CAMPO GRANDE

Cultura *nas Capitais*

PATROCÍNIO

Lei Rouanet
Incentivo a
Projetos Culturais

itaú

Fundação itaú

INSTITUTO
CULTURAL
VALE

APOIO

FUNDAÇÃO
DE CULTURA
DE MATO GROSSO DO SUL

REALIZAÇÃO

J leiva
cultura & esporte

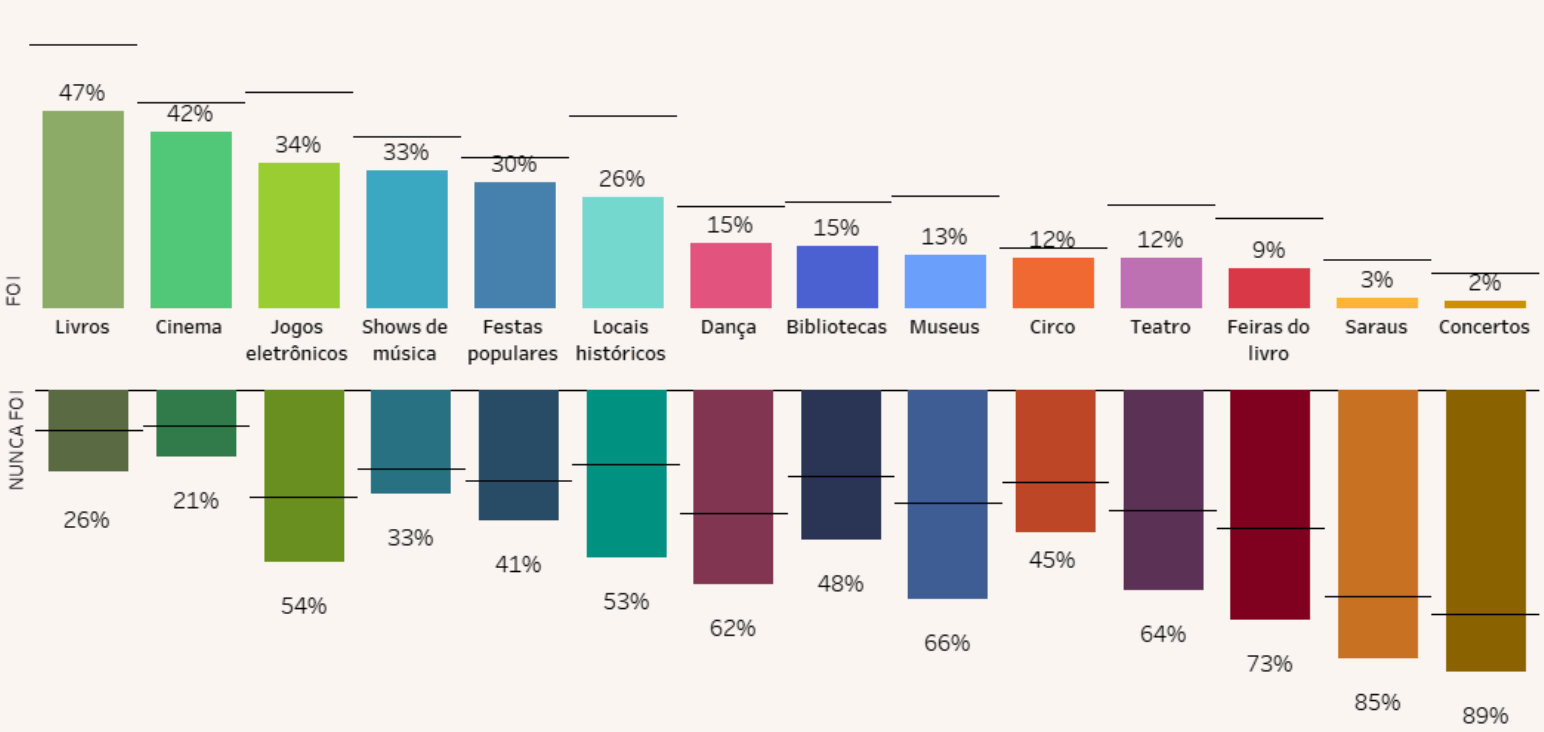
MINISTÉRIO DA
CULTURA

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

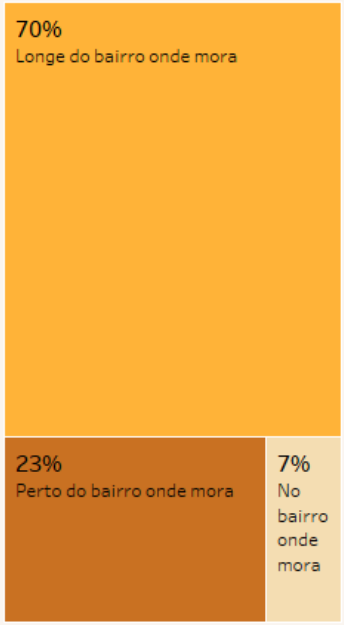
ACESSO A ATIVIDADES CULTURAIS EM CAMPO GRANDE

(% de pessoas que foram às atividades nos 12 meses anteriores à pesquisa)

O percentual de acesso é o percentual de pessoas que disseram ter ido, nos 12 meses anteriores à pesquisa, às atividades indicadas em cada coluna do gráfico. Essa metodologia permite comparação internacional (é adotada em vários países) e, ao tomar como base 12 meses (e não prazos menores), reduz a influência de fatores sazonais. A pergunta não mede volume de acesso: quem foi uma vez a certa atividade é contado da mesma maneira que quem foi várias vezes. O gráfico mostra o percentual de acesso em Campo Grande (barras coloridas) em comparação à média nacional (linhas horizontais pretas). *Perguntas: P1*

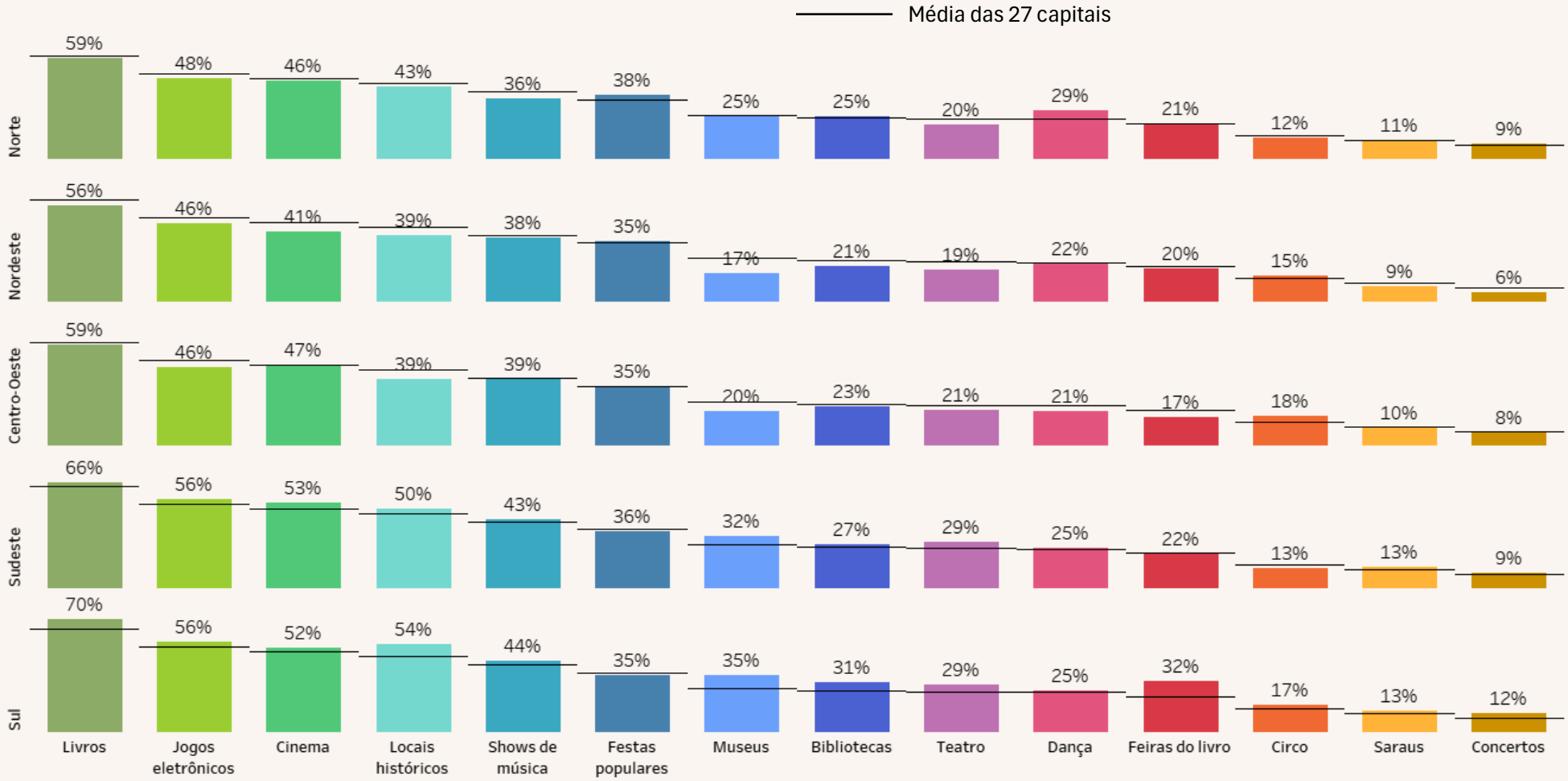


A MAIORIA DAS ATIVIDADES QUE VOCÊ FREQUENTA ACONTECE...



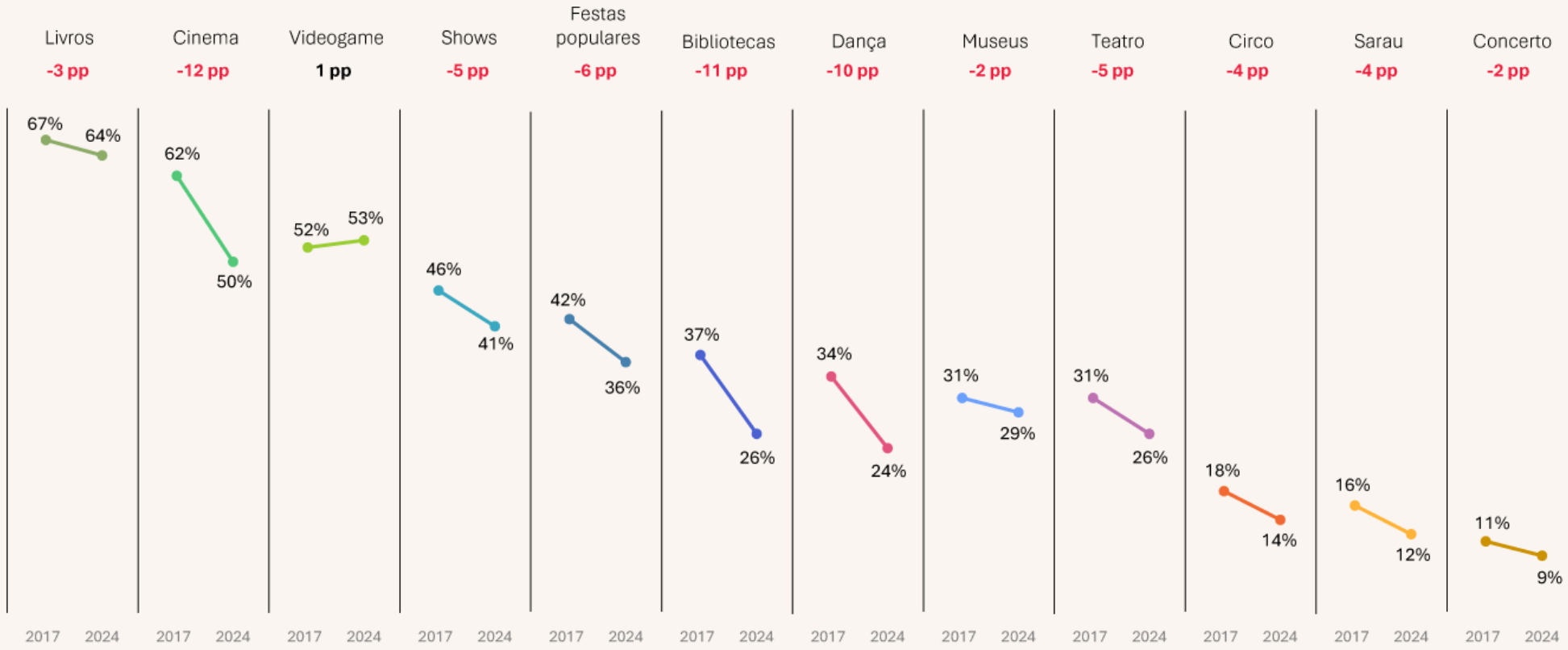
ACESSO DAS ATIVIDADES CULTURAIS POR REGIÃO

O gráfico mostra o percentual médio de acesso nas capitais, agrupadas por região: Centro-Oeste (quatro capitais), do Nordeste (nove), do Norte (sete), do Sudeste (quatro) e do Sul (três). *Perguntas: P1*



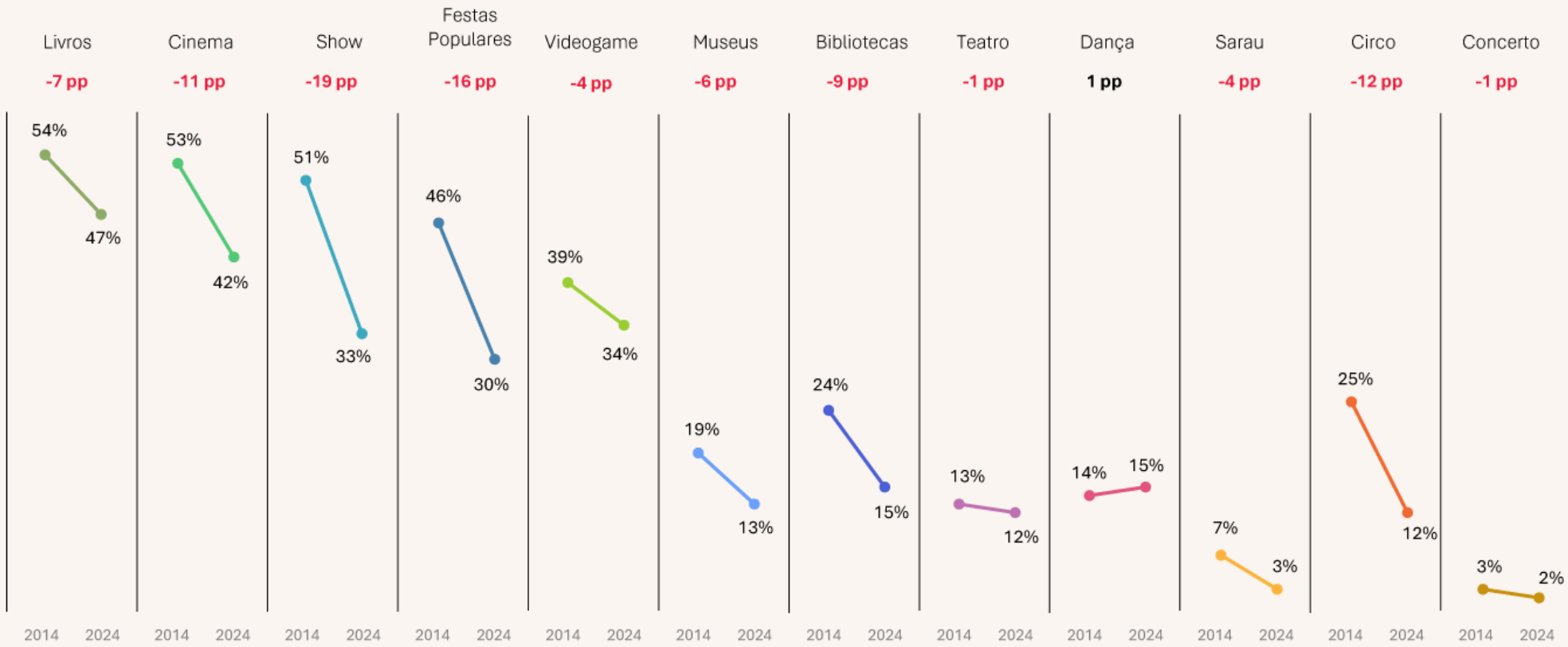
ACESSO CAI EM 12 CIDADES NA COMPARAÇÃO DE 2017 COM 2024

O gráfico mostra os dados gerais de 12 capitais para 12 atividades culturais pesquisadas em 2017 (9.870 entrevistas) e 2024 (10.500 entrevistas). Os resultados são relativos à população de 16 anos ou mais. Nas duas pesquisas a margem de erro foi de um ponto percentual para mais ou para menos. A comparação inclui as seguintes cidades: Belém (PA), Belo Horizonte (MG), Brasília (DF), Curitiba (PR), Fortaleza (CE), Manaus (AM), Porto Alegre (RS), Recife (PE), Rio de Janeiro (RJ), Salvador (BA), São Luís (MA) e São Paulo (SP).



EM RELAÇÃO A 2014, ACESSO CAIU PARA QUASE TODAS AS ATIVIDADES EM CAMPO GRANDE

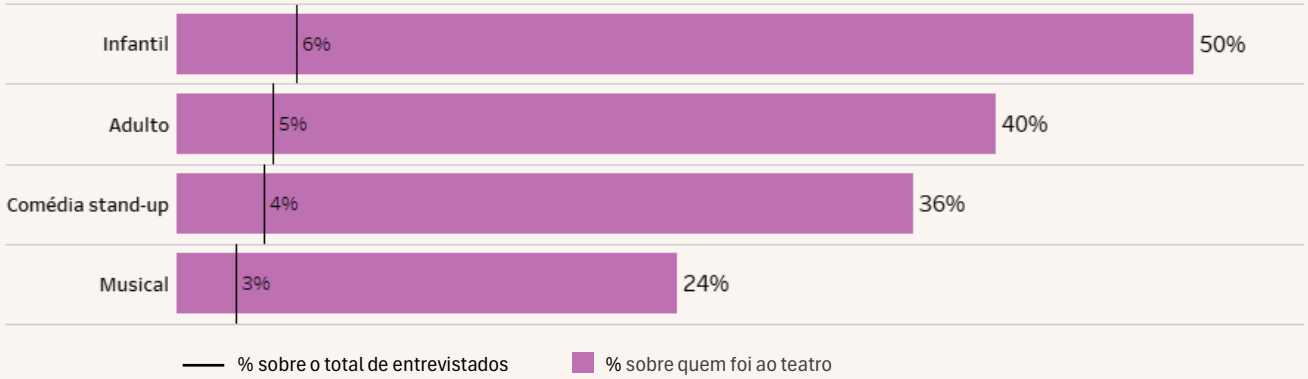
A JLeiva fez pesquisa de hábitos cultural em Campo Grande também em 2014. Na ocasião, foram entrevistadas 564 pessoas de 16 anos ou mais (em 2024, foram 600). Nos dois casos, a margem de erro é de 4 pontos percentuais para mais ou para menos. A comparação entre os levantamentos mostra que houve queda em quase todas as atividades pesquisadas nas duas ocasiões — em várias, o recuo ficou além da margem de erro, como em cinema, shows, festas populares, bibliotecas e circo.



AS PESSOAS QUE FORAM AO TEATRO ASSISTIRAM A QUAL TIPO DE PEÇA?

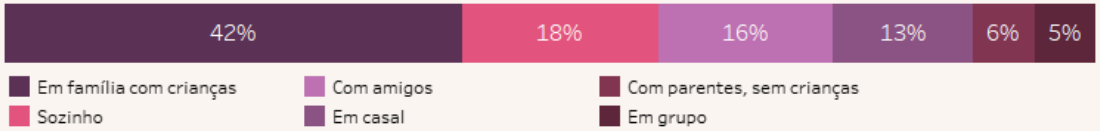
Para quem foi ao teatro, a pesquisa perguntou quais tipos de peça viu (adulta, infantil, musical ou stand-up), por que foi, com quem costuma ir às apresentações e se a última vez foi paga ou gratuita. Para os entrevistados que nunca foram ao teatro ou não foram nos 12 meses anteriores à pesquisa, perguntou-se por que não foram.
Perguntas: P5, P6, P10, P35 e P37

FREQUÊNCIA É MAIOR NO TEATRO INFANTIL E ADULTO



Pergunta foi feita apenas aos **12%** de moradores de Campos Grande que disseram ter ido ao teatro.

COM QUEM VOCÊ VAI



A ÚLTIMA VISITA FOI PAGA OU GRATUITA



RAZÕES PARA IR

Passear/ se divertir	40%
Aprender/ ter conhecimento	19%
Levar criança/ filho	8%
Passar o tempo	7%
Encontrar amigos	7%
Relaxar/ descontrair	6%
Tempo para mim	2%
Interesse pelo tema/ obra	2%
Conhecer novidades	1%
Por gostar de cultura	1%

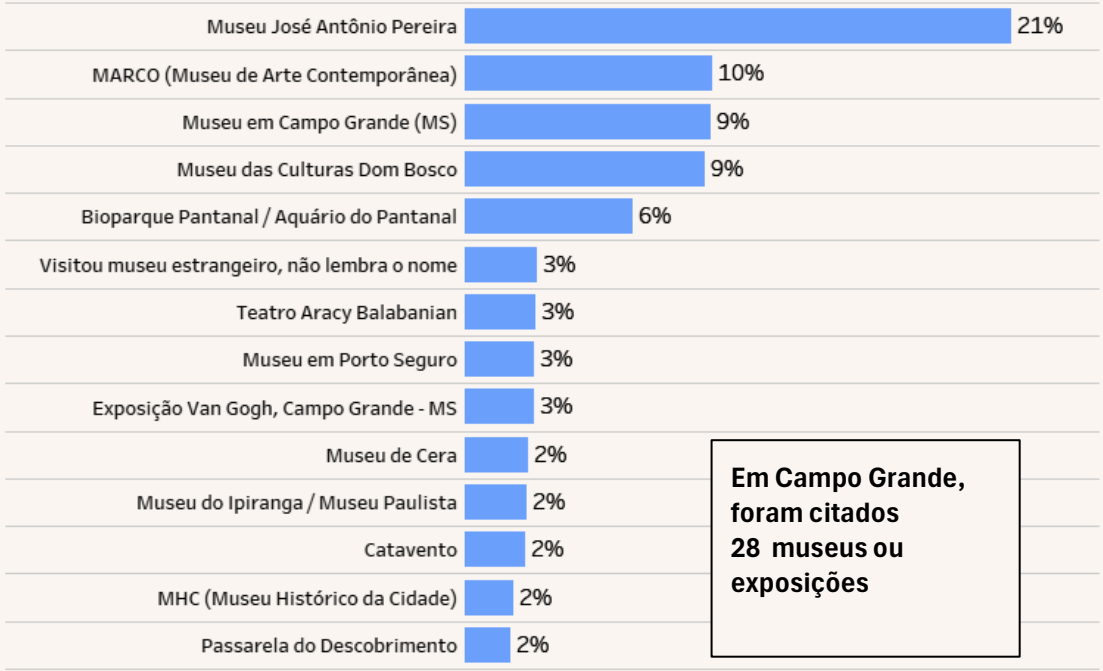
RAZÕES PARA NÃO IR

Não me interesso	37%
Questão econômica	25%
Falta de tempo	14%
Não tem perto de casa	10%
Não tenho costume	8%
Faltam opções	5%
Falta de informação	4%
Não conheço	2%
Difícil estacionar	2%
Não me sinto bem	2%
Não tenho companhia	1%

MUSEU JOSÉ ANTÔNIO PEREIRA É O MAIS CITADO COMO VISITA RECENTE A MUSEU OU EXPOSIÇÃO

Para quem declarou ter ido a museu, exposição de arte ou de caráter histórico, a pesquisa perguntou qual foi o último museu ou exposição que a pessoa visitou no Brasil, se essa visita foi paga ou gratuita, com quem o entrevistado costuma ir a atividades desse tipo e por que vai. Para os entrevistados que nunca foram a essas atividades ou não foram nos 12 meses anteriores à pesquisa, perguntou-se por que não foram. Todos os entrevistados foram questionados se acessam conteúdos de sites de museu.
Perguntas: P7, P9, P10, P25, P36 e P38

QUAL FOI O ÚLTIMO MUSEU OU EXPOSIÇÃO QUE VISITOU



Em Campo Grande, foram citados 28 museus ou exposições

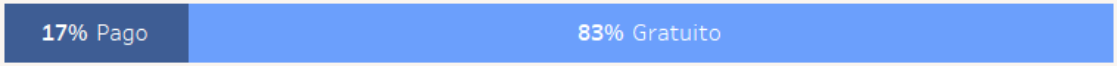
MUSEU ONLINE

6% dos entrevistados disseram ter visitado sites de museus para acessar suas coleções

COM QUEM VOCÊ FOI



PAGO OU GRATUITO



RAZÕES PARA IR

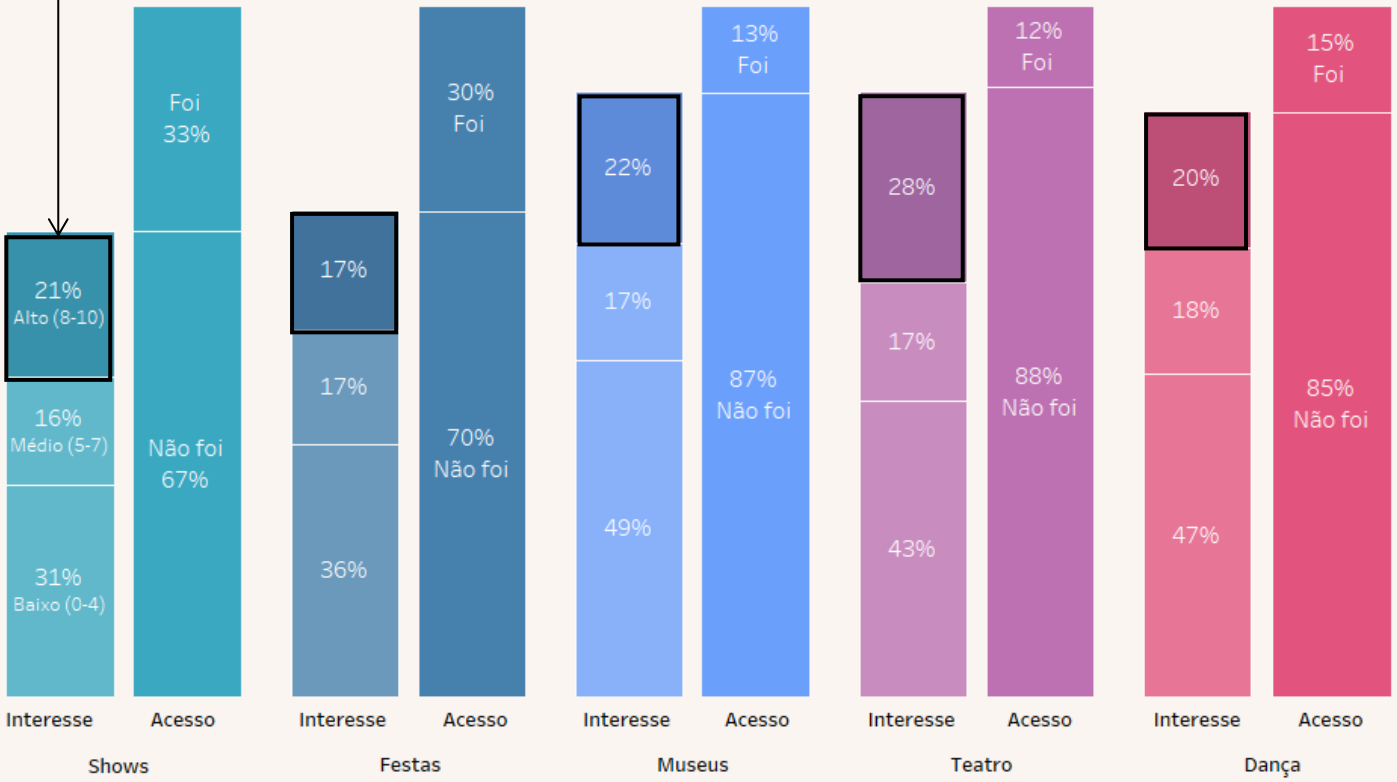
Aprender/ ter conhecimento	44%
Passear/ se divertir	19%
Encontrar amigos	10%
Levar criança/ filho	5%
Passar o tempo	4%
Interesse pelo tema/ obra	3%
Gosto de história	3%
Conhecer novidades	2%
Por causa do ambiente/ esp..	2%
Namorar/ paquerar	2%

RAZÕES PARA NÃO IR

Não me interesso	43%
Questão econômica	19%
Falta de tempo	15%
Não tem perto de casa	12%
Não tenho costume	8%
Falta de informação	3%
Não tenho companhia	3%
Difícil estacionar	2%
Faltam opções	2%
Não me sinto bem	1%
Não conheço	1%

PÚBLICO POTENCIAL:
33% dos entrevistados não foram a shows nos 12 meses anteriores à pesquisa. Mas uma fatia importante (21%) deu notas de 8 a 10 para seu interesse na atividade. Esse grupo que não foi, mas gostaria muito de ir, está sendo chamado de público potencial.

INTERESSE MOSTRA QUE PÚBLICO TEM POTENCIAL PARA CRESCER



A pesquisa perguntou a todos os entrevistados qual é, de 0 a 10, seu interesse em ir a cada uma das seguintes manifestações: shows de música, festas populares, museus, teatro e dança. Os entrevistados que NÃO FORAM a essas atividades, mas deram nota 8, 9 ou 10 para seu interesse em ir, formam o que está sendo chamado aqui de público potencial. Ou seja: quem não foi nos 12 meses anteriores à pesquisa, mas indicou alto interesse em ir. No gráfico ao lado, são as partes das colunas preenchidas com tonalidades mais escuras.

Quem não foi e deu notas de 0 a 4 entrou na categoria “baixo interesse”. As pessoas que deram notas de 5 a 7 foram consideradas de “médio interesse”.

O gráfico mostra que em algumas das cinco áreas pesquisadas, se o público potencial de fato fosse à atividade, o acesso mais do que dobraria. Por exemplo: 15% dos entrevistados foram a alguma atividade de dança; outros 20% não foram, mas gostariam muito de ter ido. Em teatro, o acesso foi de 12%; 28% não foram, mas manifestaram alto interesse em ir.
Perguntas: P1 e P63

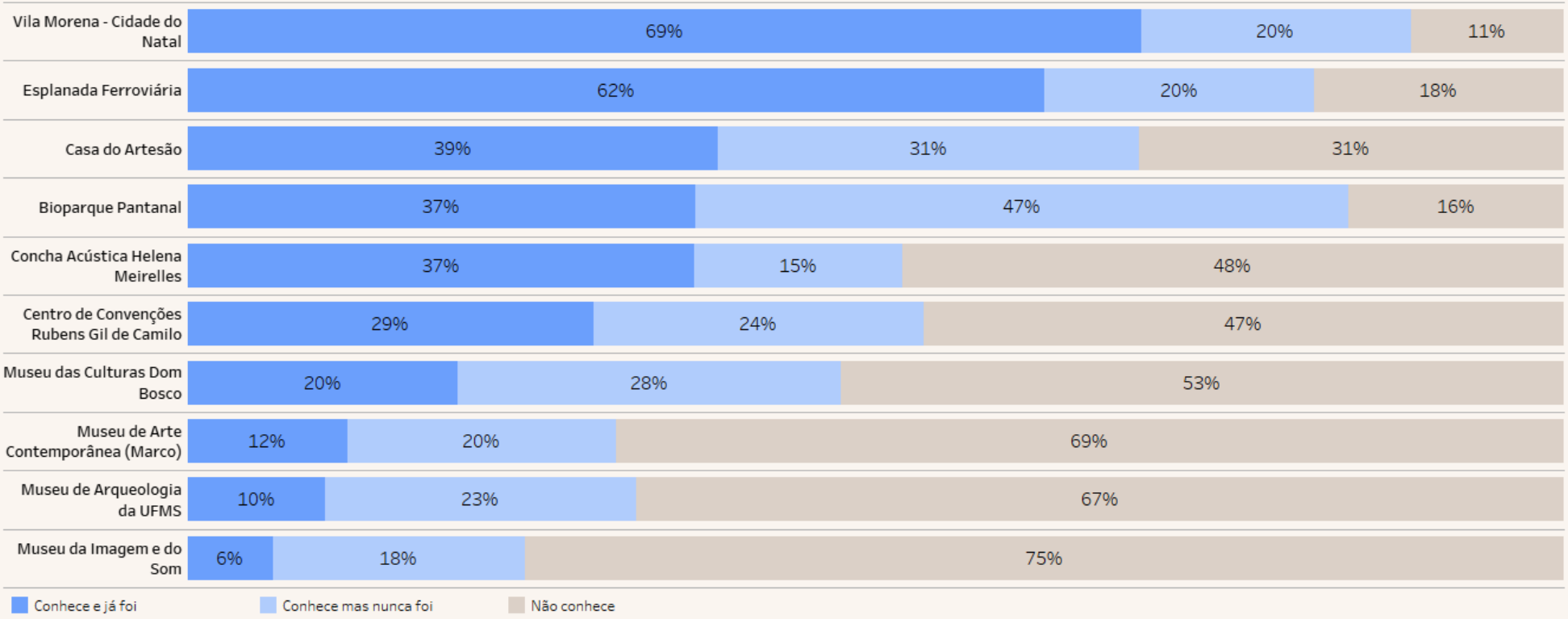
LISTA DE ESPAÇOS CULTURAIS MAIS FREQUENTADOS TEM CITAÇÕES A QUASE 70 LOCAIS

A pesquisa perguntou a todos os entrevistados qual espaço cultural eles mais frequentam na capital onde moram. A resposta era aberta – as pessoas poderiam citar qualquer local. Em Campo Grande, foram nomeados 66 (os principais estão na nuvem de palavras, com tamanho proporcional ao número de menções). Para facilitar a análise, as respostas foram agrupadas por categoria (veja o gráfico de barras).*Pergunta: P29*



MUITA GENTE CONHECE, MAS NUNCA FOI AO BIOPARQUE PANTANAL E À CASA DO ARTESÃO

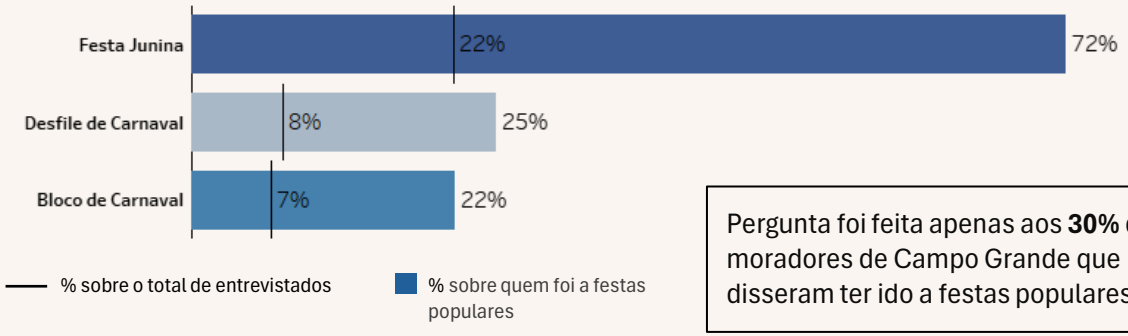
A pesquisa listou dez espaços culturais de cada capital, para avaliar o quanto são conhecidos. Sobre cada um dos espaços, foi perguntado se o entrevistado o conhece, mesmo que só de ouvir falar. Para quem conhece, foi perguntado se visitou o local pelo menos uma vez. *Pergunta: P80*



FESTA JUNINA ATRAI DUAS VEZES MAIS QUE O CARNAVAL

Para as pessoas que disseram ter ido a festas populares nos 12 meses anteriores à pesquisa, os pesquisadores perguntaram se elas foram a festas juninas, desfiles de Carnaval e blocos de Carnaval. Perguntaram também se foram a algum outro tipo de festa popular. Em Campo Grande, os entrevistados citaram 18 manifestações populares (veja a nuvem de palavras), agrupadas por tipo, como mostra o gráfico de barras abaixo.
Perguntas: P4a, P4b

DE QUAL TIPO DE FESTA POPULAR PARTICIPOU



Pergunta foi feita apenas aos **30%** de moradores de Campo Grande que disseram ter ido a festas populares

FOI A ALGUMA FESTA, ALÉM DAS JUNINAS E DE CARNAVAL?



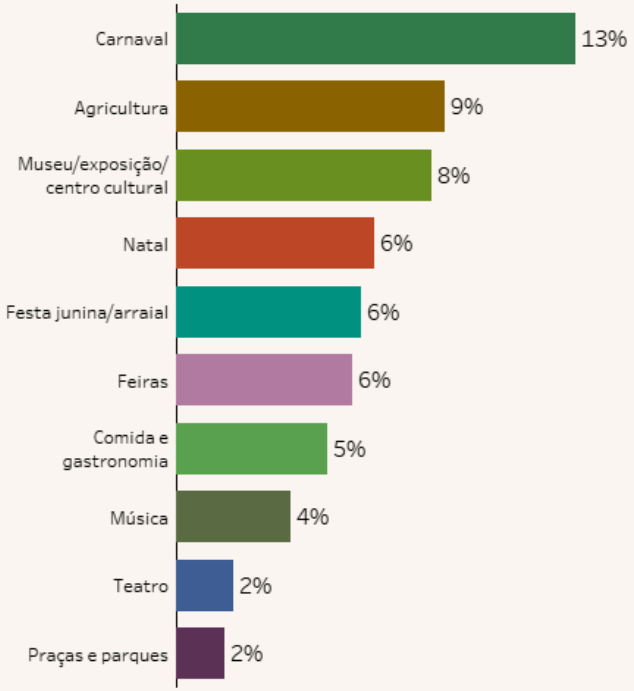
MORADORES DE CAMPO GRANDE CITARAM 18 MANIFESTAÇÕES POPULARES



MORADORES CITAM 80 EVENTOS DIFERENTES COMO SENDO O MAIS IMPORTANTE DA CIDADE

A pesquisa perguntou a todos os entrevistados qual é, na avaliação deles, o evento cultural mais importante da cidade onde moram. A resposta era livre – as pessoas poderiam citar qualquer evento. Em Campo Grande, foram mencionados 80 eventos (veja a nuvem de palavras), classificados por categoria para facilitar a análise, como mostra o gráfico de barras nesta página. *Perguntas: P27*

QUAL O EVENTO CULTURAL MAIS IMPORTANTE DA SUA CIDADE

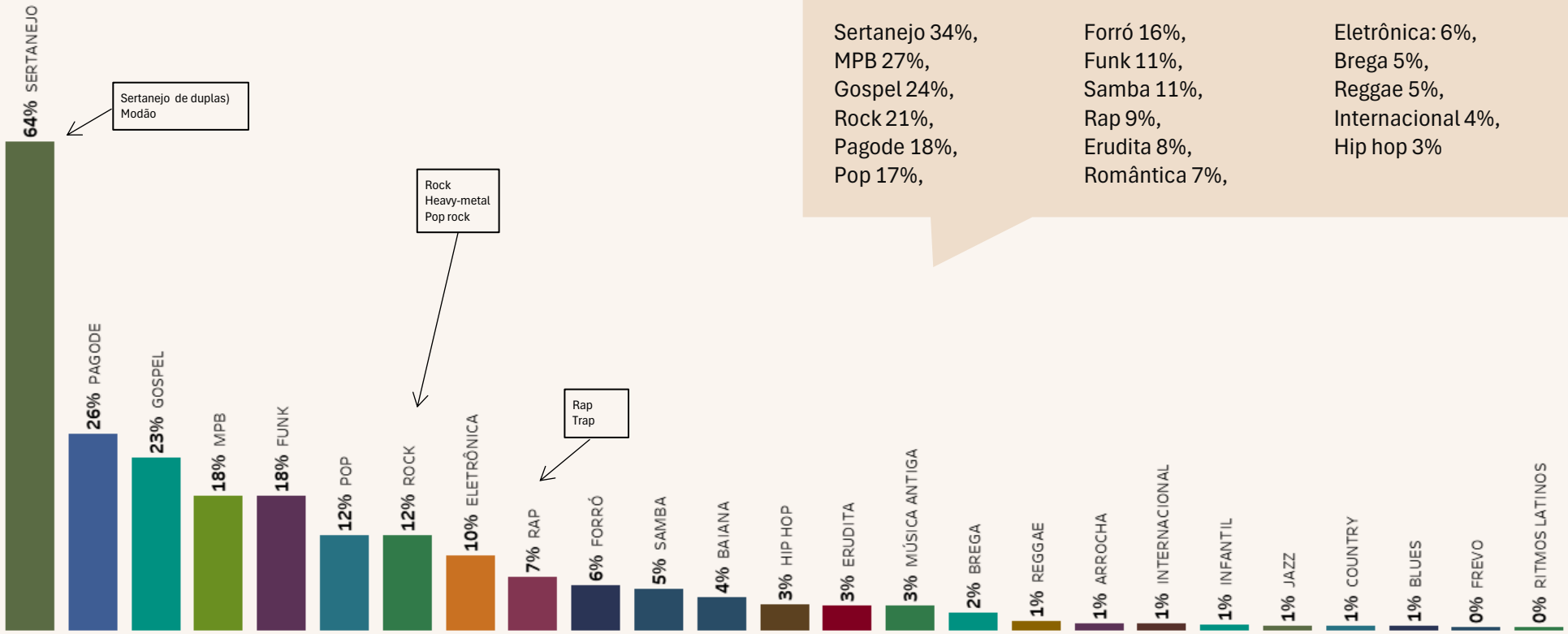




QUASE DOIS TERÇOS CITAM SERTANEJO COMO ESTILO MUSICAL PREFERIDO

A pesquisa perguntou aos entrevistados qual estilo ou tipo de música que mais ouvem em primeiro, segundo e terceiro lugar. O gráfico abaixo mostra o resultado das três respostas somadas — por isso, a soma dos percentuais supera os 100%. As respostas eram livres. As citações foram agrupadas em blocos (veja exemplos nos quadros do gráfico). Muitos citaram um período (“anos 70”, “anos 80”), uma cadência (“música lenta”) ou bandas e artistas. No Brasil, cerca de 300 gêneros e 120 artistas foram mencionados. Em Campo Grande, 52 gêneros. *Perguntas: P14*

QUAL O ESTILO DE MÚSICA QUE MAIS OUVE?



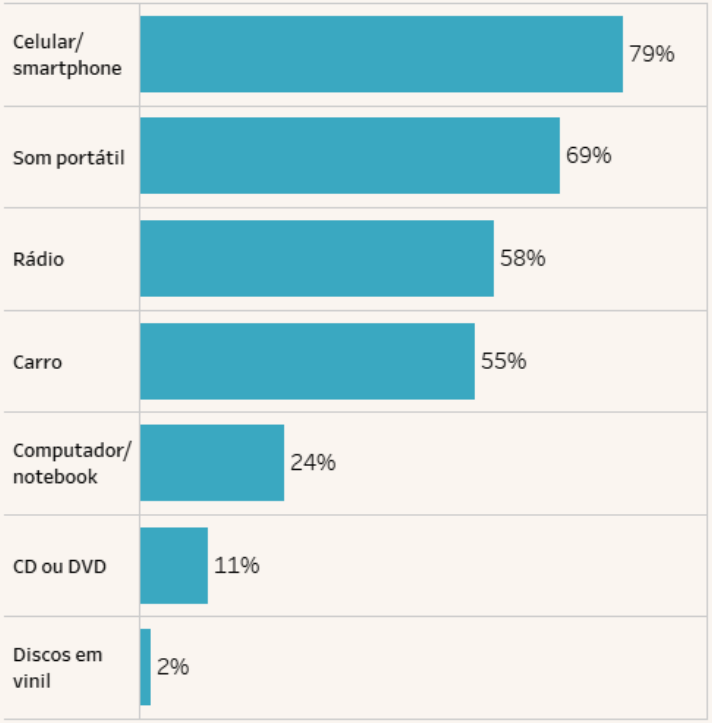
MÉDIA DAS 27 CAPITAIS

Sertanejo 34%,
MPB 27%,
Gospel 24%,
Rock 21%,
Pagode 18%,
Pop 17%,
Forró 16%,
Funk 11%,
Samba 11%,
Rap 9%,
Erudita 8%,
Romântica 7%,
Eletrônica: 6%,
Brega 5%,
Reggae 5%,
Internacional 4%,
Hip hop 3%

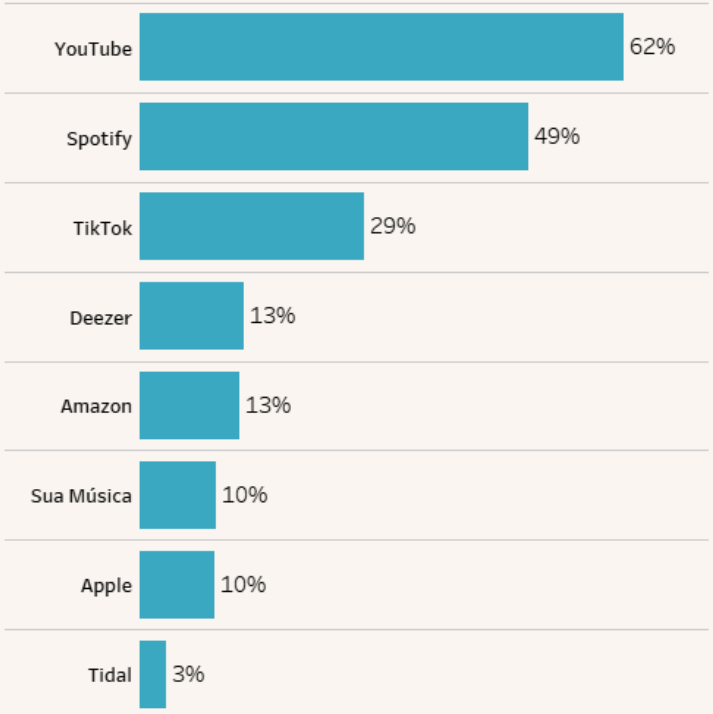
CELULAR É O APARELHO MAIS UTILIZADO PARA OUVIR MÚSICA

Três perguntas da pesquisa exploraram as formas como as pessoas ouvem música. A primeira investigou os equipamentos mais usados, e a segunda, os aplicativos. Nos dois casos, os entrevistadores apresentaram uma lista de alternativas para as pessoas indicarem se costumam ou não utilizá-las – elas podiam também citar meios não presentes na lista (3% mencionaram TV, por exemplo). A terceira questão apurou se as pessoas geralmente ouvem música com ou sem fones de ouvido.
Ainda sobre música, para quem disse ter ido a show nos 12 meses anteriores à pesquisa, os entrevistadores perguntaram se o último espetáculo foi pago ou gratuito.
Perguntas: P10, P15b, P16, P17

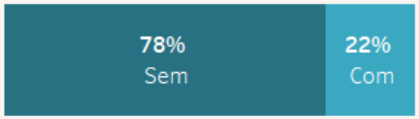
VOCÊ USA ESSES APARELHOS PARA OUVIR MÚSICA?



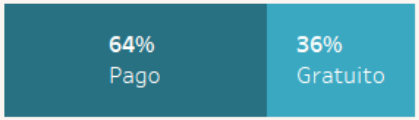
VOCÊ UTILIZA ESSES APLICATIVOS?



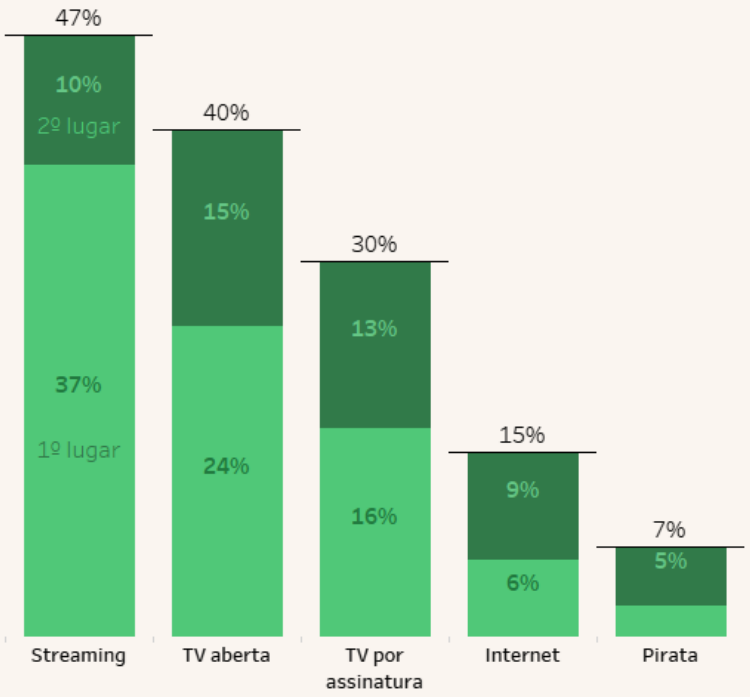
VOCÊ OUVE MAIS MÚSICA COM OU SEM FONE DE OUVIDO?



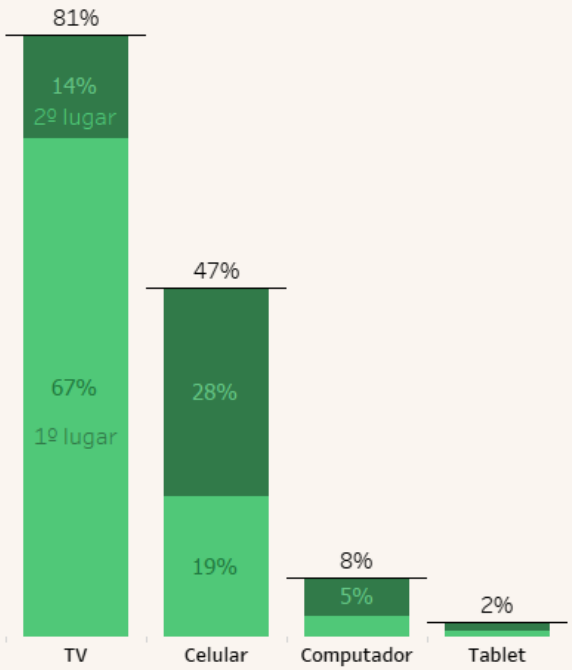
O ÚLTIMO SHOW QUE VOCÊ FOI ERA PAGO OU GRATUITO?



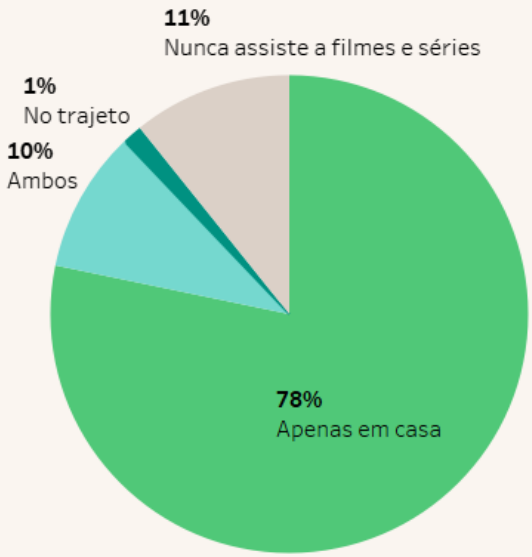
QUAIS OS SERVIÇOS MAIS USADOS PARA VER FILMES E SÉRIES?



QUAIS APARELHOS MAIS USA PARA ASSISTIR?



ASSISTE A FILMES QUANDO ESTÁ EM TRÂNSITO OU SÓ EM CASA?



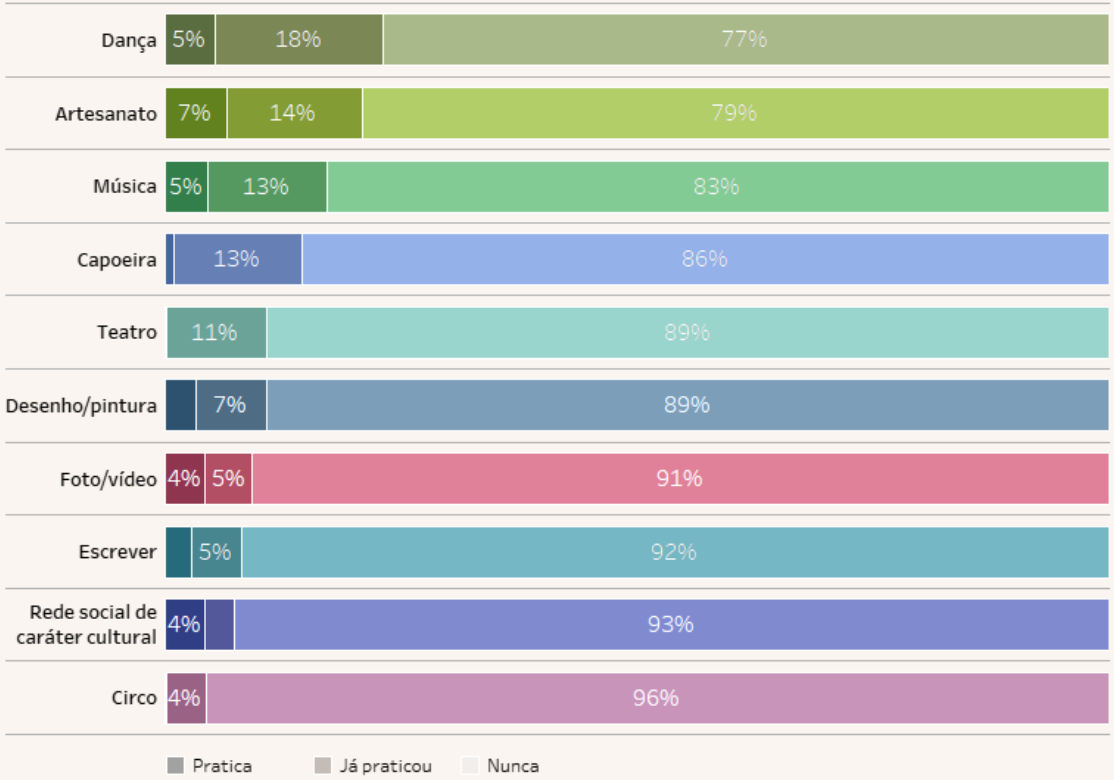
TV E CELULAR SÃO PRINCIPAIS MEIOS PARA VER FILMES E SÉRIES

A forma como as pessoas veem filmes e séries foi investigada por meio de três perguntas. A primeira explorou quais os serviços mais utilizados, e a segunda, quais os aparelhos mais usados. Nos dois casos, os entrevistadores apresentaram uma lista de alternativas para as pessoas indicarem quais usam com mais frequência em primeiro e em segundo lugar. Já a terceira pergunta examinou se as pessoas costumam ver filmes e séries apenas em casa ou também durante deslocamentos. *Perguntas: P21, P23, P24*

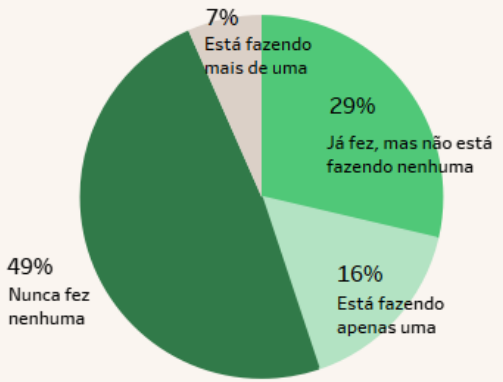
23% DOS MORADORES ESTÃO FAZENDO ALGUMA ATIVIDADE CULTURAL

Além de acesso, a pesquisa também investigou a prática de atividades culturais. Foram apresentadas dez atividades, e para cada uma os entrevistados diziam se praticam, se já praticaram, mas não praticam mais, ou se nunca praticaram – inclusive como hobby. Os entrevistados podiam também citar outras atividades não listadas. Aos que disseram fazer ao menos uma atividade (em Campo Grande, 23%) a pesquisa perguntou também quais os benefícios dessa prática.
Perguntas: P39, P43

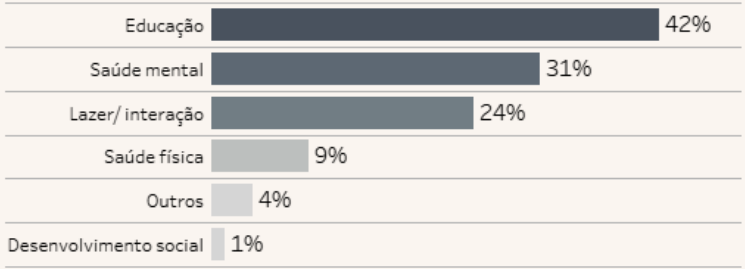
DANÇA, ARTESANATO E MÚSICA SÃO AS MAIS CITADAS



49% NUNCA FIZERAM NENHUMA



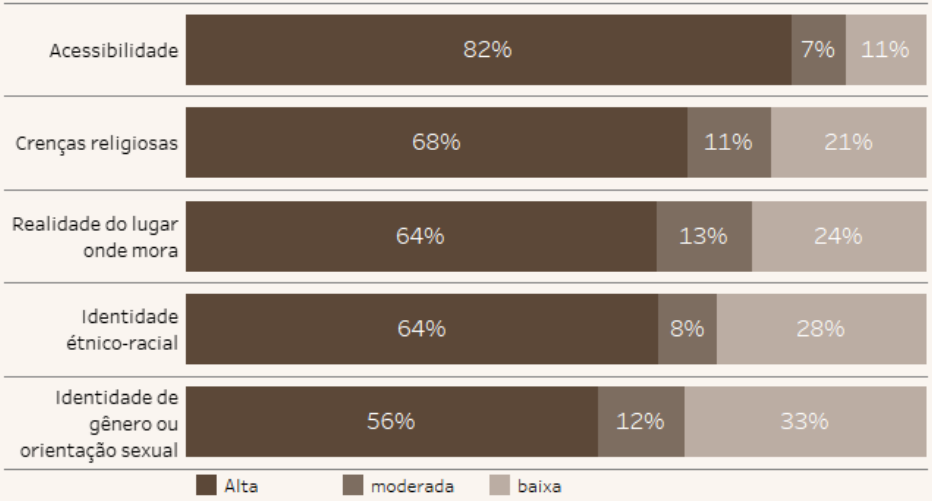
PRINCIPAIS BENEFÍCIOS DA PRÁTICA



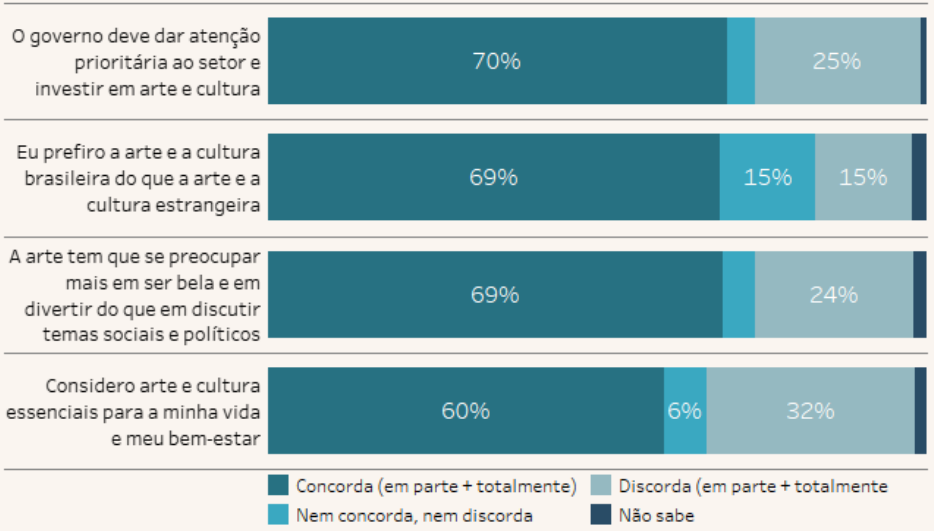
MAIORIA ASSOCIA CULTURA A BEM-ESTAR E DEFENDE INVESTIMENTO PÚBLICO NA ÁREA

Dois blocos de perguntas avaliaram a percepção da população sobre questões ligadas a cultura. No primeiro, a pesquisa indagou qual grau de importância os entrevistados dão a temas ligados a diferentes formas de identidade quando escolhem um programa cultural. As notas 1 e 2 foram classificadas como baixa importância; 3, como importância moderada; 4 e 5, alta importância. No segundo bloco de questões, os entrevistados indicaram se concordavam (total ou parcialmente), discordavam (total ou parcialmente) ou se nem concordavam nem discordavam de afirmações sobre a produção cultural.
Perguntas: P45, P47, P50, P51

QUAL A IMPORTÂNCIA DE UM EVENTO CULTURAL ABORDAR:



IMPORTÂNCIA DA ARTE, DA PRODUÇÃO NACIONAL E DE TEMAS SOCIAIS



VOCÊ FEZ DOAÇÕES PARA PROJETOS OU INSTITUIÇÕES CULTURAIS NO ÚLTIMO ANO?

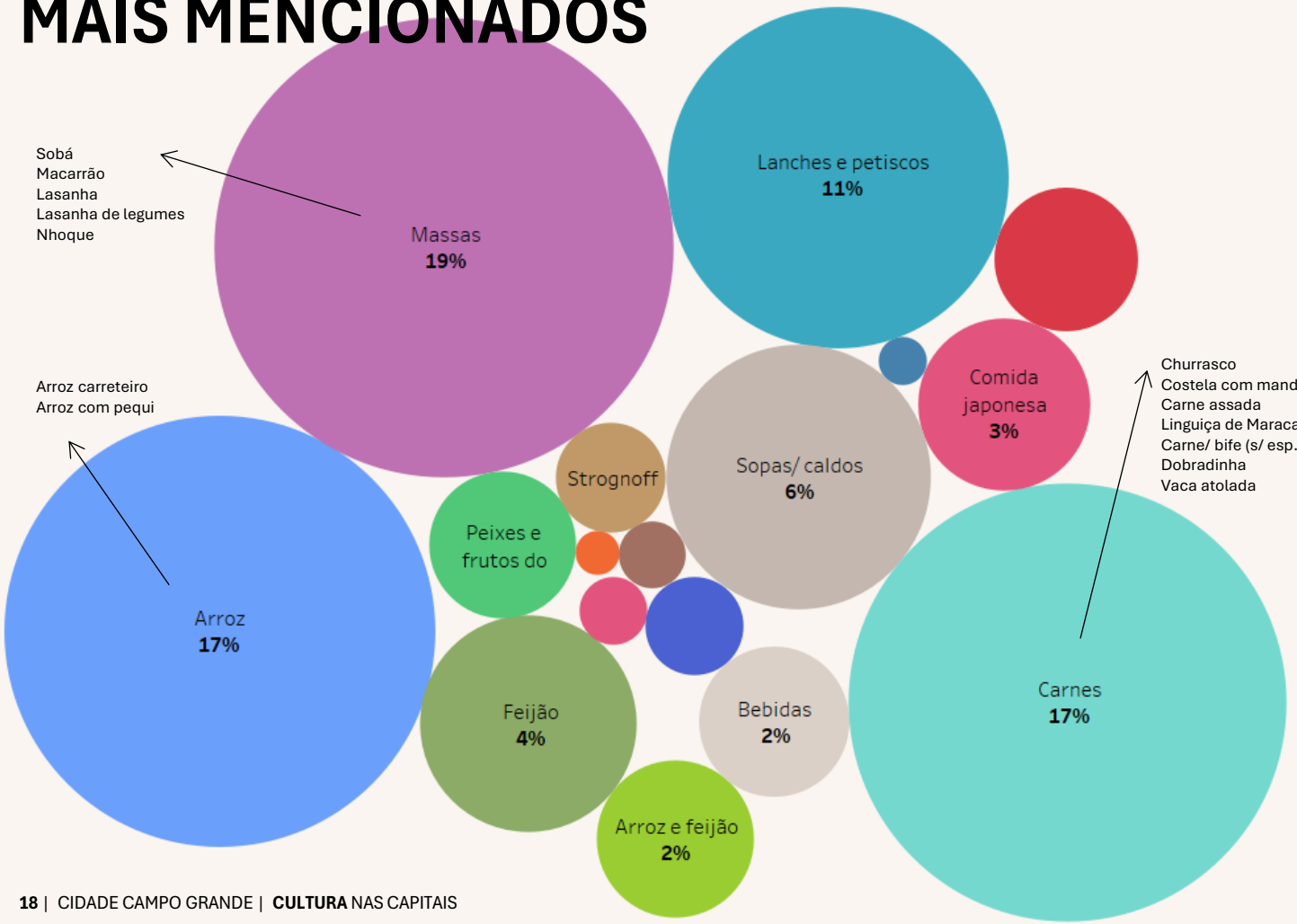


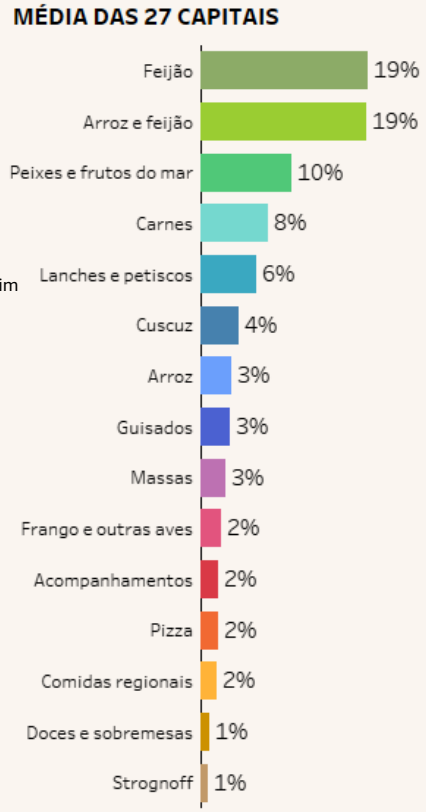
VOCÊ FEZ TRABALHO VOLUNTÁRIO PARA PROJETOS OU INSTITUIÇÕES CULTURAIS NO ÚLTIMO ANO?



SOBÁ, ARROZ CARRETEIRO E CHURRASCO SÃO PRATOS MAIS MENCIONADOS

A pesquisa perguntou aos entrevistados qual o prato que melhor representa a culinária de sua cidade. Era uma questão aberta: as pessoas poderiam citar qualquer prato. As respostas foram reunidas nos grupos apresentados no gráfico abaixo. A dupla arroz e feijão, por exemplo, foi citada com os mais variados complementos, como bife, frango, batata, farofa e salada, entre outros. *Pergunta P46*





METODOLOGIA

Esta edição de Cultura nas Capitais foi feita a partir de entrevistas presenciais com 19.500 pessoas, moradoras de todas as capitais brasileiras – as 26 estaduais, além de Brasília.

Veja abaixo as características principais da pesquisa

UNIVERSO PESQUISADO

Locais: Todas as capitais brasileiras (Brasília e as capitais dos 26 estados).

Faixa etária: Pessoas de 16 anos ou mais de idade

Níveis socioeconômicos: todos

População total: 37,5 milhões de habitantes, segundo o Censo 2022 do IBGE

PESQUISA DE CAMPO

Número de entrevistas: 19.500 (veja na tabela mais abaixo o número de entrevistas em cada capital)

Período: 19 de fevereiro a 22 de maio

Instituto responsável: Datafolha

Questionário: Os entrevistados respondiam a até 61 perguntas, além das relacionadas a características sociais e econômicas (como escolaridade, cor da pele etc.). As entrevistas tiveram duração média de 26 minutos, utilizando como instrumento de coleta um questionário estruturado, aplicado em tablets com o sistema Survey To Go. O procedimento permite crítica e consistência dos dados em tempo real.

Método de coleta: Entrevistas presenciais, em pontos de fluxo populacional – uma metodologia adotada pelo Datafolha que agiliza a coleta de informações e facilita a abordagem junto a públicos que dificilmente respondem a pesquisas domiciliares (moradores de edifícios, condomínios de alta renda, favelas e regiões com altos índices de violência). Ao todo, os pesquisadores foram distribuídos por 1.930 pontos de fluxo (entre 40 e 300 por capital), em regiões com diferentes características sociais e econômicas.

Como os entrevistados foram selecionados: O processo envolveu duas etapas. Na primeira, o Datafolha sorteia os pontos de fluxo, num processo semelhante ao sorteio de quarteirões dos levantamentos domiciliares. Na segunda, os pesquisadores escolhem aleatoriamente as pessoas a serem entrevistadas, obedecendo a cotas de sexo e idade (*veja o próximo item*).

Variáveis de controle: As entrevistas são distribuídas de tal forma que a proporção de sexo e idade seja semelhante à captada pelo Censo 2022 em cada uma das 27 capitais.

Ponderação da amostra: Os resultados foram ponderados pelas variáveis: sexo, idade, cor e escolaridade (de acordo com o Censo 2022). O total da amostra foi ponderado pela distribuição da população nas capitais. "Ponderar" significa dar um peso a cada questionário, de modo que, nas variáveis ponderadas, as características da amostra sejam as mesmas do universo pesquisado.

Margem de erro: Toda amostra tem um erro associado (margem de erro). Quanto maior a amostra, mais próxima do universo, então menor é o erro. A leitura dos dados é sempre estatística – situa-se dentro de determinadas margens – e não numérica. A margem de erro total da pesquisa é de 0,70 ponto percentual, para mais ou para menos, num intervalo de confiança de 95%. Nas capitais, a margem é de 2 pontos percentuais (pp) em São Paulo, 3 pontos no Rio de Janeiro e 4 nas demais cidades. Um intervalo de confiança de 95% significa que, se fossem feitos 100 levantamentos simultâneos com a mesma metodologia, em pelo menos 95 deles os resultados estariam na margem de erro prevista.

Limites da análise: Os dados cujas bases apresentam número insuficiente para análise estatística (menos de 30 casos) deverão ser observados com cautela. As análises são baseadas nas proporções ou em estatísticas de tendência central, tais como média e mediana.

Critério de Classe: Além da pergunta sobre renda, a pesquisa também adotou o Critério Brasil de Classificação Econômica, um instrumento de segmentação econômica que utiliza o levantamento de características domiciliares (presença e quantidade de alguns itens domiciliares de conforto e grau de escolaridade do chefe de família) para diferenciar a população em classes: A, B, C, D ou E (Fonte: ABEP – Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa).

METODOLOGIA

POPULAÇÃO, PERÍODO DE COLETA EM 2024, NÚMERO DE ENTREVISTAS, DE PONTOS DE COLETA E MARGEM DE ERRO					
Capital	População de 16 anos ou mais*	Período de coleta	Nº de entrevistas	Nº de pontos de coleta	Margem de erro**
Aracaju	482.314	1/4 a 8/4	600	60	4 pp
Belém	1.050.404	21/02 a 13/03	600	60	4 pp
Belo Horizonte	1.931.417	19/02 a 12/03	600	60	4 pp
Boa Vista	298.100	6/3 a 19/3	600	60	4 pp
Brasília	2.243.388	19/02 a 16/03	600	60	4 pp
Campo Grande	701.321	02/03 a 15/05	600	60	4 pp
Cuiabá	507.446	26/04 a 09/05	600	60	4 pp
Curitiba	1.465.975	19/02 a 14/03	600	60	4 pp
Florianópolis	448.791	26/03 a 22/05	600	60	4 pp
Fortaleza	1.947.816	22/02 a 15/04	600	60	4 pp
Goiânia	1.160.726	19/02 a 23/04	600	60	4 pp
João Pessoa	661.261	04/03 a 05/04	600	60	4 pp
Macapá	322.342	06/03 a 19/03	600	60	4 pp
Maceió	751.099	15/04 a 20/04	600	60	4 pp
Manaus	1.545.104	19/02 a 10/05	600	60	4 pp
Natal	606.218	01/04 a 05/04	600	60	4 pp
Palmas	229.702	15/04 a 14/05	600	40	4 pp
Porto Alegre	1.104.944	19/02 a 27/03	600	60	4 pp
Porto Velho	349.346	25/03 a 27/04	600	60	4 pp
Recife	1.206.991	19/02 a 20/03	600	60	4 pp
Rio Branco	274.012	19/02 a 17/05	600	60	4 pp
Rio de Janeiro	5.107.171	20/02 a 24/04	1.500	150	3 pp
Salvador	1.982.756	19/02 a 01/03	600	60	4 pp
São Luís	821.257	04/03 a 20/03	600	60	4 pp
São Paulo	9.360.709	19/02 a 15/05	3.000	300	2 pp
Teresina	684.254	17/04 a 16/05	600	60	4 pp
Vitória	265.912	27/03 a 11/04	600	60	4 pp
Total	**37.510.776**	**19/02 a 22/05**	**19.500**	**1.930**	**0,70 pp**

(*) Fonte: Censo IBGE 2022, população com 16 anos ou mais.
(**) Margem de erro máxima em pontos percentuais (pp), para mais ou para menos, dentro de um nível de confiança de 95%

METODOLOGIA

PERFIL DA AMOSTRA - 27 CAPITAIS

Gênero	
Mulher	**53%**
Homem	**45%**
Outras respostas	**1%**

Faixa Etária	
16 a 24	**16%**
25 a 34	**19%**
35 a 44	**20%**
45 a 59	**24%**
60 +	**20%**

Escolaridade	
Fundamental	**24%**
Médio	**40%**
Superior	**36%**

Classe	
D/E	**17%**
C	**49%**
B	**29%**
A	**5%**

Cor/Raça	
Branca	**42.5%**
Parda	**41.8%**
Preta	**12.4%**
Amarela	**0.8%**
Indígena	**0.3%**
Não respondeu	**2.2%**

Religião	
Católica	**39%**
Religiões Evangélicas	**32%**
Ateu/sem religião	**13%**
Religião não definida	**6%**
Espírita | Kardecista	**4%**
Religiões Afro	**4%**
Outras Religiões	**2%**
Não sabe/Não respo..	**0%**

Filhos	
Tem filhos	**61%**
Não tem filhos	**39%**

Estado Civil	
Solteiro	**43%**
Casado	**41%**
Separado	**11%**
Viúvo	**5%**

Orientação Sexual	
LGBTQIAPN+	**11%**
HETEROSSEXUAL	**81%**
Outras respostas	**8%**

Acesso à internet	
Sempre conectado	**54%**
Quase sempre	**24%**
Eventualmente	**14%**
Nunca	**8%**

METODOLOGIA

PERFIL DA AMOSTRA – CAMPO GRANDE

Gênero	
Mulher	**52%**
Homem	**47%**
Outras respostas	**0%**

Faixa Etária	
16 a 24	**16%**
25 a 34	**20%**
35 a 44	**20%**
45 a 59	**24%**
60 +	**19%**

Escolaridade	
Fundamental	**28%**
Médio	**38%**
Superior	**34%**

Classe	
D/E	**18%**
C	**52%**
B	**24%**
A	**6%**

Cor/Raça	
Branca	**46,1%**
Parda	**44,0%**
Preta	**7,3%**
Amarela	**1,3%**
Indígena	**1,2%**

Religião	
Católica	**45%**
Religiões Evangélicas	**36%**
Ateu/sem religião	**3%**
Religião não definida	**7%**
Espírita | Kardecista	**5%**
Religiões Afro	**4%**
Outras Religiões	**1%**

Filhos	
Tem filhos	**68%**
Não tem filhos	**32%**

Estado Civil	
Solteiro	**38%**
Casado	**45%**
Separado	**12%**
Viúvo	**5%**

Orientação Sexual	
LGBTQIAPN+	**7%**
HETEROSSEXUAL	**89%**
Outras respostas	**5%**

Acesso à internet	
Sempre conectado	**52%**
Quase sempre	**25%**
Eventualmente	**15%**
Nunca	**9%**

QUESTIONÁRIO

P.1 (MOSTRE O CARTÃO 1) Vou ler algumas atividades para que você me diga, de acordo com este cartão, se realizou ou frequentou. Você ____ (CITE UM ITEM POR VEZ), nos últimos 12 meses, há mais de um ano ou nunca foi? (ESTIMULADA E ÚNICA POR LINHA)

P.4a (PARA QUEM FOI A FESTA POPULAR NO ÚLTIMO ANO P1n=1) Você foi, participou de __(LEIA OS ITENS) (ESTIMULADA E ÚNICA POR LINHA)

P.4b (PARA QUEM FOI A FESTA POPULAR NO ÚLTIMO ANO P1n=1) Além do Carnaval e festa junina/ São João, você foi em alguma outra festa folclórica, popular ou típica no último ano? (SE SIM) Quais? Alguma outra? (ESPONTÂEA E MÚLTIPLA)

P.5 (PARA QUEM FOI AO TEATRO ADULTO, INFANTIL, STAND UP OU MUSICALP1G=1) Nos últimos 12 meses, você foi a__ (LEIA AS ALTERNATIVAS) PROGRAMADOR FAÇA O RODIZIO (ESTIMULADA E ÚNICA POR LINHA)

P.6 (PARA QUEM FOI AO TEATRO NO ÚLTIMO ANO P1g=1) (MOSTRAR CARTÃO 6) Na maior parte das vezes, com quem você vai ao teatro: (ESTIMULADA E ÚNICA)

P.9 (PARA QUEM FOI A MUSEU E EXPOSIÇÕES DE ARTE OU DE CARÁTER HISTÓRICO NO ÚLTIMO ANO P1d=1) Qual foi o último museu ou exposição de arte ou de caráter histórico que você visitou no Brasil? (ESPONTÂNEA E ÚNICA)

P.10 Na última vez em que você foi ao_ (CITE CADA ATIVIDADE), foi de graça ou pago?

P.14 Qual o estilo ou tipo de música que você mais ouve, em primeiro lugar? E em segundo? E em terceiro? (ESPONTÂNEA E ÚNICA POR COLUNA)

P.15b (PARA P14#95) A maior parte das vezes você ouve música com fone de ouvido ou sem fone de ouvido? (ESPONTÂNEA E ÚNICA

P.16 (PARA P14#95) Você costuma ouvir música em/ no_____ (LEIA CADA ITEM). Ouve música em algum outro aparelho que não tenha mencionado? (ESTIMULADA E ÚNICA POR LINHA) (PROGRAMAÇÃO OBRIGATÓRIO PELO MENOS UM SIM EM ALGUNS DOS ITENS OU EM 98)

P.17a (PARA P14#95) Você costuma ouvir música no aplicativo__(CITE CADA UM) independente de ser pago ou gratuito? Ouve música em algum outro aplicativo que não tenha citado? (ESTIMULADA E ÚNICA POR LINHA)

P.21 (MOSTRE O CARTÃO 21) Qual forma você mais utiliza para assistir filmes e séries? E em segundo lugar? (ESTIMULADA E ÚNICA POR COLUNA)

P.23 Onde você mais assiste filmes e séries? E em segundo lugar? (LEIA OS ITENS) (ESTIMULADA E ÚNICA POR COLUNA)

P.24 Você costuma assistir filmes e séries apenas quando está em casa ou também assiste quando está no trajeto – para casa, trabalho, passeio etc.? (ESPONTÂNEA E ÚNICA)

P.25 Nos últimos 12 meses, você visitou exposição virtual ou sites de museus para explorar o conteúdo de suas obras? NÃO considere por favor visitas para comprar ingressos ou checar horário de funcionamento de museus e exposições (ESPONTÂNEA E ÚNICA)

P.27 Na sua opinião, qual o evento cultural mais importante da cidade onde mora? (ESPONTÂNEA)

P.29 E qual espaço cultural da cidade onde mora você mais frequenta? (ESPONTÂNEA E ÚNICA)

P.35 (PARA QUEM FOI AO TEATRO NO ÚLTIMO ANO P1g=1) Qual a principal razão para você ir ao teatro, stand-up (lê-se Istãndápi), musicais, isto é, o que mais te motiva a ir ao teatro? (ESPONTÂNEA E ÚNICA) ATENÇÃO PESQUISADOR: SE RESPONDER PORQUE GOSTA OU OUTRA FORMA GENÉRICA, EXPLORAR POR QUE GOSTA, O QUE FAZ COM QUE GOSTE etc.)

P.36 (PARA QUEM FOI AO MUSEU E EXPOSIÇÕES DE ARTE OU DE CARÁTER HISTÓRICO NO ÚLTIMO ANO P1d=1) Qual a principal razão para você ir a museus e exposições de arte ou de caráter histórico, isto é, o que mais te motiva a ir a museus e exposições de arte ou de caráter histórico (ESPONTÂNEA E ÚNICA) ATENÇÃO PESQUISADOR: SE RESPONDER PORQUE GOSTA OU OUTRA FORMA GENÉRICA, EXPLORAR POR QUE GOSTA, O QUE FAZ COM QUE GOSTE etc.)

P.37 (PARA QUEM NÃO FOI AO TEATRO NO ÚLTIMO ANO P1g#1) Quais as principais razões para você não ir com maior frequência ao teatro, stand-up (lê-se Istãndápi), musicais? (ESPONTÂNEA E MULTIPLA)

QUESTIONÁRIO

P.38 (PARA QUEM NÃO FOI A MUSEUS E EXPOSIÇÕES DE ARTE OU DE CARÁTER HISTÓRICO NO ÚLTIMO ANO P1d#1) Quais as principais razões para você não ir com maior frequência a museus e exposições de arte ou de caráter histórico (ESPONTÂNEA E MULTIPLA) PESQUISADOR SE RESPONDER QUE NUNCA FOI PERGUNTE. Quais as principais razões para você nunca ter ido a museus e exposições de arte ou de caráter histórico?

P.39 (PARA CADA ATIVIDADE – LEIA AS ALTERNATIVAS) ____, você pratica, já praticou, mas não pratica mais ou nunca praticou, seja como hobby ou pratica amadora. Tem ou teve experiência com alguma outra atividade que não tenha citado artísticas, culturais e criativas? (ESTIMULADA E ÚNICA POR LINHA) (SE ALGUMA OUTRA EXPERIÊNCIA, PERGUNTAR SE PRATICA OU JÁ PRATICOU, MAS NÃO PRATICA MAIS)

P.40 (PARA CADA ATIVIDADE QUE TEM/TEVE EXPERIÊNCIA EM P39=1 OU 2) __(CITE CADA ATIVIDADE QUE TEM/TEVE EXPERIÊNCIA) você está fazendo, já fez, mas parou ou nunca fez aula/curso? Por favor não considere aulas e cursos feitos durante o ensino fundamental e médio que faziam parte das atividades escolares. (ESTIMULADA E ÚNICA POR LINHA)

P.43 (PARA QUEM PRATICA EM P39=1 EM PELO MENOS UM ITEM) Você me disse que atualmente pratica atividades artísticas, culturais e criativas. Na sua opinião, qual o principal benefício de praticar essa(s) atividade(s) (ESPONTÂNEA ACEITA MÚLTIPLA)

P.45 (MOSTRE O CARTÃO 45) Ao escolher uma peça de teatro, filme, exposição ou show, o quanto você acha importante que essa atividade trate de temas ligados a:__(LEIA CADA FRASE). Atribua uma nota de 1 a 5, de acordo com o cartão. (ESTIMULADA E ÚNICA POR LINHA)

P.46 Qual você considera o prato que melhor simboliza/representa a culinária de cidade onde mora?

P.47 Vou ler algumas frases e gostaria de saber o quanto você concorda com cada uma delas. __(LEIA) (SE CONCORDA OU DISCORDA) Totalmente ou em parte? (ESTIMULADA E ÚNICA POR LINHA)

P.50 No último ano você fez doações para Projetos ou instituições culturais? (ESPONTÂNEA E ÚNICA)

P.51 No último ano você fez trabalho voluntário para Projetos ou instituições culturais? (ESPONTÂNEA E ÚNICA)

P.63 (MOSTRAR CARTÃO 63) Eu vou ler algumas atividades que as pessoas costumam fazer no tempo livre e gostaria que você dissesse qual o seu grau de interesse em cada uma delas, com base nesta escala do cartão, em que zero significa que você não tem Nenhum interesse e dez significa que você tem Muito interesse nessas atividades. Então, qual o seu grau de interesse em ____? (LEIA CADA ATIVIDADE) (ESTIMULADA E ÚNICA))

P.80 Você conhece, mesmo que só de ouvir falar o/a ____(CITE CADA ITEM)? (SE SIM) Você conhece e nunca foi ou conhece e já foi ao/à ___ (CITE CADA ITEM EM QUE CONHECE)? (ESTIMULADA E ÚNICA POR LINHA)