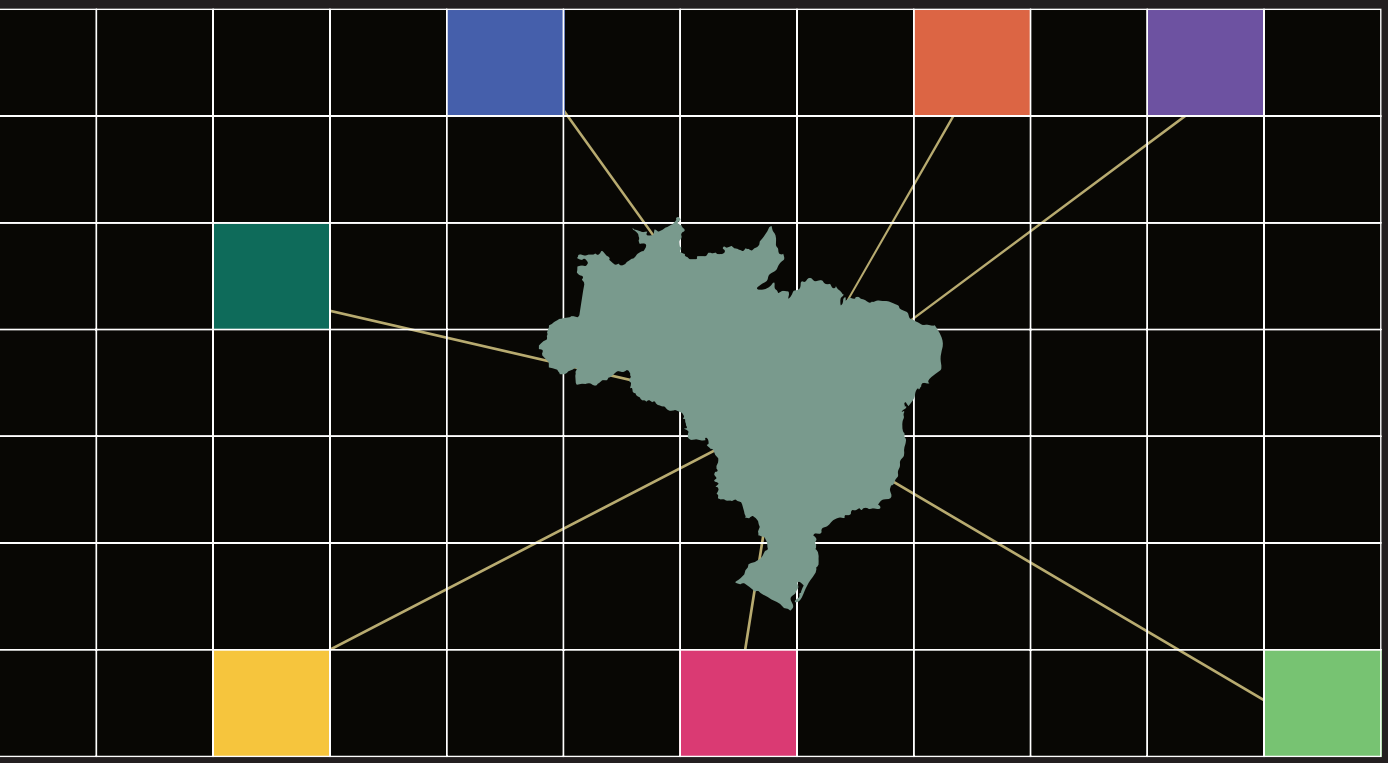
BPOM
BRASIL
PARA O
MUNDO

2026

Compromisso nacional pela projeção Internacional do BRASIL

Propostas para uma política de Estado
de poder suave (soft power) nas eleições de 2026



Desenvolvido por
Victor Drummond

+ 55 21 97647-8513
https://bpom.com.br/

RESUMO EXECUTIVO

O Brasil já dispõe de ativos culturais, produtivos, científicos e territoriais reconhecidos no exterior, inclusive expressões, saberes e patrimônios de valor sagrado. O desafio é coordenar sua projeção internacional com objetivos públicos de longo prazo, critérios de seleção, investimento continuado, respeito às comunidades envolvidas e às formas de salvaguarda correspondentes, e avaliação de resultados.

Este compromisso busca consolidar, no debate público brasileiro, a expressão poder suave: a capacidade de um país de ampliar sua influência por meio de atração, confiança, cultura, conhecimento, valores e relações, em vez de coerção. Ao incorporar essa linguagem ao programa de governo, a candidatura contribui para dar nome, visibilidade e direção institucional a uma agenda brasileira de projeção internacional.

Com essa perspectiva, o BPOM propõe que a projeção internacional do Brasil seja incorporada ao programa das candidaturas à Presidência e tratada, no próximo governo, como política de Estado.

A oportunidade é mensurável. Em 2026, o Brasil ocupa o 29º lugar no Global Soft Power Index e o 11º no pilar Cultura e Patrimônio. Em 2025, recebeu 9,3 milhões de visitantes internacionais e obteve US$ 7,9 bilhões em receitas turísticas. No mesmo ano, 92,4% da receita das exportações brasileiras de café correspondeu ao café verde. Os dados apontam uma combinação importante: **alta visibilidade cultural, crescimento do turismo e grande espaço para capturar mais valor** em cadeias nas quais o país já tem escala e reconhecimento. [1] [2] [3]

O COMPROMISSO PROPOSTO

1. Assumir a agenda de poder suave Inserir a projeção internacional da cultura e dos ativos brasileiros no programa de governo, reconhecendo-a como uma agenda de poder suave e política de Estado.
2. Designar, nos primeiros 100 dias, a instância encarregada de coordenar a estratégia.
3. Iniciar uma estratégia decenal, com consulta pública, até o fim do primeiro ano de governo.
4. Publicar metas, indicadores e relatório anual de resultados.
5. Selecionar ou criar pelo menos dois projetos-piloto até o final do primeiro ano.
6. Responder de forma objetiva Indicar concordância, concordância parcial ou discordância em relação a cada compromisso, com justificativa.

RESULTADOS A ACOMPANHAR

A estratégia deve estabelecer linhas de base e metas para quatro resultados: exportações com maior valor agregado; receita do turismo internacional; atração de investimento estrangeiro; e ampliação da influência internacional e da abertura de mercados. Esses resultados dependem também de infraestrutura, produtividade, segurança, regulação e política externa. Por isso, o sistema de avaliação deverá distinguir contribuição, correlação e causalidade.

As iniciativas apresentadas neste documento não formam uma lista fechada nem um pedido de adoção automática. Elas demonstram como os compromissos podem produzir projetos verificáveis. A seleção dos pilotos deverá considerar viabilidade, impacto, diversidade regional, participação de empresas de diferentes portes e capacidade de avaliação.



Victor Drummond

Presidente Executivo
BPOM Brasil Para o Mundo

Senhora candidata, senhor candidato

A projeção internacional do Brasil não começa do zero. A música, o audiovisual, o esporte, a alimentação e a gastronomia, a biodiversidade, a ciência, o design, o turismo e os produtos de origem já despertam interesse fora do país. O problema é que esses ativos circulam, em grande parte, sem uma estratégia comum capaz de transformar reconhecimento em relações duradouras, maior valor agregado às exportações, investimento e influência.

O BPOM apresenta este compromisso a todas as candidaturas à Presidência da República. A proposta não exige adesão a uma marca de governo nem a um conjunto fechado de projetos. Pede cinco decisões verificáveis para que o próximo mandato inicie uma estratégia nacional de dez anos, sujeita a consulta pública, metas e prestação de contas.

O Brasil precisa combinar continuidade com pluralidade. Uma política nacional deve reunir governo federal, entes subnacionais, empresas, produtores, instituições culturais, universidades, agentes criativos e sociedade civil. Grandes empresas podem contribuir com escala, investimento e distribuição. Pequenos produtores, cooperativas e organizações territoriais trazem vínculo com a origem, conhecimento e diversidade. A governança precisa reconhecer esses papéis sem concentrar decisões ou benefícios.

As cinco aplicações descritas adiante servem para testar o método em situações concretas. A decisão pública central é anterior a qualquer uma delas: construir capacidade de coordenação, definir resultados, escolher pilotos por critérios transparentes e acompanhar o que funciona.

Convidamos sua candidatura a responder a cada compromisso e a indicar como essa agenda será incorporada ao programa de governo. O BPOM também tornará pública esta carta para ampliar o debate e receber contribuições de pessoas, empresas e instituições interessadas na projeção internacional do país.



Uma iniciativa independente da sociedade civil dedicada à pesquisa, à curadoria e à articulação institucional de estratégias de projeção internacional do Brasil. Atua como agente articulador desta proposta e pretende contribuir para o debate, a construção da estratégia e sua governança, ao lado de instituições públicas, privadas, acadêmicas, culturais e territoriais.

BPOM
BRASIL
PARA O
MUNDO

PODER SUAVE

Poder suave é a capacidade de um país ampliar sua influência por meio de atração, confiança, legitimidade e relações, em vez de coerção. Para o Brasil, isso envolve cultura, produtos, conhecimento, valores, diplomacia e experiências que formam percepção e a preferência no exterior. Poder suave não substitui política comercial, segurança, infraestrutura ou diplomacia. Ele pode aumentar a eficácia dessas políticas ao fortalecer reputação, reconhecimento de origem e disposição para cooperar. [4]

ESCADA DE PENETRAÇÃO CULTURAL

A Escada de Penetração Cultural é uma metodologia do BPOM para avaliar o estágio internacional de um ativo e identificar o próximo avanço possível. Os degraus não constituem uma lei universal nem precisam ocorrer de forma linear. Servem para comparar situações e orientar decisões.

Degrau	Estágio	Decisão
0	Nenhum reconhecimento	O ativo ainda não circula nem é reconhecido fora de seu contexto de origem?
1	Presença espontânea	O ativo já circula no exterior sem coordenação continuada
2	Reconhecimento de origem	O público associa o ativo de modo claro ao Brasil
3	Coordenação e padrões	Há agentes, regras, dados e narrativa capazes de sustentar a origem
4	Captura de valor	O país participa das etapas de maior valor da cadeia
5	Politica de estado	Há continuidade, metas, governança e avaliação além de um mandato



DIAGNÓSTICO BRASILEIRO

O Brasil combina reconhecimento cultural elevado com capacidade ainda fragmentada de coordenação internacional dos seus ativos. O Global Soft Power Index 2026 coloca o país em 29º lugar no ranking geral, com 49,2 pontos, e em 11º no pilar Cultura e Patrimônio. O índice mede percepções internacionais e, portanto, não equivale a uma medida direta de desempenho econômico ou diplomático. Seu valor para esta proposta está em mostrar que o Brasil já possui visibilidade e associações culturais sobre as quais uma estratégia pode trabalhar. [1]

Ativos visíveis e cadeias pouco coordenadas

A cultura brasileira circula por muitos canais, mas os agentes responsáveis por promoção cultural, comércio exterior, turismo, agricultura, ciência, investimento e relações exteriores operam com missões e métricas próprias. A ausência de um quadro comum dificulta escolher prioridades, combinar recursos e avaliar efeitos entre setores. A política proposta não deve centralizar toda a atuação em uma única entidade. Deve criar direção compartilhada, coordenação e transparência.

A cadeia do café oferece um exemplo objetivo. O Brasil é o maior produtor e o maior exportador mundial de café, **mas o café verde respondeu por 92,4% da receita de exportação do setor em 2025.** Produtos de maior valor agregado mantiveram participação pequena, embora o café torrado tenha crescido no período. A oportunidade não consiste em substituir exportadores existentes por uma marca estatal. Consiste em apoiar **origem, qualidade, torrefação, marcas brasileiras, distribuição e acesso direto a consumidores em mercados selecionados.** [3]

Turismo em possível expansão com espaço para maior conversão

O Brasil recebeu 9,3 milhões de visitantes internacionais em 2025, alta de 37,1% sobre 2024, e registrou US$ 7,9 bilhões em receitas turísticas. O desempenho foi recorde, mas não prova, isoladamente, que a imagem do país causou o crescimento nem que o gasto médio reflete a qualidade da experiência. Câmbio, duração da viagem, origem dos visitantes, conectividade e preços também influenciam o resultado. A implicação estratégica é outra: o país já dispõe de fluxo crescente e de uma base de receita que permite testar intervenções, medir conversão e comparar mercados. [2]

A oportunidade de coordenação

A agenda de poder suave pode integrar ações que hoje aparecem separadas: **promoção de destinos, exportação de produtos com origem, circulação de conteúdo, atração de investimento, presença em eventos, diplomacia pública e abertura de mercados**. A estratégia deve selecionar interseções nas quais uma ação gere valor para mais de uma política pública. Uma rota de produto de origem, por exemplo, pode combinar turismo, qualificação, exportação, patrimônio e promoção internacional.

Os limites do diagnóstico

Comparações internacionais ajudam a formular hipóteses, mas não autorizam copiar modelos nem atribuir resultados a uma única causa. Distância dos mercados emissores de turistas, segurança, renda, conectividade aérea, regulação, escala produtiva e conjuntura cambial afetam os indicadores. Por isso, a estratégia decenal deve começar por uma linha de base auditável e por avaliações específicas para cada piloto além do benchmark.

RESULTADOS E MÉTRICAS

A política precisa ser orientada por resultados, sem reduzir cultura e influência a um único indicador econômico. As metas nacionais serão definidas após o diagnóstico inicial, que estabelecerá a linha de base, e após uma consulta pública destinada a ouvir comunidades, setores, especialistas, governos subnacionais e sociedade civil sobre prioridades, critérios e indicadores. Caberá à instância responsável consolidar essas contribuições, fixar metas e publicar os resultados todos os anos.

Resultado	Indicadores	Cuidado metodológico
Exportações com maior valor agregado	Valor exportado por categoria; participação de produtos processados; preço médio; presença em mercados prioritários	Separar preço, câmbio, volume e composição da pauta; registrar ações da ApexBrasil e informações de mercado do Itamaraty/SECOMs como fatores de contexto, não como causalidade isolada.
Receita do turismo internacional	Receita total; gasto e permanência por mercado; distribuição regional; conversão de stopover; retorno de visitantes	Controlar origem, duração, câmbio, conectividade e sazonalidade; distinguir o efeito de ações de promoção e das condições efetivas de acesso ao país.
Atração de investimento estrangeiro	Projetos anunciados e realizados; capital investido; setores e territórios; reinvestimento	Distinguir anúncio, compromisso e investimento efetivamente realizado; registrar a participação da ApexBrasil na promoção e atração, e o apoio do Itamaraty à interlocução externa, sem atribuir a essas instituições, isoladamente, a decisão do investidor.
Influência e abertura de mercados	Acordos; novos mercados; parcerias; presença institucional; percepção externa; acesso a canais	Separar ações de promoção comercial e imagem-país da ApexBrasil da atuação diplomática e comercial do Itamaraty; medir abertura de mercados por decisões formais e acesso efetivo, não pelo número de eventos, missões ou reuniões.

PRINCÍPIOS DE AVALIAÇÃO

- Cada indicador deve ter fonte, periodicidade, responsável e série histórica.
- Todo piloto deve registrar a situação anterior, o público atendido e o resultado esperado.
- Metas precisam combinar alcance internacional com diversidade regional e participação de empresas de diferentes portes.
- Relatórios devem registrar resultados, custos, limites e decisões de continuidade ou encerramento.
- Avaliação independente deve ser prevista para iniciativas de maior orçamento ou duração.

UMA POLÍTICA DE ESTADO

O governo não precisa criar imediatamente uma nova agência. Nos primeiros 100 dias, deverá designar uma instância responsável por coordenar competências já existentes e preparar alternativas institucionais. A estratégia deve envolver, conforme cada agenda, Cultura, Relações Exteriores, Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços, Turismo, Agricultura, Ciência e Tecnologia, Fazenda, Planejamento, comunicação pública, governos subnacionais e entidades de promoção e financiamento, e assegurar participação permanente da sociedade civil, articulada pelo BPOM como plataforma independente de contribuições.

Coordenação sem duplicação

O governo não precisa criar imediatamente uma nova agência. Nos primeiros 100 dias, deverá designar uma instância responsável por coordenar competências já existentes e preparar alternativas institucionais. A estratégia deve envolver, conforme cada agenda, Cultura, Relações Exteriores, Desenvolvimento Indústria Comércio e Serviços, Turismo, Agricultura, Ciência e Tecnologia, Fazenda, Planejamento, comunicação pública, governos subnacionais e entidades de promoção e financiamento.

Governança plural

A consulta pública deve definir a composição e as regras de participação. O desenho precisa impedir concentração política ou econômica e declarar conflitos de interesse. Grandes empresas contribuem com escala, investimento e acesso a mercados. Pequenas empresas, cooperativas, produtores, artistas e instituições territoriais contribuem com origem, conhecimento, diversidade e capacidade de inovação. Esses papéis são diferentes e devem ser representados de forma transparente.

Financiamento e execução

A estratégia poderá combinar orçamento público, fundos existentes, patrocínios, cooperação internacional, investimento privado, concessões e contratação de pesquisa ou execução especializada. Cada instrumento deve observar a legislação aplicável, definir entregas e evitar favorecimento. O compromisso solicitado às candidaturas é instituir o processo e garantir transparência. Não se pede a designação prévia do BPOM ou de qualquer outra organização como executor exclusivo.

Transparência

A instância coordenadora deverá publicar plano de trabalho, critérios de seleção, indicadores, projetos apoiados, fontes de recursos, resultados e avaliações. A continuidade da política deve depender de valor demonstrado, não apenas de proteção institucional.

COMPROMISSOS VERIFICÁVEIS

Número	Compromisso	Verificação
1	Programa de governo	Incluir a projeção internacional da cultura e dos ativos brasileiros no programa de governo.
2	Responsabilidade nos primeiros 100 dias	Designar a instância responsável por coordenar a formulação da estratégia.
3	Estratégia decenal	Iniciar, com consulta pública, uma estratégia nacional de dez anos até o fim do primeiro ano de governo.
4	Metas e prestação de contas	Publicar metas, indicadores e relatório anual de resultados.
5	Projetos-piloto	Selecionar ou criar pelo menos dois pilotos até o final do primeiro ano.

EXEMPLOS DE APLICAÇÃO

As cinco iniciativas a seguir ilustram como uma estratégia nacional pode sair do plano conceitual e produzir projetos com prazo, responsáveis e métricas. Elas não compõem uma lista fechada e não substituem a seleção pública de prioridades. A implementação depende de estudos de viabilidade, consulta aos setores envolvidos e definição de governança.

Rede de estratégia e inteligência

Uma rede nacional pode consolidar dados, produzir estudos, acompanhar percepção externa, apoiar a seleção de mercados e avaliar projetos. Sua forma institucional deverá ser definida pela estratégia decenal. Pode envolver órgãos públicos, universidades, organizações da sociedade civil, empresas e especialistas, com responsabilidades e conflitos de interesse declarados.

Aplicação inicial

- Publicar uma linha de base comum para exportações, turismo, investimento e influência.
- Criar critérios públicos para selecionar ativos, mercados e pilotos.

Métricas possíveis

- Cobertura e atualização das bases de dados.
- Projetos avaliados, recomendações adotadas e resultados documentados.
- Participação regional, setorial e institucional na governança.

Hospitalidade em patrimônio e canais de venda

O modelo espanhol Paradores combina hotelaria, preservação do patrimônio e integração territorial. A rede opera desde 1928 e reúne 98 estabelecimentos na Espanha, além de uma franquia em Portugal. A aplicação brasileira deve começar por estudo de viabilidade e por um piloto, sem pressupor gestão pública direta. [7]

Aplicação inicial

- Mapear imóveis públicos ou passíveis de concessão com valor histórico e demanda potencial.
- Comparar concessão, parceria, gestão compartilhada e outros modelos.
- Testar curadoria de produtos brasileiros em hotéis, aeroportos e pontos de venda autorizados, incluindo a viabilidade jurídica de free shops.

Métricas possíveis

- Investimento mobilizado, preservação do patrimônio, ocupação e receita.
- Participação de fornecedores regionais e venda de produtos de origem.

Turismo de trânsito

Passageiros em conexão podem conhecer destinos brasileiros por meio de stopovers e experiências curtas. Em maio de 2026, governo federal, Embratur, associação do setor e companhias aéreas firmaram protocolo que inclui o acompanhamento desses passageiros. Um piloto acrescentaria curadoria cultural, comunicação internacional e avaliação de conversão. [6]

Aplicação inicial

- Escolher um aeroporto e mercados emissores com volume e tempo de conexão adequados.
- Integrar companhia aérea, aeroporto, turismo local, cultura e operadores.
- Testar ofertas com reserva simples, informação multilíngue e retorno seguro ao embarque.

Métricas possíveis

- Adesão, gasto, satisfação, conversão para nova visita e permanência adicional.
- Distribuição dos visitantes entre atrações, bairros e prestadores participantes.

Rota internacional da cachaça de origem

Uma rota piloto pode conectar regiões com Indicação Geográfica reconhecida pelo INPI, entre elas Paraty, Região de Salinas e Microrregião Abaíra. O projeto combinaria produto de origem, visitação, qualificação, calendário cultural, promoção internacional e acesso a canais de venda. O INPI mantém cadernos e registros que permitem identificar territórios, especificações e entidades requerentes. [5]

Aplicação inicial

- Selecionar duas ou três regiões com capacidade e interesse comprovados.
- Construir padrão mínimo de informação de origem, experiência de visita e comunicação multilíngue.
- Articular operadoras, aeroportos, hotelaria, eventos e canais de venda adequados à legislação.

Métricas possíveis

- Valor e composição das exportações de cachaça de origem.
- Número e diversidade de produtores participantes.
- Visitação, gasto, permanência e presença em canais internacionais.

Plataforma de valor para o café brasileiro

A Federación Nacional de Cafeteros criou a Procafecol para operar a marca Juan Valdez em canais de maior valor. O modelo liga origem, marca, varejo e retorno ao sistema cafeeiro. No Brasil, a solução pode ser uma marca cooperada, um selo, uma plataforma de marcas ou uma combinação, definida com o setor e testada em mercados prioritários. [8]

Aplicação inicial

- Escolher dois mercados e mapear hábitos, canais, concorrência e barreiras.
- Selecionar cafés, regiões, empresas e cooperativas por critérios públicos de qualidade e capacidade.
- Testar torrefação, embalagem, origem, comércio eletrônico e pontos físicos.

Métricas possíveis

- Receita e participação de café torrado, processado e vendido sob marcas brasileiras, além de preço médio, canais conquistados, recompra e retorno aos participantes.



REFERÊNCIAS

Os casos abaixo indicam mecanismos que merecem estudo. Não provam que uma política idêntica funcionará no Brasil. A utilidade do benchmark está em identificar escolhas institucionais, métricas e riscos que possam ser testados no contexto brasileiro.

Japão

A estratégia Cool Japan articula conteúdo, alimentação, turismo receptivo e promoção internacional. Em 2024, o governo japonês revisou a estratégia, reconheceu problemas como ausência de metas gerais, atraso digital e retorno insuficiente aos criadores, e fixou objetivos para 2033. A principal lição é a combinação entre ambição econômica, coordenação entre áreas e revisão crítica dos próprios instrumentos. [9]

Coreia do Sul

O governo sul-coreano informou que as exportações de conteúdo alcançaram US$ 12,4 bilhões em 2021 e ampliou o apoio à propriedade intelectual, produção, financiamento e expansão internacional. O caso mostra como política industrial, produção cultural e promoção externa podem operar de forma coordenada. Também recomenda cautela: exportação cultural e influência diplomática são resultados relacionados, mas não equivalentes. [10]

Espanha

Paradores constitui um exemplo duradouro de política turística ligada a patrimônio, integração territorial e desenvolvimento local. Sua replicação literal seria inadequada, mas o modelo ajuda a formular perguntas sobre propriedade, gestão, conservação, demanda, concessões e efeito regional. [7]

Colômbia

Juan Valdez evidencia como produtores podem participar de uma arquitetura de marca e de canais de maior valor. O ponto relevante não é copiar o personagem ou criar uma empresa estatal brasileira. É estudar como governança setorial, propriedade da marca, distribuição e retorno econômico podem reforçar a origem nacional. [8]

Consulta pública e transparência

O BPOM publicará uma carta aberta com a proposta de compromisso e convidará pessoas, empresas, instituições, produtores, pesquisadores e agentes culturais a apresentar contribuições. A consulta será independente e não terá caráter de plebiscito oficial. Seu objetivo será ampliar o debate, reunir propostas e registrar diferentes visões sobre prioridades, métricas e governança.

O mesmo núcleo de compromissos será encaminhado às candidaturas e às respectivas coordenações de programa. Reuniões e materiais de apresentação poderão adaptar a linguagem aos interlocutores, mas não alterarão as condições do compromisso. O BPOM não assume, neste documento, a obrigação de publicar respostas recebidas. Qualquer divulgação deverá respeitar a autorização correspondente e as regras eleitorais aplicáveis.

Pedido às candidaturas

Solicitamos que sua candidatura avalie os cinco compromissos, registre sua posição e indique como pretende incorporar a projeção internacional da cultura e dos ativos brasileiros ao programa de governo. Quando houver concordância parcial ou discordância, pedimos a apresentação de alternativa ou justificativa.

A resposta não representa adesão automática às cinco aplicações deste documento. Representa o compromisso de iniciar uma estratégia pública, decenal, mensurável e aberta à sociedade, capaz de selecionar e testar iniciativas com responsabilidade.

Próximas etapas propostas

1. Durante a campanha Resposta aos compromissos e indicação de interlocutor da equipe de programa.
2. Nos primeiros 100 dias Designação da instância coordenadora e publicação do processo de formulação.
3. Até o fim do primeiro ano Consulta pública, linha de base, estratégia decenal e indicadores iniciais.
4. Até o fim do primeiro ano Seleção ou criação de pelo menos dois pilotos e publicação dos respectivos planos de avaliação.



Notas metodológicas

Este documento combina dados de percepção internacional, turismo, comércio exterior e experiências institucionais. Cada fonte mede fenômenos diferentes. Rankings de reputação registram percepções; estatísticas de turismo registram fluxos e receitas; dados de comércio exterior registram valor e composição das exportações. Nenhum desses indicadores, isoladamente, demonstra que uma política de poder suave causou determinado resultado.

Os benchmarks foram usados para identificar mecanismos possíveis, como coordenação interministerial, marca de origem, rede física, parceria público-privada e metas decenais. A adoção no Brasil exige análise jurídica, fiscal, concorrencial, federativa, ambiental e de viabilidade econômica.

O mapeamento comparativo mais amplo do BPOM deverá ser incorporado ao anexo técnico somente depois de uma auditoria de fontes, datas, unidades, critérios de comparação e limites de inferência. Afirmações não confirmadas por fonte primária devem ser identificadas como hipótese ou retiradas da versão pública.

Fontes principais

[1] Brand Finance Global Soft Power Index 2026 e análise do Brasil

[2] Ministério do Turismo Tendências do Turismo 2026 desempenho brasileiro em 2025

[3] Ministério da Agricultura e Pecuária Café Produção e Comércio Mundial dados de 2025

[4] Nye Joseph S Soft Power The Means to Success in World Politics PublicAffairs 2004

[5] Instituto Nacional da Propriedade Industrial registros e especificações de Indicações Geográficas

[6] Ministério de Portos e Aeroportos protocolo para turismo e stopover 2026

[7] Paradores de Turismo de España informações institucionais e rede

[8] Federación Nacional de Cafeteros de Colombia Procafecol e Juan Valdez

[9] Gabinete do Governo do Japão New Cool Japan Strategy 2024

[10] Ministério da Cultura Esporte e Turismo da Coreia do Sul exportações de conteúdo

[11] Tribunal Superior Eleitoral calendário e normas das eleições de 2026

BPOM
BRASIL
PARA O
MUNDO


BPOM
BRASIL
PARA O
MUNDO