Anais do Congresso Brasileiro de Iniciação Científica
(https://periodicos.unisanta.br/COB)

ISSN 2317-1316

CARNAVAL E *SOFT POWER* CULTURAL: A PROJEÇÃO INTERNACIONAL DA IMAGEM DO BRASIL

CARNIVAL AND CULTURAL SOFT POWER: THE INTERNATIONAL PROJECTION OF BRAZIL´S

Lara Beatriz Meira Flores, Robson Bastos da Silva

Universidade Santa Cecília, Curso de Jornalismo
E-mail para contato: larabmflores@gmail.com

RESUMO – O presente artigo analisa o Carnaval brasileiro como instrumento de projeção cultural internacional a partir do conceito de Soft Power, desenvolvido por Joseph S. Nye Jr. O objetivo é compreender como a festa contribui para a construção da imagem do Brasil no cenário global por meio da atração cultural. A pesquisa possui caráter exploratório e utiliza a análise de conteúdo de reportagens publicadas por veículos internacionais, como The New York Times, Reuters, Euronews, Deutsche Welle e Le Monde. A análise considerou dimensões culturais, sociais, políticas e econômicas presentes na cobertura jornalística. Os resultados indicam que a imprensa estrangeira apresenta o Carnaval como uma manifestação artística de grande relevância cultural, capaz de promover a diversidade, a criatividade e a identidade brasileira. Conclui-se que a festividade atua como um importante mecanismo de Soft Power, fortalecendo a projeção internacional do Brasil e ampliando seu reconhecimento como potência cultural.

Palavras-chave: Soft Power; Carnaval brasileiro; imagem internacional; mídia internacional; diplomacia cultural.

ABSTRACT – This article analyzes the Brazilian Carnival as an instrument of international cultural projection based on Joseph S. Nye Jr.'s concept of Soft Power. The objective is to understand how the festival contributes to the construction of Brazil's image on the global stage through cultural attraction. The research has an exploratory character and employs content analysis of reports published by international media outlets, including The New York Times, Reuters, Euronews, Deutsche Welle, and Le Monde. The analysis considered cultural, social, political, and economic dimensions present in the journalistic coverage. The results indicate that the foreign press portrays Carnival as a highly relevant cultural manifestation capable of promoting diversity, creativity, and Brazilian identity. It is concluded that the festival acts as an important mechanism of Soft Power, strengthening Brazil's international projection and expanding its recognition as a cultural power.

ISSN 2317-1316

Keywords: Soft Power; Brazilian Carnival; international image; international media; cultural diplomacy.

1 INTRODUÇÃO

O termo ***soft power***, criado por Joseph S. Nye Jr. em seu livro *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power* (1990), refere-se à habilidade de conseguir o que se deseja por meio da atração, e não da coerção ou de pagamentos. Esse poder surge da atratividade de um país por meio de sua cultura, de sua política e de seus ideais. Quando se consegue que outros admirem esses valores e desejem compartilhá-los, reduz-se a necessidade de sanções ou incentivos para influenciar comportamentos. Para Nye, "o poder suave é mais que persuasão ou capacidade de mover as pessoas pela argumentação, embora ambos sejam parte importante dele. É também a capacidade de atrair, e atração muitas vezes leva a consentimento, concordância e submissão". O autor exemplifica esse fenômeno ao mencionar a influência cultural dos Estados Unidos por meio do cinema, da televisão e da educação, elementos capazes de inspirar desejos e projetar valores no cenário internacional.

Nesse contexto, também é possível relacionar o conceito de *soft power* à ideia de indústria cultural, desenvolvida por Theodor Adorno e Max Horkheimer na obra *Dialética do Esclarecimento*. Para os autores, os produtos culturais, quando inseridos na lógica de mercado e da comunicação de massa, tornam-se instrumentos de difusão de valores, padrões de comportamento e formas de consumo. Assim, manifestações culturais deixam de possuir apenas caráter espontâneo ou popular e passam também a integrar circuitos econômicos e midiáticos globais. No caso do Carnaval brasileiro, a festa ultrapassa o campo da tradição popular e se transforma em um produto cultural amplamente divulgado pela mídia, pelo turismo e pelas plataformas digitais, contribuindo para a construção da imagem internacional do Brasil.

O Carnaval brasileiro, segundo Lopes Junior, "só se torna genuinamente brasileiro a partir do momento em que a cultura das camadas marginalizadas da população é utilizada nessas comemorações." Ao reunir elementos do folclore e contar com ampla participação popular, o Carnaval se insere no campo da Folkcomunicação. De acordo com Luiz Beltrão, esse conceito refere-se ao processo pelo qual a população troca informações e expressa

ISSN 2317-1316

opiniões, ideias e atitudes por meio de agentes e canais que mantêm vínculo, direto ou indireto, com as tradições folclóricas. Logo, é uma das festividades populares que se tornou uma hibridização das tradições populares e das expressões culturais da sociedade de massas para sintetizar o ideário da cultura nacional.

No livro *País do Carnaval*, de Jorge Amado, observa-se uma antecipação da discussão sobre poder simbólico e dependência cultural. A obra revela como a elite brasileira foi profundamente influenciada pelo *soft power* europeu, internalizando valores estrangeiros e desenvolvendo uma crise de identidade nacional. Jorge Amado denuncia não apenas a alienação da elite, mas também o impacto da hegemonia cultural externa sobre a construção da identidade brasileira.

Já no livro *Abusado*, do repórter Caco Barcellos, publicado em 2003, ao retratar o cotidiano dos moradores do Morro Dona Marta, no Rio de Janeiro, dois adolescentes discutem sobre o significado do Carnaval para eles: "Prefeitura ganha dinheiro, televisão ganha dinheiro... dono de hotel, dono de avião, dono de cerveja, todos ganham... – É o samba, Juliano, o pagamento é a alegria de desfilar para os bacanas, eles babam no nosso pé. – É a maior festa do mundo, parceiro, a festa não é nossa?!". O diálogo evidencia as desigualdades presentes na estrutura econômica da festa, mostrando que aqueles responsáveis pela produção cultural do Carnaval nem sempre recebem os principais benefícios financeiros gerados por ela. Dessa forma, a festividade revela tensões entre cultura popular, indústria cultural e exploração econômica.

Ao mesmo tempo, obras literárias e jornalísticas revelam tensões internas nesse processo. Em *País do Carnaval*, de Jorge Amado, observa-se a crítica à dependência cultural das elites brasileiras diante da influência europeia, evidenciando como o poder simbólico externo pode moldar identidades e valores. Já em *Abusado*, de Caco Barcellos, o diálogo entre jovens moradores do morro evidencia uma percepção crítica sobre a desigualdade na distribuição dos benefícios econômicos gerados pela festa, revelando o contraste entre quem produz culturalmente o Carnaval e quem mais lucra com ele.

O Carnaval é um dos maiores símbolos culturais do Brasil. Ele apresenta uma dupla dimensão: ao mesmo tempo em que expõe desigualdades sociais e disputas simbólicas

ISSN 2317-1316

internas, também se consolida como um dos maiores instrumentos de projeção cultural do Brasil no mundo. Assim, a festa ultrapassa o campo do entretenimento e se insere como um elemento estratégico de *soft power*, capaz de comunicar valores, fortalecer a identidade nacional e ampliar a influência cultural brasileira no cenário internacional.

O Ministério da Cultura, por meio de sua conta oficial no Instagram (@minc), divulgou que, em 2026, aconteceu o maior Carnaval da história do Brasil, registrando aumento de 22% do público nacional e 49% do público estrangeiro em comparação ao ano anterior, além de um impacto positivo direto na economia.

O Carnaval brasileiro passou de um fenômeno cultural amplamente celebrado internamente para um evento com presença crescente no cenário internacional, especialmente como atrativo turístico global e símbolo da cultura brasileira. A partir dos anos 2000, há dados que indicam crescimento na atração de turistas estrangeiros e na visibilidade global da festa, culminando em números recordes de visitantes internacionais em 2026 (divulgado pela Forbes).

O presente estudo tem como objetivo analisar como o Carnaval brasileiro é representado pela imprensa internacional e compreender sua atuação como instrumento de Soft Power na projeção da imagem do Brasil no cenário global.

2 MATERIAIS E MÉTODOS

Este estudo caracteriza-se como uma pesquisa exploratória de abordagem qualitativa, fundamentada na análise de conteúdo de reportagens publicadas por veículos de imprensa internacionais sobre o Carnaval brasileiro. A pesquisa teve como objetivo compreender de que forma a festividade é representada no cenário midiático global e como essas representações contribuem para a projeção internacional da imagem do Brasil por meio do *Soft Power*.

Foram selecionadas reportagens publicadas pelos veículos *The New York Times, Reuters, Euronews, Deutsche Welle e Le Monde,* escolhidos em razão de sua relevância no cenário jornalístico internacional e de sua ampla circulação em diferentes regiões do mundo. As matérias analisadas foram publicadas durante ou em períodos próximos ao Carnaval, com foco nas coberturas mais recentes do evento.

ISSN 2317-1316

A análise do conteúdo foi realizada a partir de quatro dimensões principais: cultural, social, política e econômica. Na dimensão cultural, observou-se a forma como os veículos apresentaram elementos característicos da festividade, como os desfiles das escolas de samba, a música, a dança e outras manifestações culturais brasileiras. Na dimensão social, foram analisadas as referências à participação popular, à ocupação dos espaços públicos e à diversidade dos grupos envolvidos nas celebrações. A dimensão política considerou a presença de homenagens, manifestações simbólicas e debates políticos associados à festa. Por fim, a dimensão econômica contemplou aspectos relacionados ao turismo, à geração de renda, à movimentação financeira e à promoção do Brasil como destino turístico internacional.

Após a seleção das reportagens, realizou-se a leitura integral dos textos e a identificação de trechos representativos para cada uma das categorias de análise. Os dados obtidos foram interpretados à luz do conceito de *Soft Power*, proposto por Joseph S. Nye Jr., buscando compreender de que maneira a cobertura da imprensa internacional contribui para a construção de uma imagem positiva do Brasil e para a ampliação de sua influência cultural no cenário global.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A análise das reportagens selecionadas demonstra que o Carnaval brasileiro é apresentado pela imprensa internacional como uma manifestação cultural de grande relevância, capaz de projetar internacionalmente uma imagem positiva do Brasil. Os conteúdos analisados evidenciam aspectos culturais, sociais, políticos e econômicos da festividade, reforçando sua atuação como instrumento de ***Soft Power.***

- The New York Times (publicado fevereiro 2026):

"A procissão seguiu em direção a um par de túneis que davam acesso à orla do Rio. A maioria dos participantes estava encharcada de suor, com a maquiagem derretendo. Mas era isso que eles esperavam: o ponto alto do Boi Tolo.... Uma festa de Carnaval no Rio que continua e continua'

Anexado algumas fotos que o jornal publicou junto do texto:

ISSN 2317-1316



Análise:

Diferente de uma cobertura que apenas descreve os desfiles oficiais (os carros, fantasias e notas das escolas de samba), o NYT acompanha o Carnaval popular nas ruas, enfatizando: participação espontânea de milhares de pessoas; tradições que não dependem de espetáculo financiado e interação social intensa entre participantes. Um ponto chave do *soft power*: não apenas exportar a cultura, mas influenciar o modo como brasileiros também enxergam a si mesmos através de como são vistos lá fora. Logo, molda a percepção do Brasil não só como destino turístico, mas como sociedade vibrante e culturalmente complexa — um exemplo clássico de influência cultural sem uso de coerção direta

- *Reuters* (publicado fevereiro 2026):

Para Martins, o designer do desfile de Carnaval, o conflito político ofuscou o que, para ele, é uma conquista artística profundamente pessoal. “O samba diz tudo: tem filhos de pobres virando médicos, e eu, um filho de pobre, virando designer de Carnaval”, disse ele. “Queríamos contar a história de um homem que fez muito pelos pobres e pelo Brasil.”

Análise:

Quando a Reuters publica uma matéria sobre o desfile que homenageou Luiz Inácio Lula da Silva, acontece algo importante: o Carnaval deixa de ser apenas entretenimento passa a ser interpretado como um evento com dimensão política, logo o debate interno brasileiro ganha

ISSN 2317-1316

repercussão global. Isso transforma a festa cultural em um evento com impacto diplomático e simbólico internacional.

- *EuroNews* (publicado fevereiro 2026):

"Grandes carros alegóricos referenciando o legado de Lee avançaram pela avenida enquanto dançarinos e ritmistas se apresentavam diante de uma multidão que vibrava, marcando o início das celebrações da noite."

Análise:

Homenagem à "Rainha do Rock Brasileiro": Rita Lee foi celebrada como um dos maiores ícones da música brasileira, reconhecida por sua contribuição ao rock nacional e à cultura pop do país. A reportagem enfatiza como o Carnaval serve de vitrine global para a cultura brasileira, reforçando o alcance internacional da artista. A homenagem fortalece a imagem do Brasil como potência cultural global, capaz de influenciar percepções e atrair atenção por meio da arte, da música e da festa popular — elementos centrais da identidade brasileira.

- *Deutsche Welle (DW)* (publicado junho 2025):

"Rio de Janeiro é particularmente famoso pelo seu Carnaval colorido e pela sua lendária competição de escolas de samba"

Análise:

O tom descritivo e celebratório apresenta o Carnaval não apenas como festa, mas como expressão cultural plural — com rituais, costumes e símbolos que influenciam como públicos estrangeiros veem o Brasil: mostra diversidade, criatividade e tradição cultural. Amplifica a narrativa de é um país que celebra sua cultura com grandeza e entusiasmo.

- ***Le Monde*** (publicado março de 2025):

"*O Carnaval deve gerar 5,5 bilhões de reais (€900 milhões) na cidade entre 1º de fevereiro e 9 de março.*"

Análise:

O artigo de Le Monde é mais do que um relatório econômico: ele também participa da projeção internacional da imagem do Brasil:

- Fortalece a imagem do Brasil como destino turístico global: isso torna o país mais

ISSN 2317-1316

visível e desejável como destino turístico, influenciando decisões de viagem de públicos estrangeiros - Atrair pela cultura e pela experiência, e não apenas pela diplomacia ou força econômica bruta.

- Atração de turistas gera conexões transnacionais: esses efeitos extrapolam a mera economia local — eles contribuem para a construção contínua da reputação positiva do Brasil no mundo.

4 CONCLUSÃO

A análise das reportagens publicadas por veículos internacionais permitiu compreender como o Carnaval brasileiro é representado no cenário midiático global e de que forma essa representação contribui para a projeção da imagem do Brasil no exterior. Os resultados demonstram que a imprensa estrangeira associa a festividade não apenas ao entretenimento, mas também a aspectos culturais, sociais, políticos e econômicos que reforçam a diversidade, a criatividade e a riqueza cultural brasileiras. As coberturas analisadas evidenciam que o Carnaval atua como um importante instrumento de Soft Power, ampliando a visibilidade internacional do país e fortalecendo sua capacidade de atração por meio da cultura. Dessa forma, conclui-se que a festa desempenha papel relevante na construção da imagem internacional do Brasil, contribuindo para seu reconhecimento como uma potência cultural. Como perspectiva para pesquisas futuras, sugere-se ampliar a análise para outras manifestações culturais brasileiras e investigar como diferentes meios de comunicação internacionais influenciam a percepção global sobre a identidade nacional.

5 DECLARAÇÃO DE USO DE IA

Declaração de Uso de IA: Durante a elaboração deste trabalho, utilizou-se a ferramenta ChatGPT para apoio na organização estrutural do artigo, revisão textual e adequação ao modelo de submissão do COBRIC. O conteúdo gerado foi revisado, editado e validado pela autora, que assume total responsabilidade pelo texto final.

ISSN 2317-1316

6 REFERÊNCIAS

AMADO, Jorge. **País do carnaval**. Rio de Janeiro: Record, 2008.

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

BALLERINI, Franthiesco. **Poder suave (Soft Power)**. São Paulo: Summus Editorial, 2017. ISBN 978-8532310651. Disponível em: [https://books.google.com.br/books?id=kiR0DgAAQBAJ](https://books.google.com.br/books ?id=ki R0DgAAQBAJ). Acesso em: 25 fev. 2026.

BARCELLOS, Caco. **Abusado: o dono do Morro Dona Marta**. Rio de Janeiro: Record, 2003.

CORREA, Anne-Dominique. The Rio Carnival is an economic and tourism boon for Brazil. **Le Monde**, Paris, 4 mar. 2025. Disponível em: [https://www.lemonde.fr/en/economy/article/2025/03/04/the-rio-carnival-is-an-economic-and- tourism-boon-for-brazil_6738773_19.html](https://www.lemonde.fr/en/economy/article/2025/03/04/the-rio-carnival- is-an-economic-and-tourism-boon-for-brazil_6738773_19.html). Acesso em: 26 fev. 2026.

DEUTSCHE WELLE. Brazil's Rio Carnival 2025 brings glamour and dazzle. **DW,** 6 mar. 2025. Disponível em: https://www.dw.com/en/brazils-rio-carnival-2025-brings-glamour-and-dazzle/g- 71836427. Acesso em: 26 fev. 2026.

EURONEWS. Brazil's Queen of Rock, Rita Lee, honored at Rio Carnival parade**.** **Euronews**, 17 fev. 2026. Disponível em: [https://www.euronews.com/video/2026/02/17/brazils-queen-of-rock-rita- lee-honored-at-rio-carnival-parade?](https://www.euronews.com/video/2026/02/17/brazils-queen- of-rock-rita-lee-honored-at-rio-carnival-parade?utm_source=chatgpt.com). Acesso em: 3 mar. 2026.

FORBES BRASIL. **Brasil deve ter o melhor Carnaval da história e movimentar cerca de R$ 20 bilhões.** Forbes Brasil. Acesso em: 29 maio 2026

KATZ, Brendan. A Rio Carnival party that goes on and on. **The New York Times**, New York, 17 fev. 2026. Disponível em: [https://www.nytimes.com/2026/02/17/world/americas/a-rio-carnival- party-that-goes-on-and-on.html](https://www.nytimes.com/2026/02/17/world/americas/a-rio- carnival-party-that-goes-on-and-on.html). Acesso em: 26 fev. 2026.

NYE JR., Joseph S. ***Bound to lead: the changing nature of American power***. New York: Basic Books, 1990.

ISSN 2317-1316

NYE JR., Joseph S. ***Soft power: the means to success in world politics***. New York: Public Affairs, 2004.

NYE JR., Joseph S. ***The future of power*.** New York: Public Affairs, 2011.