

# HÁBITOS E CONSUMO DE CULTURA PERCEPÇÕES SOBRE AS POLÍTICAS CULTURAIS

---

Relatório de pesquisa quali e quantitativa  
Brasília\_Novembro de 2025





# OBJETIVOS GERAIS

AVALIAR A OPINIÃO DA POPULAÇÃO EM RELAÇÃO À CULTURA, O CONSUMO DE ATIVIDADES CULTURAIS E ARTÍSTICAS E APOIAR O MINISTÉRIO DA CULTURA NA CONSTRUÇÃO DE AÇÕES PARA O PRÓXIMO PERÍODO.



# O QUE FOI REALIZADO

## QUANTITATIVA

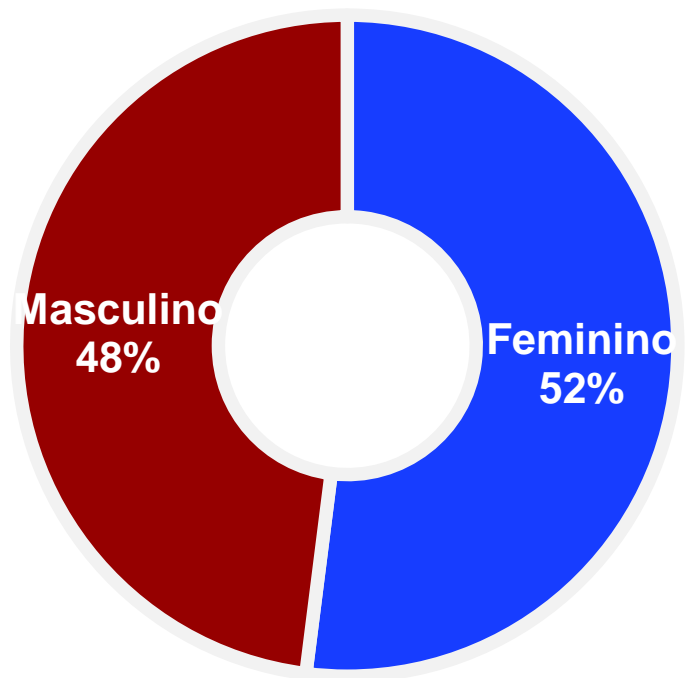
- A Nexus realizou **2.016 entrevistas** domiciliares com cidadãos com idade a partir de 16 anos, nas 27 Unidades da Federação (UFs). A margem de erro no total da amostra é de 2 pp, com intervalo de confiança de 95%. A amostra é controlada a partir de quotas de: (a) sexo, (b) idade, (c) PEA, (d) região e (e) condição do município.
- As entrevistas foram realizadas entre **6 e 12 de novembro de 2025**.
- Após a pesquisa, foi aplicado um fator de ponderação para corrigir eventuais distorções em relação ao plano amostral. Devido ao arredondamento, a soma dos percentuais pode variar de 99% a 101%.
- Estatístico responsável: Neale El-Dash, Conre 8656-A.
- Responsáveis: Marcelo Tokarski (CEO da Nexus), André Jácomo (Diretor de Pesquisa), Renan Klein (Analista Sênior).

## QUALITATIVA

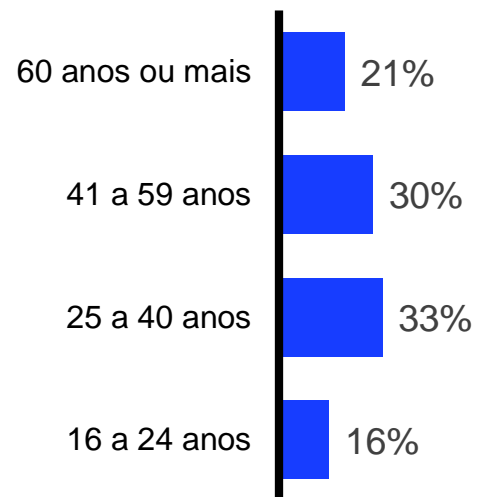
- 4 Grupos Focais com homens e mulheres; moradores de Capitais/ RM e cidades do interior dos estados brasileiros; de 18 a 50 anos de renda CD.
- Avaliam o Governo Federal como ruim, regular ou bom – excluindo ótimo e péssimo.
- Responsável: UNB

# PERFIL

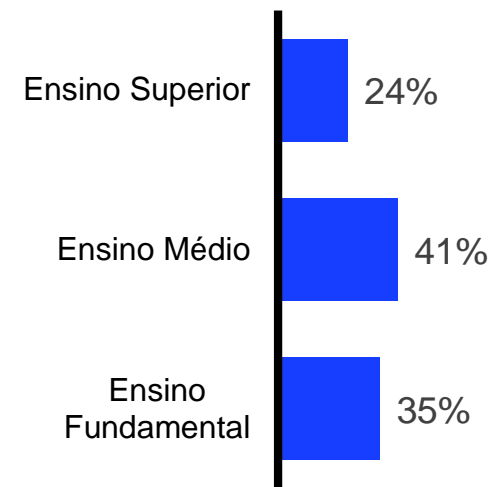
(amostra total)



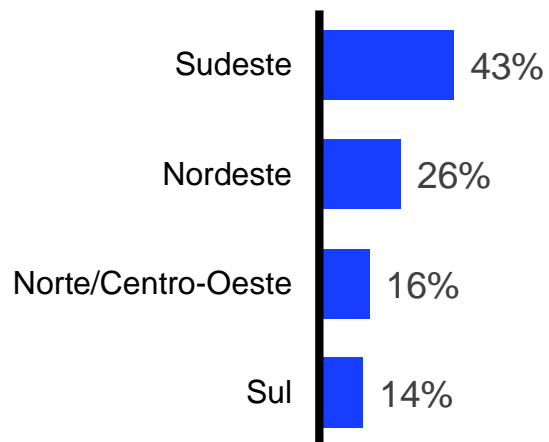
## IDADE



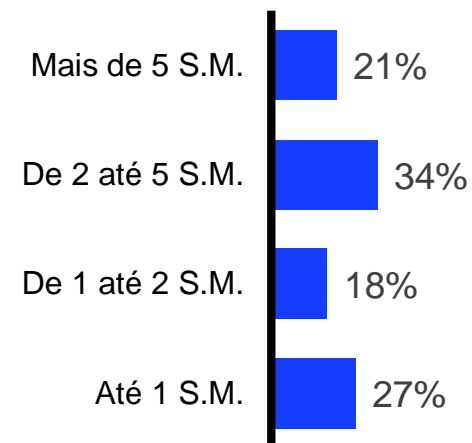
## ESCOLARIDADE



## REGIÃO



## RENDA FAMILIAR







**O QUE ENTENDEM COMO CULTURA?**





AO TRATAR SOBRE O CONCEITO DE CULTURA NO INÍCIO DAS DISCUSSÕES EM GRUPO, OBSERVA-SE A PREDOMINÂNCIA DE UMA DEFINIÇÃO AMPLA DO TERMO: UM CONJUNTO DE VALORES, CRENÇAS, HÁBITOS, COMPORTAMENTOS, TRADIÇÕES E COSTUMES QUE FORMAM A IDENTIDADE E A HISTÓRIA DE UM POVO.





“

- **A cultura é aquilo que forma o povo de um lugar.** A gente mesmo, nós temos as influências dos indígenas... **É a nossa raiz.**

- Dos portugueses também. A gente vai formando nossa cultura própria. (...) **Cultura é história... É presente, passado e futuro.**

- Tem a questão do **futebol, do Carnaval, das novelas** que fazem parte da nossa cultura. A **religião** também faz parte da Cultura... É um mix de coisas.

(...)

- **Ninguém vive sem cultura.** Todo mundo tem a sua cultura, tem o seu gosto por alguma coisa cultural, de arte, de música. (...) **Uma pessoa sem cultura é uma pessoa pobre... A Cultura transforma, ela é a evolução da humanidade.**

(SE/ S - Capital/ RM - 30 a 50 anos)

”





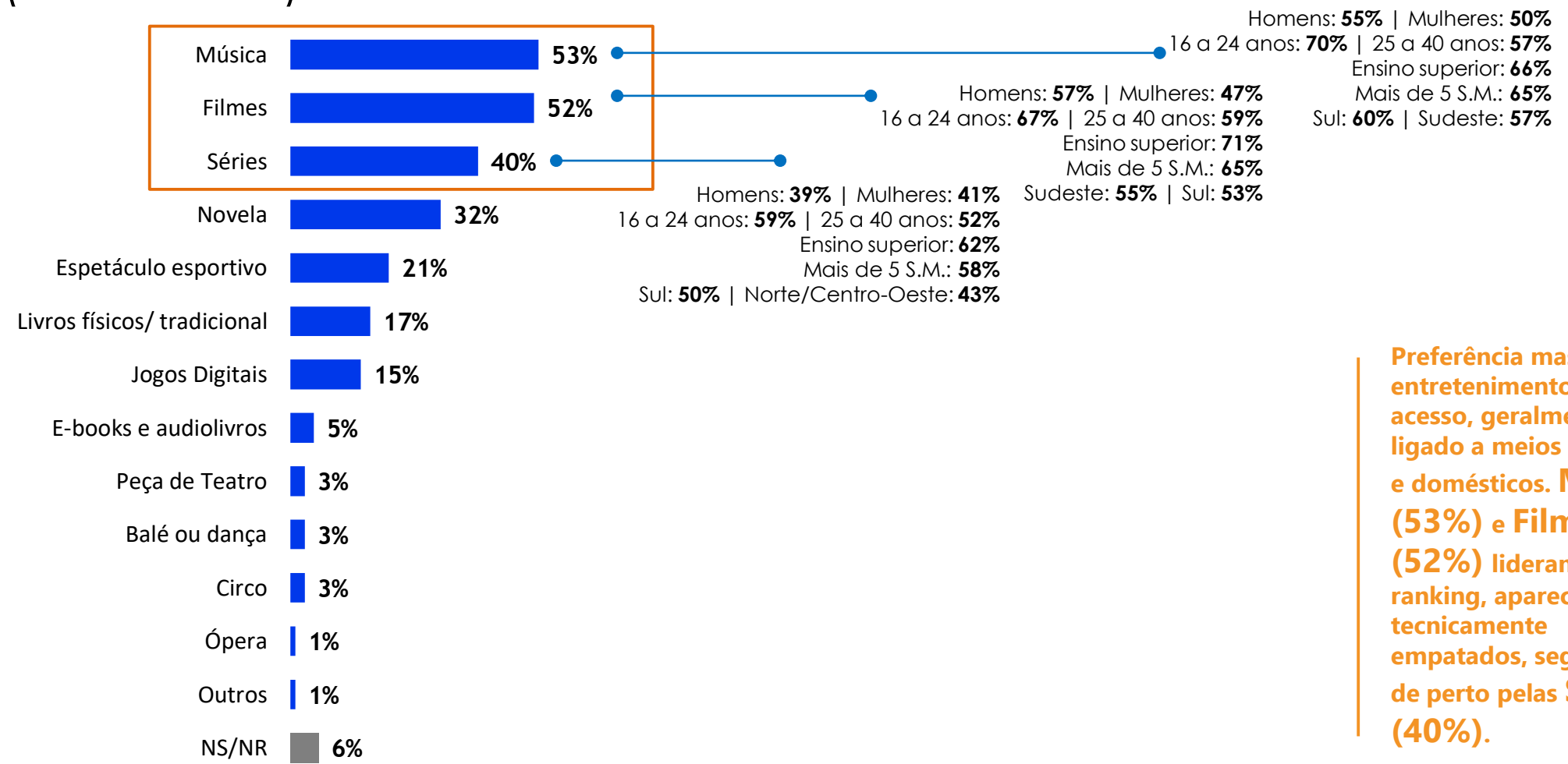
**QUAIS SÃO OS HÁBITOS DE CONSUMO  
DE CULTURA?**



# CONSUMO DE ATIVIDADES CULTURAIS

## NOS ÚLTIMOS 30 DIAS

(Amostra total)



Preferência massiva por entretenimento de fácil acesso, geralmente ligado a meios digitais e domésticos. **Música (53%) e Filmes (52%)** lideram o ranking, aparecendo tecnicamente empatados, seguidos de perto pelas **Séries (40%)**.



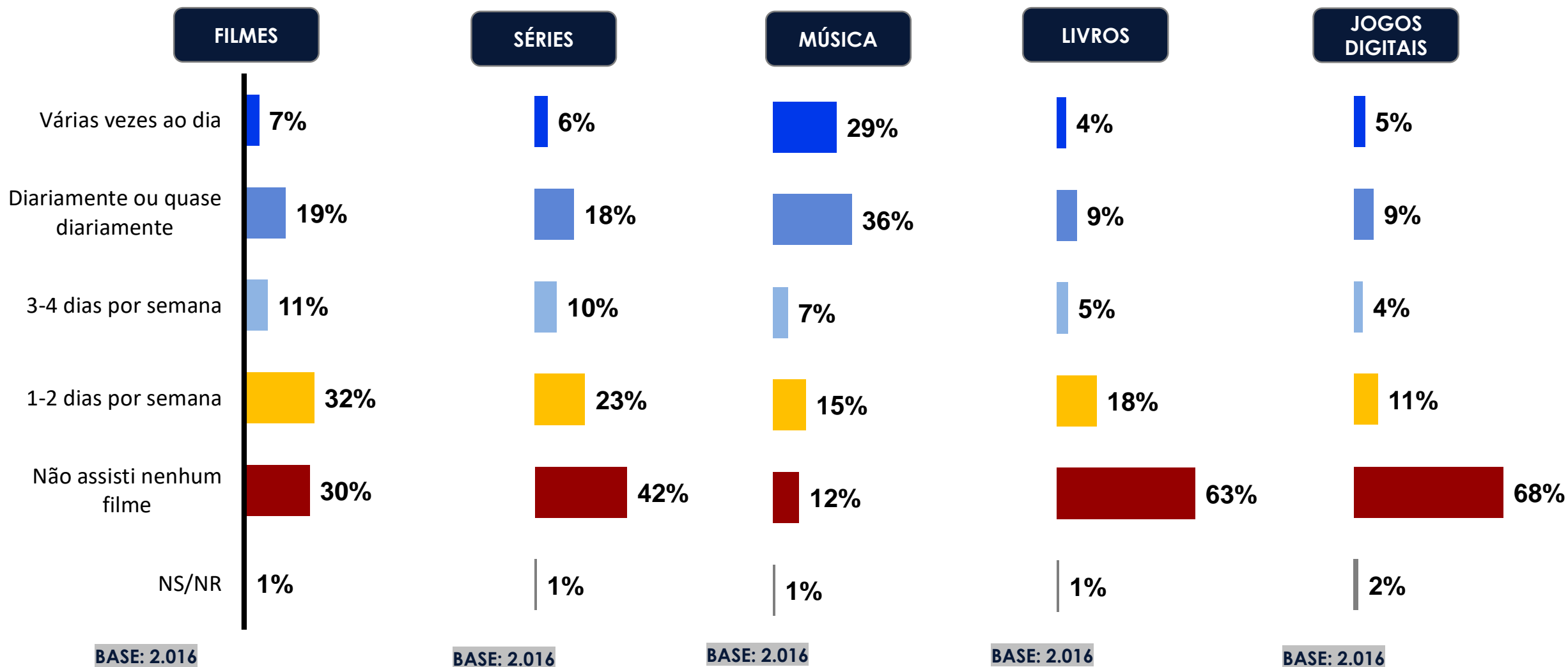
Das atividades listadas a seguir **(MOSTRAR CARTÃO)**, qual você consumiu no último mês (30 dias)? **(ESTIMULADA E MÚLTIPLA)** |

**BASE: 2.016**

Fonte: Pesquisa Quantitativa NEXUS

# [QUADRO RESUMO] FREQUÊNCIA SEMANAL: CONSUMO DE FILMES E SÉRIES

(Amostra total)



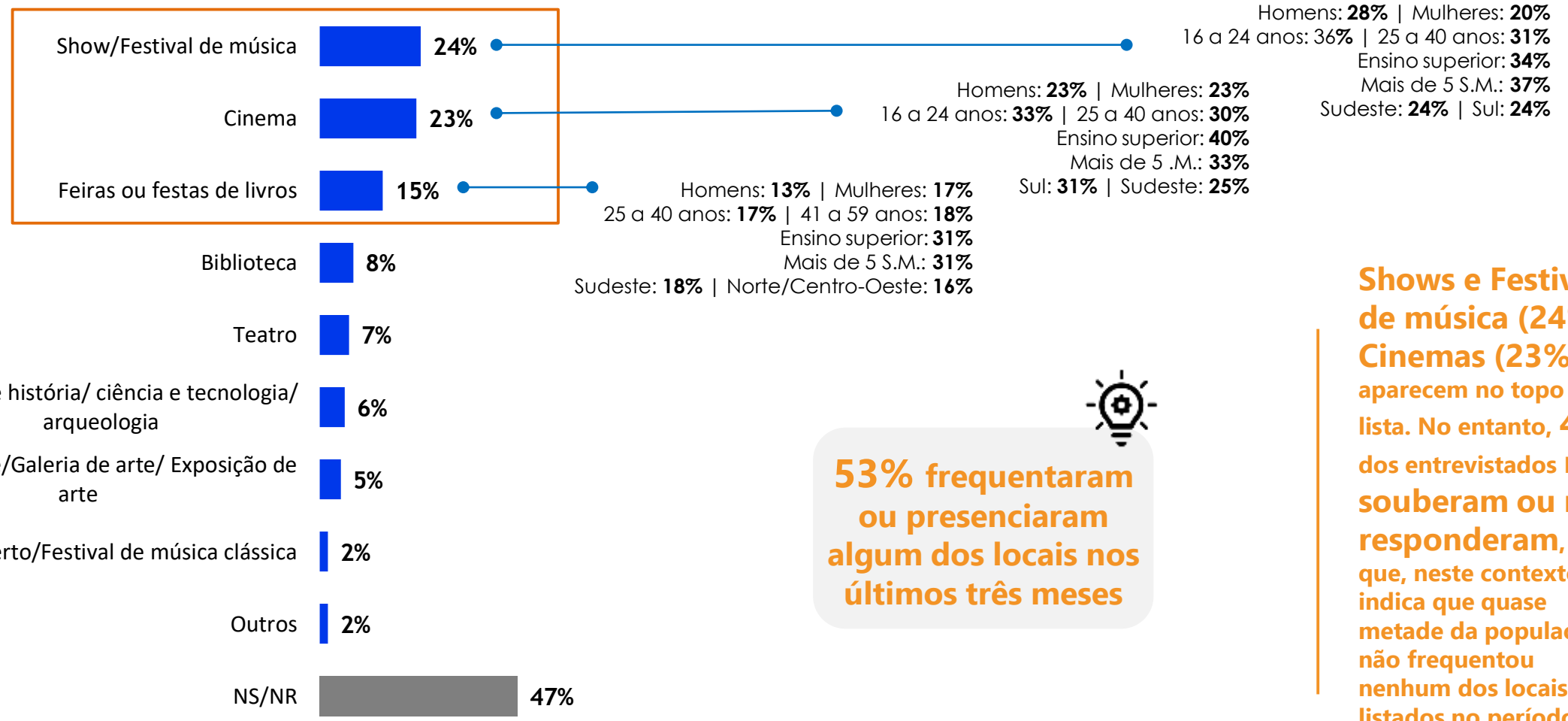
Independentemente de onde ou em que mídia foram assistidos (celular, computador, televisão, tablet, cinema etc.), com que frequência você consumiu \_\_\_\_ na última semana? (ESTIMULADA E ÚNICA) | BASE: 2.016



# EQUIPAMENTOS CULTURAIS VISITADOS

## NO ÚLTIMO TRIMESTRE

(Amostra total)



**53%** frequentaram ou presenciaram algum dos locais nos últimos três meses

**Shows e Festivais de música (24%) e Cinemas (23%)** aparecem no topo da lista. No entanto, **47%** dos entrevistados **não souberam ou não responderam**, o que, neste contexto, indica que quase metade da população não frequentou nenhum dos locais listados no período.



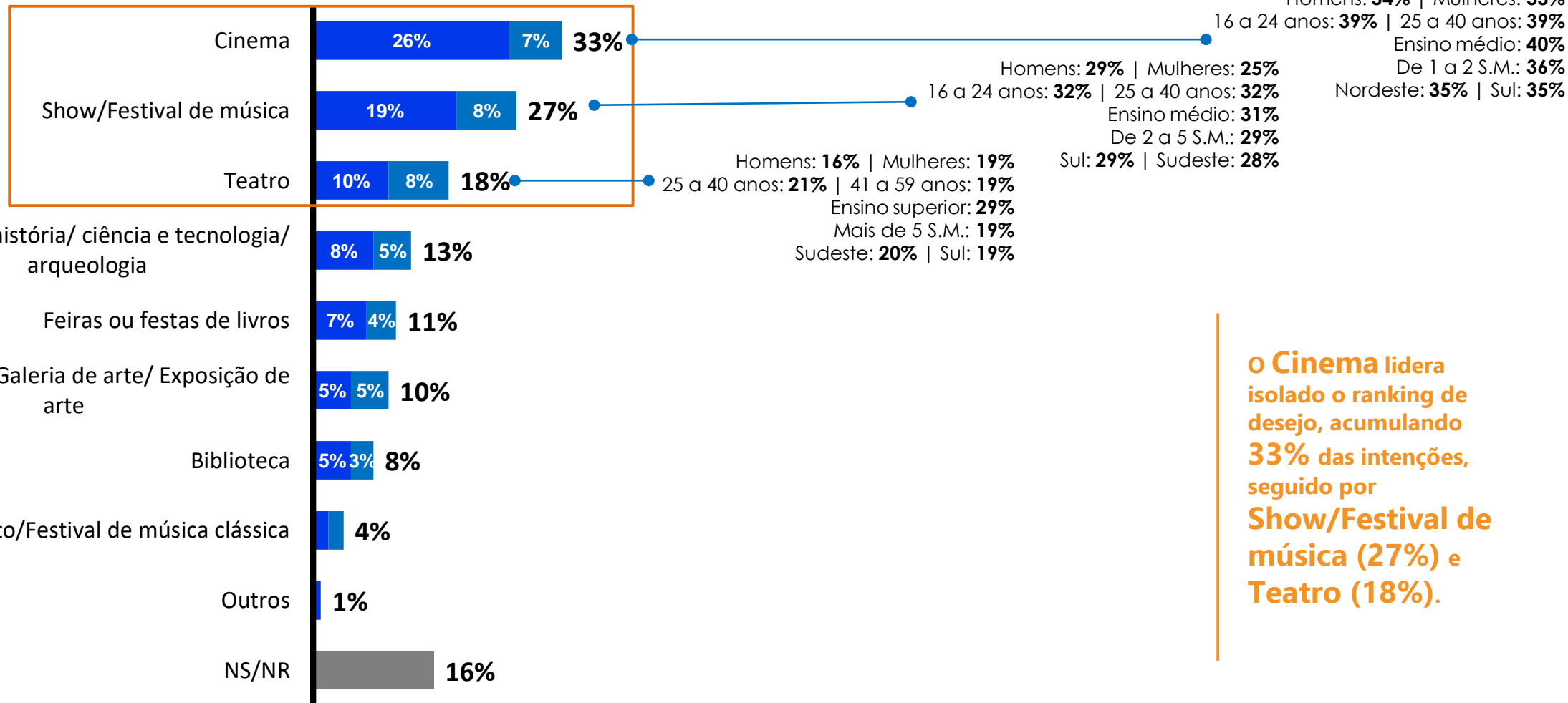
Dos locais a seguir **(MOSTRAR CARTÃO)**, quais você frequentou/ presenciou nos últimos três meses (90 dias)? **(ESTIMULADA E MÚLTIPLA)** |

**BASE: 2.016**

Fonte: Pesquisa Quantitativa NEXUS

# DESEJO DE FREQUÊNCIA: LOCAIS MAIS DESEJADOS PELO PÚBLICO

(Amostra total)



**O Cinema lidera isolado o ranking de desejo, acumulando 33% das intenções, seguido por Show/Festival de música (27%) e Teatro (18%).**



E, de acordo com a lista a seguir **(MOSTRAR CARTÃO)**, qual local você gostaria de frequentar com maior frequência? E em segundo lugar? **(ESTIMULADA E MÚLTIPLA ATÉ DUAS OPÇÕES)** | **BASE: 2.016**

Fonte: Pesquisa Quantitativa NEXUS





“

***Eu geralmente costumo consumir mais música mesmo, não tenho acesso a outros tipos de cultura. (...) A gente aprende muito com as letras das músicas. A música conta histórias, fala sobre a vida das pessoas***

*(SE/ S - Interior - 18 a 25 anos)*

*- Eu vou em show de vez em quando aqui mesmo, show da Daniela Mercury, da Ivete (Sangalo).*

*- Eu vou pouco, as bandas que eu gosto fazem mais shows no 'sul', e aí fica caro para ir. Os eventos são longe de onde eu moro.*

*(NO/ NE/ CO - Capital/ RM - 18 a 25 anos)*

***Nossa, eu nunca mais vi circo por aqui, só quando eu era criança, eu fui quando era criança.***

*(NO/ NE/ CO - Capital/ RM - 18 a 25 anos)*

”



“

*Gosto muito de teatro, eu vou de vez em quando. Não consigo falar quantas vezes, assim... Mas eu vou mais mesmo é quando tem as promoções. Aqui eles fazem umas promoções (campanhas) de vez em quando com ingressos mais baratos. (SE/ S - Capital/ RM - 30 a 50 anos)*

*- Eu acho que tenho outras prioridades no sentido de cultura. Mas também eu acho que não me chama atenção esse tipo de música clássica, ópera. Mas eu nunca fui também.*

*- (...) Mas eu acho que eu ficaria perdido porque eu não conheço esse tipo de arte, acho que não tenho conhecimento para apreciar isso.*

*(SE/ S - Interior - 18 a 25 anos)*

*Teatro de famosos aqui não tem, se quiser tem que ir para longe. (...) Vou só quando tem teatro na escolinha da minha filha... Quando tem o teatrinho que fazem lá.*

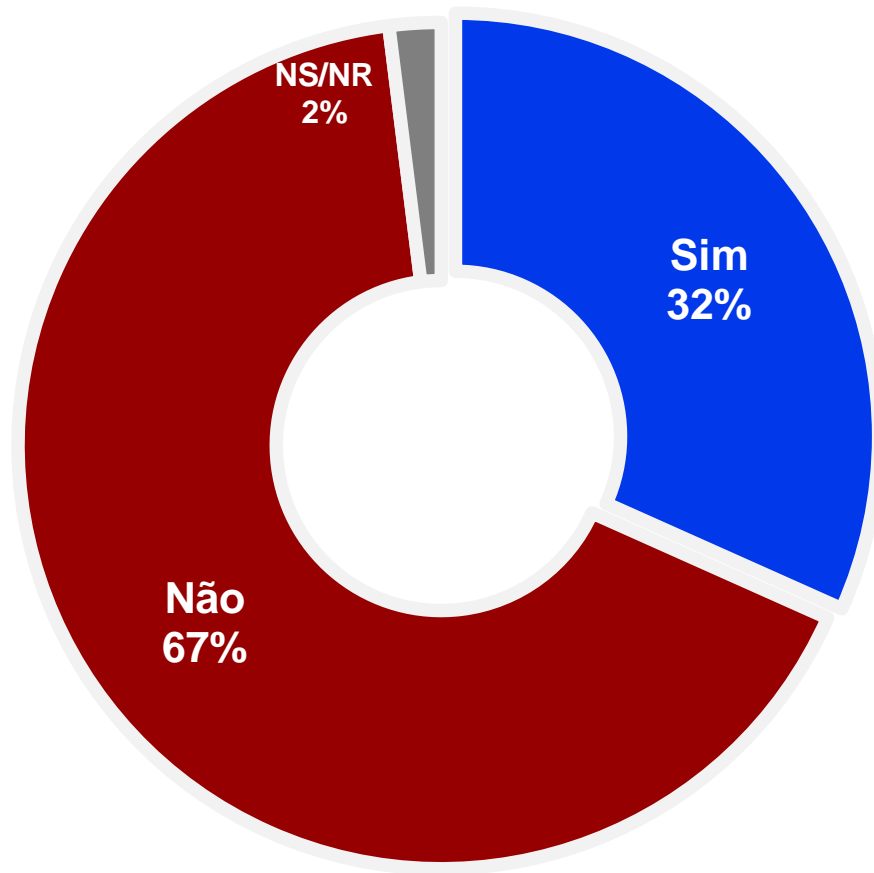
*(NO/ NE/ CO - Interior - 30 a 50 anos)*

”



# VISITAÇÃO A EVENTOS CULTURAIS REGIONAIS

(Amostra total)



Qual foi o seu preferido?



BASE: 635



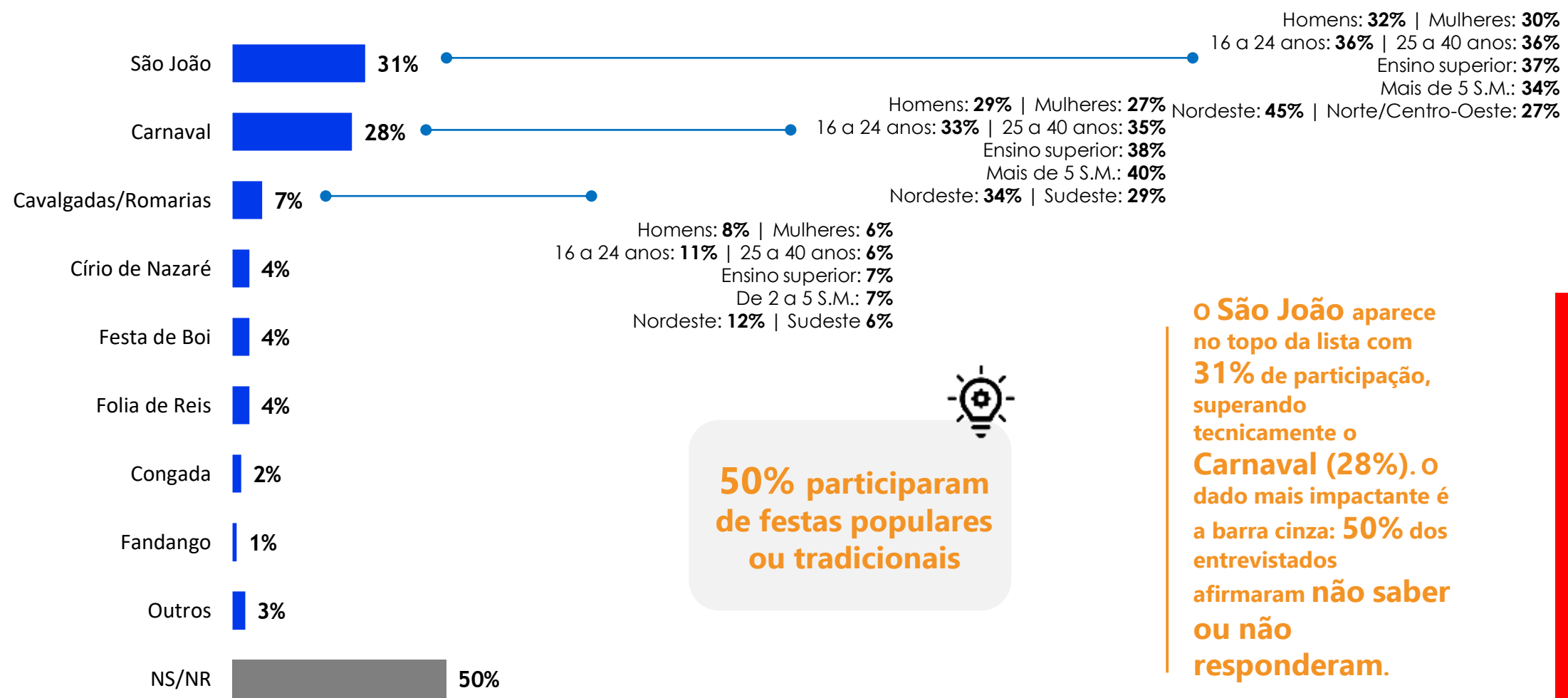
Desde o início do ano, você visitou/ presenciou algum evento cultural local ou tradicional da sua cidade ou região, sim ou não?

(ESPONTÂNEA E ÚNICA) | BASE: 2.016

Fonte: Pesquisa Quantitativa NEXUS

# PARTICIPAÇÃO EM FESTAS POPULARES E TRADICIONAIS

(Amostra total)



**50% participaram de festas populares ou tradicionais**

**O São João aparece no topo da lista com 31% de participação, superando tecnicamente o Carnaval (28%). o dado mais impactante é a barra cinza: 50% dos entrevistados afirmaram não saber ou não responderam.**



Você costuma participar de festas populares ou manifestações culturais tradicionais como Carnaval, São João, Círio de Nazaré, Festa do Boi, entre outras? Quais? **(ESTIMULADA E MÚLTIPLA)** | **BASE: 2.016**

Fonte: Pesquisa Quantitativa NEXUS





**QUAIS AS BARREIRAS DE ACESSO?**



NOTA-SE QUE A “**CORRERIA DO COTIDIANO**”, A **PRIORIZAÇÃO DO TRABALHO** E OUTRAS ATIVIDADES ROTINEIRAS AFETAM O ACESSO E O CONSUMO DE CULTURA E ARTE NA OPINIÃO DE MUITOS. EM MEIO A TUDO ISSO, MUITOS ALEGAM A “**FALTA DE TEMPO**” COMO BARREIRA PARA NÃO CONSUMIR TANTA CULTURA COMO SUPOSTAMENTE GOSTARIAM.

---



Além disso, a percepção de **AUSÊNCIA DE DIVULGAÇÃO** também se observou recorrentemente como barreira. Nem sempre recebem informações em tempo hábil da programação cultural, sobretudo capital e RM – Exemplo de show quando não é grande produção ou com artista famoso.

No caso de música clássica, ópera e espetáculo de dança/ balé, há quem diga que a divulgação parece não chegar até eles.

A **FALTA DE TRANSPORTE** público também é motivo para não frequentarem alguns eventos, principalmente no horário noturno.

A **PERCEPÇÃO DE INSEGURANÇA** é outro problema mencionado, sobretudo em grandes eventos e espaços públicos abertos e gratuitos – Mas, não somente ali.





**A QUESTÃO FINANCEIRA É OUTRA BARREIRA QUE MERECE DESTAQUE, NÃO SOMENTE EM RELAÇÃO AO PREÇO DO INGRESSO, MAS CONSIDERANDO AINDA OUTROS ELEMENTOS ENVOLVIDOS.**

- Jovens, principalmente, reclamam que dependendo do evento, **é preciso contabilizar os gastos com alimentação e bebida, considerados também excessivos em ambientes culturais**, sobretudo festivais de música ou mesmo em outros espaços.
- Além de consideram o **preço do ingresso caro**, sobretudo nas cidades maiores como as capitais, muitas vezes **pesa no orçamento o estacionamento ou o transporte por aplicativo** (devido a ausência de transporte público).
- Enfim, **somando os gastos, há que se limitar o número de eventos recorrentes**, mesmo querendo frequentar mais – Portanto, **muitas vezes priorizam os eventos gratuitos, mas sendo esses percebidos como cada vez mais escassos**.

“

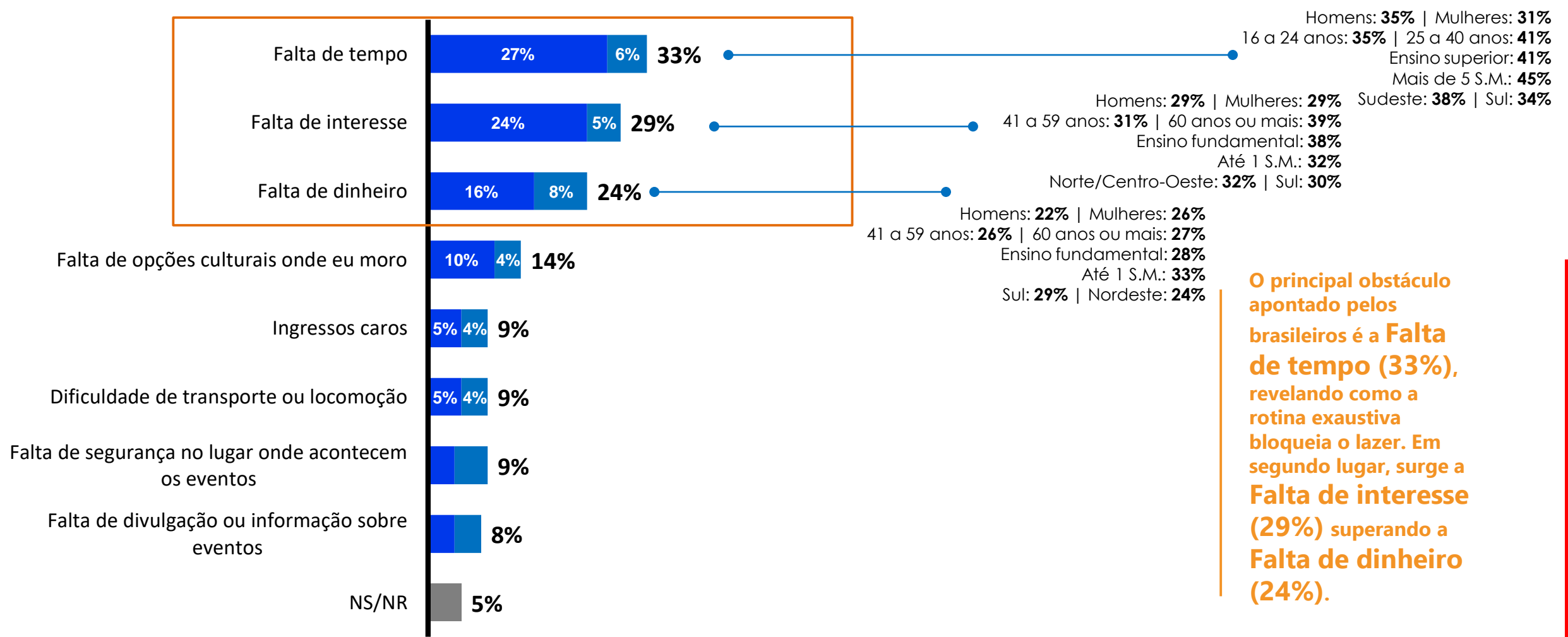
*Eu queria viajar para ir em um show, em festival... Mas aí para ir para outra cidade fica mais caro ainda. Eu sou estudante, então, ainda não tenho dinheiro para gastar com isso ainda.*

*(NO/ NE/ CO - Capital/ RM - 18 a 25 anos)*

”

# PRINCIPAIS OBSTÁCULOS AO ACESSO CULTURAL

(Amostra total)




O principal obstáculo apontado pelos brasileiros é a **Falta de tempo (33%)**, revelando como a rotina exaustiva bloqueia o lazer. Em segundo lugar, surge a **Falta de interesse (29%)** superando a **Falta de dinheiro (24%)**.



Quais são os principais motivos que dificultam sua participação em atividades culturais (como ir ao cinema, teatro, museus, shows ou festivais)? E o segundo? **(ESTIMULADA E MÚLTIPLA; ATÉ DUAS OPÇÕES)** | **BASE: 2.016**

Fonte: Pesquisa Quantitativa NEXUS





APESAR DAS BARREIRAS, AS PRÁTICAS CULTURAIS  
FAZEM PARTE DO COTIDIANO DOS ENTREVISTADOS.

HÁ UMA PERCEPÇÃO CONSISTENTE DE QUE A INTERNET  
FACILITOU O ACESSO À CULTURA.

**E HÁ UM PREDOMÍNIO, HOJE, MAIS DE CONSUMO DE  
CULTURA EM CASA/ ONLINE DO QUE EM EVENTOS  
PRESENCIAIS.**



“

***Antes da internet, dos streaming, eu saia mais, mas hoje em dia, em casa, eu assisto mais filme do que eu assistia antes quando não tinha streaming. Então, acho que hoje acabo consumindo mais cultura, pelo menos mais filme, mais série...***

*(SE/ S - Capital/ RM - 30 a 50 anos)*

***- Eu acesso várias coisas em casa, acredita que ainda vejo TV aberta? Também assisto filme, série...***

*- Eu acesso muito YouTube e jogos. (...) Eu jogo online. (...) Já aconteceu de eu ficar vendo uma série e acabar perdendo o horário para encontrar amigos e acabei não indo por isso.*

*(NO/ NE/ CO - Interior - 30 a 50 anos)*

***A internet facilitou a gente a ter mais acesso a informação, facilitou a gente ter acesso a outras culturas.***

*(SE/ S - Interior - 18 a 25 anos)*

”



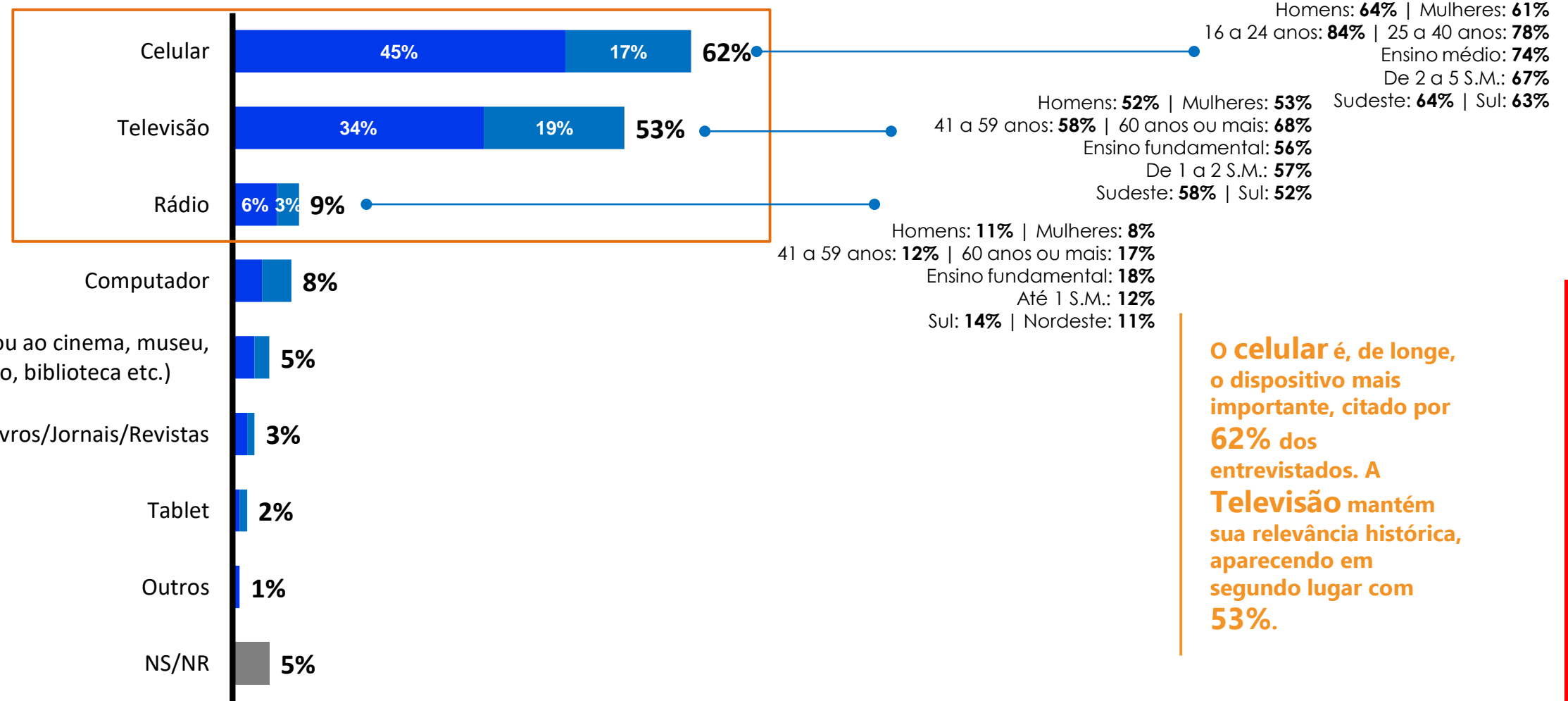
**62%** dos brasileiros consideram o **celular** como principal aliado para consumo de atividades culturais. A **televisão** é a segunda na preferência, com **53%**.



# ONDE A CULTURA É CONSUMIDA:

## MEIOS PRINCIPAIS

(Amostra total)



**O celular é, de longe, o dispositivo mais importante, citado por 62% dos entrevistados. A Televisão mantém sua relevância histórica, aparecendo em segundo lugar com 53%.**



Qual o principal meio, mídia, dispositivo ou lugar que você utiliza para consumir suas atividades culturais em sua rotina (filmes, séries, música, espetáculo, exposições etc.)? E em segundo lugar? **(ESTIMULADA E MÚLTIPLA; ATÉ DUAS OPÇÕES)** | **BASE: 2.016**

Fonte: Pesquisa Quantitativa NEXUS

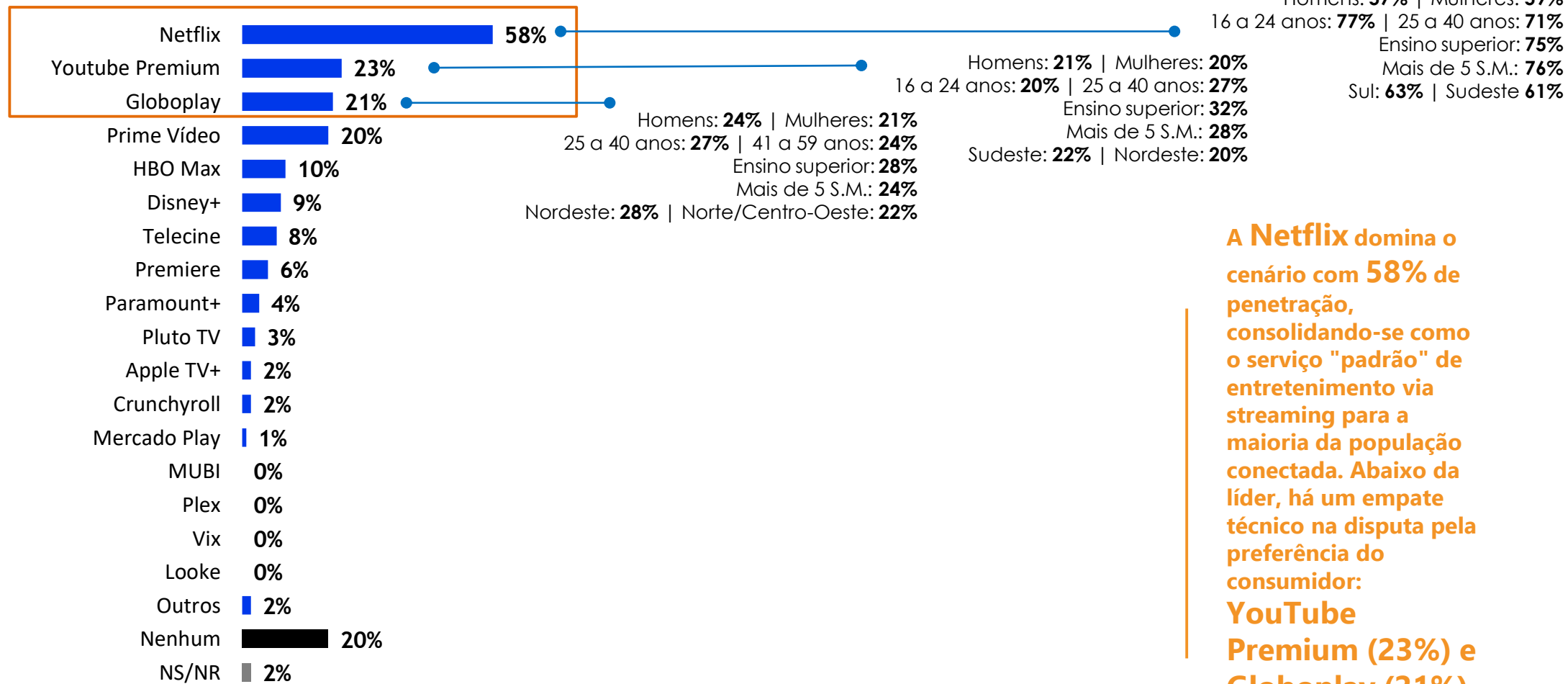


Quando o assunto é o uso de serviços de streaming, o serviço mais citado entre os brasileiros é a **Netflix (58%)**, seguida por **YouTube Premium (23%)** e **Globoplay (21%)**. Mubi, Plex, Vix e Looke são os menos consumidos.



# USO DE SERVIÇOS DE STREAMING DE VÍDEO

(Amostra total)



A Netflix domina o cenário com 58% de penetração, consolidando-se como o serviço "padrão" de entretenimento via streaming para a maioria da população conectada. Abaixo da líder, há um empate técnico na disputa pela preferência do consumidor: YouTube Premium (23%) e Globoplay (21%).



Quais desses serviços de streaming de vídeo você costuma consumir no seu dia a dia? Por favor, assinale todos que você costuma assistir, seja ele pago ou gratuito. (ESTIMULADA E MÚLTIPLA) | BASE: 2.016

Fonte: Pesquisa Quantitativa NEXUS



A vibrant Brazilian Carnival scene. The upper half of the image shows a dense canopy of colorful triangular flags (bandeirinhas) in shades of blue, yellow, green, and red. Below the canopy, several people are dancing. In the center, a man and a woman are holding hands and dancing. To the right, a man in a bright orange and yellow outfit is dancing. In the foreground, a person in a large white tutu is visible. The lower half of the image shows a street with a crowd of people and a metal barricade. The overall atmosphere is festive and celebratory.

**E COMO ENTENDEM A CULTURA BRASILEIRA NO CONTEXTO INTERNACIONAL?**

## O BRASIL VISTO POR DENTRO:

Embora predomine a ideia de que a cultura no Brasil é valorizada pela população em geral, acredita-se haver uma **outra parcela dos entrevistados adverte sobre uma tendência entre parte dos brasileiros em supervalorizar a cultura americana, em consumir produtos estrangeiros e considerar o que vem de fora como algo de mais qualidade, superior** – Uma alusão em certa medida ao chamado “complexo de vira-lata”.

Além disso, **alguns moradores do Norte e Nordeste advertem que boa parte da cultura dessas regiões são subjugadas e esquecidas pela população das demais regiões**. Lamentam que haja foco no que acontece no Rio de Janeiro e em São Paulo, cujas produções e expressões artísticas/ culturais, conseqüentemente, tornam-se mais visíveis, mais valorizadas e, aparentemente recebem mais investimentos.

## O BRASIL VISTO POR FORA:

**Há uma leve prevalência da opinião de que o país é visto lá fora de forma pejorativa**, como um povo que supervaloriza apenas o futebol e o Carnaval. Há quem acrescente a objetificação sexual da mulher brasileira – impactando tudo isso de maneira negativa na imagem do Brasil no exterior.

Nos grupos de moradores das regiões NO, NE e CO, mais uma vez, **há uma visão de que os estrangeiros conhecem mais a cultura do Rio de Janeiro e de São Paulo, ao priorizarem esses locais quando visitam o Brasil**.

Por outro lado, **há os defensores da cultura brasileira ao afirmarem que os estrangeiros reconhecem a riqueza do país, a exemplo da música** (samba e bossa nova) **e da gastronomia**. Até mesmo o futebol e o Carnaval são vistos por esses entrevistados como símbolos valorizados pelos gringos.





“

*- A cultura brasileira é nossa identidade. Mundo inteiro conhece o carnaval, o futebol.*

*- Sem nossa cultura nós não somos o Brasil. Nossa cultura é o que nós somos... A caipirinha, o churrasco... (NO/ NE/ CO - Interior - 30 a 50 anos)*

*- O povo brasileiro tem orgulho da nossa cultura. Eu tenho. Nós temos muita diversidade, tem gosto para tudo. Tem samba, bossa nova, Carnaval, São João... Tenho orgulho do nosso folclore também.*

*- Mas muita gente acha aqui que os filmes de Hollywood são melhores, que a cultura europeia é melhor, sendo que tem muita coisa boa sendo feita aqui, até mesmo filmes.*

*- Eu acho que o Brasil não valoriza o Brasil. O pessoal aqui valoriza o futebol e algumas músicas, não é tudo que o povo valoriza aqui como nossa cultura, as pessoas nem conhecem direito, conhecem mais o que é feito no Rio e São Paulo. **O Norte mesmo não é conhecido**, agora que está mais visível pela COP30 no caso de Belém. **Tem muito preconceito com o Norte o Norte parece deslocado do Brasil***

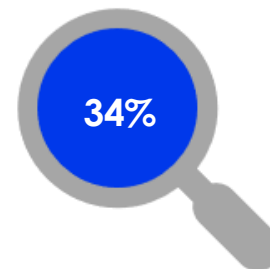
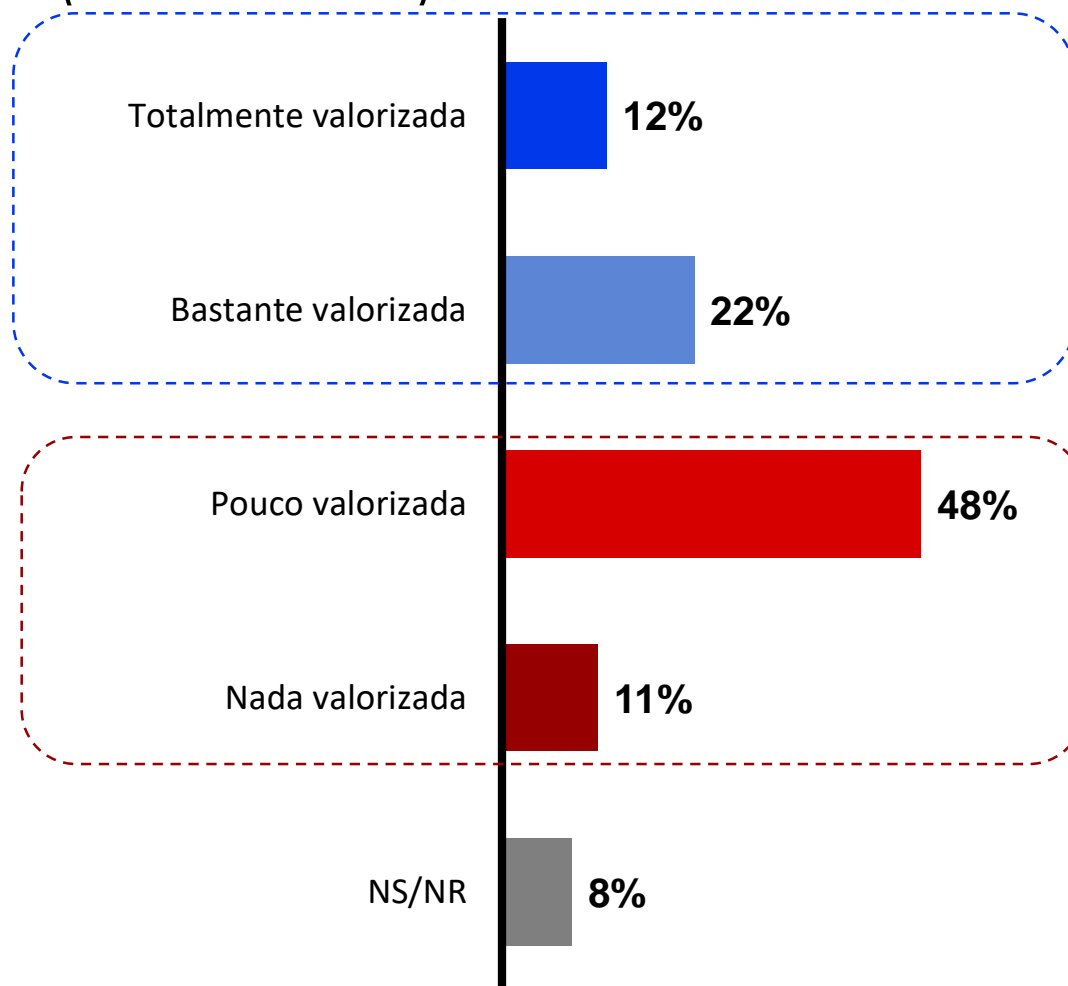
*(NO/ NE/ CO - Capital/ RM - 18 a 25 anos)*

”

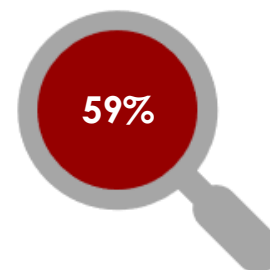


# A IMAGEM DA CULTURA BRASILEIRA NO MUNDO

(Amostra total)



Homens: **34%** | Mulheres: **33%**  
41 a 59 anos: **34%** | 60 anos ou mais: **36%**  
Ensino fundamental: **40%**  
Até 1 S.M.: **38%**  
Norte/Centro-Oeste: **36%** | Nordeste: **36%**



Homens: **57%** | Mulheres: **60%**  
16 a 24 anos: **61%** | 25 a 40 anos: **63%**  
Ensino superior: **66%**  
Mais de 5 S.M.: **65%**  
Sul: **60%** | Sudeste: **59%**

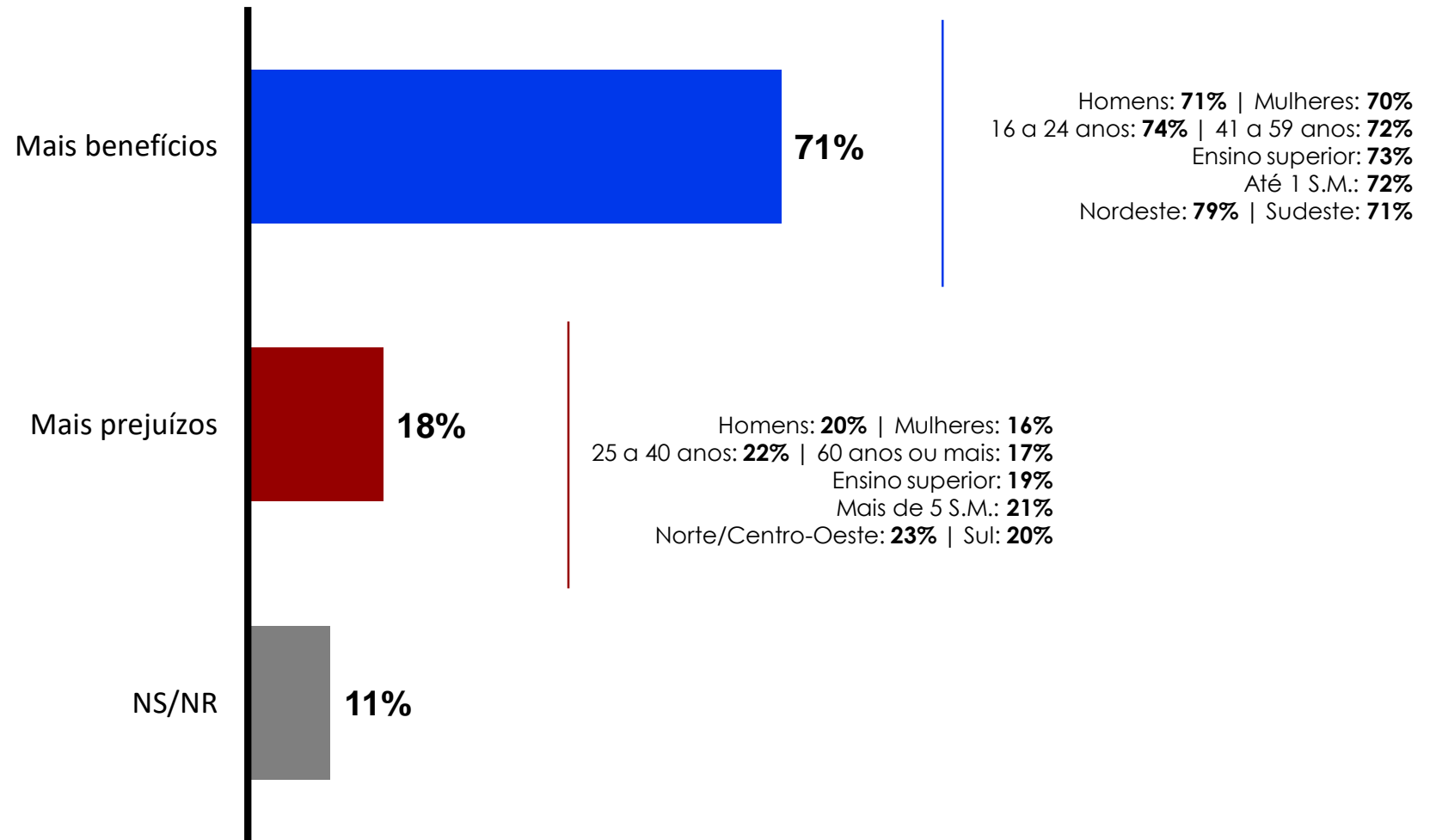


E pelo que você sabe ou ouviu falar, a cultura brasileira (filmes, séries, música, festas) são \_\_\_\_\_ (LER ESCALA) em outros países do mundo? **(ESTIMULADA E ÚNICA)** | **BASE: 2.016**

Fonte: Pesquisa Quantitativa NEXUS

# IMPACTO DA CULTURA NA IMAGEM INTERNACIONAL DO BRASIL

(Amostra total)



E na sua opinião, a cultura brasileira traz benefícios ou prejuízos para a imagem do país com outros países?

(ESTIMULADA E ÚNICA) | BASE: 2.016

Fonte: Pesquisa Quantitativa NEXUS



**QUAL IMPORTÂNCIA DAS POLÍTICAS?**



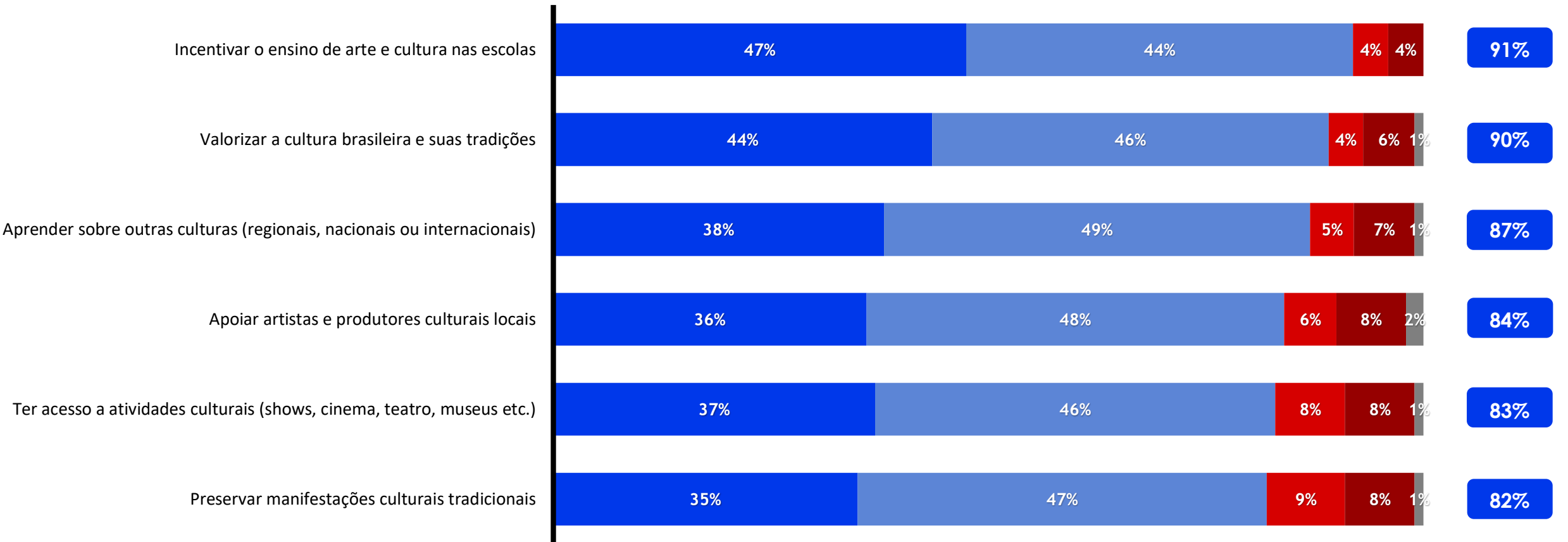


# NÍVEL DE IMPORTÂNCIA DE ASPECTOS CULTURAIS

(Amostra total)

■ Muito importante ■ Importante ■ Pouco importante ■ Nada importante ■ NS/NR

% Muito importante + Importante

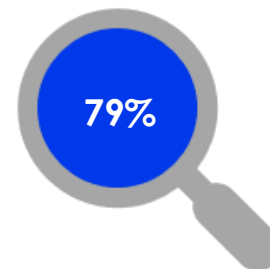
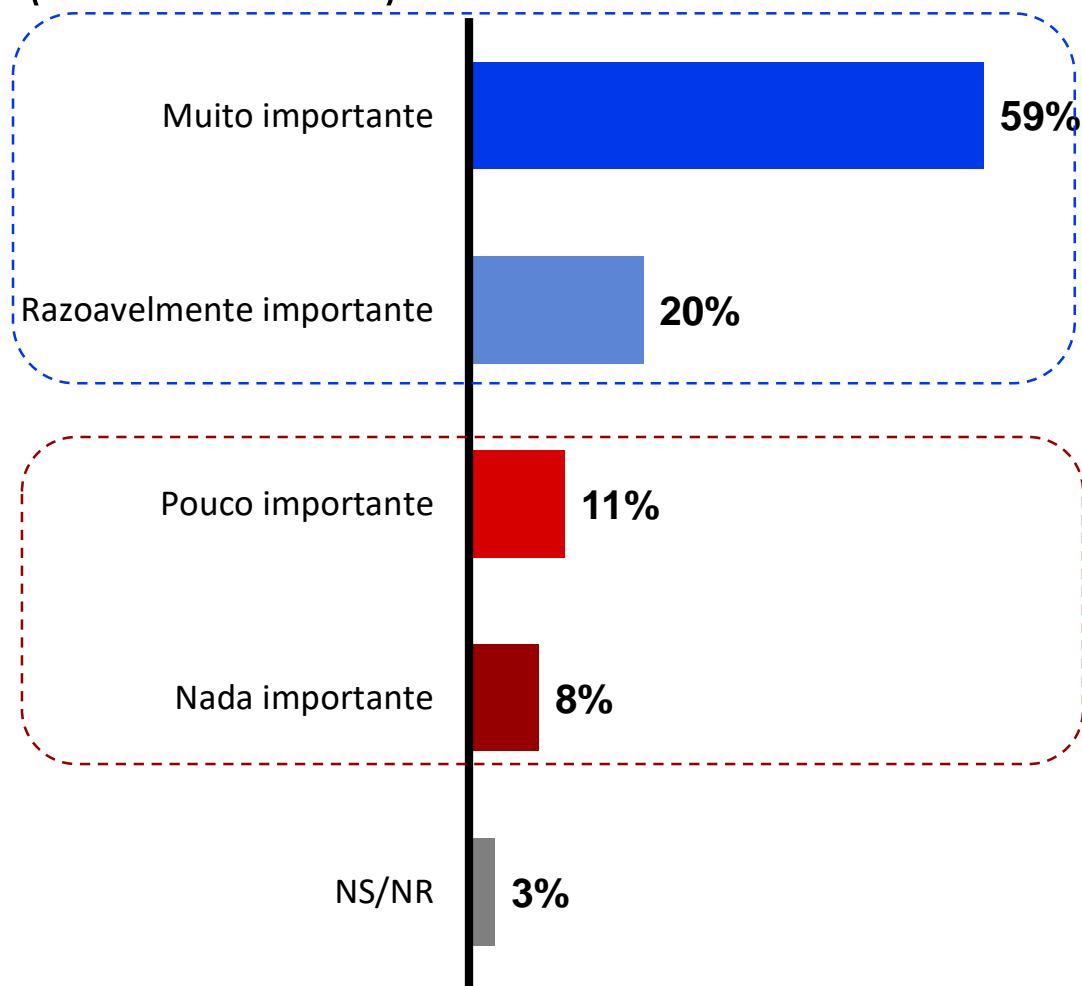


Para você, quão importante é cada um dos seguintes aspectos relacionados à cultura? (ESTIMULADA E ÚNICA POR LINHA) | BASE: 2.016

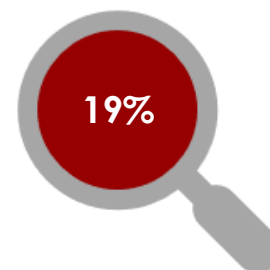
Fonte: Pesquisa Quantitativa NEXUS

# IMPORTÂNCIA DO INCENTIVO CULTURAL PARA A ECONOMIA LOCAL

(Amostra total)



Homens: **80%** | Mulheres: **78%**  
16 a 24 anos: **86%** | 41 a 59 anos: **80%**  
Ensino superior: **87%**  
De 2 a 5 S.M.: **84%**  
Sudeste: **85%** | Sul: **79%**



Homens: **19%** | Mulheres: **18%**  
41 a 59 anos: **19%** | 60 anos ou mais: **23%**  
Ensino fundamental: **25%**  
Até 1 S.M.: **23%**  
Norte/Centro-Oeste: **28%** | Nordeste: **23%**

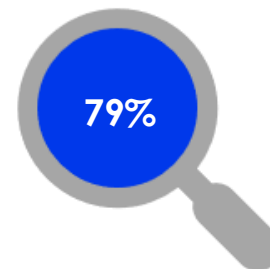
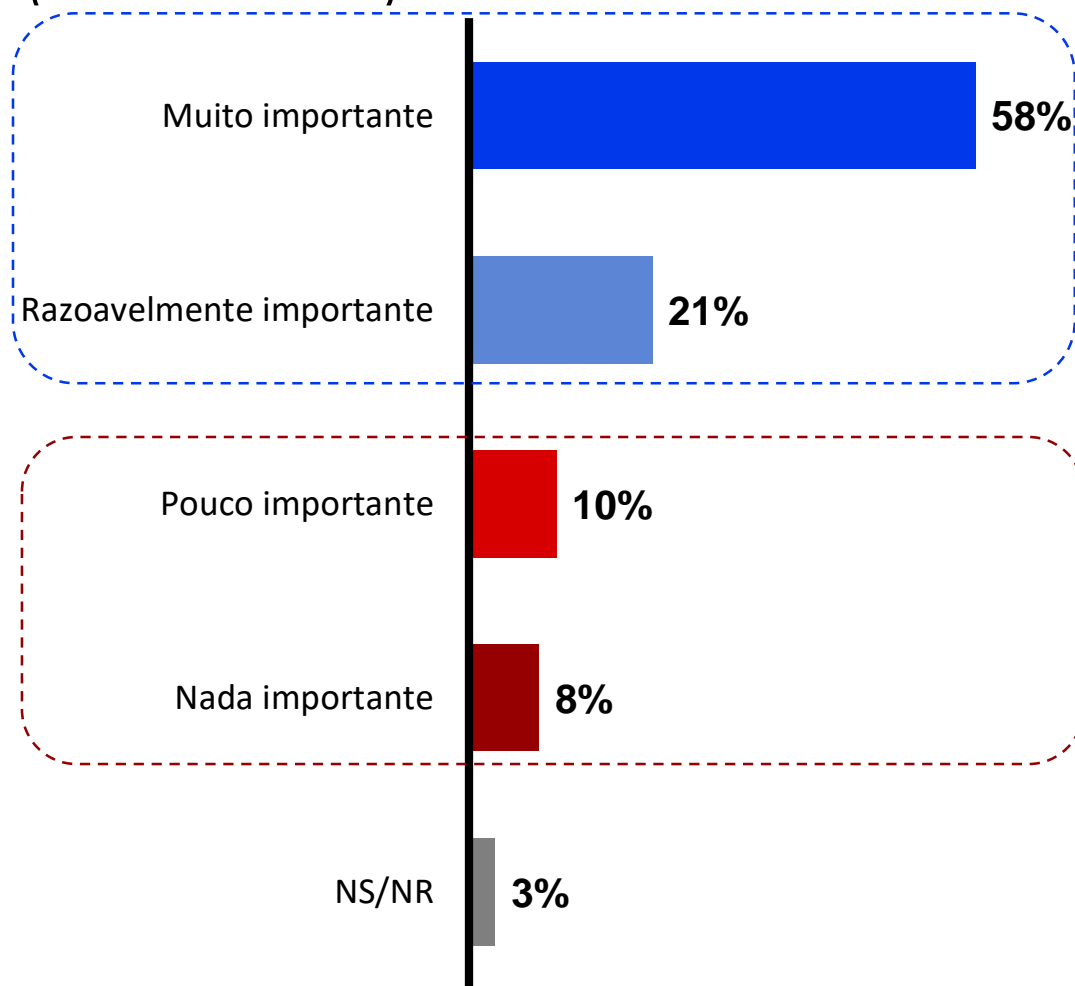


Considerando as atividades culturais na sua cidade e região (festivals, exposições, espetáculo, festas típicas etc.), qual o nível de importância dos incentivos culturais para a economia na sua localidade/ região? **(ESTIMULADA E ÚNICA)** | **BASE: 2.016**

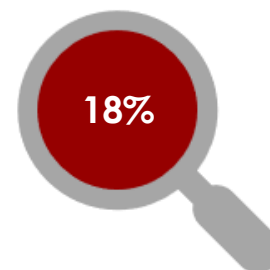
Fonte: Pesquisa Quantitativa NEXUS

# IMPORTÂNCIA DO INCENTIVO CULTURAL PARA GERAÇÃO DE EMPREGO LOCAL

(Amostra total)



Homens: **81%** | Mulheres: **77%**  
16 a 24 anos: **82%** | 25 a 40 anos: **81%**  
Ensino superior: **86%**  
Mais de 5 S.M.: **86%**  
Sudeste: **85%** | Sul: **78%**



Homens: **16%** | Mulheres: **19%**  
41 a 59 anos: **18%** | 60 anos ou mais: **22%**  
Ensino fundamental: **21%**  
Até 1 S.M.: **22%**  
Norte/Centro-Oeste: **27%** | Nordeste: **22%**



Considerando as atividades culturais na sua cidade e região (festivals, exposições, espetáculo, festas típicas etc.), qual o nível de importância dos incentivos culturais para gerar emprego na sua localidade/ região? **(ESTIMULADA E ÚNICA)** | **BASE: 2.016**

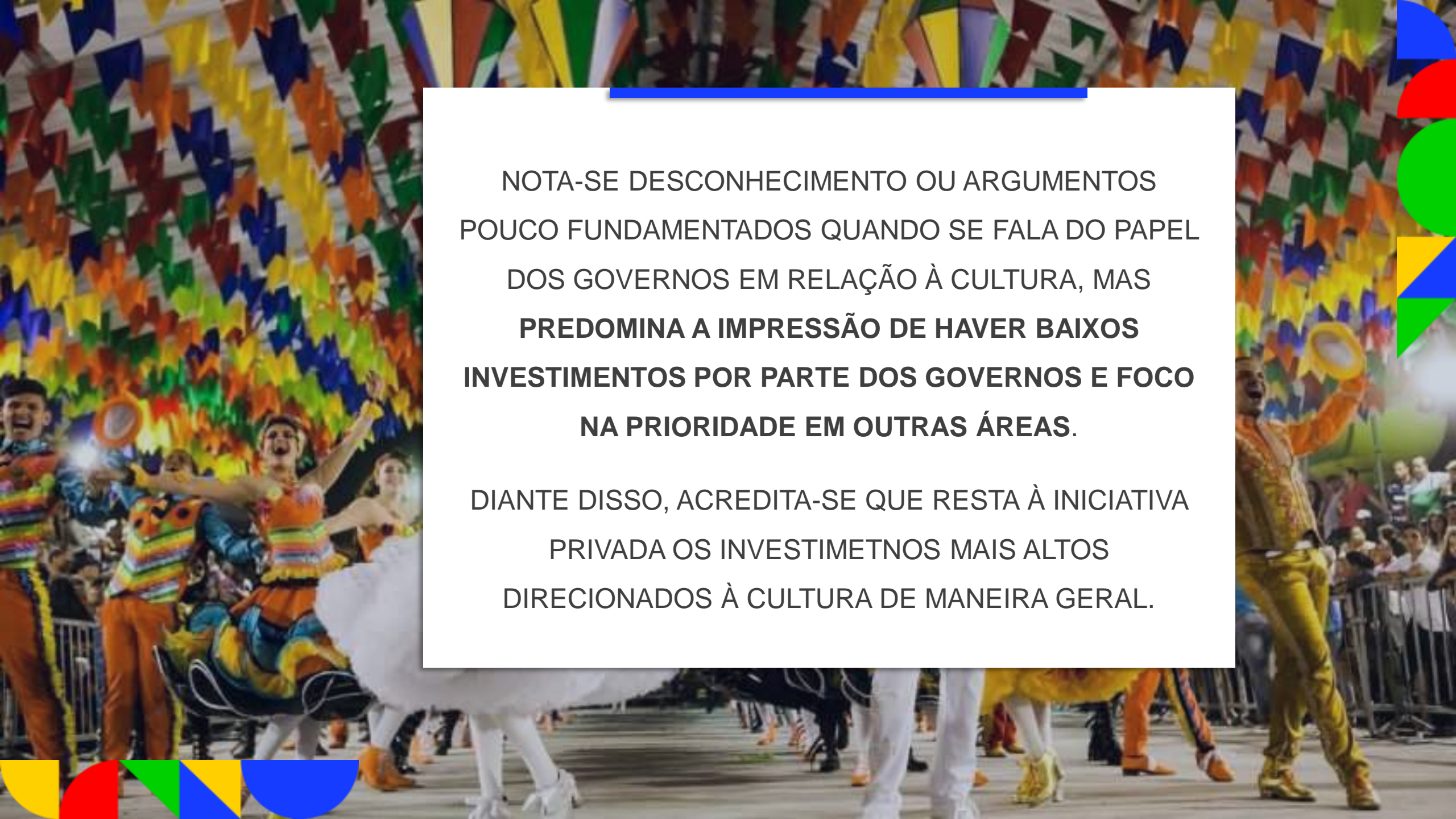
Fonte: Pesquisa Quantitativa NEXUS





**E COMO AVALIAM A ATUAÇÃO DO PODER PÚBLICO?**





NOTA-SE DESCONHECIMENTO OU ARGUMENTOS  
POUCO FUNDAMENTADOS QUANDO SE FALA DO PAPEL  
DOS GOVERNOS EM RELAÇÃO À CULTURA, MAS  
**PREDOMINA A IMPRESSÃO DE HAVER BAIXOS  
INVESTIMENTOS POR PARTE DOS GOVERNOS E FOCO  
NA PRIORIDADE EM OUTRAS ÁREAS.**

DIANTE DISSO, ACREDITA-SE QUE RESTA À INICIATIVA  
PRIVADA OS INVESTIMENTOS MAIS ALTOS  
DIRECIONADOS À CULTURA DE MANEIRA GERAL.



AO SEREM INDAGADOS SE O GOVERNO FEDERAL OU OUTRA ESFERA DEVERIA PRIORIZAR A CULTURA, A RESPOSTA É NEGATIVA – MAS, OS ENTREVISTADOS NÃO SE POSICIONAM CLARAMENTE SOBRE ISSO.

- Em regra, nota-se que esse debate causa certo ruído; **muitos confundem que priorizar a cultura seria diminuir os recursos de outras áreas importantes, como no caso da Saúde**, sendo esse o principal motivo aparente para a negativa da Cultura como prioridade de investimentos pelo governo federal.

“

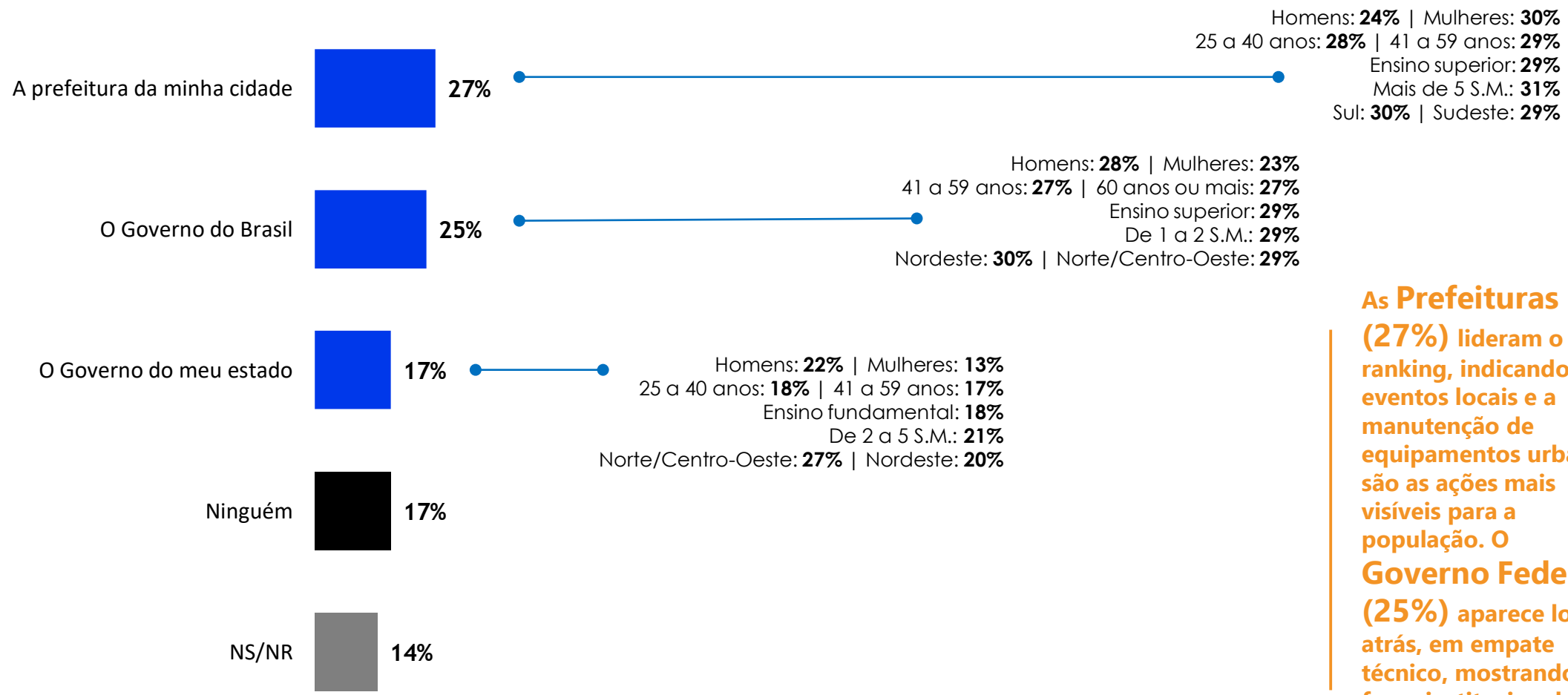
*Eu acho que a prioridade do país é com outras coisas, e acho que tem que ser com Educação, Saúde, mas a Cultura não é prioridade para o governo.*

(NO/ NE/ CO - Capital/ RM - 18 a 25 anos)

”

# PRINCIPAIS AGENTES DE FOMENTO À CULTURA

(Amostra total)



**As Prefeituras (27%) lideram o ranking, indicando que eventos locais e a manutenção de equipamentos urbanos são as ações mais visíveis para a população. O Governo Federal (25%) aparece logo atrás, em empate técnico, mostrando força institucional.**



Na sua opinião, quem está fazendo mais para a cultura do país no atual momento? **(ESTIMULADA E ÚNICA)** | **BASE: 2.016**

Fonte: Pesquisa Quantitativa NEXUS





“

**- Acho que os governos não têm interesse, tem outras prioridades. (...) Aqui a cultura não é forte, a prefeitura não investe nada pelo que vejo, acho que tem outras prioridades.**

*- Aqui melhorou com essa nova gestão. Está tendo mais eventos, tem uns projetos do Sesi também agora.*

*- Aqui está tendo mais feiras, mais eventos, mas são mais eventos pagos. Não vejo incentivo.*

*- O município dá auxílio para as feiras acontecerem... Tinha o projeto Guri do governo do estado relacionado à música, mas está sucateado do estado.*

*- Aqui no Paraná o governo dá verba para exposição e shows gratuitos*

**- Os equipamentos aqui são privados, eu vejo só a iniciativa privada agindo.**

*(SE/ S - Interior - 18 a 25 anos)*

*- Aqui em Goiás o governo estadual apoia as exposições.*

*- Em Pernambuco acho que só os festivais mesmo, o São Joao.*

*- No Mato Grosso eu não vejo nada do governo estadual.*

*(NO/ NE/ CO - Interior - 30 a 50 anos)*

”



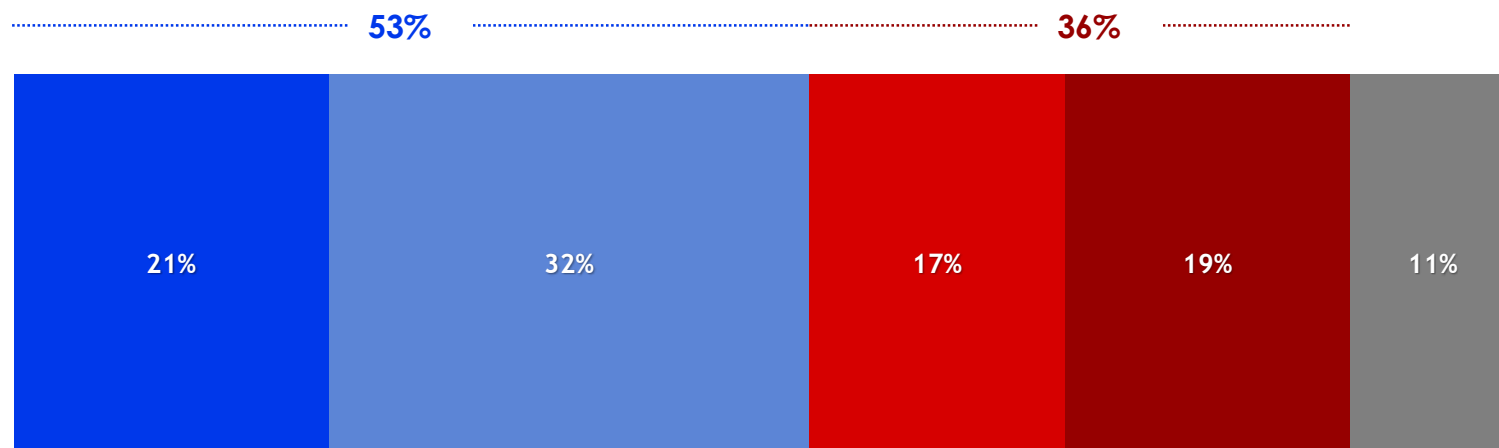
A vibrant Brazilian Carnival scene. In the foreground, a man and a woman in white costumes are dancing, holding hands. The background is filled with a dense canopy of colorful triangular flags in shades of blue, yellow, green, and red. Other people in colorful costumes are visible in the background, and the overall atmosphere is festive and celebratory.

**E COMO AVALIAM A ATUAÇÃO DO GOVERNO  
FEDERAL?**

# A CULTURA NA AGENDA DO GOVERNO FEDERAL

(Amostra total)

- Prioridade alta do Governo atual
- Prioridade razoável do Governo atual
- Prioridade baixa do Governo atual
- Não é prioridade do Governo atual
- NS/NR



**Saldo positivo: Percepção de que o governo prioriza a cultura supera a visão negativa**

O resultado aponta para uma percepção majoritariamente positiva, embora moderada. **53%** dos entrevistados acreditam que a cultura ocupa um espaço relevante na agenda governamental. Por outro lado, há um bloco crítico significativo: **36%** da população avalia a postura do governo negativamente.



Na sua visão, o quão prioritária é a pauta da cultura para o atual Governo do Brasil? **(ESTIMULADA E ÚNICA)** | **BASE: 2.016**

Fonte: Pesquisa Quantitativa NEXUS





“

*O Lula eu acho que ele dá mais atenção ao que é nosso, à cultura, aos indígenas... Ele foca muito na Amazônia, que a Amazônia é do Brasil. É o perfil dele. (SE/ S - Capital/ RM - 30 a 50 anos)*

*Não sei o quanto o Lula incentiva a cultura, o que faz, mas a impressão que eu tenho que pelo menos ele prioriza mais a cultura do que o Bolsonaro. O Bolsonaro não liga para cultura.*

*(SE/ S - Interior - 18 a 25 anos)*

*- O Lula parece que valoriza mais música, show, pelo menos de artistas mais renomados. Não lembro do Bolsonaro fazia isso, se era envolvido com cultura.*

*- Acho que o Bolsonaro investiu mais em segurança e menos em cultura.*

*(NO/ NE/ CO - Interior - 30 a 50 anos)*

*Não sei falar se investe, o quanto e onde investe, mas eu acho que o Lula é de investir nesse lado da cultura... Tem essa coisa de valorizar os povos nativos. (NO/ NE/ CO - Capital/ RM - 18 a 25 anos)*

”





“

- ***Eu vejo que o governo federal parece que investe mais no cinema, tenho essa impressão de agora mais recente isso.***
- ***Acho que agora com o Oscar que o Brasil ganhou, acho parece que tem investido mais mesmo.***

(SE/ S - Capital/ RM - 30 a 50 anos)

- ***Acho que o Lula tem envolvimento com incentivo ao cinema. Eu vejo que uns filmes brasileiros são patrocinados pelo governo, tem uns incentivos da Petrobrás, não sei se Petrobrás nesse caso pode falar que é governo.***
- ***Tem a Ancine também.***
- ***Eu acho que tem os grandes eventos gratuitos de artistas famosos que eu acho que o governo federal promove, em Brasília eu já vi.***

(NO/ NE/ CO - Interior - 30 a 50 anos)

- ***Investe muito em futebol, em divulgação dos eventos de larga escala, falta dar dinheiro para os artistas menores ou em outras culturas.***
- ***É, devia melhorar, mas alguma coisa está fazendo.***

(NO/ NE/ CO - Capital/ RM - 18 a 25 anos)

”

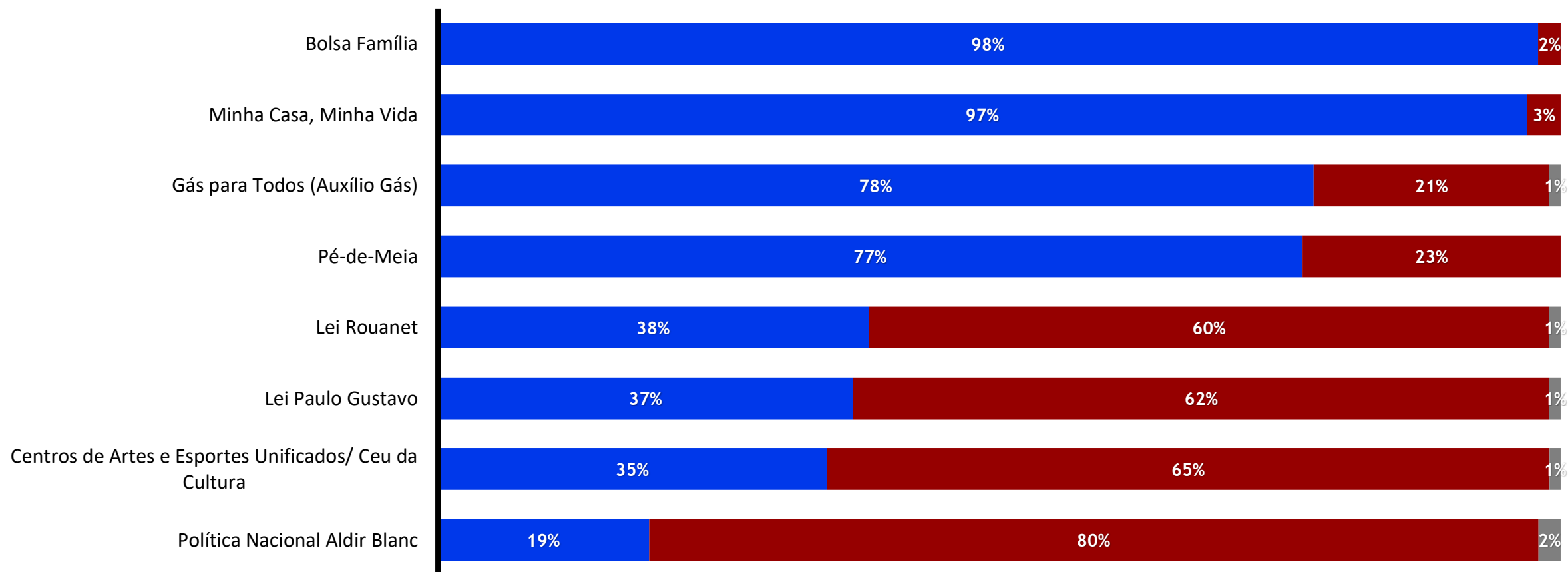
# NÍVEL DE CONHECIMENTO DE POLÍTICAS PÚBLICAS

(Amostra total)

■ Sim

■ Não

■ NS/NR

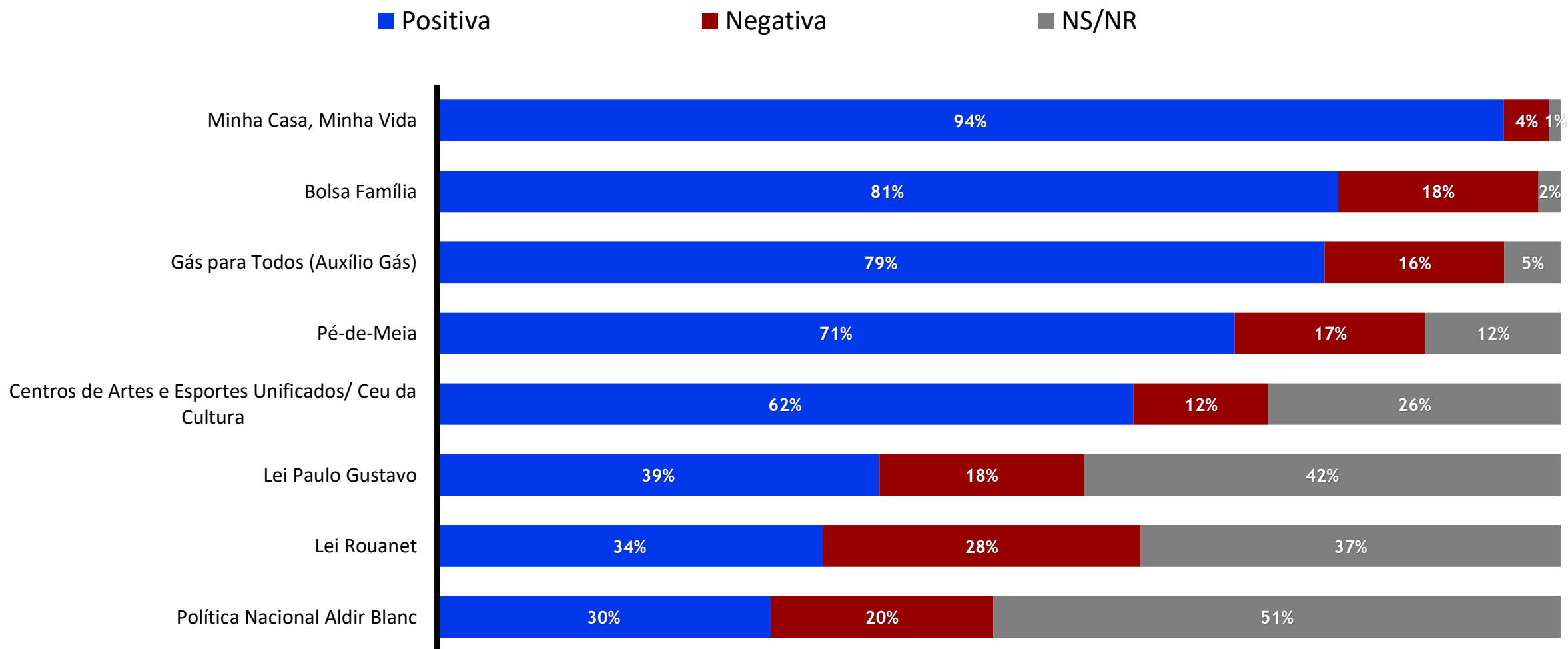


A seguir, vou ler uma série de políticas públicas e gostaria de saber se você já ouviu falar sobre cada uma delas, mesmo que só de ouvir falar? **(ESTIMULADA E ÚNICA POR LINHA)** | **BASE: 2.016**

Fonte: Pesquisa Quantitativa NEXUS

# AVALIAÇÃO DE POLÍTICAS PÚBLICAS

(Amostra total)



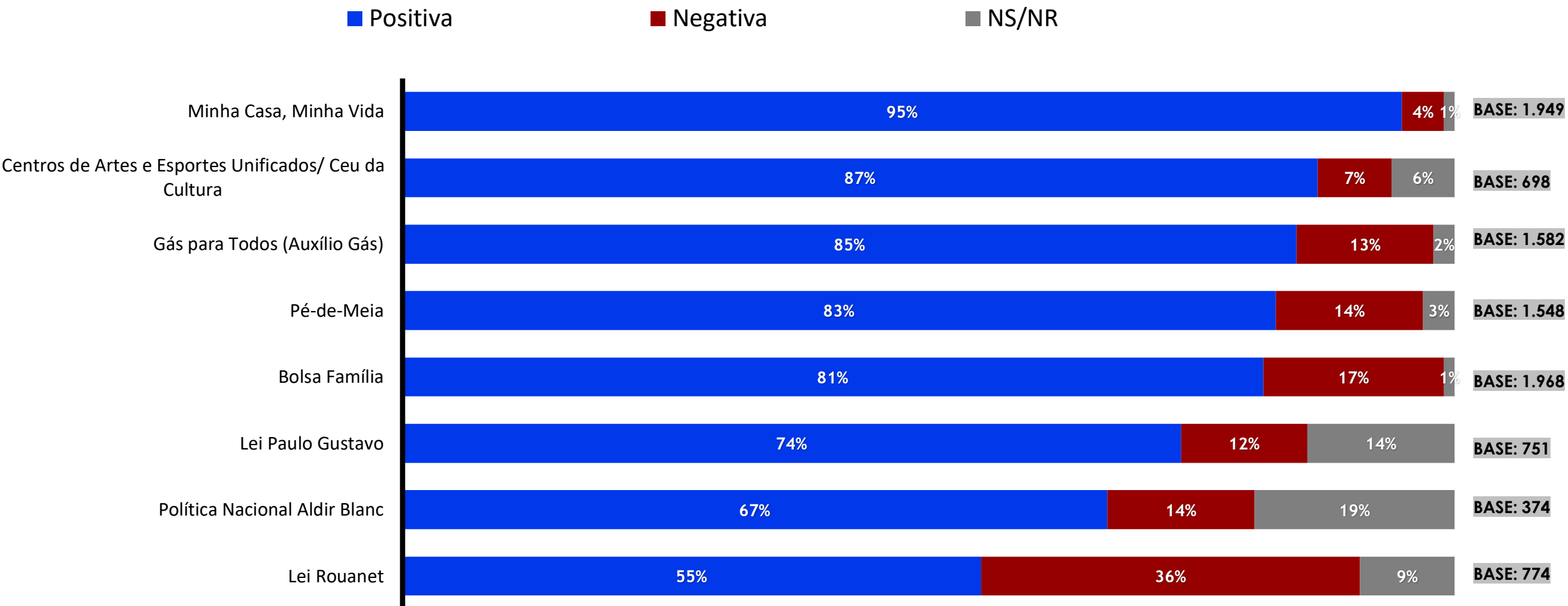
A seguir, vou ler uma série de políticas públicas e, para cada uma delas, gostaria de avaliar se o programa é positivo ou negativo para a população brasileira, na sua percepção? **(ESTIMULADA E ÚNICA POR LINHA)** | BASE: 2.016

Fonte: Pesquisa Quantitativa NEXUS



# AVALIAÇÃO DE POLÍTICAS PÚBLICAS

(Entre quem conhece cada programa)



A seguir, vou ler uma série de políticas públicas e, para cada uma delas, gostaria de avaliar se o programa é positivo ou negativo para a população brasileira, na sua percepção? **(ESTIMULADA E ÚNICA POR LINHA)**

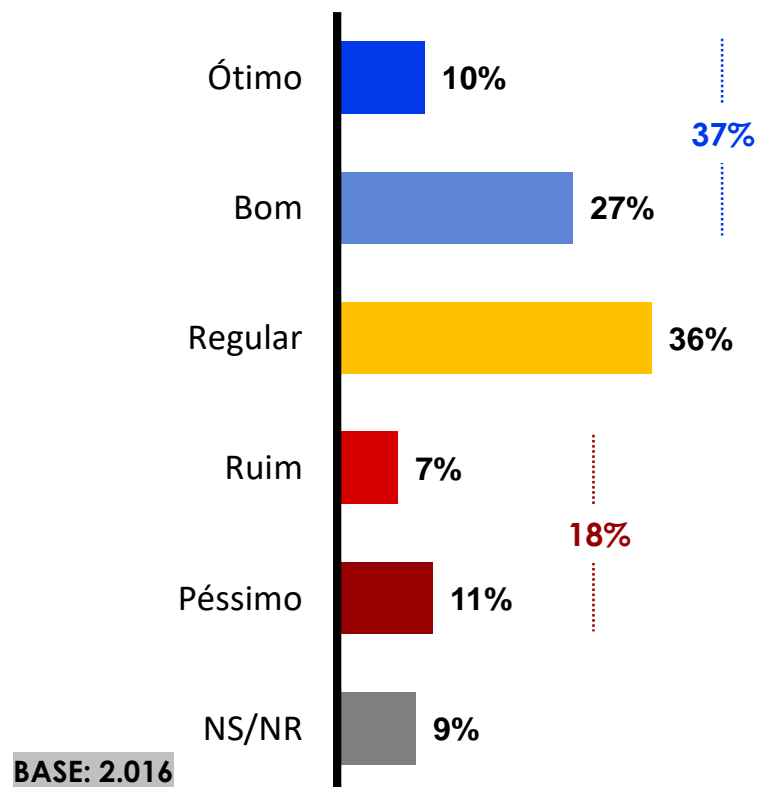
Fonte: Pesquisa Quantitativa NEXUS

# PERCEPÇÃO SOBRE A ATUAÇÃO DO MINISTÉRIO DA CULTURA

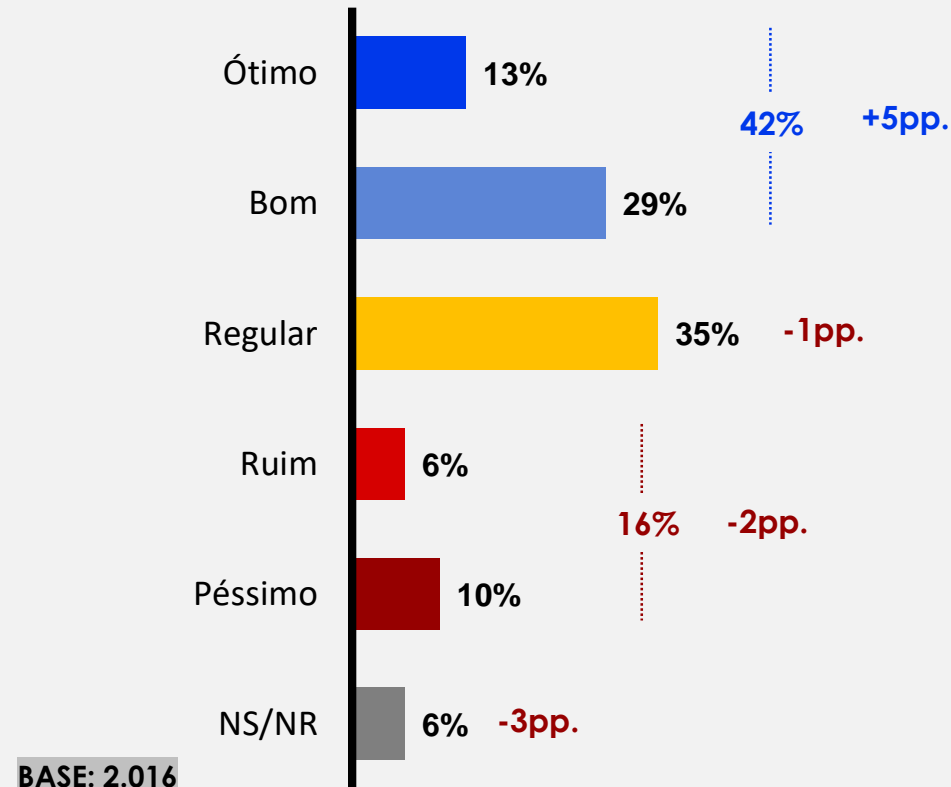
(Amostra total)

EXPERIMENTO DE SUJEITO ÚNICO

## ANTES DE SABER SOBRE AS POLÍTICAS PÚBLICAS DE CULTURA



## APÓS SABER SOBRE AS POLÍTICAS PÚBLICAS DE CULTURA

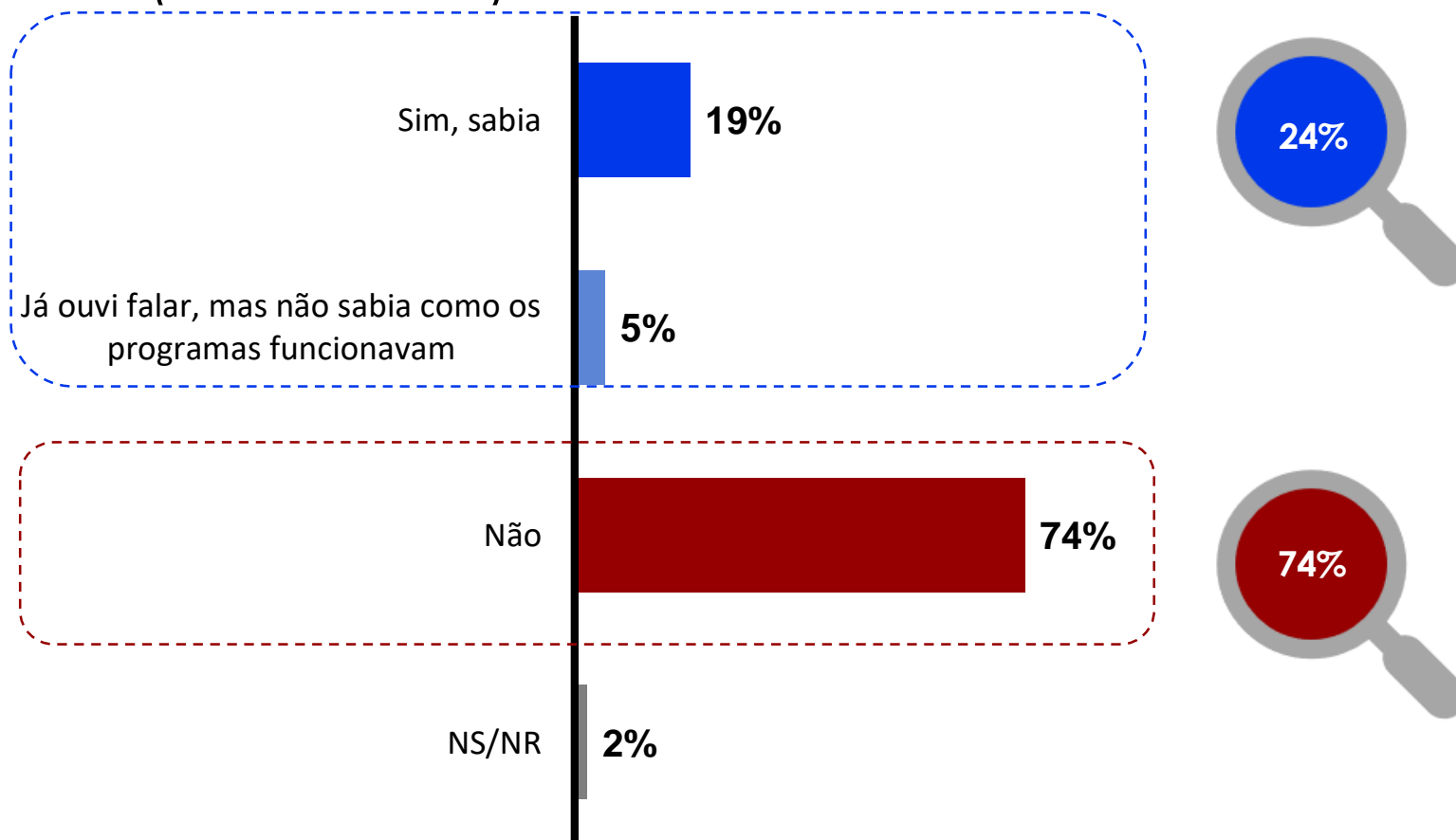


Desde 2023, como você avalia o desempenho do Ministério da Cultura na promoção do patrimônio histórico artístico e cultural brasileiro? Você diria que ele está sendo ótimo, bom, regular, ruim ou péssimo? **(ESTIMULADA E ÚNICA)** / Refletindo sobre as políticas de incentivo geridas e formuladas pelo atual Governo, como você avalia o desempenho do Ministério da Cultura na promoção do patrimônio histórico artístico e cultural brasileiro? Você diria que ele está sendo ótimo, bom, regular, ruim ou péssimo? **(ESTIMULADA E ÚNICA)**

Fonte: Pesquisa Quantitativa NEXUS

# CONHECIMENTO: LEIS PAULO GUSTAVO E ALDIR BLANC

(Amostra total)



Homens: **26%** | Mulheres: **22%**  
25 a 40 anos: **24%** | 41 a 59 anos: **25%**  
Ensino superior: **42%**  
Mais de 5 S.M.: **35%**  
Nordeste: **28%** | Sudeste: **24%**

Homens: **72%** | Mulheres: **75%**  
16 a 24 anos: **74%** | 60 anos ou mais: **75%**  
Ensino fundamental: **79%**  
Até 1 S.M.: **79%**  
Sudeste: **75%** | Sul: **75%**



Você sabia que as leis Paulo Gustavo e Aldir Blanc repassam recursos do governo federal para estados e municípios investirem em atrações e na cultura local? **(ESTIMULADA E ÚNICA)** | **BASE: 2.016**

Fonte: Pesquisa Quantitativa NEXUS



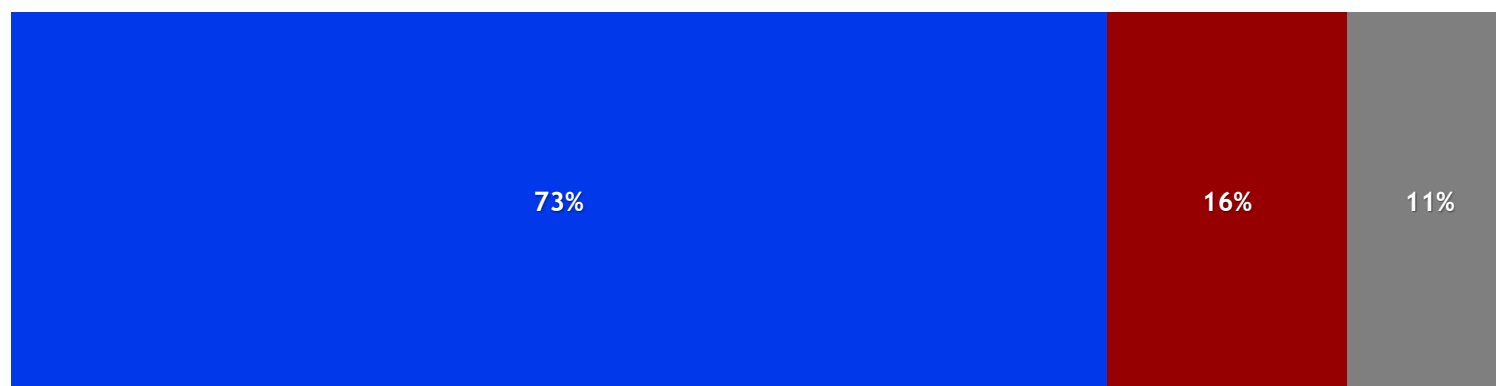
# APROVAÇÃO DAS LEIS PAULO GUSTAVO E ALDIR BLANC

(Amostra total)

■ Aprova

■ Desaprova

■ NS/NR



**Apoio massivo: 73% dos brasileiros aprovam as Leis Paulo Gustavo e Aldir Blanc**

Com **73%** de aprovação, as Leis Paulo Gustavo e Aldir Blanc desfrutam de uma popularidade raramente vista em políticas públicas. A taxa de desaprovação é de apenas **16%**.



Independentemente de saber ou não como a Lei Paulo Gustavo e a Política Nacional Aldir Blanc funcionam, você aprova ou desaprova esses programas descentralizados de incentivo à cultura? **(ESTIMULADA E ÚNICA)** | **BASE: 2.016**

Fonte: Pesquisa Quantitativa NEXUS

# [CRUZAMENTO] CONHECIMENTO: LEIS PAULO GUSTAVO E ALDIR BLANC VS. APROVAÇÃO DAS LEIS PAULO GUSTAVO E ALDIR BLANC

(Amostra total)

■ Aprova

■ Desaprova

■ NS/NR

Sim, sabia

87%

12%

1%

Já ouvi falar, mas não sabia como os programas funcionavam

78%

15%

7%

Não conhecia

69%

18%

13%

Você sabia que as leis Paulo Gustavo e Aldir Blanc repassam recursos do governo federal para estados e municípios investirem em atrações e na cultura local? **(ESTIMULADA E ÚNICA)** / Independentemente de saber ou não como a Lei Paulo Gustavo e a Política Nacional Aldir Blanc funcionam, você aprova ou desaprova esses programas descentralizados de incentivo à cultura? **(ESTIMULADA E ÚNICA)**

Fonte: Pesquisa Quantitativa NEXUS





- Pelo que sei, **essa Lei Rouanet vai para artistas mais consolidados. Devia investir mais nos que estão começando, dar oportunidade para os artistas que estão começando... Deveria chegar nas pessoas certas.**

- Mas não é isso, é uma lei que existe desde 1990, no governo Fernando Henrique. Se ela for usada corretamente é muito boa porque os impostos vão direto para a cultura. E é cheio de regra, tem que depois declarar todos os gastos com nota fiscal certinho.

(SE/ S - Interior - 18 a 25 anos)

- **Eu não sei nada sobre essa lei.**

- **O que eu sei é que não é muito fácil um artista conseguir pegar o dinheiro, é muita burocracia.**

- Acho que é um incentivo que o governo dá.

- Deduz do imposto,

- **Eu acho negativa essa lei porque não tem necessidade de mais investimentos para os artistas famosos.**

- **Poderia pelo menos servir para os artistas locais e que não são famosos.**

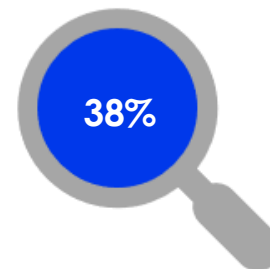
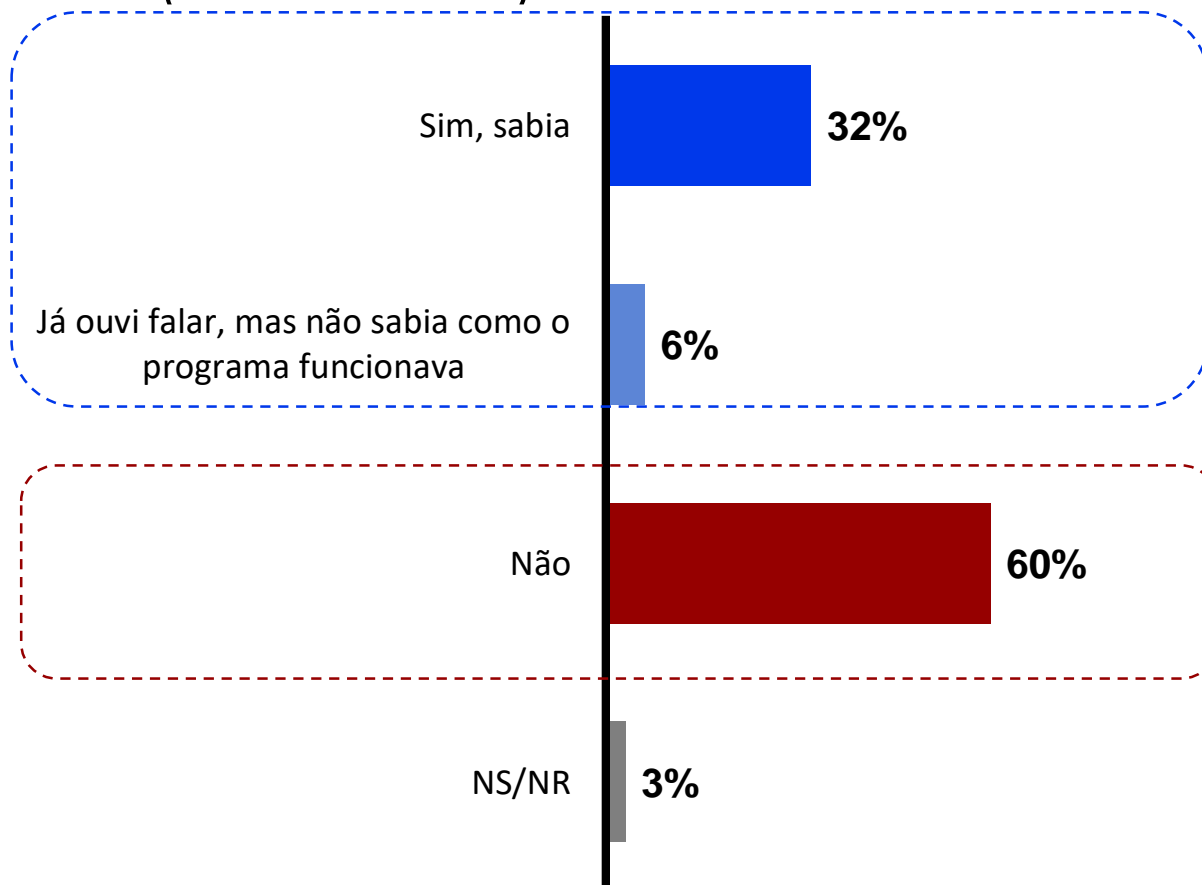
(NO/ NE/ CO - Interior - 30 a 50 anos)

”

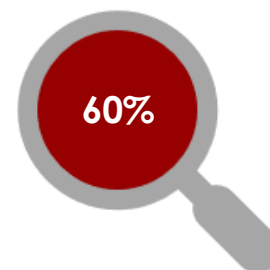


# CONHECIMENTO: LEI ROUANET

(Amostra total)



Homens: **45%** | Mulheres: **31%**  
41 a 59 anos: **40%** | 60 anos ou mais: **39%**  
Ensino superior: **59%**  
Mais de 5 S.M.: **60%**  
Sul: **42%** | Sudeste: **40%**



Homens: **54%** | Mulheres: **65%**  
16 a 24 anos: **68%** | 60 anos ou mais: **59%**  
Ensino fundamental: **67%**  
Até 1 S.M.: **72%**  
Norte/Centro-Oeste: **65%** | Nordeste: **63%**



Você sabia que a Lei Rouanet permite que artistas e produtores culturais captem recursos de empresas e pessoas físicas, que podem destinar parte do Imposto de Renda para financiar projetos aprovados pelo Ministério da Cultura?

(ESTIMULADA E ÚNICA) | BASE: 2.016

Fonte: Pesquisa Quantitativa NEXUS

# APROVAÇÃO DA LEI ROUANET

(Amostra total)

■ Aprova

■ Desaprova

■ NS/NR



**Consenso pelo incentivo: Aprovação da Lei Rouanet supera a desaprovação em mais de 40 pontos percentuais**

A maioria absoluta dos entrevistados aprova o mecanismo (**66%**). A taxa de desaprovação é de um quarto da população.



Independente de saber ou não como a Lei Rouanet funciona, você aprova ou desaprova esse programa de incentivo à cultura baseado em parcerias entre Estado, o setor privado e artistas/ produtores? **(ESTIMULADA E ÚNICA)** |

**BASE: 2.016**

Fonte: Pesquisa Quantitativa NEXUS

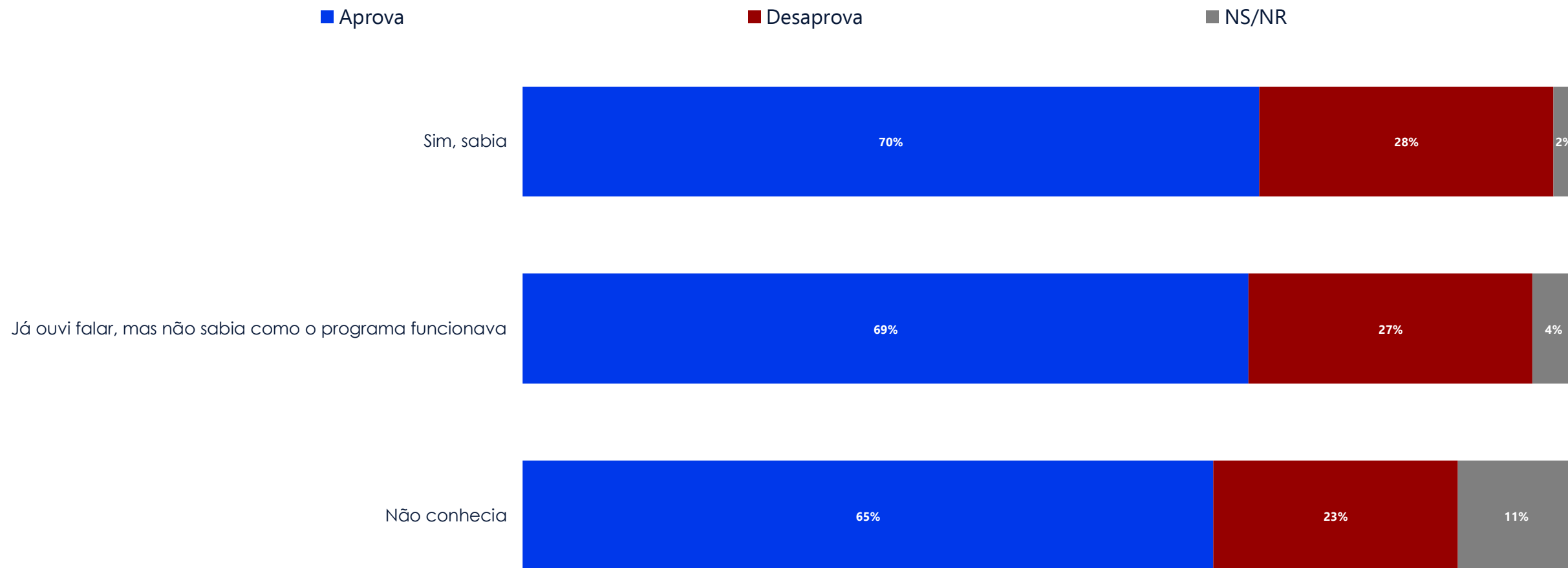
# [CRUZAMENTO] CONHECIMENTO: LEI ROUANET VS. APROVAÇÃO DA LEI ROUANET

(Amostra total)

■ Aprova

■ Desaprova

■ NS/NR



Você sabia que a Lei Rouanet permite que artistas e produtores culturais captem recursos de empresas e pessoas físicas, que podem destinar parte do Imposto de Renda para financiar projetos aprovados pelo Ministério da Cultura? **(ESTIMULADA E ÚNICA)** / Independentemente de saber ou não como a Lei Rouanet funciona, você aprova ou desaprova esse programa de incentivo à cultura baseado em parcerias entre Estado, o setor privado e artistas/ produtores? **(ESTIMULADA E ÚNICA)**

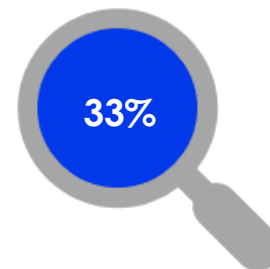
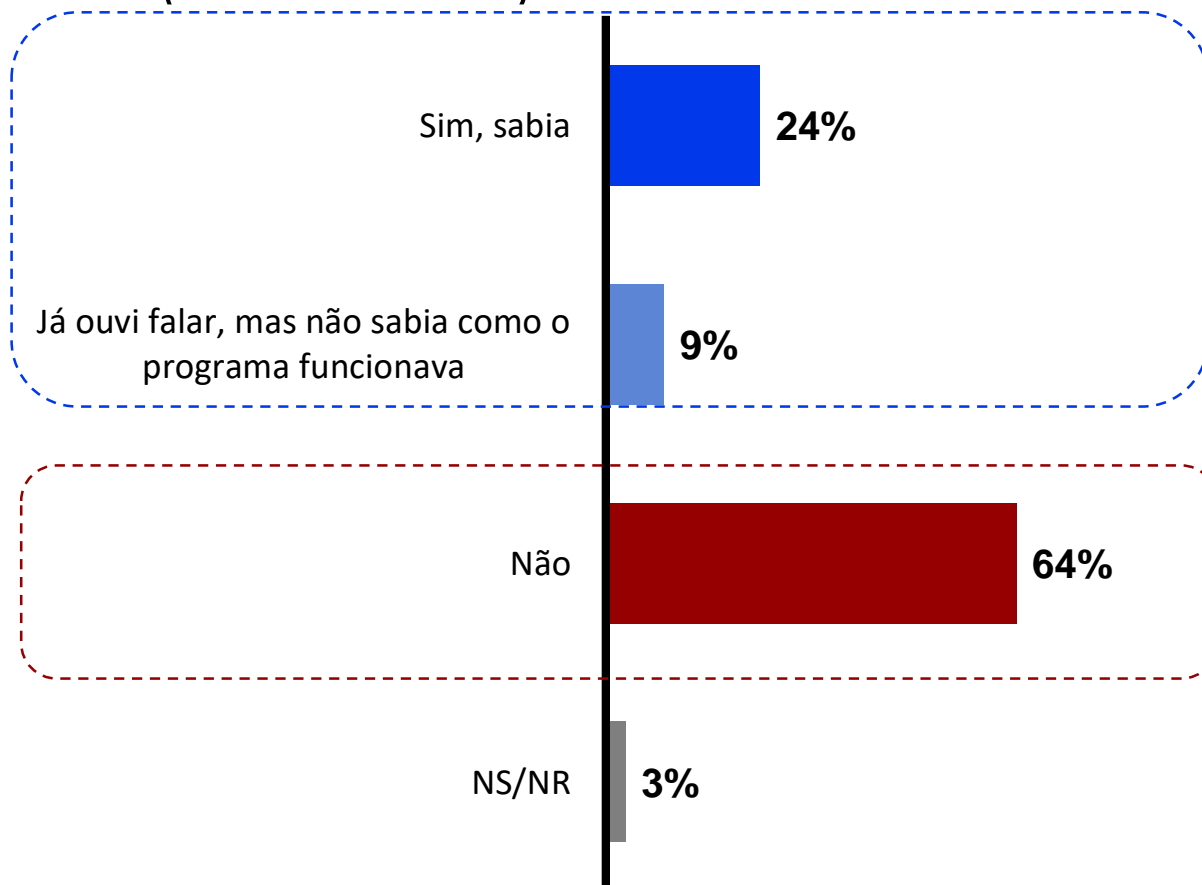
Fonte: Pesquisa Quantitativa NEXUS



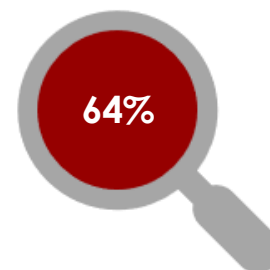
# NÍVEL DE INFORMAÇÃO:

## CEUS DA CULTURA

(Amostra total)



Homens: **34%** | Mulheres: **31%**  
41 a 59 anos: **39%** | 60 anos ou mais: **32%**  
Ensino superior: **39%**  
Mais de 5 S.M.: **37%**  
Sudeste: **38%** | Nordeste: **32%**



Homens: **64%** | Mulheres: **65%**  
16 a 24 anos: **68%** | 60 anos ou mais: **67%**  
Ensino fundamental: **69%**  
Até 1 S.M.: **72%**  
Norte/Centro-Oeste: **71%** | Sul: **67%**



Os CEUs da Cultura são espaços públicos construídos pelo governo em áreas de maior necessidade, que reúnem atividades de cultura, esporte e lazer, como bibliotecas e cineteatros, com gestão da prefeitura e da própria comunidade?

(ESTIMULADA E ÚNICA) | BASE: 2.016

Fonte: Pesquisa Quantitativa NEXUS



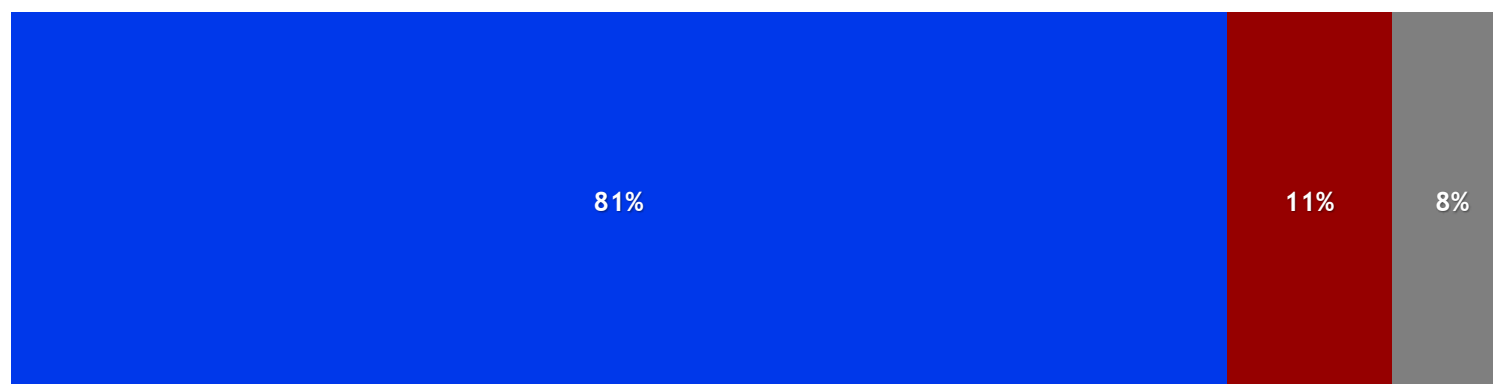
# APROVAÇÃO DO PROGRAMA CEUS DA CULTURA

(Amostra total)

■ Aprova

■ Desaprova

■ NS/NR



**Consenso absoluto: Rejeição ao programa CEUs é mínima, ficando em apenas 11%**

A grande maioria, totalizando **81%** dos entrevistados, aprova o programa. Apenas **11%** dos respondentes desaprovam a iniciativa, demonstrando uma resistência muito baixa ao projeto.



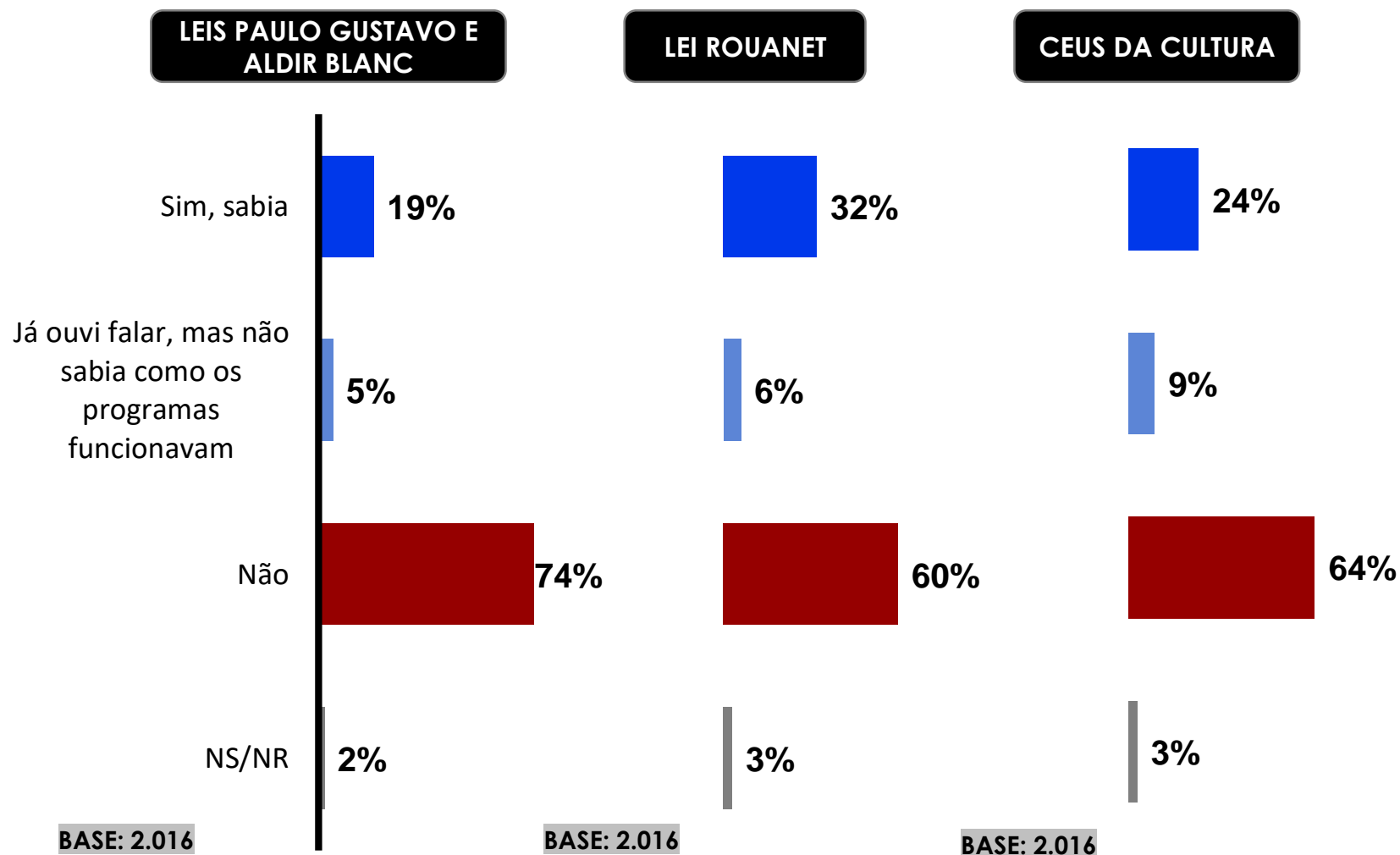
Independentemente de saber ou não como o programa CEUs da Cultura funciona, você aprova ou desaprova esse programa de incentivo à cultura voltado à municípios em situação de vulnerabilidade social?

**(ESTIMULADA E ÚNICA) | BASE: 2.016**

Fonte: Pesquisa Quantitativa NEXUS

# [QUADRO RESUMO] CONHECIMENTO: LEIS E PROGRAMAS

(Amostra total)



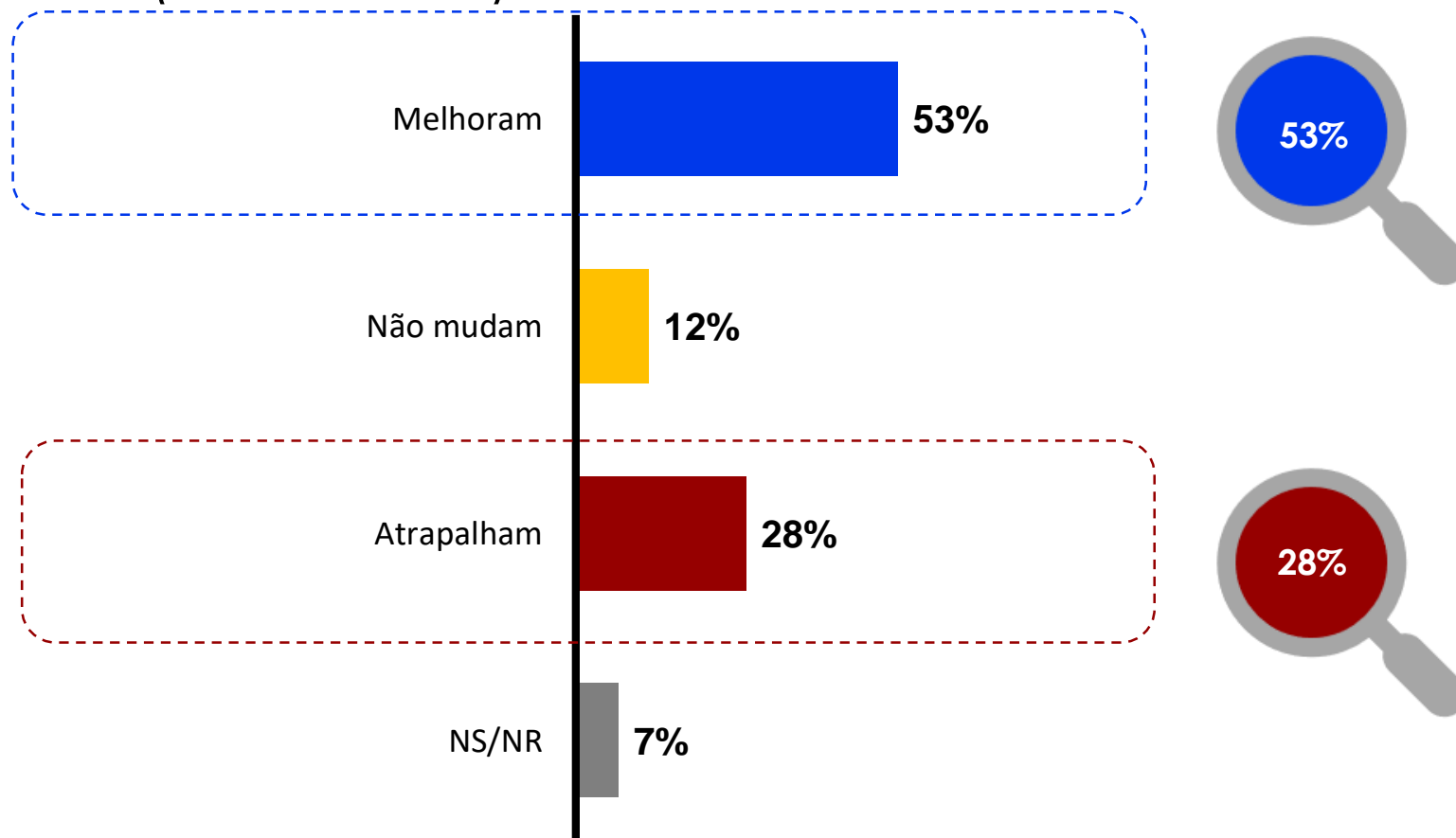


# CULTURA E O IMPACTO NA IMAGEM DO GOVERNO



# IMPACTO DAS POLÍTICAS CULTURAIS NA IMAGEM DO GOVERNO FEDERAL

(Amostra total)



Homens: **55%** | Mulheres: **52%**  
16 a 24 anos: **57%** | 60 anos ou mais: **54%**  
Ensino fundamental: **57%**  
De 1 a 2 S.M.: **63%**  
Nordeste: **62%** | Norte/Centro-Oeste: **54%**

Homens: **30%** | Mulheres: **26%**  
25 a 40 anos: **32%** | 41 a 59 anos: **26%**  
Ensino médio: **29%**  
Mais de 5 S.M.: **38%**  
Sul: **31%** | Norte/Centro-Oeste: **29%**



E você diria que as políticas de cultura do governo **melhoram ou atrapalham** a imagem que você tem do Governo Federal?

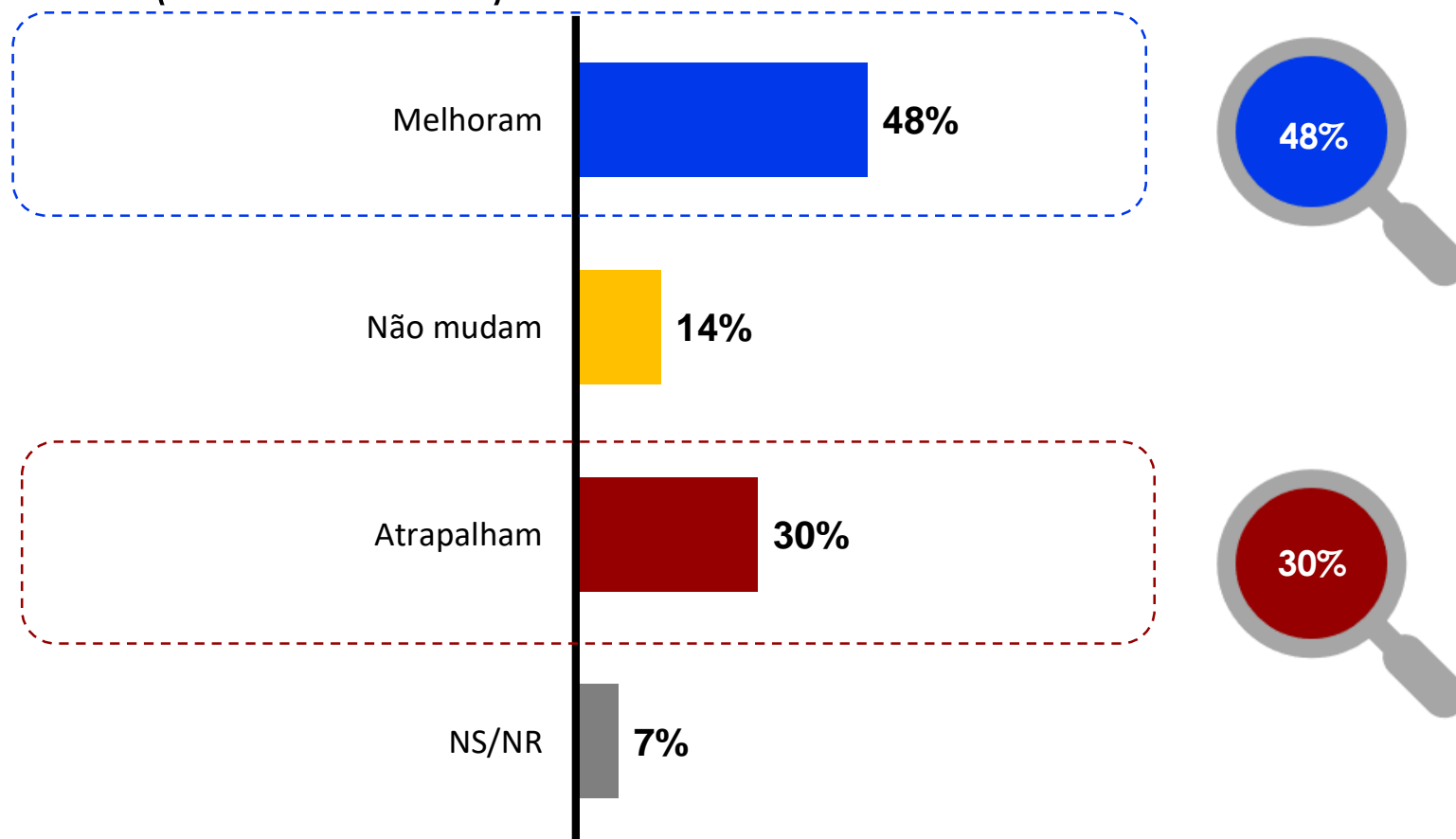
(ESTIMULADA E ÚNICA) | BASE: 2.016

Fonte: Pesquisa Quantitativa NEXUS



# IMPACTO DAS POLÍTICAS CULTURAIS NA IMAGEM DO PRESIDENTE DA REPÚBLICA

(Amostra total)



Homens: **49%** | Mulheres: **48%**  
41 a 59 anos: **51%** | 60 anos ou mais: **51%**  
Ensino fundamental: **55%**  
De 1 a 2 S.M.: **56%**  
Nordeste: **61%** | Sul: **48%**

Homens: **33%** | Mulheres: **28%**  
16 a 24 anos: **32%** | 25 a 40 anos: **36%**  
Ensino médio: **34%**  
Mais de 5 S.M.: **43%**  
Norte/Centro-Oeste: **35%** | Sul: **32%**



E você diria que as políticas de cultura do governo **melhoram ou atrapalham** a imagem que você tem do Presidente da República?

(ESTIMULADA E ÚNICA) | BASE: 2.016

Fonte: Pesquisa Quantitativa NEXUS



“

*Acho que o Lula enaltece o Brasil, se preocupa mais com o povo, então, acho que esse slogan tem a ver sim. Acho que ele foca mais no que é nosso, prioriza o Brasil.*

*(SE/ S - Capital/ RM - 30 a 50 anos)*

*- Se for pensar que em evento cultural que o povo está lá, o slogan combina com cultura, com o governo federal falar disso.*

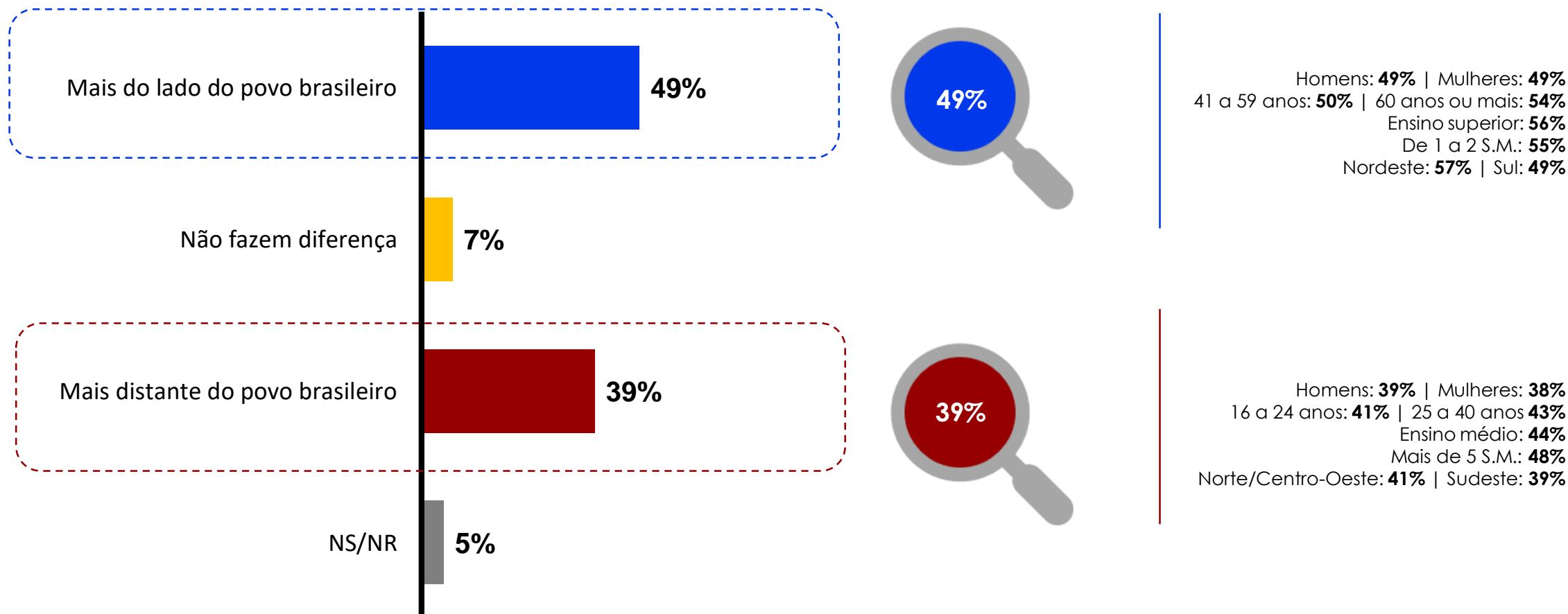
*- Povo, como está escrito no slogan, remete à cultura. Porque cultura é do povo.*

*(NO/ NE/ CO - Interior - 30 a 50 anos)*

”

# CULTURA COMO FATOR DE APROXIMAÇÃO POPULAR

(Amostra total)



Na sua opinião, as ações do Governo Federal na área da cultura fazem você ver o governo mais do lado do povo brasileiro ou mais distante do povo? **(ESTIMULADA E ÚNICA)** | **BASE: 2.016**

Fonte: Pesquisa Quantitativa NEXUS



A vibrant carnival scene with people dancing under a canopy of colorful triangular flags. In the foreground, a man in a white shirt and a woman in a white dress are dancing. To the right, a man in a yellow and orange outfit is also dancing. The background is filled with many other people and colorful flags. A large white text box is overlaid on the image.

**A PARTIR DE TUDO, O QUE SE PODE  
RECOMENDAR?**



## Consumo de Cultura

- **Predominância do Consumo Digital e Doméstico:** O consumo de cultura é dominado por atividades de fácil acesso, ligadas a meios digitais e domésticos: Música (53%) e Filmes (52%) são as atividades mais consumidas
- **O Celular como Aliado Principal:** O celular é, de longe, o dispositivo mais importante para o consumo cultural dos brasileiros (citado por 62%), seguido pela Televisão (53%)
- **Barreiras de Acesso não-financeiras:** O principal obstáculo para a participação em atividades culturais (como ir ao cinema, teatro, museus) é a Falta de tempo (33%), que supera a Falta de interesse (29%) e a Falta de dinheiro (24%)
- **Baixo Consumo de Conteúdo Nacional Específico:** Embora 49% dos brasileiros tenham consumido conteúdo audiovisual brasileiro este ano, o consumo de literatura brasileira é significativamente baixo, atingindo apenas 17% da amostra total.
- **Desejo de Frequência e Valorização Cultural:** Há um forte desejo de frequentar espaços culturais, com o Cinema (33%) liderando as intenções, seguido por Shows/Festivais de música (27%) e Teatro (18%). Aspectos culturais como "Incentivar o ensino de arte e cultura nas escolas" (91%) e "Valorizar a cultura brasileira e suas tradições" (90%) são considerados "Muito Importante/Importante" por uma grande maioria

## Marcas e Políticas Públicas do Ministério da Cultura

- **Alta Aprovação Institucional (MinC e Políticas):** Apesar do baixo conhecimento, as políticas de fomento gozam de grande apoio. A Lei Paulo Gustavo e a Lei Aldir Blanc têm uma aprovação massiva de 73%. O programa CEUs da Cultura alcança 81% de aprovação, e a Lei Rouanet, 66%.
- **Efeito Positivo na Imagem Governamental:** As políticas de cultura do governo federal são percebidas como um fator que melhora a imagem do Governo Federal para 53% dos entrevistados e do Presidente da República para 48%.
- **Cultura como Fator de Aproximação Popular:** As ações culturais federais são vistas como um elemento que coloca o governo "Mais do lado do povo brasileiro" para 49% da população, com apenas 39% o vendo como "Mais distante".
- **Percepção de Agente Fomentador e Insuficiência:** As Prefeituras (27%) são percebidas como quem mais faz pela cultura, em empate técnico com o Governo Federal (25%).

Por isso, recomenda-se:

- Esse cenário requer ações de divulgação de modo a amenizar arestas e publicizar as políticas e programas os quais geram benefícios à cultura e à sociedade como um todo.
- A publicização da Cultura como um setor que **abrange uma grande cadeia produtiva e de renda** para variados segmentos também pode contribuir para maior visibilidade e relevância para essa área entre a população em geral.
- Além disso, **é possível reivindicar a cultura como instrumento para valorização do país e defesa da soberania.**
- É a Cultura do lado do Povo Brasileiro.

A collage of three smiling individuals: a Black woman on the left, a man in the center, and a white woman on the right. The background features a grid pattern with color overlays of green, blue, and yellow. The word 'Obrigad\_!' is written in large white font across the center.

# Obrigad\_!

GOVERNO DO



DO LADO DO POVO BRASILEIRO