



# barómetro gerador qmetrics

2021

Estudo anual  
sobre a percepção  
da cultura em  
Portugal

GERADOR



# Barómetro Gerador Qmetrics 2021

## *Uma terceira edição a apontar para o futuro*

Seria impossível imaginar o perfil de cada uma das três edições do Barómetro Gerador Qmetrics no momento em que decidimos concretizar esta ambição. Quando arrancámos com o desenho do questionário, em 2018, tínhamos estimado um estudo estável, com, pelo menos, 80% das questões a manterem-se de um ano para o outro. Estávamos num mundo previsível e pretendíamos oferecer ferramentas aos autores, agentes culturais e líderes políticos e empresariais que permitissem medir as consequências das medidas habitualmente implementadas.

Afinal, as avaliações de 2021 e, principalmente, de 2020, foram totalmente reviradas de pernas para o ar. A devastação causada pelo vírus, a paragem das atividades culturais e a necessária reinvenção das iniciativas criativas, obrigou-nos a repensar tudo.

Esta será, desejamos todos, a última edição com uma presença da pandemia nas avaliações que realizamos, apesar de sabermos que há disrupções que não voltam atrás, nomeadamente na nova importância do digital no nosso dia-a-dia e, até, no que será o futuro do consumo da cultura.

No barómetro deste ano consolidamos as variáveis de análise mais críticas, depois de três anos a ouvir a comunidade cultural e criativa. Sente-se, numa leitura mais abstrata, que o terramoto pandémico não afastou as pessoas da cultura, antes valorizou a relação entre ambos. Há um pressentimento de oportunidade para a cultura.

Esta edição marca, também, o início de uma estratégia mais forte na produção de conhecimento. Ainda durante esta ano vamos lançar um conjunto de análises dedicadas, mais específicas sobre alguns temas, que merecem um tratamento autónomo, complementado com outras abordagens mais criativas e provocadoras.

Vai descobrindo tudo o que vamos fazendo em [gerador.eu](http://gerador.eu).



# Índice

## Para começar

O que é o Gerador?	6
O que é a Qmetrics?	7
Síntese Ficha Técnica	8
Como temos o Barómetro organizado	9

## Relação das pessoas com a Covid-19

Ocupações antes e depois das restrições resultantes da Covid-19	12
Resposta do Estado à Covid-19	14

## Consequências globais da Covid-19 na cultura

Resposta do Estado à Covid-19 na área cultural	20
Disponibilidade para consumo cultural perante cenários futuros	22
Disponibilidade para viajar perante cenários futuros	24

## A cultura e a sociedade

Setores importantes para a sociedade	27
Função da cultura	29
O que é a cultura?	30

## A cultura e a economia

Importância da cultura para a economia	32
Como deve ser o Orçamento de Estado para a cultura em 2022?	33
Percepção de preços das atividades culturais	34
Disponibilidade para pagar por atividades culturais online	36

## A cultura e o indivíduo

O papel da cultura na vida das pessoas	39
Taxa de representação geracional	42
Consumo cultural espectável daqui a 10 anos	43
Importância da cultura para a resolução criativa de problemas	44
Relação profissional e de lazer com a cultura	45
Relação entre a sustentabilidade e a participação cultural	46
Meios de informação sobre iniciativas culturais	47
Horário preferencial para atividades culturais presenciais	49
Satisfação com equipamentos culturais na área de residência	50





## Consumo de cultura

Tipo de cultura consumido	52
Consumo de cultura nacional	54
Meios através dos quais consumiu cultura	55
Preferências de meios para consumir cultura no futuro	57
Razões para não consumir cultura	59
Adesão a serviços de streaming	60
Análise dos hábitos e preferências musicais	61

## Referências culturais

Top 10 de atores e atrizes que os portugueses mais admiram	64
Top 10 de artistas musicais que os portugueses mais admiram	66
Top 10 de artistas plásticos que os portugueses mais admiram	68
Top 10 de escritores que os portugueses mais admiram	70
Top 10 de realizadores que os portugueses mais admiram	72
Top 10 de humoristas que os portugueses mais admiram	74
Análise da ausência de respostas sobre artistas preferidos	76

## Para fechar

Próxima edição	78
Análises através da Academia Gerador	79
Detalhes Ficha Técnica e Notas	80



01

**para  
começar**



01

para  
começar



01

**para  
começar**

# O que é o Gerador?

O Gerador é uma plataforma **independente de jornalismo, cultura e educação.**

Refletimos sobre os atrevimentos da cultura, sobre a obrigação de reinventar a educação, sobre a emergência climática, sobre os desafios da juventude, sobre a desigualdade e discriminação e sobre a ambição de quem vive no interior e nas localidades de baixa densidade populacional. Persequimos estes temas hoje porque são determinantes para o que vamos ser como sociedade amanhã.

Essas reflexões originam ideias que concretizamos. Fazemos jornalismo lento na Revista Gerador, estudamos a sociedade com um conjunto de ferramentas, como o Barómetro Gerador Qmetrics, encontramos novos ângulos para a educação através da Academia Gerador, criamos soluções para combater as alterações climáticas com o projeto Sobressalto, pomos as localidades de baixa densidade populacional no mapa através do Festival Descobre o teu interior, aproximamos pessoas da cultura com o Festival Oeiras Ignição Gerador ou o Trampolim Gerador.

Todos os dias nos questionamos sobre como podemos levar a informação, a cultura e a educação a todos, alargando públicos e quebrando barreiras de todas as naturezas. Acreditamos que estas três dimensões são um ativo fundamental de um país e um fator essencial para uma cidadania completa.

Sabe mais sobre nós em:

[gerador.eu](http://gerador.eu)

[instagram.com/gerador.eu](https://www.instagram.com/gerador.eu)

[facebook.com/acgerador](https://www.facebook.com/acgerador)

[twitter.com/gerador\\_eu](https://twitter.com/gerador_eu)

[linkedin.com/company/gerador](https://www.linkedin.com/company/gerador)

**E vem ter connosco à Central Gerador, no Lumiar.**



# O que é a Qmetrics?

A Qmetrics é uma consultora, criada em 2000, que tem como principal domínio de atuação prestação de serviços nas áreas da Qualidade, Satisfação e Lealdade do cliente.

Utiliza metodologias que fornecem os níveis de quantificação necessários ao estabelecimento de decisões de gestão e efetivos planos de ação, com vista ao aumento da satisfação e da lealdade, à identificação dos drivers de negócio prioritários e ao aumento dos resultados das organizações.

Os principais serviços prestados podem agrupar-se nas seguintes áreas: Experiência do Cliente; Experiência de Produto; Experiência em Pontos de Venda; Experiência de Marca; Experiência do Colaborador; Retorno de Investimentos; Power BI; Customer Data Platform.

Medir bem para gerir melhor é a assinatura da Qmetrics ([www.qmetrics.pt](http://www.qmetrics.pt)).





# Síntese Ficha Técnica

## Universo do estudo

Indivíduos com idade igual ou superior a 15 anos, residentes em Portugal Continental e Ilhas.

## Seleção da amostra

Amostra estratificada por região, sexo e escalão etário, em Portugal Continental, e por Ilhas. A amostra foi distribuída em cada estrato de acordo com a repartição da população alvo em cada estrato.<sup>1</sup>

## Recolha de dados

As entrevistas foram realizadas de 22 de março a 27 de abril de 2021, através de um questionário aplicado online utilizando o método CAWI (Computer Assisted Web Interview).

## Amostra

A amostra é constituída por 1200 indivíduos, e apresenta a seguinte distribuição de acordo com as variáveis de estratificação:

- Sexo: feminino, 628 entrevistas; masculino, 572 entrevistas
- Idade: 15 a 24 anos, 186 entrevistas; 25 a 34 anos, 221 entrevistas; 35 a 44 anos, 254 entrevistas; 45 a 54 anos, 235 entrevistas; 55 ou mais anos, 304 entrevistas.
- Região: Grande Lisboa, 251 entrevistas; Grande Porto, 137 entrevistas; Litoral Norte 220 entrevistas; Litoral Centro, 172 entrevistas; Interior Norte, 226 entrevistas; Sul, 133 entrevistas; Região Autónoma da Madeira, 31 entrevistas; Região Autónoma dos Açores, 30 entrevistas.

## Resultados

Os resultados apresentados foram ponderados de acordo com a distribuição da população residente em Portugal Continental pelas variáveis de estratificação e de acordo com a dimensão da população residente na Região Autónoma da Madeira e na Região Autónoma dos Açores. Em Portugal Continental os resultados foram também ponderados pelo nível de escolaridade mais elevado completo<sup>2</sup>. Os resultados são apresentados com um nível de confiança de 95%. A margem de erro para a média na escala 1 a 10 é de 0,13 pontos e a margem de erro para a proporção é de 2,12 pontos percentuais<sup>3</sup>. Quando a soma dos resultados apresentados não corresponde a 100%, o restante equivale a Não sabe/Não responde.

### LEGENDA

<sup>1</sup> Para a realização das entrevistas recorreu-se a um painel de internautas, constituído por 860 000 indivíduos (dados consultados a 15 de fevereiro de 2021). De forma a minimizar o eventual enviesamento dos resultados a amostra foi desenhada de forma a respeitar as características da população.

<sup>2</sup> De acordo com a distribuição da população por nível de escolaridade mais elevado completo (concluiu até 9 anos de escolaridade; concluiu 10 a 12 anos de escolaridade; concluiu 13 ou mais anos de escolaridade).

<sup>3</sup> Por se tratar de uma amostragem empírica estes valores têm um carácter indicativo da precisão das estimativas produzidas. Estes valores referem-se ao valor médio apurado na questão "Importância da Cultura para a sociedade" (escala 1 a 10), e à proporção de respostas entre 7 e 10 (%T4B) obtida na mesma questão.



# Como temos o Barómetro organizado?

## Relação das pessoas com o Covid-19

Optámos por manter algumas questões relativas à pandemia, pois seria impossível fazer um estudo este ano que não analisasse a situação extraordinária que ainda vivemos. Pareceu-nos especialmente importante comparar os dados deste ano com os que recolhemos o ano passado, durante o primeiro confinamento.

Nesta secção analisamos a influência do Covid-19 na situação profissional e a opinião genérica sobre as medidas implementadas pelo estado.

## Consequências globais do Covid-19 na cultura

Nesta secção, analisamos a reação das pessoas ao comportamento do estado perante a cultura e fazemos uma comparação com os dados recolhidos em 2020. Percebemos, ainda, a forma como a população responde a potenciais cenários futuros, o que permitirá obter informação valiosa sobre a disponibilidade para marcar presença em eventos e o à vontade para fazer deslocações dentro e fora do país.

## A cultura e a sociedade

Perceber de que forma as pessoas olham para o papel da cultura na sociedade é algo que iremos sempre procurar fazer ao longo de todos os anos. Por isso, decidimos manter as mesmas questões realizadas o ano passado, de forma a aferirmos eventuais evoluções ou regressões.

Nesta secção analisamos a importância da cultura para a sociedade, em comparação com outros setores fundamentais, e questionamos os portugueses sobre quais as áreas que mais relacionam com a cultura.

## A cultura e a economia

Este ano, fizemos uso desta secção para perceber qual a percepção que os portugueses têm relativamente ao investimento do Estado no setor cultural. Para além disso, quisemos ainda perceber os preços que as pessoas atribuem a eventos culturais presenciais de vários âmbitos e também saber qual a disponibilidade para pagarem por





conteúdos online. Por último, relacionando a cultura com o turismo, a partir de uma perspectiva económica, fomos descobrir em que locais do país é que a população mais ambiciosa passar férias.

## A cultura e o indivíduo

Se exploramos a maneira como os portugueses olham para a cultura enquanto sociedade, também nos propomos averiguar como cada um deles reflete sobre a importância da cultura na sua vida particular.

Nesta seção analisamos como a cultura está presente no dia-a-dia dos portugueses, a sua satisfação com os espaços culturais existentes e até a importância que atribuem à relação entre a sustentabilidade e a cultura. Entre outras coisas, matamos também a curiosidade sobre quem está profissionalmente ligado à cultura e quem tem uma atividade de lazer de âmbito cultural.

## Consumo de cultura

Fomos procurar entender de que maneira tem sido feito o consumo cultural atualmente e estabelecemos comparações com os consumos apurados em 2019 e 2020. Obtemos, ainda, informação preciosa sobre a disponibilidade para consumir cultura no futuro e de que forma.

Nesta seção analisamos o consumo de filmes, espetáculos de teatro, livros, concertos e visitas a espaços culturais, exploramos a probabilidade de se vir a consumir mais cultura e as razões para não o fazer.

## Referências culturais

Ter noção das preferências globais dos portugueses, ou da inexistência delas, em relação aos autores e artistas nacionais, pode ser uma importante contribuição para a avaliação do estado de saúde da cultura.

Nesta seção analisamos quais os atores, artistas musicais, artistas plásticos, escritores, realizadores e humoristas que os portugueses mais admiram.

— 02

**relação das  
pessoas com  
a covid-19**

— 02

relação das  
pessoas com  
a covid-19



## Número de portugueses em lay off ou a trabalhar a partir de casa baixou significativamente em relação ao mesmo período de 2020

O ano de 2021 parece estar a caminho da normalização no que diz respeito às ocupações profissionais, com o regresso alargado aos locais de trabalho.

Nota-se, ainda, um ligeiro aumento do desemprego e um crescimento das pessoas que desistiram de estudar para ir trabalhar.

### 01 Ocupações antes e depois do covid-19

Resposta única. Valores em percentagem.

#### ANTES DAS RESTRIÇÕES

TRABALHA POR CONTA PRÓPRIA	9,8
TRABALHA POR CONTA DE OUTREM	54,3
REFORMADO	13,4
ESTUDANTE	9,9
DESEMPREGADO	8,9

## DEPOIS DAS RESTRIÇÕES

	% TOTAL 2021	% EM CADA OCUPAÇÃO 2021      2020	
CONTINUO A TRABALHAR POR CONTA PRÓPRIA E A DESLOCAR-ME PARA O LOCAL DE TRABALHO	4,3	44,0	23,6
CONTINUO A TRABALHAR POR CONTA PRÓPRIA, MAS A PARTIR DE CASA	3,4	35,1	57,5
PASSEI A TRABALHAR POR CONTA DE OUTREM	0,3	3,4	2,3
FIQUEI DESEMPREGADO	1,6	16,0	10,5
OUTRO	0,1	1,5	5,4
<hr/>			
CONTINUO A TRABALHAR POR CONTA DE OUTREM E A DESLOCAR-ME PARA O LOCAL DE TRABALHO	32,4	59,6	43,1
CONTINUO A TRABALHAR POR CONTA DE OUTREM, MAS A PARTIR DE CASA	11,7	21,5	29,3
CONTINUO A TRABALHAR POR CONTA DE OUTREM, MAS ESTOU EM LAY OFF	2,8	5,2	16,2
FIQUEI DESEMPREGADO	6,2	11,4	7,7
OUTRO	0,6	2,2	3,6
<hr/>			
CONTINUO REFORMADO	13,3	99,2	93,2
TIVE QUE VOLTAR A TRABALHAR	0,1	0,3	6,1
OUTRO	0,1	0,5	0,8
<hr/>			
CONTINUO A ESTUDAR, EMBORA O FAÇA PELA INTERNET	8,6	87,7	96,5
DEIXEI DE ESTUDAR PARA IR TRABALHAR	0,8	8,2	1,2
OUTRO	0,4	4,1	2,3
<hr/>			
CONTINUO DESEMPREGADO	7,4	83,6	91,8
PASSEI A TRABALHAR POR CONTA PRÓPRIA	0,6	7,1	1,5
PASSEI A TRABALHAR POR CONTA DE OUTREM	0,7	7,6	3,2
OUTRO	0,1	1,6	2,1





## Grande aumento da reprovação da ação do Estado relativamente à pandemia

Se em 2020 a maioria dos portugueses avaliava positivamente a forma como o Estado Português reagiu ao vírus, em 2021 o cenário alterou-se significativamente. Hoje, apenas 36% dos portugueses aprovam a resposta do Estado a esta crise. Mais uma vez, as ajudas concedidas às empresas são as que surgem como melhor avaliadas, mas, mesmo assim, a percentagem de aprovação é muito baixa.

### 02 O Estado Português tem disponibilizado os meios financeiros, fiscais e sociais adequados para responder a esta crise?

Valores em percentagem. Género e Idades.

	2020	2021	MASC	FEM	15/24	25/34	35/44	45/54	55 OU +
SIM	53,7	35,9	36,6	35,3	39,4	39,3	37,2	33,0	34,0
PARA AS EMPRESAS	39,3	24,0	25,1	22,9	28,9	29,8	28,4	19,6	19,7
PARA O EMPREGO	29,2	16,7	19,5	13,9	11,5	14,8	15,3	16,6	19,9
PARA AS FAMÍLIAS	35,1	20,4	21,4	19,4	13,4	16,2	22,2	25,1	21,5
NÃO	30,9	48,2	49,9	46,6	41,1	50,4	45,6	51,7	49,5

## O Sul e as Ilhas são as regiões mais descontentes

Estas áreas surgem com quase 57% de reprovação, seguidas pela região da Grande Lisboa, onde o índice de descontentamento também ultrapassa os 50%. É no Litoral Norte que as pessoas aparentam estar um pouco mais satisfeitas, com 48,7% a expressarem o seu contentamento com a resposta do Estado a esta crise.

### 03 O Estado Português tem disponibilizado os meios financeiros, fiscais e sociais adequados para responder a esta crise?

Valores em percentagem. Regiões.

	GERAL	GR LISBOA	GR PORTO	LIT NORTE	LIT CENTRO	INT NORTE	SUL E ILHAS
SIM	35,9	31,6	34,8	48,7	33,8	33,3	33,0
PARA AS EMPRESAS	24,0	20,7	18,7	32,8	24,6	24,0	21,3
PARA O EMPREGO	16,7	12,7	15,0	24,5	17,2	16,3	13,8
PARA AS FAMÍLIAS	20,4	19,7	25,6	32,5	18,4	16,4	10,5
NÃO	48,2	51,7	46,5	38,7	48,2	47,6	56,8





## Portugueses com mais dinheiro estão menos insatisfeitos com o Estado

Medimos, de forma indireta, a riqueza da população através das despesas médias mensais do agregado familiar. Podemos constatar que apenas cerca de 37% das pessoas cujas despesas mensais ultrapassam os 1500€/mês estão insatisfeitas. No caso dos dois segmentos com despesas mais baixas, esta percentagem está acima dos 50%.

### 04 O Estado Português tem disponibilizado os meios financeiros, fiscais e sociais adequados para responder a esta crise?

Valores em percentagem. Despesas e Escolaridade.

	GERAL	ESCOLARIDADE			DESPESAS		
		INICIAL	INTER	SUP	<751	751/1500	>1500
SIM	35,9	32,9	36,2	38,7	36,2	33,6	46,2
PARA AS EMPRESAS	24,0	19,7	24,7	27,5	24,0	22,4	28,0
PARA O EMPREGO	16,7	14,4	17,0	18,5	16,6	15,9	22,5
PARA AS FAMÍLIAS	20,4	20,6	19,9	20,6	18,6	20,9	30,7
NÃO	48,2	44,9	50,4	49,3	50,7	50,4	36,7

#### LEGENDA

Escolaridade Inicial: até 9 anos de escolaridade.

Escolaridade Intermédia: entre 10 e 12 anos de escolaridade.

Escolaridade Superior: mais de 12 anos de escolaridade.

Até 751 eur: agregados com despesas médias mensais até 750 eur.

751 a 1500 eur: agregados com despesas médias mensais entre 751 eur e 1500 eur.

Mais de 1500 eur: agregados com despesas médias mensais acima dos 1500 eur.



# Enquanto os trabalhadores por conta própria têm maior índice de rejeição

Por outro lado, os trabalhadores por conta de outrem demonstram um nível ligeiramente mais elevado de aprovação comparativamente aos outros tipos de ocupações profissionais, com 39,4% a afirmar que o Estado Português tem disponibilizado os meios adequados na resposta à crise.

## 05 O Estado Português tem disponibilizado os meios financeiros, fiscais e sociais adequados para responder a esta crise?

Valores em percentagem. Ocupações.

	GERAL	TRAB. POR CONTA PRÓPRIA	TRAB. POR CONTA DE OUTREM	REFORMADO	ESTUDANTE	DESEMPREGADO
SIM	35,9	31,3	39,4	37,8	36,9	31,3
PARA AS EMPRESAS	24,0	21,6	27,3	22,1	24,8	19,0
PARA O EMPREGO	16,7	19,7	18,3	18,2	10,4	14,8
PARA AS FAMÍLIAS	20,4	19,3	24,2	22,6	10,5	16,0
NÃO	48,2	59,8	46,1	49,9	40,8	51,7





## Quem já foi vacinado está mais satisfeito com o Estado

A aprovação por parte de quem já foi vacinado contra a Covid-19 está bastante acima da média geral: a percentagem é de cerca de 51% contra 36%. Simultaneamente, no caso das pessoas vacinadas, há uma aprovação significativamente mais alta da ação do Estado para com as famílias, que aqui aparece em primeiro lugar, sendo considerada a dimensão em relação à qual o Estado agiu melhor.

### 06 O Estado Português tem disponibilizado os meios financeiros, fiscais e sociais adequados para responder a esta crise?

Valores em percentagem. Vacinados/Não vacinados.

	GERAL	PESSOAS VACINADAS	PESSOAS NÃO VACINADAS
SIM	35,9	50,6	34,4
PARA AS EMPRESAS	24,0	31,3	23,2
PARA O EMPREGO	16,7	23,0	16,0
PARA AS FAMÍLIAS	20,4	35,9	18,7
NÃO	48,2	44,4	48,6

— 03

**consequências  
globais da  
covid-19 na  
cultura**

— 03

consequências  
globais da  
covid-19 na  
cultura

## As pessoas são extremamente críticas do comportamento do Estado para com a cultura

Se em 2020 os inquiridos já se revelavam bastante insatisfeitos em 2021 a reprovação geral atingiu valores ainda mais expressivos, passando de 57% para 72%. Simultaneamente, a percentagem de pessoas que aprova as medidas do Estado para este setor encontra-se agora abaixo de 10%.

**07** Considerando apenas a área da cultura, julga que o Estado português tem disponibilizado os meios financeiros, fiscais e sociais adequados para responder a esta crise?

Resposta única. Valores em percentagem.

20



	GERAL 2021	GERAL 2020
SIM	9,7	15,2
NÃO	72,2	57,0

## Sul e Ilhas demonstram novamente o maior descontentamento

A faixa etária mais crítica é a dos 45/54 anos e quem se mostra ligeiramente menos incomodado com a situação são os mais jovens.

**08** Considerando apenas a área da cultura, julga que o Estado português tem disponibilizado os meios financeiros, fiscais e sociais adequados para responder a esta crise?

Resposta única. Valores em percentagem. Idades e Regiões.

	GERAL	MASC	FEM	15/24	25/34	35/44	45/54	55 OU +
SIM	9,7	11,8	7,7	17,0	10,2	7,8	8,1	8,6
NÃO	72,2	71,1	73,3	65,2	72,7	73,9	80,0	70,1

	GERAL	GR LISBOA	GR PORTO	LIT NORTE	LIT CENTRO	INT NORTE	SUL E ILHAS
SIM	9,7	9,1	7,6	13,3	7,5	11,2	8,1
NÃO	72,2	69,3	74,2	69,4	75,1	68,6	79,9





## Avaliação de disponibilidades futuras

À medida que as restrições vão levantando e a percentagem de população vacinada vai aumentando, consideramos natural que a comunidade cultural procure compreender qual será o comportamento dos portugueses num futuro próximo.

De forma a conseguirmos apurar dados que nos ajudem a prever as circunstâncias que se aproximam, pedimos aos inquiridos que imaginassem um cenário. Com esse cenário em mente, os inquiridos indicaram até que ponto estariam dispostos para participar nas atividades descritas em baixo.

### 09 Imaginando que a grande maioria dos portugueses está vacinada até final de agosto, até que ponto estaria disponível para, em setembro, ir a:

Escala de 1 a 10. Média de valores. Género e idades.

EM SETEMBRO	GERAL	MASC	FEM	15/24	25/34	35/44	45/54	55 OU +
UM RESTAURANTE	8,1	7,9	8,2	8,6	8,5	7,8	8,3	7,7
UMA FESTA EM CASA DE AMIGOS OU FAMILIARES	8,0	7,9	8,0	8,8	8,3	7,7	8,2	7,5
UM CINEMA	7,5	7,3	7,6	7,9	7,6	7,3	7,5	7,2
UM HOTEL	7,4	7,3	7,5	7,7	7,7	7,3	7,6	7,1
UM PATRIMÓNIO, COMO PALÁCIOS, CASTELOS, IGREJAS	7,3	7,2	7,4	6,6	7,1	7,4	7,5	7,4
UM MUSEU	7,0	6,8	7,2	6,6	6,8	7,1	7,3	7,1
UM CONCERTO	6,7	6,8	6,7	7,4	6,9	6,5	6,8	6,4
UM ESPETÁCULO DE TEATRO	6,4	6,2	6,5	6,2	6,3	6,5	6,7	6,3
UM FESTIVAL DE MÚSICA	6,3	6,3	6,2	7,2	6,5	6,3	6,2	5,9
UMA BIBLIOTECA	6,3	6,0	6,6	5,9	6,3	6,6	6,5	6,4
UMA DISCOTECA	5,1	5,3	5,0	6,6	5,8	5,1	5,0	4,4

#### LEGENDA

Escala de 1 a 10, em que 1 representa "Nada disponível" e 10 representa "Muito disponível".

# Portugueses disponíveis para ir a restaurantes, a festas em casa de familiares ou amigos e ao cinema

Habitualmente, em estudos que usam as escalas de 1 a 10, quem responde abaixo de 7 revela um sentimento de desconforto e incerteza. Assim, é possível verificar que existirá ainda muita insegurança na realização de algumas atividades, apesar da vacinação de uma parte muito significativa da população.

Espetáculos de teatro, festivais de música, bibliotecas e, especialmente, discotecas, surgem como as atividades e os locais que os portugueses estão menos disponíveis para frequentar.

## 10 Imaginando que a grande maioria dos portugueses está vacinado até final de agosto, até que ponto estaria disponível para, em setembro, ir a:

Escala de 1 a 10. Média de valores. Regiões.

EM SETEMBRO	GERAL	GR LISBOA	GR PORTO	LIT NORTE	LIT CENTRO	INT NORTE	SUL E ILHAS
UM RESTAURANTE	8,1	8,4	8,2	8,1	7,9	7,8	8,0
UMA FESTA EM CASA DE AMIGOS OU FAMILIARES	8,0	8,0	8,1	8,1	7,8	8,1	7,7
UM CINEMA	7,5	7,7	7,9	7,5	7,1	7,5	7,1
UM HOTEL	7,4	7,9	7,8	7,6	7,2	6,9	7,1
UM PATRIMÓNIO, COMO PALÁCIOS, CASTELOS, IGREJAS	7,3	7,9	7,4	7,3	7,0	7,0	6,9
UM MUSEU	7,0	7,6	7,4	7,1	6,6	6,6	6,8
UM CONCERTO	6,7	6,4	7,3	7,0	6,4	6,6	6,6
UM ESPETÁCULO DE TEATRO	6,4	6,5	6,9	6,7	6,4	6,1	6,0
UM FESTIVAL DE MÚSICA	6,3	6,2	6,8	6,6	6,1	6,0	6,3
UMA BIBLIOTECA	6,3	6,7	6,7	6,6	5,9	5,9	6,3
UMA DISCOTECA	5,1	4,8	5,9	5,6	4,9	5,0	4,9

### LEGENDA

Escala de 1 a 10, em que 1 representa "Nada disponível" e 10 representa "Muito disponível".





## A população está confortável com viagens em carro particular, mas não em transportes públicos

Os portugueses mostram-se seguros em relação às viagens terrestres feitas em carros particulares, num cenário em que uma percentagem muito significativa da população estará vacinada. No entanto, estão bastante mais adversos à utilização dos transportes públicos, quer dentro de Portugal quer para o estrangeiro.

Como seria natural, os mais inseguros são os mais velhos, para quem, como é sabido, a Covid-19 constitui um maior risco.

### 11 Imaginando o mesmo cenário, que tipo de viagens estaria disponível para fazer?

Escala de 1 a 10. Média de valores. Género e idades.

	GERAL	MASC	FEM	15/24	25/34	35/44	45/54	55 OU +
UMA VIAGEM DENTRO DE PORTUGAL, POR VIA TERRESTRE, EM CARRO PARTICULAR	8,7	8,6	8,8	8,8	8,8	8,8	8,8	8,6
UMA VIAGEM DENTRO DE PORTUGAL, POR VIA TERRESTRE, EM TRANSPORTES PÚBLICOS	6,0	5,9	6,1	7,0	6,2	6,1	6,1	5,5
UMA VIAGEM DENTRO DE PORTUGAL, POR VIA AÉREA	5,8	5,6	5,9	7,0	6,5	5,9	5,5	5,1
UMA VIAGEM PARA O ESTRANGEIRO, POR VIA TERRESTRE, EM CARRO PARTICULAR	6,0	5,9	6,1	7,1	6,5	5,8	6,0	5,6
UMA VIAGEM PARA O ESTRANGEIRO, POR VIA TERRESTRE, EM TRANSPORTES PÚBLICOS	4,7	4,8	4,7	6,1	5,4	4,5	4,7	4,1
UMA VIAGEM PARA O ESTRANGEIRO, POR VIA AÉREA	6,4	6,4	6,4	7,6	7,0	6,2	6,5	5,8

#### LEGENDA

Escala de 1 a 10, em que 1 representa "Nada disponível" e 10 representa "Muito disponível".



# Residentes no Grande Porto estão mais disponíveis para todas as deslocações

Principalmente para viagens dentro de Portugal em carro particular e para viagens para o estrangeiro, por via aérea.

## 12 Imaginando o mesmo cenário, que tipo de viagens estaria disponível para fazer?

Escala de 1 a 10. Média de valores. Regiões.

	GERAL	GR LISBOA	GR PORTO	LIT NORTE	LIT CENTRO	INT NORTE	SUL E ILHAS
UMA VIAGEM DENTRO DE PORTUGAL, POR VIA TERRESTRE, EM CARRO PARTICULAR	8,7	8,8	9,1	8,7	8,7	8,8	8,3
UMA VIAGEM DENTRO DE PORTUGAL, POR VIA TERRESTRE, EM TRANSPORTES PÚBLICOS	6,0	5,7	6,9	6,6	5,6	5,8	5,8
UMA VIAGEM DENTRO DE PORTUGAL, POR VIA AÉREA	5,8	5,4	6,6	6,0	5,4	5,5	6,1
UMA VIAGEM PARA O ESTRANGEIRO, POR VIA TERRESTRE, EM CARRO PARTICULAR	6,0	5,7	6,4	6,4	5,4	6,1	6,2
UMA VIAGEM PARA O ESTRANGEIRO, POR VIA TERRESTRE, EM TRANSPORTES PÚBLICOS	4,7	4,5	5,5	5,1	4,3	4,5	4,8
UMA VIAGEM PARA O ESTRANGEIRO, POR VIA AÉREA	6,4	6,7	7,1	6,5	6,2	5,7	6,6

### LEGENDA

Escala de 1 a 10, em que 1 representa "Nada disponível" e 10 representa "Muito disponível".



04 —

**a cultura e a  
sociedade**

04 —

a cultura e a  
sociedade

04 —

**a cultura e a  
sociedade**

# Saúde, Educação e Justiça mantêm-se como os três setores mais importantes para os portugueses

Este ano, acrescentámos também a dimensão da Religião que não tinha sido ainda analisada e que acabou por ficar em último lugar na escala, bem distante de todos os outros setores.

## 13 Setores importantes para a sociedade

Escala de 1 a 10, em que 1 representa "Nada importante" e 10 representa "Muito importante". Média de valores.

	2021	2020	2019
SAÚDE	9,2	9,6	9,6
EDUCAÇÃO	9,2	9,4	9,5
JUSTIÇA	9,1	9,3	8,9
AMBIENTE	8,9	9,1	9,3
SEGURANÇA (INCL. FORÇAS POLICIAIS)	8,8	9,1	9,2
CIÊNCIA	8,7	9,0	9,0
CULTURA	8,7	8,6	8,9
DEFESA NACIONAL (INCL. FORÇAS EXÉRCITO)	8,1	8,4	8,4
ENTRETENIMENTO	8,1	8,0	7,7
JORNALISMO	8,0	8,0	7,5
RELIGIÃO	6,2	-	-



# Um top 3 que é transversal a todas as idades

No entanto, para os mais jovens a ordem difere: quem tem entre 15 e 24 anos tende a valorizar primeiramente a Educação, seguida da Justiça e só depois da Saúde.

## 14 Setores importantes para a sociedade

Escala de 1 a 10, em que 1 representa "Nada importante" e 10 representa "Muito importante". Média de valores. Género e idade.

	GERAL	MASC	FEM	15/24	25/34	35/44	45/54	55 OU +
SAÚDE	9,2	9,1	9,3	9,0	8,8	9,0	9,5	9,5
EDUCAÇÃO	9,2	9,1	9,3	9,2	8,8	8,9	9,3	9,4
JUSTIÇA	9,1	9,0	9,2	9,0	8,5	8,8	9,1	9,4
AMBIENTE	8,9	8,7	9,0	8,9	8,5	8,6	9,0	9,1
SEGURANÇA (INCL. FORÇAS POLICIAIS)	8,8	8,7	8,9	8,6	8,2	8,7	9,1	9,0
CIÊNCIA	8,7	8,6	8,8	8,7	8,4	8,5	8,7	9,0
CULTURA	8,7	8,5	8,8	8,8	8,3	8,4	8,7	8,9
DEFESA NACIONAL (INCL. FORÇAS EXÉRCITO)	8,1	8,1	8,2	7,8	7,8	8,1	8,0	8,5
ENTRETENIMENTO	8,1	7,9	8,3	8,4	7,9	7,8	8,0	8,2
JORNALISMO	8,0	7,7	8,2	7,7	7,6	8,0	8,1	8,1
RELIGIÃO	6,2	6,0	6,3	6,2	5,8	6,0	6,5	6,2



# Cerca de 70% dos portugueses continua a considerar que a cultura tem uma função mais próxima da educação do que do entretenimento

Tal como no ano passado, a faixa etária mais velha é aquela que está mais convicta desta relação. Verifica-se também que quem tem um maior nível de escolaridade pode ter mais tendência a ver a cultura como mais próxima da educação.

## 15 A cultura está mais próxima da educação ou do entretenimento?

Resposta única. Valores em percentagem. Género e idades.

Escolaridade e Despesas.

FUNÇÃO DA CULTURA	GERAL	MASC	FEM	15/24	25/34	35/44	45/54	55 OU +
EDUCAÇÃO	65,7	67,2	64,2	61,3	60,2	61,4	65,0	72,0
ENTRETENIMENTO	30,0	28,3	31,7	36,2	32,8	33,1	27,8	26,1

FUNÇÃO DA CULTURA	GERAL	ESCOLARIDADE			DESPESAS		
		INICIAL	INTER	SUPERIOR	<751	751/1500	>1500
EDUCAÇÃO	65,7	59,9	66,2	70,8	66,1	66,2	64,0
ENTRETENIMENTO	30,0	35,0	30,0	25,0	29,5	29,5	33,6

### LEGENDA

Escolaridade Inicial: até 9 anos de escolaridade.

Escolaridade Intermédia: entre 10 e 12 anos de escolaridade.

Escolaridade Superior: mais de 12 anos de escolaridade.

Até 751 eur: agregados com despesas médias mensais até 750 eur.

751 a 1500 eur: agregados com despesas médias mensais entre 751 eur e 1500 eur.

Mais de 1500 eur: agregados com despesas médias mensais acima dos 1500 eur.





## Teatro junta-se ao Património e à Literatura no top das 3 dimensões mais relacionadas com cultura

Este ano, a Pintura é ultrapassada pelo Teatro e pela Música, descendo assim para 5º lugar. O Património mantém-se como a dimensão mais consensual, com 98,2%.

Já o circo, subiu cerca de 12 pontos percentuais (p.p.) e o Humor 8 (p.p.).

**16** Indique se concorda que \_\_\_\_\_  
é cultura.

Resposta múltipla. Valores em percentagem.

	2021	2020
PATRIMÓNIO (ESTÁTUAS, PALÁCIOS, CASTELOS, IGREJAS)	<b>98,2</b>	98,6
TEATRO	<b>98,1</b>	95,6
LITERATURA	<b>97,6</b>	97,3
MÚSICA	<b>97,0</b>	95,0
PINTURA	<b>96,1</b>	96,6
ARTESANATO	<b>95,6</b>	92,8
A LÍNGUA PORTUGUESA	<b>94,6</b>	93,5
DANÇA	<b>93,5</b>	92,6
CINEMA	<b>91,1</b>	89,7
FOTOGRAFIA	<b>91,1</b>	88,9
GASTRONOMIA	<b>90,6</b>	85,8
ARQUITETURA	<b>88,6</b>	87,4
BANDA DESENHADA	<b>80,3</b>	75,3
HUMOR	<b>72,8</b>	65,0
MODA	<b>69,2</b>	64,6
CIRCO	<b>68,1</b>	56,0
TELEVISÃO	<b>66,8</b>	61,2
INTERNET	<b>44,9</b>	45,8
REDES SOCIAIS	<b>21,4</b>	17,9
VIDEOJOGOS	<b>20,7</b>	16,7

— 05

**a cultura  
e a economia**

— 05

a cultura  
e a economia

— 05

**a cultura  
e a economia**



## A esmagadora maioria dos portugueses acredita que a cultura é importante para a economia

Houve, no entanto, um pequeno decréscimo desde 2019, ano em que praticamente 100% dos portugueses confirmaram esta importância. Em 2021, apesar da resposta afirmativa ainda ser predominante, registou-se uma pequena queda, passando a 93,4%.

As mulheres estão mais convictas, com 96% a acreditar que a cultura é importante para a economia de um país, em comparação com 90,7% dos homens.

Entre as várias regiões do país, é o Grande Porto que apresenta o valor mais alto, 97,1%, enquanto Lisboa, por outro lado, regista apenas 89,9%.

### 17 Globalmente, considera que a cultura é importante para a economia de um país?

Resposta única. Valores em percentagem. Regiões.

	2021	MASC	FEM	GR LISBOA	GR PORTO	LIT NORTE	LIT CENTRO	INT NORTE	SUL E ILHAS	2019
SIM	93,4	90,7	96,0	89,9	97,1	95,1	91,0	93,9	94,9	97,3
NÃO	2,6	3,4	1,8	3,1	2,0	2,5	3,4	2,5	1,8	2,7



## E 85% defendem também um aumento do Orçamento de Estado para a cultura

Em 2019, já 81% dos Portugueses se mostravam favoráveis a um maior investimento público no setor. Em 2021 os números aumentaram, ainda que ligeiramente: são agora cerca de 85% dos portugueses a defender um aumento do Orçamento de Estado para a cultura, já no próximo ano.

**18** Hoje em dia o estado português gasta 0,39% do seu orçamento anual em cultura. No próximo ano o estado português deveria investir:

Resposta única. Valores em percentagem. Regiões.

	2021	MASC	FEM	GR LISBOA	GR PORTO	LIT NORTE	LIT CENTRO	INT NORTE	SUL E ILHAS	2019
MAIS	84,5	81,7	87,3	80,3	90,1	87,9	83,4	84,4	83,3	81,0
O MESMO OU MENOS*	15,5	18,3	12,7	19,7	9,9	12,1	16,6	15,6	16,7	19,0

\*inclui NS/NR





## A música continua a ser percebida como a atividade cultural mais cara

Apesar disso, em 2021, todos os preços médios percebidos foram mais baixos do que em 2019. No entanto, um concerto de música clássica é considerado, em ambos os anos, como a atividade mais cara, enquanto que ir ao cinema surge como a menos dispendiosa.

### 19 Se tivesse que dizer um preço médio em euros para estes eventos presenciais em Portugal, quanto diria que custa:

Valores médios em euros. Género e idade.

	2021	MASC	FEM	15/24	25/34	35/44	45/54	55 OU +	2019
ASSISTIR A UM CONCERTO DE MÚSICA CLÁSSICA	32,9	30,4	35,4	34,3	28,8	29,7	33,1	35,6	45,0
ASSISTIR A UM CONCERTO DE MÚSICA	32,7	31,9	33,4	44,9	30,1	31,5	32,1	30,3	40,5
VER UM ESPETÁCULO DE TEATRO	20,7	20,2	21,1	19,3	18,6	19,8	21,9	21,9	21,6
COMPRAR UM LIVRO	15,1	14,8	15,5	14,5	13,6	14,3	15,4	16,4	18,6
IR A UMA EXPOSIÇÃO	11,9	11,9	12,0	13,8	11,9	11,2	11,2	12,0	11,1
IR A UM MUSEU	10,6	10,1	11,0	13,0	10,6	10,7	9,8	10,0	10,7
IR A UM MONUMENTO NACIONAL	9,4	9,2	9,5	12,0	9,0	9,3	8,8	8,9	9,5
IR AO CINEMA	7,9	8,2	7,6	8,1	7,4	7,8	7,7	8,2	8,7

# Os residentes da Grande Lisboa atribuíram preços mais elevados do que o resto do país aos concertos e espetáculos de teatro

20 Se tivesse que dizer um preço médio em euros para estes eventos presenciais em Portugal, quanto diria que custa:

Valores médios em euros. Regiões.

	2021	GR LISBOA	GR PORTO	LIT NORTE	LIT CENTRO	INT NORTE	SUL E ILHAS	2019
ASSISTIR A UM CONCERTO DE MÚSICA CLÁSSICA	32,9	37,5	29,8	30,4	31,9	33,5	31,8	45,0
ASSISTIR A UM CONCERTO DE MÚSICA	32,7	36,7	29,3	29,0	30,4	32,6	36,3	40,5
VER UM ESPETÁCULO DE TEATRO	20,7	22,1	19,8	20,0	20,7	20,0	20,9	21,6
COMPRAR UM LIVRO	15,1	15,2	16,1	14,4	15,0	15,0	15,5	18,6
IR A UMA EXPOSIÇÃO	11,9	12,6	13,4	10,2	11,5	12,3	11,9	11,1
IR A UM MUSEU	10,6	10,1	11,9	10,0	9,9	10,9	11,0	10,7
IR A UM MONUMENTO NACIONAL	9,4	9,5	11,1	8,6	8,6	9,4	9,4	9,5
IR AO CINEMA	7,9	8,0	7,6	8,2	7,8	7,8	7,7	8,7





## Portugueses parecem estar mais disponíveis para pagar por atividades culturais online do que em 2020

Considerámos crucial avaliar esta dimensão tendo em conta a importância que as iniciativas digitais adquiriram no último ano e o facto de parecerem ter vindo para ficar.

Em 2020 tínhamos feito a mesma pergunta, mas é de ressaltar que nos referíamos apenas a atividades online que decorressem durante o período de restrições à circulação. No entanto, é interessante notar que todas as percentagens cresceram significativamente, à exceção das visitas virtuais.

**21** No futuro, está disponível para pagar pelo consumo de cultura através da internet, nomeadamente:

Valores em percentagem.

	2021	2020*
PARA VER UM CONCERTO	32,3	20,0
PARA ASSISTIR A UM ESPETÁCULO DE TEATRO	24,0	14,0
PARA ASSISTIR A UM ESPETÁCULO DE DANÇA	16,7	8,9
PARA VER UM FILME	41,0	34,2
PARA FAZER UMA VISITA VIRTUAL	17,8	13,4
PARA LER UM LIVRO	21,0	16,7

\* em 2020 a pergunta referia-se ao período de restrições à circulação.

# Os filmes, os concertos e os espetáculos de teatro já têm percentagens interessantes para o consumo online

Os espetáculos de teatro destacam-se para as pessoas entre os 35 e os 44 anos e ainda para a faixa etária mais velha, acima dos 55 anos. Os jovens entre os 15 e os 34 são os mais disponíveis para pagar por filmes e concertos.

**22** No futuro, está disponível para pagar pelo consumo de cultura através da internet, nomeadamente:

Valores em percentagem. Género e Idades.

	GERAL	MASC	FEM	15/24	25/34	35/44	45/54	55 OU +
PARA VER UM CONCERTO	32,3	33,0	31,7	36,6	38,4	36,3	26,5	28,9
PARA ASSISTIR A UM ESPETÁCULO DE TEATRO	24,0	20,6	27,4	17,3	21,4	27,2	23,7	26,2
PARA ASSISTIR A UM ESPETÁCULO DE DANÇA	16,7	11,9	21,3	16,1	14,8	17,0	13,1	19,1
PARA VER UM FILME	41,0	43,4	38,7	56,2	51,6	41,2	35,9	33,3
PARA FAZER UMA VISITA VIRTUAL	17,8	17,8	17,8	13,0	16,7	18,3	17,0	20,0
PARA LER UM LIVRO	21,0	19,6	22,4	29,5	23,2	22,3	15,6	19,0



06 —

**a cultura  
e o indivíduo**

06 —

a cultura  
e o indivíduo

06 —

**a cultura  
e o indivíduo**

## Cerca de 70% dos portugueses continua a afirmar que a cultura está, pelo menos, presente de forma regular nas suas vidas

Tal como nos anos anteriores, estes valores demonstram como a cultura é transversalmente relevante para a sociedade portuguesa. Há, no entanto, um decréscimo acentuado na faixa etária dos 15-24, onde há mais 14% do que o ano passado a afirmar que não dedicam muito tempo à cultura.

### 23 Em 2021: Qual o papel da cultura na minha vida?

Resposta única. Valores em percentagem. Género e idade.

	2021	MASC	FEM	15/24	25/34	35/44	45/54	55 OU +
NÃO TENHO ESPAÇO PARA A CULTURA NA MINHA VIDA	0,4	0,6	0,1	0,3	0,8	0,8	0,2	0,1
SEI QUE A CULTURA É IMPORTANTE, MAS NÃO LHE DEDICO MUITO TEMPO	31,1	32,2	29,9	39,1	30,8	35,1	34,1	25,1
A CULTURA ESTÁ PRESENTE REGULARMENTE NA MINHA VIDA, EMBORA NÃO TANTO QUANTO DESEJASSE	51,1	48,5	53,6	40,1	48,0	51,5	53,0	55,2
A CULTURA É ESSENCIAL PARA A MINHA VIDA	17,4	18,6	16,3	20,5	20,4	12,6	12,7	19,6

### 24 Em 2020: Qual o papel da cultura na minha vida?

Resposta única. Valores em percentagem. Género e idade. Dados de 2020.

	2020	MASC	FEM	15/24	25/34	35/44	45/54	55 OU +
NÃO TENHO ESPAÇO PARA A CULTURA NA MINHA VIDA	0,6	1,0	0,3	0,0	0,8	1,2	0,9	0,4
SEI QUE A CULTURA É IMPORTANTE, MAS NÃO LHE DEDICO MUITO TEMPO	28,0	30,8	25,3	25,7	25,1	26,5	29,8	30,2
A CULTURA ESTÁ PRESENTE REGULARMENTE NA MINHA VIDA, EMBORA NÃO TANTO QUANTO DESEJASSE	51,2	49,0	53,3	50,9	50,7	55,5	53,3	48,3
A CULTURA É ESSENCIAL PARA A MINHA VIDA	18,9	18,8	19,1	18,5	22,9	14,0	16,0	21,1



## No entanto, no Interior Norte, quase 50% das pessoas respondem que, apesar da cultura ser importante, não lhe dedicam muito tempo

Este valor está bastante acima dos das outras regiões.

Por outro lado, o Grande Porto e a Grande Lisboa, são as regiões onde as pessoas afirmam ter mais disponibilidade para a cultura.

Destaque para o resultado impressionante no Grande Porto: 1/4 da população diz que a cultura é essencial para a suas vidas.

### 25 Qual o papel da cultura na minha vida?

Resposta única. Valores em percentagem. Regiões.

40



	GERAL	GR LISBOA	GR PORTO	LIT NORTE	LIT CENTRO	INT NORTE	SUL E ILHAS
NÃO TENHO ESPAÇO PARA A CULTURA NA MINHA VIDA	0,4	0,0	0,3	0,5	0,4	0,3	1,0
SEI QUE A CULTURA É IMPORTANTE, MAS NÃO LHE DEDICO MUITO TEMPO	31,1	23,1	20,4	27,3	35,4	46,1	29,9
A CULTURA ESTÁ PRESENTE REGULARMENTE NA MINHA VIDA, EMBORA NÃO TANTO QUANTO DESEJASSE	51,1	61,3	54,1	49,9	48,3	39,3	54,9
A CULTURA É ESSENCIAL PARA A MINHA VIDA	17,4	15,7	25,2	22,2	16,0	14,3	14,3



# Quando o nível de escolaridade é mais elevado, há uma maior percentagem de pessoas a considerar a cultura como essencial para a sua vida

Este aumento claro e proporcional não se verifica quando consideramos a média das despesas do agregado, o que reforça a importância da educação na relação do indivíduo com a cultura, como tem sido verificado pelo Barómetro Gerador Qmetrics nos últimos dois anos.

## 26 Qual o papel da cultura na minha vida?

Resposta única. Valores em percentagem. Escolaridade e Despesas.

	ESCOLARIDADE			DESPESAS			
	GERAL	INICIAL	INTER	SUP	<751	751/1500	>1500
NÃO TENHO ESPAÇO PARA A CULTURA NA MINHA VIDA	0,4	0,0	1,0	0,2	0,4	0,6	0,0
SEI QUE A CULTURA É IMPORTANTE, MAS NÃO LHE DEDICO MUITO TEMPO	31,1	42,2	29,7	21,3	32,4	32,9	19,1
A CULTURA ESTÁ PRESENTE REGULARMENTE NA MINHA VIDA, EMBORA NÃO TANTO QUANTO DESEJASSE	51,1	49,2	51,9	52,1	48,4	53,0	58,8
A CULTURA É ESSENCIAL PARA A MINHA VIDA	17,4	8,5	17,4	26,4	18,8	13,5	22,1

### LEGENDA:

Escolaridade Inicial: até 9 anos de escolaridade.

Escolaridade Intermeia: entre 10 e 12 anos de escolaridade.

Escolaridade Superior: mais de 12 anos de escolaridade.

Até 751 eur: agregados com despesas médias mensais até 750 eur.

751 a 1500 eur: agregados com despesas médias mensais entre 751 eur e 1500 eur.

Mais de 1500 eur: agregados com despesas médias mensais acima dos 1500 eur.





# Os jovens entre os 15 e os 19 anos sentem cada vez mais que a cultura não é pensada para eles

A Taxa de representação geracional permite-nos obter um dado de extrema relevância para o trabalho de artistas, agentes e decisores culturais: perceber quem está mais contente ou dececionado com a cultura para o seu segmento etário.

Comparativamente ao ano passado, há mais 21 p.p. de jovens a afirmar que a cultura está pensada para as gerações mais velhas, na faixa etária que já havia demonstrado o maior descontentamento com a oferta cultural. Também o segmento dos 20-24 anos, que anteriormente se sentia mais bem representado, sofreu uma evolução negativa.

## 27 Taxa de representação geracional

Resposta única. Valores em percentagem. Género e idade.

	GERAL	15/19	20/24	25/34	35/44	45/54	55+
PARA A MINHA GERAÇÃO	9,4	8,1	15,1	15,4	11,4	8,9	5,2
PARA OUTRAS GERAÇÕES	36,1	65,4	43,7	43,8	38,4	28,5	28,6
PARA UMA GERAÇÃO MAIS NOVA	15,4	4,8	10,2	6,9	12,8	19,7	21,3
PARA UMA GERAÇÃO MAIS VELHA	20,7	60,6	33,4	36,9	25,7	8,7	7,3
PARA TODAS AS GERAÇÕES	43,8	21,7	38,0	33,9	40,0	50,8	51,8
PARA NENHUMA GERAÇÃO	4,9	1,0	1,4	2,1	3,4	3,8	8,7
DIFERENÇA ENTRE A MINHA E OUTRAS GERAÇÕES	-26,7	-57,3	-28,6	-28,4	-27,0	-19,6	-23,4

### TAXA DE REPRESENTAÇÃO POR ESCALÃO ETÁRIO

	2021	2020
1 15/19 ANOS	-57,3	-39,6
2 20/24 ANOS	-28,6	-15,9
3 25/34 ANOS	-28,4	-24,6
4 35/44 ANOS	-27,0	-34,2
5 55 ANOS OU MAIS	-23,4	-21,8
6 45/54 ANOS	-19,6	-19,9

#### LEGENDA:

Taxa de representação geracional: percentagem de pessoas que considera que a cultura está pensada para a sua geração em relação à percentagem de pessoas que considera que a cultura está pensada para outras gerações

# Mais de metade dos portugueses esperam vir a ter mais tempo para a cultura

Cerca de 55% dos inquiridos imaginam vir a ter mais tempo para a cultura daqui a dez anos, uma percentagem ligeiramente mais elevada do que a do ano anterior.

Dentro das diversas faixas etárias, são os portugueses entre os 35 e os 44 que se destacam, com 67% a acreditarem vir a ter mais tempo para atividades culturais no futuro.

## 28 Tempo para usufruir da cultura daqui a 10 anos

Resposta única. Valores em percentagem. Género e idade.

	2021	2020
VOU TER MAIS TEMPO	<b>54,5</b>	50,9
VOU TER MENOS TEMPO	<b>10,2</b>	7,7
VOU TER O MESMO	<b>23,0</b>	32,8

	2021	MASC	FEM	15/24	25/34	35/44	45/54	55 OU +
VOU TER MAIS TEMPO	<b>54,5</b>	50,2	58,7	56,3	52,2	67,0	57,4	47,4
VOU TER MENOS TEMPO	<b>10,2</b>	11,9	8,5	17,3	14,6	4,2	5,4	10,8
VOU TER O MESMO TEMPO	<b>23,0</b>	26,1	20,1	20,4	28,5	17,6	21,1	25,2



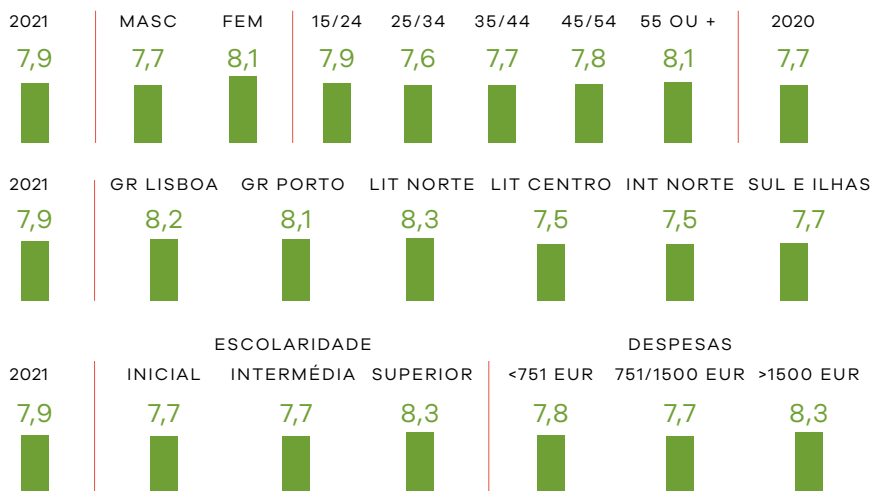


# Portugueses voltam a afirmar a sua convicção na cultura enquanto ferramenta que pode contribuir para a resolução de problemas

Para além de estar mais próxima da educação, a população portuguesa acredita que a cultura pode estimular a resolução imaginativa de problemas pessoais e profissionais. Em 2020, a média desta resposta tinha sido 7,7, acabando por aumentar ligeiramente este ano, para 7,9. Apesar de ser bastante consensual, podemos observar que esta convicção é mais forte nas duas grandes cidades e no Litoral Norte, bem como junto de pessoas com formação superior e um nível médio de despesas mensais mais elevado.

## 29 A cultura ajuda as pessoas a resolverem problemas pessoais e profissionais de forma imaginativa?

Escala de 1 a 10. Média de valores.



### LEGENDA

Escala de 1 a 10, em que 1 representa "Não concordo nada" e 10 representa "Concordo totalmente".

Escolaridade Inicial: até 9 anos de escolaridade.

Escolaridade Intermédia:

entre 10 e 12 anos de escolaridade.

Escolaridade Superior: mais de 12 anos de escolaridade.

Até 751 eur: agregados com despesas médias mensais até 750 eur.

751 a 1500 eur: agregados com despesas médias mensais entre 751 eur e 1500 eur.

Mais de 1500 eur: agregados com despesas médias mensais acima dos 1500 eur.

# 10% dos portugueses têm alguém no seu agregado familiar com uma atividade profissional relacionada com a cultura

Apesar de um decréscimo significativo nas relações de lazer com a cultura desde o ano passado, este valor continua muito perto dos 20%. É um provável reflexo das restrições impostas pela pandemia.

## 30 Alguém do seu agregado familiar tem uma relação profissional com a cultura? E de lazer?

Resposta única. Valores em percentagem.

	2021	2020
TEM UMA RELAÇÃO PROFISSIONAL	<b>10,0</b>	9,7
NÃO TEM RELAÇÃO PROFISSIONAL	<b>89,3</b>	89,5

	GERAL	MASC	FEM	GR LISBOA	GR PORTO	LIT NORTE	LIT CENTRO	INT NORTE	SUL E ILHAS
TEM UMA RELAÇÃO PROFISSIONAL	10,0	9,1	10,8	10,3	10,1	9,7	12,2	8,3	9,8
NÃO TEM UMA RELAÇÃO PROFISSIONAL	89,3	90,0	88,6	88,5	88,7	90,3	87,8	91,2	88,2

	2021	2020
TEM UMA RELAÇÃO DE LAZER	<b>18,3</b>	22,9
NÃO TEM RELAÇÃO DE LAZER	<b>79,7</b>	75,5

	GERAL	MASC	FEM	GR LISBOA	GR PORTO	LIT NORTE	LIT CENTRO	INT NORTE	SUL E ILHAS
TEM UMA RELAÇÃO DE LAZER	18,3	14,0	22,6	16,1	17,4	21,2	20,6	20,2	14,2
NÃO TEM UMA RELAÇÃO DE LAZER	79,7	83,9	75,7	81,7	81,8	77,2	77,6	77,6	83,3





## A preocupação com a sustentabilidade pode ser muito relevante para a participação em atividades culturais

Mais de 70% dos portugueses considera que o facto de eventos, espaços e entidades culturais terem preocupações com a sustentabilidade ambiental iria influenciar positivamente a sua vontade de participar nos mesmos.

Esta é uma tendência que parece ser transversal a todas as faixas etárias, embora seja mais evidente para os mais jovens. Além disso, 21% dos homens responderam negativamente, em comparação com apenas 11% das mulheres.

**31** O facto dos eventos, espaços e entidades culturais terem preocupações com a sustentabilidade ambiental influenciaria positivamente a sua vontade de participar nos mesmos?

Resposta única. Valores em percentagem.

	GERAL	MASC	FEM	15/24	25/34	35/44	45/54	55 OU +
SIM	72,5	68,4	76,5	78,7	73,6	70,7	68,5	72,5
NÃO	16,0	20,8	11,4	14,3	13,8	14,6	20,3	16,4
NÃO SABE	11,5	10,9	12,1	7,0	12,7	14,8	11,2	11,1

# Portugueses informam-se sobre eventos culturais através das redes sociais, de indicações de amigos ou familiares e através da Internet...

## 32 De que modo se informa para escolher os eventos culturais em que participa

Resposta múltipla. Valores em percentagem. Género e idade.

	GERAL	MASC	FEM	15/24	25/34	35/44	45/54	55 OU +
INFORMAÇÕES DIVULGADAS ATRAVÉS DAS REDES SOCIAIS	62,5	58,7	66,2	77,5	67,3	73,0	63,3	49,6
INDICAÇÃO DE AMIGOS OU FAMILIARES	60,7	55,6	65,7	56,7	55,5	54,9	61,4	66,9
INFORMAÇÕES DIVULGADAS ATRAVÉS DA INTERNET	60,3	59,9	60,7	62,6	57,4	65,2	65,3	56,1
PUBLICIDADE/ INFORMAÇÃO NA TV, NA RUA OU NA RÁDIO	55,6	55,4	55,7	43,5	47,6	56,9	53,1	63,8
FOLHETOS E CARTAZES EM ESPAÇOS CULTURAIS	38,3	35,8	40,8	28,5	33,1	41,6	42,7	40,4
PUBLICIDADE/ INFORMAÇÃO EM JORNAIS OU REVISTAS	28,5	28,8	28,2	19,5	24,9	26,9	32,1	32,3
OPINIÃO DA CRÍTICA ESPECIALIZADA	13,6	14,7	12,5	10,1	11,4	15,6	13,9	14,7
CORREIO QUE RECEBO EM CASA	11,2	10,6	11,8	10,3	7,3	11,2	7,4	14,9
APLICATIVOS	0,5	0,5	0,5	1,3	0,4	0,7	0,0	0,3
OUTRO	1,2	1,8	0,6	1,7	0,5	0,0	1,3	1,8





## ...mas publicidade também tem importância

A publicidade e informação que passam na televisão e na rádio ou que estão colocadas nas ruas são também relevantes nesta lista, especialmente para as faixas etárias mais velhas, que, no entanto, também afirmam recorrer frequentemente à Internet.

A Internet perde ainda alguma importância para quem tem a escolaridade inicial, a favor da televisão.

### 33 De que modo se informa para escolher os eventos culturais em que participa

Resposta múltipla. Valores em percentagem. Escolaridade e Despesas.

	GERAL	ESCOLARIDADE			DESPESAS		
		INICIAL	INTER	SUP	<751	751/1500	>1500
INFORMAÇÕES DIVULGADAS ATRAVÉS DAS REDES SOCIAIS	62,5	54,1	67,3	65,8	65,6	58,7	62,9
INDICAÇÃO DE AMIGOS OU FAMILIARES	60,7	59,5	60,3	62,3	60,6	58,1	70,8
INFORMAÇÕES DIVULGADAS ATRAVÉS DA INTERNET	60,3	48,1	64,6	68,1	61,4	59,0	70,8
PUBLICIDADE/ INFORMAÇÃO NA TV, NA RUA OU NA RÁDIO	55,6	52,3	55,0	59,4	56,7	56,8	58,5
FÓLHETOS E CARTAZES EM ESPAÇOS CULTURAIS	38,3	32,2	39,7	43,0	39,4	40,2	36,7
PUBLICIDADE/ INFORMAÇÃO EM JORNAIS OU REVISTAS	28,5	22,5	28,8	34,1	28,9	28,1	36,0
OPINIÃO DA CRÍTICA ESPECIALIZADA	13,6	6,1	13,6	21,0	12,1	15,0	17,9
CORREIO QUE RECEBO EM CASA	11,2	12,1	8,6	12,9	12,8	7,9	18,5
APLICATIVO	0,5	0,0	0,5	0,9	0,6	0,4	0,5

#### LEGENDA:

Escolaridade Inicial: até 9 anos de escolaridade.

Escolaridade Intermediária: entre 10 e 12 anos de escolaridade.

Escolaridade Superior: mais de 12 anos de escolaridade.

Até 751 eur: agregados com despesas médias mensais até 750 eur.

751 a 1500 eur: agregados com despesas médias mensais entre 751 eur e 1500 eur.

Mais de 1500 eur: agregados com despesas médias mensais acima dos 1500 eur.



# O melhor horário para as atividades culturais presenciais é depois de jantar

Durante os vários períodos de restrições à circulação muitas foram as alterações de horário que os eventos culturais sofreram. No entanto, este é, em geral, o horário de eleição.

Há, contudo, uma exceção: os jovens entre os 15 e os 24 anos preferem o fim da tarde. Esse é também um horário que reúne uma percentagem significativa no Sul e nas Ilhas.

## 34 Qual o melhor horário para participar em atividades culturais presenciais, tais como peças de teatro ou concertos:

Resposta múltipla. Valores em percentagem. Género e idade. E Regiões.

	GERAL	MASC	FEM	15/24	25/34	35/44	45/54	55 OU +
DURANTE A MANHÃ	4,6	4,8	4,4	8,3	10,5	3,7	3,2	1,8
DEPOIS DO ALMOÇO/ INÍCIO DA TARDE	11,1	11,0	11,3	19,7	11,4	13,1	8,3	8,3
FIM DA TARDE	30,5	29,1	31,8	35,6	30,1	24,9	29,6	31,9
DEPOIS DO JANTAR	51,2	52,7	49,8	34,2	44,3	54,8	57,5	55,7

	GERAL	GR LISBOA	GR PORTO	LIT NORTE	LIT CENTRO	INT NORTE	SUL E ILHAS
DURANTE A MANHÃ	4,6	5,4	5,4	4,4	5,8	4,7	2,0
DEPOIS DO ALMOÇO/ INÍCIO DA TARDE	11,1	17,7	6,1	6,2	13,8	11,6	8,8
FIM DA TARDE	30,5	30,4	24,9	30,0	32,9	28,0	36,0
DEPOIS DO JANTAR	51,2	43,7	62,5	55,6	46,4	53,1	50,3



## Cerca de 40% dos portugueses não estão satisfeitos com os equipamentos culturais na sua área de residência

O Litoral Centro é a região mais insatisfeita, seguida do Sul e das Ilhas. Por outro lado, os maiores níveis de satisfação encontram-se no Litoral Norte e na zona da Grande Lisboa.

Para quem está insatisfeito, a principal razão parece ser o número reduzido de equipamentos culturais na sua área. No entanto, no Interior e no Litoral Norte, a falta de variedade de oferta na programação é a razão mais apontada.

### 35 Está satisfeito com a oferta e o acesso a espaços culturais na sua área de residência?

Resposta única. Valores em percentagem. Regiões.

50



	GERAL	GR LISBOA	GR PORTO	LIT NORTE	LIT CENTRO	INT NORTE	SUL E ILHAS
SIM	52,2	59,5	51,2	61,7	35,9	55,3	43,6
NÃO	41,1	35,5	39,4	30,7	53,6	43,2	47,5

### 36 Porque é que não se considera satisfeito com a oferta e o acesso a espaços culturais na sua área de residência?

Resposta única. Valores em percentagem. Regiões.

	GERAL	GR LISBOA	GR PORTO	LIT NORTE	LIT CENTRO	INT NORTE	SUL E ILHAS
POUCOS EQUIPAMENTOS CULTURAIS	56,5	55,9	61,8	41,0	55,2	67,3	56,4
POUCA VARIEDADE DE OFERTA	42,3	33,8	37,3	54,5	45,8	35,8	46,8
OUTRO	2,9	5,1	5,0	3,6	2,6	1,7	0,5



07

**consumo  
de cultura**



07

consumo  
de cultura



07

**consumo  
de cultura**



## Todos os inquiridos afirmaram ter consumido cultura no último ano

Os filmes são a dimensão mais popular, seguidos dos livros, sendo os jovens entre os 15 e os 24 anos quem mais diz ter-se dedicado à leitura.

No que toca às zonas do país, o Interior Norte é a região onde menos pessoas afirmam ter visto teatro e ter participado em visitas culturais durante o último ano.

### 37 Consumiu cultura no último ano?

Resposta múltipla. Valores em percentagem. Género e idade. Regiões

	GERAL	MASC	FEM	15/24	25/34	35/44	45/54	55 OU +
FILME	94,6	94,6	94,6	98,0	96,9	95,8	95,6	91,3
TEATRO	34,6	34,2	35,0	34,3	38,1	29,1	34,3	36,0
LIVRO	67,5	63,8	71,2	74,3	67,8	60,8	67,3	68,3
CONCERTO	49,3	48,0	50,5	51,3	56,4	50,8	45,6	46,4
VISITA*	28,1	26,9	29,2	38,5	31,3	31,0	25,1	22,9

	GERAL	INT NORTE	LIT NORTE	GR PORTO	LIT CENTRO	GRANDE LISBOA	SUL E ILHAS
FILME	94,6	94,3	95,2	92,6	96,5	94,4	94,2
TEATRO	34,6	20,0	42,9	37,0	36,0	38,3	36,1
LIVRO	67,5	59,1	70,2	73,4	66,0	70,7	68,3
CONCERTO	49,3	39,7	50,5	66,4	51,2	49,7	45,8
VISITA*	28,1	20,3	30,4	34,4	29,3	32,1	24,5

Visita: Visitou algum museu, uma exposição, um património urbano ou natural, online ou presencialmente

# A escolaridade apresenta-se novamente como a variável mais relevante para o consumo de cultura

Tal como havíamos constatado o ano passado, o nível de escolaridade é a variável com mais impacto no consumo de cultura dos portugueses. Esta distinção é mais evidente nos livros, concertos e visitas, atividades em que quem tem níveis de escolaridade mais altos afirma ter participado mais.

## 38 Consumiu cultura no último ano?

Resposta múltipla. Valores em percentagem. Escolaridade e Despesas.

	ESCOLARIDADE				DESPESAS		
	GERAL	INICIAL	INTER	SUPERIOR	<751	751/1500	>1500
FILME	94,6	91,4	94,9	97,4	93,9	96,0	99,4
TEATRO	34,6	35,1	30,7	38,2	34,5	34,4	42,6
LIVRO	67,5	54,5	67,9	80,0	61,6	69,9	81,1
CONCERTO	49,3	39,1	47,7	61,0	48,0	52,4	53,3
VISITA*	28,1	19,3	24,6	40,4	27,9	27,7	34,9

Visita: Visitou algum museu, uma exposição, um património urbano ou natural, online ou presencialmente

#### LEGENDA:

Escolaridade Inicial: até 9 anos de escolaridade.

Escolaridade Intermédia: entre 10 e 12 anos de escolaridade.

Escolaridade Superior: mais de 12 anos de escolaridade.

Até 751 eur: agregados com despesas médias mensais até 750 eur.

751 a 1500 eur: agregados com despesas médias mensais entre 751 eur e 1500 eur.

Mais de 1500 eur: agregados com despesas médias mensais acima dos 1500 eur.





## Comparativamente ao ano passado, houve mais pessoas a afirmar terem consumido cultura de origem portuguesa

É de ressaltar que a mesma questão foi colocada no Barómetro Gerador Qmetrics do ano passado, mas referia-se apenas ao período de restrições de circulação e, portanto, era temporalmente menos abrangente. Mesmo assim, surgem-nos este ano valores interessantes, todos acima dos 50%.

A maior diferença encontra-se nos filmes de origem portuguesa, com mais 22 p.p. das pessoas a afirmar ter visto pelo menos um filme português.

### 39 Consumo associado à cultura de origem nacional?

Resposta única. Valores em percentagem.

	2021	2020
ALGUM DOS LIVROS QUE LEU ERA DE UM AUTOR PORTUGUÊS	54,2	32,4
ALGUM DOS ESPETÁCULOS DE TEATRO QUE VIU ERA PORTUGUÊS	91,2	85,2
ALGUM DOS LIVROS QUE LEU ERA PORTUGUÊS	56,8	46,5
ALGUM DOS CONCERTOS QUE VIU ERA DE UM ARTISTA PORTUGUÊS	69,0	64,6
ALGUMA DAS VISITAS QUE FEZ FOI A UM ESPAÇO PORTUGUÊS	92,1	74,3

# Ao longo deste ano, a televisão foi o meio mais popular para o consumo cultural

A televisão tem tido uma importância inquestionável durante o período de pandemia, com a Internet e as Redes Sociais a ficarem bastante atrás, embora populares principalmente entre as faixas etárias mais jovens.

Ainda assim, é interessante notar que a faixa etária entre os 15 e os 24 anos viu teatro, principalmente, em salas de espetáculo, e que esta foi também a faixa etária que mais afirma ter visto filmes no cinema.

## 40 De que formas viu filmes no último ano?

Resposta múltipla. Valores em percentagem. Género e idade.

	GERAL	MASC	FEM	15/24	25/34	35/44	45/54	55 OU +
TELEVISÃO	91,7	90,6	92,8	85,6	84,6	96,3	93,7	94,1
INTERNET	61,3	64,3	58,4	82,5	79,9	62,2	57,0	46,2
SALA DE CINEMA	20,7	24,7	16,8	31,7	22,7	16,3	17,3	19,5
SERVIÇOS DE STREAMING	1,8	1,4	2,2	1,7	1,6	1,3	4,1	1,0

## 41 De que formas assistiu a espetáculos de teatro no último ano?

Resposta múltipla. Valores em percentagem. Género e idade.

	GERAL	MASC	FEM	15/24	25/34	35/44	45/54	55 OU +
TELEVISÃO	67,8	75,0	61,0	39,8	57,9	73,6	70,6	78,4
REDES SOCIAIS	26,8	24,6	28,9	29,9	36,2	31,1	12,1	26,3
SALAS DE TEATRO	25,1	27,5	22,9	48,6	26,9	25,2	25,2	16,2
SITES DE SALAS DE TEATRO	13,9	16,6	11,3	6,9	23,9	16,7	9,7	12,4



## Os livros em papel continuam a ser mais populares que os digitais, para todas as faixas etárias

### 42 De que formas leu livros no último ano?

Resposta múltipla. Valores em percentagem. Género e idade.

	GERAL	MASC	FEM	15/24	25/34	35/44	45/54	55 OU +
PAPEL	94,4	92,5	96,1	94,3	95,3	94,8	93,6	94,3
DIGITAL	23,5	24,9	22,3	27,3	22,1	28,2	19,2	22,6

### 43 De que formas viu concertos no último ano?

Resposta múltipla. Valores em percentagem. Género e idade.

	GERAL	MASC	FEM	15/24	25/34	35/44	45/54	55 OU +
TELEVISÃO	64,9	68,3	61,6	51,4	45,3	70,6	67,8	76,0
REDES SOCIAIS	55,9	55,2	56,6	73,8	81,5	59,0	39,7	41,1
SITES DE ENTIDADES CULTURAIS	24,8	24,4	25,2	22,9	25,3	20,6	26,7	26,5
PRESENCIALMENTE	12,6	13,6	11,7	11,8	14,2	8,8	14,3	13,3





## Num cenário em que a população está toda vacinada, portugueses preferem atividades presenciais

Os cinemas e as salas de teatro são os locais de eleição para ver filmes e espetáculos. No caso dos filmes, a televisão surge em segundo lugar para todas as faixas etárias excepto para os mais novos, que preferem a Internet. Já no que toca ao teatro, o segundo local mais popular é a rua.

### 44 Partindo do princípio que até final do ano toda a população portuguesa está vacinada, quais os locais onde preferiria ver filmes em 2022?

Resposta múltipla. Valores em percentagem. Género e idade.

	GERAL	MASC	FEM	15/24	25/34	35/44	45/54	55 OU +
CINEMA	76,5	71,9	81,1	82,7	82,4	80,2	79,1	68,8
TELEVISÃO	48,9	56,0	41,9	34,9	38,6	52,1	47,8	57,3
INTERNET	26,3	31,2	21,5	39,7	34,3	19,1	19,9	24,6

### 45 Partindo do princípio que até final do ano toda a população portuguesa está vacinada, quais os locais onde preferiria assistir a espetáculos de teatro em 2022?

Resposta múltipla. Valores em percentagem. Género e idade.

	GERAL	MASC	FEM	15/24	25/34	35/44	45/54	55 OU +
SALAS DE TEATRO	71,9	68,9	74,8	70,0	75,2	75,9	78,4	66,1
RUA	30,4	32,2	28,7	22,1	32,8	33,9	27,7	32,0
TELEVISÃO	23,6	26,2	21,1	11,9	17,0	14,3	21,2	36,3
INTERNET	9,0	11,5	6,5	7,1	10,7	5,5	4,7	12,6





## Festivais de música são o local de eleição para ver concertos

Seguem-se as salas de espetáculos e só então a televisão.

Apesar desta clara preferência pelas atividades presenciais, a população afirma que ainda existe espaço para visitas virtuais a espaços culturais.

**46** Partindo do princípio que até final do ano toda a população portuguesa está vacinada, quais os locais onde preferiria assistir a concertos em 2022?

Resposta múltipla. Valores em percentagem. Género e idade.

	GERAL	MASC	FEM	15/24	25/34	35/44	45/54	55 OU +
FESTIVAIS DE MÚSICA	69,7	66,2	73,0	89,7	83,3	78,8	71,1	51,5
SALAS DE ESPETÁCULOS	55,0	55,7	54,3	42,7	54,7	56,2	62,0	55,6
TELEVISÃO	27,9	32,8	23,1	12,0	18,7	20,6	24,1	42,8
RÁDIO	7,5	8,4	6,6	5,0	8,6	5,6	4,3	10,2
SITES DE ENTIDADES CULTURAIS	7,9	9,0	6,8	5,6	11,3	7,2	3,9	9,4
REDES SOCIAIS	9,4	10,7	8,1	13,9	14,9	9,2	6,6	6,8

**47** Partindo do princípio que até final do ano toda a população portuguesa está vacinada, continuaria a achar interessante fazer visitas virtuais a partir de 2022?

Resposta múltipla. Valores em percentagem. Género e idade.

	GERAL	MASC	FEM	15/24	25/34	35/44	45/54	55 OU +
SIM	72,6	77,0	69,5	42,2	72,4	69,3	75,7	85,7
NÃO	23,3	21,1	24,8	43,8	27,6	25,3	22,0	12,8

# As restrições resultantes da pandemia e a falta de tempo são as principais razões apontadas pelos inquiridos para não consumirem mais cultura

No que toca aos livros e ao teatro, a segunda razão mais apontada é a preferência por outro tipo de conteúdos. Entre todas as atividades, o dinheiro parece ser considerado um entrave maior à ida a concertos e à aquisição de livros.

## 48 Quais as principais razões para não querer consumir mais cultura?

Resposta única. Valores em percentagem.

	FILMES	TEATRO	LIVROS	CONCERTOS	VISITAS
NÃO TENHO ESSE TEMPO	41,0	15,0	48,2	17,3	17,6
NÃO QUERO GASTAR ESSE DINHEIRO	10,7	10,3	13,8	15,4	7,8
NÃO TENHO ESSE INTERESSE/JÁ VEJO O SUFICIENTE	4,6	5,7	11,2	5,8	5,5
FALTA OFERTA PARA MIM	13,1	13,9	2,9	11,7	7,8
PORQUE PREFIRO OUTRO TIPO DE CONTEÚDO/ENTRETENIMENTO	8,7	23,0	18,4	11,7	7,6
POR CAUSA DAS RESTRIÇÕES RESULTANTES DA PANDEMIA	20,0	30,7	0,0	36,1	51,1





## Cerca de metade dos portugueses paga mensalmente por algum serviço streaming ou um valor adicional para ter canais de séries ou de cinema

São principalmente os jovens até aos 34 anos quem mais frequentemente paga por este tipo de serviço.

No entanto, apenas 18% dos inquiridos afirmam pagar por serviços de música, valor que, ainda assim, aumentou cerca de 6 p.p. relativamente ao ano passado e que ultrapassa agora os 30% entre as faixas etárias mais jovens.

### 49 Paga mensalmente por algum serviço streaming ou um valor adicional para ter canais de séries ou de cinema?

Resposta única. Valores em percentagem. Género e idade.

	GERAL	MASC	FEM	15/24	25/34	35/44	45/54	55 OU +
SIM	53,4	46,7	59,9	72,6	63,8	53,7	46,4	45,0
NÃO	45,9	52,4	39,4	27,4	36,2	44,8	53,6	53,5

### 50 Paga mensalmente por algum serviço de música?

Resposta múltipla. Valores em percentagem. Género e idade.

	GERAL	MASC	FEM	15/24	25/34	35/44	45/54	55 OU +
SIM	17,7	15,1	20,2	32,2	30,3	15,0	10,1	11,8
NÃO	81,9	84,9	79,0	67,8	69,7	84,8	89,9	87,1

# Quase todos os portugueses ouvem música regularmente

A faixa etária que diz ouvir menos música é a dos 55+, e, mesmo aí, as respostas negativas não passam dos 10%.

Para além disso, cerca de 80% dos portugueses ouve música através da rádio e da televisão. Há ainda 70% que o faz através de plataformas de streaming, apesar de, conforme vimos, apenas 18% pagar por algum desses serviços.

Por último, as coleções privadas, de CDs, discos, cassetes e vinil são ainda muito populares, com mais de 40% dos inquiridos a afirmar que escutam música através das mesmas.

## 51 Ouve música habitualmente, quando está em casa, no trabalho ou em deslocação?

Resposta única. Valores em percentagem. Género e idade.

	GERAL	MASC	FEM	15/24	25/34	35/44	45/54	55 OU +
SIM	94,4	94,4	94,4	95,8	96,3	98,6	96,2	90,2
NÃO	5,3	5,2	5,5	4,2	3,4	1,0	3,1	9,8

## 52 De que forma tem acesso à música que ouve?

Resposta múltipla. Valores em percentagem. Género e idade.

	GERAL	MASC	FEM	15/24	25/34	35/44	45/54	55 OU +
PLATAFORMAS DE STREAMING/INTERNET (EX.: SPOTIFY, YOUTUBE, APPLE MUSIC, SOUND CLOUD, TIDAL, ETC.)	70,3	69,7	70,8	96,7	86,3	70,3	64,0	55,9
RÁDIO, TELEVISÃO	78,6	80,1	77,1	48,2	72,8	84,0	84,2	87,0
COLEÇÃO PRIVADA (CDS, DISCOS, CASSETES, VINIL, ETC.)	42,2	46,8	37,6	18,4	26,2	37,8	42,4	60,7





## Pop e Rock mantêm-se os estilos musicais favoritos dos portugueses

A música Popular Portuguesa ultrapassa a música Clássica, conseguindo assim o terceiro lugar no top. Entre os mais jovens, é o Hip-Hop que ocupa o segundo lugar, com um aumento de cerca de 10% relativamente ao ano passado. Este estilo é mais popular junto dos mais velhos do que o Fado e a música Clássica são junto dos mais novos.

### 53 Em 2021: Estilos musicais preferidos

Resposta múltipla. Valores em percentagem. Género e idade.

	2021	MASC	FEM	15/24	25/34	35/44	45/54	55 OU +
POP	80,6	79,7	81,4	80,8	80,0	80,0	86,2	78,2
ROCK	66,3	72,9	59,8	47,7	63,5	73,9	69,1	69,2
POPULAR PORTUGUESA	39,5	40,7	38,2	13,3	40,7	37,9	41,3	48,7
CLÁSSICA	35,4	37,3	33,5	13,8	23,0	20,7	36,5	56,6
HIP-HOP	34,0	32,5	35,5	66,8	52,2	33,4	25,9	17,4
ELECTRÓNICA	29,5	37,0	22,1	43,2	46,2	25,0	29,8	18,7
FADO	29,0	27,0	30,9	7,8	26,4	23,4	25,9	42,7
JAZZ	27,5	28,8	26,2	18,7	26,6	18,1	26,8	36,4
INDIE/ALTERNATIVA	22,4	20,8	24,0	29,0	29,9	20,2	20,2	18,8

### 54 Em 2020: Estilos musicais preferidos

Resposta múltipla. Valores em percentagem. Género e idade. Dados de 2020.

	2020	MASC	FEM	15/24	25/34	35/44	45/54	55 OU +
POP	73,3	70,7	75,8	70,1	71,5	75,5	74,0	74,1
ROCK	67,5	71,1	64,1	49,0	70,7	83,7	65,8	65,3
CLÁSSICA	35,8	37,2	34,5	15,7	25,1	24,2	36,4	56,9
POPULAR PORTUGUESA	32,7	33,1	32,2	8,8	23,2	34,1	25,4	50,8
HIP-HOP	29,5	27,6	31,4	57,2	40,5	29,9	21,0	15,4
JAZZ	28,9	30,6	27,2	19,4	27,3	22,9	22,3	40,4
FADO	27,1	27,8	26,4	6,2	22,0	21,3	22,3	44,5
ELECTRÓNICA	26,1	34,4	18,1	37,3	31,8	33,1	13,3	20,3
INDIE/ALTERNATIVA	21,3	22,9	19,7	28,6	23,9	27,3	17,0	15,1

— 08

**referências  
culturais**

— 08

referências  
culturais

— 08

**referências  
culturais**



## Ruy de Carvalho mantém-se consistentemente no topo ao longo dos três anos de avaliação

O restante Top 10 altera-se de ano para ano, apesar de serem, em grande medida os mesmos eleitos pelos portugueses.

Este é um Top feito de equilíbrios, com igual presença de homens e mulheres e com um número mais ou menos equivalente no que diz respeito a atrizes ou atores de gerações diferentes.

### 55 Top 10 atrizes ou atores que as pessoas mais admiram

Valores em percentagem

2021		2020		2019	
RUY DE CARVALHO	9,2	RUY DE CARVALHO	11,7	RUY DE CARVALHO	10,7
DIOGO INFANTE	3,2	DANIELA RUAH	3,7	EUNICE MUÑOZ	5,3
DIOGO MORGADO	2,7	ALEXANDRA LENCASTRE	3,4	DIOGO MORGADO	5,1
NUNO LOPES	2,1	EUNICE MUÑOZ	3,3	RITA BLANCO	3,2
EUNICE MUÑOZ	1,9	DIOGO MORGADO	2,9	DIOGO INFANTE	2,5
DANIELA RUAH	1,8	DIOGO INFANTE	2,7	RITA PEREIRA	2,4
ALEXANDRA LENCASTRE	1,6	RITA PEREIRA	2,2	NICOLAU BREYNER	2,2
JOAQUIM DE ALMEIDA	1,6	JOAQUIM DE ALMEIDA	2,0	JOAQUIM DE ALMEIDA	2,0
RITA BLANCO	1,6	RITA BLANCO	1,4	ALEXANDRA LENCASTRE	1,8
FERNANDA SERRANO	1,5	NUNO LOPES	1,0	HERMAN JOSÉ	1,4
NS/NR	46,8	NS/NR	43,4	NS/NR	38,3



# Lista de atores para os mais jovens é radicalmente diferente

Kelly Bailey e Ricardo Pereira, que não surgem no Top 10 das referências gerais, são os atores que os jovens portugueses mais admiram.

## 56 Top 10 atrizes ou atores que as pessoas mais admiram

Valores em percentagem

2021: 15/19		2021: 55 OU +		2021: QUEM ASSISTIU A TEATRO	
KELLY BAILEY	5,1	RUY DE CARVALHO	14,9	RUY DE CARVALHO	10,1
RICARDO PEREIRA	4,8	DIOGO INFANTE	4,5	DIOGO INFANTE	4,9
DANIELA RUAH	4,7	RITA BLANCO	2,6	DIOGO MORGADO	3,0
DIOGO MORGADO	3,8	MARINA MOTA	2,5	NUNO LOPES	2,9
ALEXANDRA LENCASTRE	2,4	EUNICE MUÑOZ	2,1	EUNICE MUÑOZ	2,7
ALBANO JERÓNIMO	1,7	SOFIA RIBEIRO	1,9	DANIELA RUAH	2,3
RITA BLANCO	1,7	FERNANDO MENDES	1,8	HERMAN JOSÉ	2,1
NUNO LOPES	1,7	HERMAN JOSÉ	1,8	FERNANDO MENDES	2,0
RITA PEREIRA	1,3	VIRGÍLIO CASTELO	1,5	SOFIA RIBEIRO	2,0
RUY DE CARVALHO	1,1	FERNANDA SERRANO	1,4	KELLY BAILEY	1,9
CLÁUDIA VIEIRA	1,1				
NS/NR	51,5	NS/NR	45,8	NS/NR	32,2





## Xutos e Pontapés continuam em primeiro, embora com cerca de metade das referências de há dois anos atrás

Há uma aparente ligação entre os músicos que habitualmente estão presentes em programas de talento televisivos e a classificação neste ranking, reforçando a importância da notoriedade.

### 57 Top 10 artistas musicais ou bandas que as pessoas mais admiram

*Valores em percentagem.*

2021		2020		2019	
XUTOS E PONTAPÉS	8,9	XUTOS E PONTAPÉS	12,3	XUTOS E PONTAPÉS	16,5
RUI VELOSO	5,2	RUI VELOSO	4,4	TONY CARREIRA	5,9
TONY CARREIRA	3,7	MARIZA	4,4	MARIZA	5,4
DIOGO PIÇARRA	2,6	TONY CARREIRA	3,2	RUI VELOSO	3,2
MARIZA	2,4	DIOGO PIÇARRA	2,6	GNR	2,5
THE GIFT	2,3	ANTÓNIO ZAMBUJO	2,6	AMOR ELECTRO	2,5
AMOR ELECTRO	1,6	GNR	1,8	THE GIFT	2,1
GNR	1,6	AMOR ELECTRO	1,7	AMÁLIA RODRIGUES	2,1
CAROLINA DESLANDES	1,5	PEDRO ABRUNHOSA	1,5	PEDRO ABRUNHOSA	1,7
FERNANDO DANIEL	1,5	CARLOS DO CARMO	1,4	UHF	1,7
NS/NR	32,1	NS/NR	30,0	NS/NR	22,7

# Hip Hop está a ganhar terreno nos jovens

Apesar da liderança do Diogo Piçarra, nota-se uma presença importante de nomes do Hip Hop, dando corpo aos resultados apresentados na tabela relacionada com o tipo de música consumida.

De salientar que Xutos e Pontapés e Rui Veloso continuam, ainda, a ser ouvidos pelos mais jovens.

## 58 Top 10 artistas musicais ou bandas que as pessoas mais admiram

Valores em percentagem.

2021: 15/24		2021: 55 OU +		2021: QUEM ASSISTIU A UM CONCERTO	
DIOGO PIÇARRA	6,5	RUI VELOSO	9,4	XUTOS E PONTAPÉS	9,6
BISPO	6,4	XUTOS E PONTAPÉS	6,1	RUI VELOSO	6,0
XUTOS E PONTAPÉS	4,8	TONY CARREIRA	5,0	TONY CARREIRA	5,2
AGIR	4,8	MARIZA	2,6	THE GIFT	3,7
FERNANDO DANIEL	4,2	THE GIFT	2,6	MARIZA	2,8
WET BED GANG	3,4	ANA MOURA	2,5	DIOGO PIÇARRA	2,4
RUI VELOSO	3,3	DIOGO PIÇARRA	2,3	CAROLINA DESLANDES	2,3
PLUTÓNIO	1,5	UHF	2,2	AMOR ELECTRO	2,0
DAMA	1,4	AMÁLIA RODRIGUES	2,1	CLÃ	1,8
SLOW J	1,4	CLÃ	2,0	GNR	1,6
NS/NR	28,9	NS/NR	35,6	NS/NR	21,3





## Joana Vasconcelos é, de qualquer forma de análise, a artista plástica que os portugueses mais admiram

Vhils e Bordalo II, os únicos artistas referidos no Top 10 geral que fazem parte da nova geração, consolidam as posições de 2020.

O maior destaque continua a ir para a percentagem de pessoas que não responderam ou afirmaram não saber.

### 59 Top 10 artistas plásticos que as pessoas mais admiram

Valores em percentagem

2021		2020		2019	
JOANA VASCONCELOS	6,0	JOANA VASCONCELOS	10,0	JOANA VASCONCELOS	15,5
PAULA REGO	4,6	PAULA REGO	4,0	PAULA REGO	3,7
VHILS	2,3	VHILS	2,5	JÚLIO POMAR	1,5
JOÃO CUTILEIRO	1,2	JÚLIO POMAR	2,1	ÁLVARO SIZA VIEIRA	0,8
JÚLIO POMAR	1,1	VIEIRA DA SILVA	1,3	GRAÇA MORAIS	0,8
MALUDA	1,1	BORDALO II	0,9	VIEIRA DA SILVA	1,0
MANUEL CARGALEIRO	0,7	MALUDA	0,9	NADIR AFONSO	0,6
BORDALO II	0,4	JOSÉ MALHOA	0,7	ALMADA NEGREIROS	0,5
AMADEO DE SOUZA-CARDOSO	0,4	JÚLIO RESENDE	0,6	JÚLIO RESENDE	0,4
VIEIRA DA SILVA	0,3	ALMADA NEGREIROS	0,5	MANUEL CARGALEIRO	0,4
NS/NR	74,8	NS/NR	67,1	NS/NR	67,5

# A importância da arte urbana para os jovens

Nos 10 primeiros nomes referidos para os jovens, surgem três nomes relacionados com a arte urbana. Mas, o grande destaque deste segmento etário vai para o facto de mais de 80% dos jovens não saber ou não nomear qualquer artista plástico.

## 60 Top 10 artistas plásticos que as pessoas mais admiram

Valores em percentagem

2021: 15/24		2021: 55 OU +		2021: QUEM VISITOU UM MUSEU *	
JOANA VASCONCELOS	6,0	JOANA VASCONCELOS	7,7	JOANA VASCONCELOS	8,1
PAULA REGO	4,6	PAULA REGO	4,3	PAULA REGO	5,1
VHILS	2,3	MALUDA	2,7	VHILS	4,4
JOÃO CUTILEIRO	1,2	JÚLIO POMAR	2,4	MALUDA	2,6
JÚLIO POMAR	1,1	JOÃO CUTILEIRO	2,3	JÚLIO POMAR	2,2
MALUDA	1,1	VHILS	1,7	MANUEL CARGALEIRO	1,3
MANUEL CARGALEIRO	0,7	MANUEL CARGALEIRO	1,4	JOÃO CUTILEIRO	1,2
BORDALO II	0,4	VIEIRA DA SILVA	0,7	ÁLVARO SIZA VIEIRA	0,8
AMADEO DE SOUZA-CARDOSO	0,4	AMADEO DE SOUZA-CARDOSO	0,4	AMADEO DE SOUZA-CARDOSO	0,7
VIEIRA DA SILVA	0,3	JOSÉ RODRIGUES	0,4	BORDALO II	0,5
NS/NR	82,8	NS/NR	69,5	NS/NR	63,3



\* Quem visitou algum museu, uma exposição, um património urbano ou natural, online ou presencialmente no último ano



## José Saramago é a grande referência literária em Portugal pelo terceiro ano consecutivo

José Rodrigues dos Santos é o único autor, para além de Saramago, que se mantém consistentemente no Top 3 ao longo de todos os anos analisados, beneficiando, talvez, da sua notoriedade televisiva.

### 61 Top 10 escritoras ou escritores que as pessoas mais admiram

Valores em percentagem

2021		2020		2019	
JOSÉ SARAGAMO	10,6	JOSÉ SARAGAMO	10,4	JOSÉ SARAGAMO	9,4
FERNANDO PESSOA	6,5	JOSÉ RODRIGUES DOS SANTOS	8,4	EÇA DE QUEIROZ	5,9
JOSÉ RODRIGUES DOS SANTOS	5,6	FERNANDO PESSOA	5,4	JOSÉ RODRIGUES DOS SANTOS	5,6
EÇA DE QUEIRÓS	5,0	EÇA DE QUEIRÓS	4,5	FERNANDO PESSOA	5,1
SOPHIA DE MELLO BREYNER ANDRESEN	2,5	SOPHIA DE MELLO BREYNER ANDRESEN	3,2	SOPHIA DE MELLO BREYNER	3,0
RAUL MINH'ALMA	1,7	LUÍS DE CAMÕES	3,0	MIGUEL SOUSA TAVARES	2,2
PEDRO CHAGAS FREITAS	1,4	JOSÉ LUÍS PEIXOTO	1,3	ANTÓNIO LOBO ANTUNES	2,0
MIGUEL SOUSA TAVARES	1,3	MIGUEL SOUSA TAVARES	1,1	AGUSTINA BESSA-LUÍS	1,4
JOSÉ LUÍS PEIXOTO	1,1	ANTÓNIO LOBO ANTUNES	1,0	LUÍS DE CAMÕES	1,2
ANTÓNIO LOBO ANTUNES	1,1	JOSÉ RÉGIO	0,9	HELENA DE SACADURA CABRAL	1,1
NS/NR	48,4	NS/NR	45,4	NS/NR	45,6

# Fernando Pessoa e Gil Vicente, clássicos do Programa Nacional de Leitura, ocupam um lugar de destaque no segmento etário mais novo.

Uma referência para sublinhar a praticamente inexistência de mulheres no Top de escritores, com a única exceção a ser a Sophia de Mello Breyner Andresen.

## 62 Top 10 escritoras ou escritores que as pessoas mais admiram

Valores em percentagem

2021: 15/24		2021: 55 OU +		2021: QUEM LEU UM LIVRO	
FERNANDO PESSOA	12,2	JOSÉ SARAMAGO	12,7	JOSÉ SARAMAGO	13,2
JOSÉ SARAMAGO	9,0	EÇA DE QUEIRÓS	9,0	FERNANDO PESSOA	7,8
GIL VICENTE	4,8	JOSÉ RODRIGUES DOS SANTOS	5,7	JOSÉ RODRIGUES DOS SANTOS	7,5
SOPHIA DE MELLO BREYNER ANDRESEN	4,6	FERNANDO PESSOA	4,8	EÇA DE QUEIRÓS	5,4
RAUL MINH'ALMA	3,5	MIGUEL SOUSA TAVARES	2,7	SOPHIA DE MELLO BREYNER ANDRESEN	2,4
JOSÉ RODRIGUES DOS SANTOS	2,1	SOPHIA DE MELLO BREYNER ANDRESEN	2,1	RAUL MINH'ALMA	2,3
LUÍS DE CAMÕES	2,0	ANTÓNIO LOBO ANTUNES	1,9	MIGUEL SOUSA TAVARES	1,7
PEDRO CHAGAS FREITAS	1,6	ALEXANDRE HERCULANO	1,9	JOSÉ LUÍS PEIXOTO	1,5
RICARDO ARAÚJO PEREIRA	0,9	FERNANDO GONÇALVES NAMORA	1,6	ANTÓNIO LOBO ANTUNES	1,4
MIA COUTO	0,8	CAMILO CASTELO BRANCO	1,2	CAMILO CASTELO BRANCO	1,1
NS/NR	51,3	NS/NR	45,7	NS/NR	38,0





## Duas mulheres entram, pela primeira vez, no Top 10 de realizadores ou realizadoras

Manoel de Oliveira e António Pedro-Vasconcelos permanecem resilientes no topo, com percentagens de reconhecimento interessantes. 8 das pessoas referidas apresentam, no entanto, percentagens abaixo de 1%.

Se anteriormente não havia qualquer referência feminina no Top 10, este ano entram Teresa Villaverde e também Ana Rita Rocha de Sousa, depois do sucesso da sua longa metragem Listen.

### 63 Top 10 realizadoras ou realizadores que as pessoas mais admiram

Valores em percentagem

	2021		2020		2019
MANOEL DE OLIVEIRA	6,1	MANOEL DE OLIVEIRA	10,9	MANOEL DE OLIVEIRA	9,3
ANTÓNIO-PEDRO VASCONCELOS	3,8	ANTÓNIO-PEDRO VASCONCELOS	2,3	ANTÓNIO-PEDRO VASCONCELOS	5,3
JOÃO BOTELHO	0,9	JOÃO BOTELHO	1,7	NICOLAU BREYNER	1,2
JOÃO CANIJO	0,8	PAULO BRANCO	1,0	JOAQUIM DE ALMEIDA	0,9
JOAQUIM LEITÃO	0,6	JOAQUIM LEITÃO	0,9	JOAQUIM LEITÃO	0,9
PEDRO COSTA	0,6	FERNANDO LOPES	0,8	JOÃO BOTELHO	0,6
ANA RITA ROCHA DE SOUSA	0,6	LEONEL VIEIRA	0,6	JOSÉ FONSECA E COSTA	0,6
JOAQUIM DE ALMEIDA	0,6	JOÃO CÉSAR MONTEIRO	0,5	LEONEL VIEIRA	0,4
LEONEL VIEIRA	0,5	FRANCISCO MANSO	0,4	DIOGO MORGADO	0,4
TERESA VILLAVERDE	0,5	JOSÉ FONSECA E COSTA	0,4	VASCO SANTANA	0,3
NS/NR	79,0	NS/NR	73,0	NS/NR	73,9



# Mais de 90% dos jovens não sabem nomear um realizador ou realizadora

Aliás, neste segmento, apenas foram referidos 9 nomes no total, não chegando a preencher o Top 10.

Nos mais jovens não há referência a mulheres, parecendo não haver uma alteração substancial desta desigualdade para este segmento mais habitualmente sensível a estes aspetos.

## 64 Top 10 realizadoras ou realizadores que as pessoas mais admiram

Valores em percentagem

2021: 15/24		2021: 55 OU +		2021: QUEM ASSISTIU A UM FILME PORTUGUÊS	
PEDRO COSTA	2,5	MANOEL DE OLIVEIRA	10,3	MANOEL DE OLIVEIRA	6,8
JOAQUIM DE ALMEIDA	1,5	ANTÓNIO-PEDRO VASCONCELOS	6,3	PEDRO VASCONCELOS	5,9
MANOEL DE OLIVEIRA	0,7	JOÃO CANIJO	1,2	JOÃO BOTELHO	1,4
JOAQUIM LEITÃO	0,6	JOAQUIM LEITÃO	1,1	JOÃO CANIJO	1,2
JOAO SALAVIZA	0,6	JOÃO BOTELHO	0,9	JOAQUIM LEITÃO	1,0
TIAGO GUEDES	0,5	TERESA VILA VERDE	0,8	JOAQUIM DE ALMEIDA	1,0
AURÉLIO DA PAZ DOS REIS	0,5	PAULO BRANCO	0,6	PEDRO COSTA	0,9
MIGUEL ISMAEL	0,5	PEDRO COSTA	0,5	LEONEL VIEIRA	0,9
JOSÉ PAULO SANTOS	0,5	JOSÉ FONSECA E COSTA	0,4	ANA RITA ROCHA DE SOUSA	0,8
		LEITÃO DE BARROS	0,3	TERESA VILA VERDE	0,7
NS/NR	91,6	NS/NR	70,3	NS/NR	70,7





## Herman José e Ricardo Araújo Pereira invertem a posição de liderança

Este ano, é Herman José quem ocupa o primeiro lugar do top dos humoristas que os portugueses mais admiram.

O humor parece ser, também, uma atividade cultural dominada pelos homens, já que nenhuma mulher foi referida no Top 10.

### 65 Top 10 humoristas que as pessoas mais admiram

Valores em percentagem

2021		2020	
HERMAN JOSÉ	16,3	RICARDO ARAÚJO PEREIRA	16,0
RICARDO ARAÚJO PEREIRA	14,8	HERMAN JOSÉ	15,3
FERNANDO ROCHA	10,0	FERNANDO ROCHA	9,9
BRUNO NOGUEIRA	5,0	BRUNO NOGUEIRA	4,2
CÉSAR MOURÃO	4,8	ANTÓNIO RAMINHOS	3,1
FERNANDO MENDES	1,9	CÉSAR MOURÃO	3,0
ANTÓNIO RAMINHOS	1,9	NUNO MARKL	1,7
NUNO MARKL	1,2	ANA ARREBENTINHA	1,6
RUI UNAS	1,1	PEDRO TEIXEIRA DA MOTA	1,1
PEDRO TEIXEIRA DA MOTA	1,1	NILTON	0,9
NS/NR	31,3	NS/NR	33,1

# Fernando Rocha destaca-se para os mais jovens

O segmento mais novo apresenta uma capacidade elevada de identificação de humoristas, com apenas 32% a não fazer essa identificação.

Para o segmento etário mais velho, acima dos 55 anos, há, ainda, referências importantes a humoristas que já não estão vivos, como o Raul Solnado e o Camilo de Oliveira.

## 66 Top 10 humoristas que as pessoas mais admiram

Valores em percentagem

2021: 15/24		2021: 55 OU +		2021: QUEM DISSE QUE HUMOR É CULTURA	
FERNANDO ROCHA	12,5	HERMAN JOSÉ	28,6	HERMAN JOSÉ	16,5
RICARDO ARAÚJO PEREIRA	8,5	RICARDO ARAÚJO PEREIRA	14,4	RICARDO ARAÚJO PEREIRA	15,9
PEDRO TEIXEIRA DA MOTA	7,0	FERNANDO ROCHA	5,4	FERNANDO ROCHA	8,5
BRUNO NOGUEIRA	6,7	FERNANDO MENDES	3,6	BRUNO NOGUEIRA	5,7
ANTÓNIO RAMINHOS	5,1	RAUL SOLNADO	2,3	CÉSAR MOURÃO	5,0
ALEXANDRE SANTOS	4,1	CÉSAR MOURÃO	1,9	FERNANDO MENDES	2,3
CÉSAR MOURÃO	3,7	BRUNO NOGUEIRA	1,4	ANTÓNIO RAMINHOS	1,6
DIOGO BATÁGUAS	2,7	CAMILO DE OLIVEIRA	1,1	NUNO MARKL	1,4
HUGO SOUSA	2,1	SERAFIM	1,1	RUI UNAS	1,4
RUI SINEL DE CORDES	1,1	MARCO HORÁCIO	1,0	PEDRO TEIXEIRA DA MOTA	1,3
NS/NR	32,9	NS/NR	34,1	NS/NR	29,9





## Jovens são os que menos conseguem identificar artistas que admiram

Humor e música são as áreas em que os portugueses conseguem apresentar mais referências específicas de nomes, com percentagens de NS/NR a rondarem os 30%.

Já os artistas de artes plásticas e os realizadores ou realizadoras não conseguem ser nomeados por 75% dos portugueses ou mais.

### 67 Pessoas que não sabem ou não querem responder

Valores em percentagem

	GERAL		JOVENS		EDUCAÇÃO INICIAL	
	2021	2020	2021	2020	2021	2020
ATOR/ATRIZ	46,8	43,4	54,1	58,1	44,8	42,4
ARTISTA MUSICAL/ BANDA	32,1	30,0	28,9	39,2	37,8	34,5
ARTISTA PLÁSTICO	74,8	67,1	82,8	83,0	84,7	76,5
ESCRITOR/ESCRITORA	48,4	45,4	51,3	62,4	58,8	51,7
REALIZADOR/ REALIZADORA	79,0	73,0	91,6	90,1	78,9	72,0
HUMORISTA	31,3	33,1	32,9	35,6	33,5	34,8



09

**para**

**fechar**



**09**

para

fechar



09

**para**

**fechar**

# Próxima edição

Se a edição deste ano foi um cruzamento entre a análise das consequências da Covid-19 e das perspectivas para o retorno dos portugueses às iniciativas presenciais, esperamos que, no próximo ano, já não seja necessário contemplar tão diretamente a pandemia na elaboração do questionário.

No entanto, e considerando também a análise do estudo deste ano, julgamos que esta fase não só trouxe novas dimensões que vieram para ficar, tal como a fruição de atividades através do digital, mas também despertou nos portugueses um sentimento de maior atenção e valorização da cultura. Estes fatores deixam-nos entusiasmados para continuar esta pesquisa no futuro e perceber como irá evoluir a relação da população com a dimensão cultural.

Mais uma vez, esperamos que o Barómetro Gerador Qmetrics origine, no próximo ano, outro momento de reflexão e discussão sobre a criatividade e a cultura, tal como aconteceu nos últimos dois anos com o Oeiras Ignição Gerador. As nossas prioridades continuarão a ser, sempre, estimular o diálogo e proporcionar ferramentas úteis ao trabalho dos agentes da comunidade cultural e dos decisores políticos e empresariais.



# Análises através da Academia Gerador

O nosso objetivo é o de, ao longo do ano, continuar a aprofundar as análises que aqui foram sendo feitas, analisando sempre novos cruzamentos e novas perspetivas. Pretendemos, cada vez mais, produzir conhecimento que interligue diversas fontes, olhares e contextos, considerando assim os dados do Barómetro na sua relação com outros dados e estudos que venham a ser produzidos.

Para além disso, em linha com a visão global do Gerador, pretendemos debruçar-nos também sobre a produção de conhecimento acerca de outras dimensões para além da cultura, tais como a sustentabilidade, a juventude e os desafios do interior do país. Esta nossa ambição levará à publicação regular de outros estudos e reflexões, que contemplem um universo cada vez mais variado de questões.

A Academia Gerador vai dedicar boa parte do seu tempo à concretização destas recolhas e à publicação regular de informação, quer através do site gerador.eu, quer através de iniciativas públicas a anunciar.

Porque pretendemos que os nossos estudos sejam úteis e consequentes para a comunidade, estamos disponíveis para produzir outros tipos de relatórios, personalizados e individuais, para diferentes entidades culturais, autarquias, regiões ou empresas.

Em parceria com a Qmetrics, o Gerador cria e desenvolve estudos de mercado de raiz, para qualquer entidade, utilizando as mesmas metodologias, abordagens e capacidade de interpretação dos resultados.



# Detalhes Ficha Técnica



## SEXO



MASCULINO

47,7% 47,2%

FEMININO

52,3% 52,8%

## LEGENDA

 Distribuição da amostra  
 Distribuição da população

## IDADE

DE 15 A 24 ANOS

15,5% 12,8%

DE 25 A 34 ANOS

18,4% 15,9%

DE 35 A 44 ANOS

21,2% 17,8%

DE 45 A 54 ANOS

19,6% 16,6%

DE 55 OU MAIS ANOS

25,3% 37,0%

## REGIÃO

INTERIOR NORTE

18,8% 20,1%

LITORAL NORTE

18,3% 18,2%

GRANDE PORTO

11,4% 11,0%

LITORAL CENTRO

14,3% 14,6%

GRANDE LISBOA

20,9% 20,4%

SUL

11,1% 11,0%

REGIÃO AUTÓNOMA DOS AÇORES

2,5% 2,3%

REGIÃO AUTÓNOMA DA MADEIRA

2,6% 2,5%

## FONTES

Gênero e Idades: **INE, 2012**

Designação: População residente com 12 e mais anos de idade (N.o) por Local de residência (à data dos Censos 2011), Sexo, Grupo etário e Estado civil; Decenal

Fonte: INE, Recenseamento da População e Habitação  
Data da última atualização: 20-Nov-2012

Regiões: **MARKTEST, 2013**

Novas Regiões Marktest em 2013 - Atualização das Regiões Marktest

[https://www.marktest.com/wap/private/images/logos/Regioes\\_Marktest\\_Actualizacao\\_de\\_2013.pdf](https://www.marktest.com/wap/private/images/logos/Regioes_Marktest_Actualizacao_de_2013.pdf)



## GERADOR

LARGO DAS CONCHAS  
CASA DA CIDADANIA, 9  
1750—155 LISBOA  
GERAL@GERADOR.EU

---



EDIFÍCIO ALFA CENTER  
AVENIDA COLUMBANO  
BORDALO PINHEIRO,  
108-1ª  
1070-067 LISBOA