

# Carnaval 2025: Como empresas brasileiras estão promovendo diversidade e inclusão na maior festa nacional

[epocanegocios.globo.com/colunas/diversifique-se/coluna/2025/02/carnaval-2025-como-empresas-brasileiras-estao-promovendo-diversidade-e-inclusao-na-maior-festa-nacional.ghtml](https://epocanegocios.globo.com/colunas/diversifique-se/coluna/2025/02/carnaval-2025-como-empresas-brasileiras-estao-promovendo-diversidade-e-inclusao-na-maior-festa-nacional.ghtml)

28 de fevereiro de 2025



O Carnaval brasileiro sempre foi um reflexo da diversidade do país, uma celebração vibrante em que diferentes culturas, identidades e expressões encontram espaço para se manifestar. Nos últimos anos, essa festa popular tem se tornado também um terreno fértil para empresas que desejam ir além do marketing tradicional e querem alinhar suas marcas a valores de inclusão, sustentabilidade e responsabilidade social. Em 2025, essa tendência se consolidou ainda mais, com grandes companhias patrocinando blocos de rua acessíveis, promovendo campanhas voltadas para grupos historicamente marginalizados e investindo em infraestrutura para garantir uma folia mais segura e inclusiva.

O primeiro bloco que eu acompanhei este ano, na avenida Atlântica, no Rio de Janeiro, foi o Bloco Carnavalesco da Associação Brasileira de Reabilitação e Assistência aos Cegos e Surdos (ABRACES), com o refrão:

“Viva a diferença  
No novo pensar  
Proatividade pra vida andar  
Tome atitude lute pra valer  
Se discriminar  
O problema é você”

Este momento me fez pensar: se no passado o Carnaval era visto apenas como uma festa ou oportunidade comercial para ativações publicitárias, hoje ele é visto como momento oportuno para transmitir mensagens de impacto, e as marcas entenderam que sua participação precisa ser genuína e alinhada a causas relevantes. Empresas como Ambev, Philip Morris Brasil, Coca-Cola Femsa e diversas patrocinadoras de escolas de samba, bem como prefeituras, têm demonstrado que diversidade não é apenas um discurso, mas uma estratégia de negócios que fortalece a conexão com o público e gera impacto positivo. Neste artigo, quero falar sobre como o Carnaval de 2025 está se tornando um palco para boas práticas empresariais.

Em 2025, a Ambev, por exemplo, está patrocinando o Carnaval nas cidades do Rio de Janeiro, Salvador, São Paulo e Belo Horizonte, promovendo experiências icônicas e um ambiente mais inclusivo para o ecossistema que faz a festa acontecer – a companhia apoiará mais de 55 mil ambulantes em todo o país, oferecendo treinamentos e equipamentos. Em Salvador, o programa Bora Ambulantes, parte do Bora Hub, mobilizará 3.500 trabalhadores, proporcionando melhores condições de trabalho. Já em São Paulo, ambulantes credenciados terão acesso a trilhas de conhecimento para aprimorar suas técnicas de vendas, gestão financeira e atendimento ao público, em parceria com a Prefeitura e a Secretaria de Desenvolvimento da cidade.

No pilar de sustentabilidade, a companhia reforça sua atuação em logística reversa com o Bora Catadores, contribuindo para melhores condições de trabalho, equipamentos de segurança e maior remuneração para catadores, em comparação com os valores praticados no mercado, além da coleta e reciclagem de resíduos nos Carnavais patrocinados.

Durante o Carnaval deste ano, a Coca-Cola Femsa Brasil também é um bom exemplo. A empresa está realizando iniciativas ambientais e sociais no CarnaTherê, por meio da marca Therezópolis. A frente social conta com o direcionamento de aproximadamente 3 toneladas de alimentos para a Ação da Cidadania e realizará iniciativas de gestão e destinação adequada de resíduos, incluindo a parceria com cooperativas de catadores para reciclagem, contribuindo para a sustentabilidade e responsabilidade social durante as festividades.

A Philip Morris Brasil também apoiou blocos inclusivos em São Paulo, como o Bloco do Fico (de pessoas com deficiência) e o Bloco do Ezatamentchy (de pessoas LGBTQPIAN+), que garantiram acessibilidade para pessoas com deficiência e promoveram a inclusão da comunidade surda e LGBTQPIAN+.

No Rio de Janeiro, a Liga RJ, responsável pelos desfiles das escolas de samba da Série Ouro, estabeleceu parcerias para implementar iniciativas sustentáveis, como compensação de carbono, gestão de resíduos e reciclagem de fantasias, visando tornar o Carnaval mais inclusivo e ambientalmente responsável. Em São Paulo, a Prefeitura lançou o projeto "Samba com as Mãos", que interpreta os enredos das escolas de samba em Libras, garantindo que pessoas surdas ou com deficiência auditiva possam compreender e participar plenamente das festividades.

Projeções indicam que o Carnaval de 2025 deverá gerar R\$ 12,03 bilhões em faturamento e criar cerca de 32,6 mil empregos temporários, evidenciando a relevância econômica da festividade e o papel das empresas na promoção de um evento inclusivo e sustentável.

O engajamento das empresas no Carnaval, por meio de iniciativas que promovem diversidade e inclusão, não apenas fortalece sua imagem corporativa, mas também contribui para a construção de uma sociedade mais justa e igualitária. Diante desse cenário, é fundamental que outras organizações reconheçam o potencial da festividade como uma poderosa plataforma para ações de responsabilidade social e valorização da diversidade cultural, transformando a folia em um espaço de impacto positivo e genuíno.

***Liliane Rocha é CEO e fundadora da Gestão Kairós, consultoria especializada em Sustentabilidade e Diversidade, autora do livro Como ser um líder Inclusivo e premiada com o 101 Top Global Diversity and Inclusion Leaders***

Mais recente [Próxima Crise de valores: diversidade e inclusão são apenas a ponta do iceberg organizacional](#)