir o Instituto com a UFRGS. As duas universidades assinarão o acordo suplementar sobre questões detalhadas de cooperação. O acordo suplementar deverá ser revisado pela Sede antes da assinatura.



O Instituto deve ser lançado dentro de um ano depois que este acordo for assinado.

#### Artigo 4 Escopo de Atividades

Sob a Constituição e Leis do Instituto Confúcio, e de acordo com circunstâncias locais, o instituto pode conduzir as seguintes atividades:

1. Ensinar a língua chinesa e fornecer recursos para o ensino da língua chinesa;
2. Treinar instrutores de língua chinesa;
3. Ministrando o exame HSK (teste de proficiência chinesa) e testes para a certificação de professores de língua chinesa;
4. Fornecer informação e serviços de consulta no que concerne educação e cultura da China;
5. Conduzir troca de atividades culturais e lingüísticas;
6. Outras atividades com autorização e por nomeação da Sede.

#### Artigo 5 Organização

1. Diretores do Instituto, que estão sob a liderança do Quadro de Diretores, deverão ser responsáveis pela atuação do Instituto;
2. O Quadro de Diretores é formado por membros nominados das duas partes, e suas obrigações incluem: formular e emendar a Constituição do Instituto; formular planos de desenvolvimento para o Instituto; tomar decisões sobre questões significativas incluindo ensino, pesquisa e gestão; levantar fundos; nomear e dispensar o diretor do Instituto; reportar-se às duas partes a respeito do status de gestão e questões significativas;
3. Duas partes nomeiam um Diretor do Instituto respectivamente;
4. O instituto deve aceitar a avaliação da Sede sobre a qualidade do ensino;
5. As atividades do Instituto devem estar de acordo com a Constituição e Leis do Instituto Confúcio, e também respeitar o costume cultural, não deve infringir leis e regulamentos, tanto no Brasil como na China;
6. O Instituto elabora propostas de orçamento anuais e contas financeiras finais independentemente. A UFRGS estará em cargo de suas operações e gestões



diárias. O Instituto deverá por fim assumir a responsabilidade única por seus lucros e perdas através da cobrança de taxas do curso de idioma e outros programas.

#### Artigo 6 Obrigações

As obrigações da Sede:

1. Autorizar o uso do título “Instituto Confúcio”, logos e emblemas do instituto;
2. Fornecer materiais de ensino, cursos e outros livros de acordo com as demandas operacionais do Instituto, autorizar o uso de cursos online. Inicialmente fornecer 3.000 volumes de livros chineses, materiais de ensino, e materiais áudio-visuais para a abertura do Instituto;
3. Fornecer inicialmente um fundo de \$150,000, seguido de uma quantia de fundo anual de acordo com as demandas operacionais do Instituto;
4. Mandar instrutores chineses baseado nos requisitos de ensino, e pagar seus salários e tarifas aéreas.

As obrigações da UFRGS:

1. Fornecer gratuitamente um escritório fixo e lugares apropriados, que são totalmente equipados com instalações de trabalho e de ensino, para o ensino e outras atividades do Instituto; e ser responsável pela instalação e manutenção de outras de todas as instalações;
2. Fornecer o pessoal administrativo necessário (tempo integral ou meio-turno) e pagar seus salários; fornecer instalações de trabalho necessárias e ajudá-los a encontrar acomodação;
3. Assistir a parte chinesa quanto à aplicação do visto e os procedimentos de moradia;
4. Contratar/formalizar um acordo com a Fundação de Apoio à Universidade Federal do Rio Grande do Sul - FAURGS para lidar com recursos financeiros;
5. Abrir a conta especial no Banco do Brasil, como substituto do Banco da China que não possui agência em Porto Alegre;



#### Artigo 7 Propriedade Intelectual

A Sede tem posse exclusiva do título "O Instituto Confúcio", bem como seu logo e seu emblema considerado como suas propriedades intelectuais exclusivas. A UFRGS não pode utilizar ou transferir o título, o logo e o emblema de forma alguma, tanto direta como indiretamente, depois que este acordo tiver expirado.

A propriedade intelectual do programa de ensino pertence ao seu fornecedor. Para o programa de ensino criado em conjunto, as duas partes podem se consultar e decidir suas propriedades intelectuais. Em caso de qualquer disputa, as duas partes deverão consultar uma à outra amigavelmente ou submeter ao órgão jurídico de acordo com as leis e regulamentos relacionados como, por exemplo, a Organização Mundial de Propriedade Intelectual (WIPO).

#### Artigo 8 Revisão

Com o consentimento de ambas as partes, este acordo deve ser revisado durante a sua implementação e quaisquer revisões serão feitas por escrito, tanto em Inglês como em Chinês, e entrarão em vigor quando assinadas por autoridades representativas das partes.

#### Artigo 9 Termo

O acordo deverá entrar em vigor na data em que as duas partes assinem abaixo. O acordo deve ter um período de validade de 5 anos. Qualquer parte, se desejar finalizar o acordo, deve notificar a outra por escrito durante os 90 dias antes do fim do Acordo, caso contrário será automaticamente estendido por mais 5 anos.



#### Artigo 10 Força Maior

As partes do presente regulamento serão dispensadas de suas obrigações sob este acordo em caso de uma emergência nacional, guerra, regulamento governamental proibitivo ou qualquer outra causa além do controle das partes destes regulamentos que tornem impossível o desempenho deste acordo. Em caso de tal circunstância, a parte sob tal situação deve informar a outra parte por escrito de que o programa poderá ser adiado ou finalizado, e devidamente tomar as medidas efetivas para mitigar as perdas da outra parte.

#### Artigo 11 Término

Este acordo deve ser finalizado em um dos seguintes casos:

1. Qualquer das partes tem a intenção de denunciar o presente Acordo, mediante notificação escrita, pelo menos seis meses de antecedência de sua intenção de rescindir;
2. As duas partes não possuem aspiração de cooperação quando do vencimento do termo;
3. O acordo não pode ir adiante ou não pode alcançar o objetivo antecipado por causa de piora nas condições;
4. Se o ato de uma parte do acordo prejudicar severamente a imagem e a reputação do Instituto Confúcio;
5. O acordo não pode seguir adiante por motivos de força maior.

O término do acordo não pode afetar algum outro acordo, contrato ou programa entre as duas partes.

Antes que o acordo termine, a UFRGS deverá tomar providências quanto aos estudantes matriculados e outros trabalhos.



#### Artigo 12 Estabelecimento de disputa

No caso de qualquer disputa, as duas partes deverão consultar-se amigavelmente ou submeter ao órgão jurisdicional a cuja competência cabe este acordo.

#### Artigo 13 Acordo de língua

Este acordo está escrito em português, em inglês e em chinês. Cada parte deverá manter uma cópia em português, uma cópia em inglês e uma cópia em chinês do acordo assinado. O acordo, nas três línguas, deverá ter a mesma efetividade.

#### Artigo 14 Outros termos

Outras questões não estabelecidas por este acordo devem ser resolvidas através de negociações cooperativas e amigáveis entre as duas partes.

Universidade Federal do Rio Grande do  
Sul

Instituto Confúcio  
Sede (HANBAN)  
Chefe Executivo

Data: 2011年4月12日  
12/04/2011

## ANEXO B – INFORMAÇÕES DO INSTITUTO CONFÚCIO NA UFRGS

### Informações do Instituto Confúcio na UFRGS

Para pesquisa de Maria Eduarda Variani (TCC, Relações Internacionais)

1. Quantidade de alunos do curso de 2012 a 2021. Número de alunos matriculados por semestre ou por ano (número de inscrições):

- 2013/1: 70
- 2013/2: 103
  - i. Total 2013: 173
- 2014/1: 164
- 2014/2: 164
  - i. Total 2014: 328
- 2015/1: 240
- 2015/2: 263
  - i. Total 2015: 503
- 2016/1: 233
- 2016/2: 234
  - i. Total 2016: 467
- 2017/1: 219
- 2017/2: 196
  - i. Total 2017: 415
- 2018/1: 242
- 2018/2: 226
  - i. Total 2018: 468
- 2019/1: 271
- 2019/2: 240
  - i. Total 2019: 511
- 2020/1: 208
- 2020/2: 291
  - i. Total 2020: 499
- 2021/1: 357
- 2021/2: 246
  - i. Total 2021: 611
- Total: 3.975 inscrições

2. Alguma % de distribuição dos alunos do Instituto Confúcio na UFRGS entre alunos que tem relação com a UFRGS e membros da comunidade no geral



Estima-se entre 40% e 50%, em média. Deve-se considerar que houve aumento de membros externos nos últimos semestres, devido às aulas a distância.

3. Quantidade de alunos enviados para atividades de intercâmbio estudantil e para o Summer Camp por ano

- Bolsa do Instituto Confúcio:

- 2013: 3 estudantes
- 2014: 3 estudantes
- 2015: 4 estudantes
- 2016: 6 estudantes
- 2017: 2 estudantes
- 2018: 5 estudantes
- 2019: 2 estudantes
- 2020: 2 estudantes
- 2021: 4 estudantes

- Total: 31 estudantes

- Summer Camp na China:

- 2014: 5 estudantes

- 2015: 21 estudantes
- 2016: 21 estudantes
- 2017: 27 estudantes
- 2019: 11 estudantes

- Total: 85 estudantes

4. Diretores chineses do Instituto até hoje

- 2013-2019: Prof. Dr. Tiejun Gu, professor de literatura da Universidade de Comunicação da China, Doutor em Arte de Rádio e Televisão pela Universidade Normal de Pequim.
- 2019-atualidade: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Lanling Bai, professora de literatura da Universidade de Comunicação da China, Doutora em Literatura Chinesa pela Universidade de Pequim.

5. Quantidade de professores chineses e nativos (brasileiros).
  - Professores chineses (em outubro de 2021): 10
  - Professores brasileiros (até o semestre 2021/1): 3

Porto Alegre, 11 de outubro de 2021