



academia
gerador

Barómetro da Cultura 2023

5ª edição

Estudo anual
sobre a perceção
da Cultura
em Portugal

Papel da cultura
na sociedade e relação
com a economia

GERADOR



Introdução

O Gerador surgiu em 2014 com a vontade de fazer cultura como um dos principais fatores impulsionadores do projeto. No entanto, acreditamos que antes de se poder chegar ao ato de “fazer cultura”, é imprescindível pensar a cultura primeiro, um desafio que na altura se afigurava praticamente inultrapassável.

Em Portugal não existiam estudos sobre as práticas culturais, apenas sondagens realizadas aos agentes do setor da cultura, que são fundamentais e pertinentes, naturalmente, mas incompletas sobre a visão de um território.

Se quiséssemos saber a opinião das pessoas residentes em Portugal sobre cultura, teríamos de visitar o estudo Participação e Acesso Cultural, do Eurobarómetro, organizado pela Comissão Europeia em 2013. Um estudo limitado, obviamente, pela pretensão de explorar um continente e não as características específicas de cada país.

Esse estudo, como muitos outros relacionados com o consumo cultural, está maioritariamente construído para analisar as práticas culturais comerciais, ou seja, aquelas em que há um preço para se ter acesso à cultura. Dir-se-ia que é a necessidade da sociedade moderna de traduzir tudo em dinheiro, já que, sem isso, não há valor.

Ora, as nossas reflexões internas apontavam noutra direção. É mais importante perceber se as pessoas assistem a filmes do que contabilizar as idas ao cinema. Lógico que devemos analisar essa dimensão específica também, mas é mais relevante o ato de visualizar filmes globalmente, independentemente de ter ocorrido nos canais abertos da televisão ou gratuitamente através da Internet.

Por isso, como muitas vezes acontece quando detectamos uma lacuna séria, decidimos procurar colmatá-la, avançando com a realização de um estudo que avaliasse a opinião das pessoas sobre a cultura. Um estudo anual para se entender que mudanças iam surgindo na sociedade. Um estudo que faz agora 5 anos.

O Barómetro da Cultura servia para nos ajudar, finalmente, a pensar cultura, mas, também, para que a comunidade cultural, os autores, artistas e decisores políticos e empresariais pudesse ter acesso a informações críticas para as suas estratégias.

Como não poderia deixar de ser, a base do nosso estudo partiu das convenções existentes, de referências anteriores. Muitas dessas investigações focam-se mais no consumo comercial, como já referido, mas, também, num conjunto de dimensões associadas à “cultura elevada”.

O Gerador, pela sua natureza, por ter surgido da comunidade, tem uma atenção particular à pessoa comum. Pouco a pouco fomos, por isso, adaptando a forma de questionar e de refletir, introduzindo mudanças estruturais no modo de compreender a cultura. Talvez por ser demasiado disruptivo, nunca encontramos interesse por parte do Ministério da Cultura em apoiar este projeto, por mais essencial que ele seja.

Hoje podemos afirmar, com segurança, que fornecemos informações originais e consequentes sobre os hábitos culturais das pessoas que vivem em Portugal, como a avaliação da importância do bem estar mental ou físico, a diferenciação entre o consumo proativo e reativo de cultura, a influência da oferta e da informação cultural, o interesse efetivo pela cultura comparado com cada prática cultural, entre muitas outras informações indispensáveis.

Por considerarmos que há um conjunto muito significativo de informações relevantes que merecem um olhar dedicado, o Barómetro deste ano vai ser apresentado em cadernos individuais que serão publicados regularmente nas próximas semanas. Todos os cadernos terão acesso gratuito através do nosso [site](http://gerador.eu), em gerador.eu.

Deste caderno

Neste caderno, abordamos as questões que nos possibilitam obter uma perspectiva sobre como a população residente em Portugal percebe o papel da cultura no contexto geral da sociedade. Desta forma, conseguimos não apenas ter uma visão abrangente, mas também uma visão comparativa em relação a outros setores da sociedade.

Com base nas informações aqui apresentadas, podemos compreender melhor o papel que as pessoas atribuem à cultura e, em particular, a importância que lhe conferem. Um dos maiores destaques deste caderno é a constatação de que a esmagadora maioria da população ambiciona por um aumento do Orçamento de Estado para a cultura, algo que tem sido comprovado por todas as cinco edições do estudo. Esta consistência reflete uma valorização da cultura por parte da sociedade que nem sempre é evidente no discurso público.

01

**Papel da
Cultura na
Sociedade**

Setores importantes para a sociedade

Habitação é o 4º setor mais importante, estando apenas abaixo da saúde, da educação e da justiça

À semelhança dos anos anteriores, a saúde, a educação e a justiça são os três setores mais valorizados pelos inquiridos. Este ano, foi adicionada uma nova dimensão à pergunta, que entrou imediatamente para 4º lugar, demonstrando ser de uma importância extrema para os residentes em Portugal: a habitação.

Ao mesmo tempo, são quase 90% aqueles que classificam a cultura como tendo uma importância acima de 7, a percentagem mais alta desde 2019. A classificação do ambiente também melhora ligeiramente face ao ano passado mas, no entanto, com a entrada da habitação, este setor desce para 6º lugar.

São os mais velhos quem atribui maior importância a todos os setores e os mais jovens quem atribui classificações mais baixas.

QUAL A IMPORTÂNCIA DESTES SETORES PARA A SOCIEDADE?	2019	2020	2021	2022	2023
SAÚDE	9,6	9,6	9,2	9,1	9,5
EDUCAÇÃO	9,5	9,4	9,2	9,1	9,4
JUSTIÇA	8,9	9,3	9,1	9,0	9,4
SEGURANÇA (INCL. FORÇAS POLICIAIS)	9,2	9,1	8,8	8,8	9,2
AMBIENTE	9,3	9,1	8,9	8,7	9,0
CIÊNCIA	9,0	9,0	8,7	8,6	8,9
CULTURA	8,9	8,6	8,7	8,5	8,7
PESSOAS QUE RESPONDERAM 7 OU MAIS	92,8	88,4	88,4	84,7	88,9
PESSOAS QUE RESPONDERAM 5 OU MENOS	—	6,8	6,7	9,3	4,2
DEFESA NACIONAL (INCL. EXÉRCITO)	8,4	8,4	8,1	8,2	8,5
JORNALISMO	7,5	8,0	8,0	7,9	7,9
ENTRETENIMENTO	7,7	8,0	8,1	7,8	8,1
RELIGIÃO	—	—	6,2	5,9	6,4
HABITAÇÃO	—	—	—	—	9,3

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

QUAL A IMPORTÂNCIA DESTES SETORES PARA A SOCIEDADE? POR FAIXA ETÁRIA	15 A 24 ANOS	25 A 34 ANOS	35 A 44 ANOS	45 A 54 ANOS	55 E MAIS ANOS
SAÚDE	9,3	9,3	9,5	9,5	9,7
EDUCAÇÃO	9,1	9,2	9,4	9,4	9,5
JUSTIÇA	8,7	9,3	9,4	9,3	9,6
SEGURANÇA (INCL. FORÇAS POLICIAIS)	8,6	9,0	9,2	9,2	9,4
AMBIENTE	8,5	8,9	8,8	9,0	9,3
CIÊNCIA	8,6	8,8	8,7	8,7	9,1
CULTURA	8,2	8,7	8,6	8,6	9,0
PESSOAS QUE RESPONDERAM 7 OU MAIS	77,4	88,2	90,0	88,2	92,3
PESSOAS QUE RESPONDERAM 5 OU MENOS	5,8	7,4	5,1	3,5	2,6
DEFESA NACIONAL (INCL. EXÉRCITO)	8,0	8,6	8,4	8,4	8,8
JORNALISMO	7,9	7,6	7,7	7,8	8,0
ENTRETENIMENTO	7,7	8,3	7,9	8,0	8,2
RELIGIÃO	6,5	6,2	6,0	6,2	6,6
HABITAÇÃO	9,1	9,2	9,2	9,3	9,4

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

— O que é a cultura

Teatro, literatura, pintura, património e música continuam a ser as áreas que os inquiridos mais relacionam com a cultura

As diferentes áreas que os residentes de Portugal associam à ideia de cultura têm-se mantido relativamente estáveis ao longo dos anos. Entre os mais jovens, que dão pontuações mais baixas a todas as dimensões, o top é ligeiramente diferente: a seguir ao património, surge o artesanato. A partir dos 25 anos vemos que as pontuações atribuídas a todas as áreas são significativamente mais altas comparativamente àquelas que são atribuídas pela faixa etária mais jovem, com excepção da pontuação dada aos videojogos e às redes sociais.

O QUE É A CULTURA?	2019	2020	2021	2022	2023
TEATRO	96,0	95,6	98,1	98,3	97,0
LITERATURA	99,1	97,3	97,6	97,8	96,1
PINTURA	94,4	96,6	96,1	97,5	95,2
PATRIMÔNIO*	—	98,6	98,2	97,1	98,0
MÚSICA	95,7	95,0	97,0	96,8	96,2
ARTESANATO	95,8	92,8	95,6	95,1	94,6
A LÍNGUA PORTUGUESA	97,3	93,5	94,6	93,5	93,0
DANÇA	93,2	92,6	93,5	93,3	92,9
FOTOGRAFIA	88,2	88,9	91,1	91,8	88,5
CINEMA	90,4	89,7	91,1	91,5	90,7
ARQUITETURA	91,0	87,4	88,6	90,4	88,4
GASTRONOMIA	88,1	85,8	90,6	89,1	88,7
BANDA DESENHADA	77,7	75,3	80,3	80,7	77,9
MODA	62,3	64,6	69,2	72,7	66,5
HUMOR	—	65,0	72,8	71,6	70,0
CÍRCO	—	56,0	68,1	67,9	67,3
TELEVISÃO	68,0	61,2	66,8	67,7	65,3
INTERNET	—	45,8	44,9	44,5	46,6
REDES SOCIAIS	—	17,9	21,4	21,1	23,0
VIDEOJOGOS	—	16,7	20,7	20,1	20,8

Resposta múltipla. Valores em percentagem. *Estátuas, palácios, castelos, igrejas.

O QUE É A CULTURA? POR FAIXA ETÁRIA	15 A 24 ANOS	25 A 34 ANOS	35 A 44 ANOS	45 A 54 ANOS	55 E MAIS ANOS
TEATRO	84,6	98,4	97,7	99,3	98,8
LITERATURA	79,0	95,1	97,4	99,3	99,3
PINTURA	87,9	95,7	94,5	96,7	96,7
PATRIMÔNIO*	96,1	97,2	99,2	96,6	98,8
MÚSICA	92,0	97,7	97,4	96,2	96,4
ARTESANATO	93,3	95,7	94,5	92,0	95,9
A LÍNGUA PORTUGUESA	80,2	93,3	94,0	96,4	94,7
DANÇA	78,7	94,5	94,0	96,4	94,7
FOTOGRAFIA	75,1	89,9	86,7	88,6	92,6
CINEMA	73,4	92,4	93,3	91,6	93,6
ARQUITETURA	79,4	89,8	89,7	84,0	92,0
GASTRONOMIA	82,4	92,4	88,8	89,4	89,1
BANDA DESENHADA	60,5	84,5	70,9	79,5	82,7
MODA	62,2	71,0	64,9	70,1	65,3
HUMOR	53,0	75,2	61,4	70,3	76,3
CIRCO	44,2	68,0	58,2	65,1	78,2
TELEVISÃO	54,4	60,4	58,3	65,7	72,6
INTERNET	27,0	18,1	14,4	52,5	57,5
REDES SOCIAIS	21,1	18,1	14,4	29,4	25,6
VIDEOJOGOS	28,1	25,4	16,8	21,8	18,4

Resposta múltipla. Valores em percentagem. *Estátuas, palácios, castelos, igrejas.

Função da cultura

A cultura continua a ser considerada como estando mais próxima da educação do que do entretenimento

Tal como no ano passado, é no segmento mais jovem que se verifica uma menor diferença entre as duas opções, enquanto que as pessoas com mais de 55 anos são quem mais coloca a cultura como estando mais próxima da educação do que do entretenimento.

A CULTURA ESTÁ MAIS PRÓXIMA DA EDUCAÇÃO OU DO ENTRETENIMENTO?
ENTRETENIMENTO vs EDUCAÇÃO



Resposta única. Valores em percentagem.

Pessoas com filhos tendem a associar mais a cultura à educação

O nível de escolaridade não tem um impacto significativo na opinião dos inquiridos relativamente a esta questão, embora vá oscilando um pouco ao longo dos anos. Pelo contrário, nas despesas médias mensais, há algumas diferenças que

se fazem sentir: 17,7% das pessoas com as despesas médias mensais mais altas consideram que a cultura está mais próxima do entretenimento, comparativamente a 27,4% entre quem tem as despesas médias mensais mais baixas.

À semelhança do que sucedeu no ano passado, pessoas com filhos tendem a considerar mais frequentemente que a cultura está mais próxima da educação.

RESPOSTA POR FAIXA ETÁRIA. 15 A 24 ANOS	2019	2020	2021	2022	2023
EDUCAÇÃO	76,0	60,7	61,3	49,1	52,5
ENTRETENIMENTO	23,4	34,4	36,2	44,5	45,8
RESPOSTA POR FAIXA ETÁRIA. 25 A 34 ANOS	2019	2020	2021	2022	2023
EDUCAÇÃO	59,7	62,7	60,2	62,4	66,4
ENTRETENIMENTO	38,9	34,0	32,8	34,0	31,5
RESPOSTA POR FAIXA ETÁRIA. 35 A 44 ANOS	2019	2020	2021	2022	2023
EDUCAÇÃO	57,0	62,7	61,4	61,3	58,3
ENTRETENIMENTO	40,7	34,0	33,1	34,0	38,5
RESPOSTA POR FAIXA ETÁRIA. 45 A 54 ANOS	2019	2020	2021	2022	2023
EDUCAÇÃO	69,3	66,8	65,0	71,9	68,5
ENTRETENIMENTO	29,3	29,5	27,8	25,1	26,4
RESPOSTA POR FAIXA ETÁRIA. 55 ANOS OU MAIS	2019	2020	2021	2022	2023
EDUCAÇÃO	76,9	82,8	72,0	81,9	81,6
ENTRETENIMENTO	20,8	13,4	26,1	13,7	15,7

Resposta única. Valores em percentagem.

RESPOSTA POR ESCOLARIDADE. INICIAL	2019	2020	2021	2022	2023
EDUCAÇÃO	—	73,1	59,9	76,7	68,0
ENTRETENIMENTO	—	20,7	35,0	17,9	29,1

RESPOSTA POR ESCOLARIDADE. INTERMÉDIA	2019	2020	2021	2022	2023
EDUCAÇÃO	—	69,1	66,2	64,3	69,2
ENTRETENIMENTO	—	26,4	30,0	32,1	27,1

RESPOSTA POR ESCOLARIDADE. SUPERIOR	2019	2020	2021	2022	2023
EDUCAÇÃO	—	69,1	70,8	67,3	73,0
ENTRETENIMENTO	—	28,3	25,0	28,6	24,4

Resposta única. Valores em percentagem.

RESPOSTA POR DESPESAS. ATÉ 750 EUR	2019	2020	2021	2022	2023
EDUCAÇÃO	—	75,2	66,1	65,4	69,4
ENTRETENIMENTO	—	21,3	29,5	28,1	27,4

RESPOSTA POR DESPESAS. DE 751 A 1500 EUR	2019	2020	2021	2022	2023
EDUCAÇÃO	—	65,4	66,2	71,9	70,6
ENTRETENIMENTO	—	29,1	29,5	25,9	26,7

RESPOSTA POR DESPESAS. ACIMA DE 1500 EUR	2019	2020	2021	2022	2023
EDUCAÇÃO	—	70,5	64,0	74,0	77,9
ENTRETENIMENTO	—	27,5	33,6	21,8	17,7

Resposta única. Valores em percentagem.

RESPOSTA POR COMPOSIÇÃO DO AGREGADO FAMILIAR. PESSOAS SEM FILHOS

EDUCAÇÃO	60,3
ENTRETENIMENTO	36,5

RESPOSTA POR COMPOSIÇÃO DO AGREGADO FAMILIAR. PESSOAS COM FILHOS NO AGREGADO FAMILIAR

EDUCAÇÃO	68,8
ENTRETENIMENTO	27,7

RESPOSTA POR COMPOSIÇÃO DO AGREGADO FAMILIAR. PESSOAS COM FILHOS FORA DO AGREGADO FAMILIAR

EDUCAÇÃO	86,9
ENTRETENIMENTO	10,9

Resposta única. Valores em percentagem.

Papel da Cultura na resolução de problemas

Jovens são os mais cépticos em relação ao papel da cultura

A crença de que a cultura e as artes contribuem para que as pessoas estejam mais aptas a resolver problemas mantém-se sólida e bastante semelhante ao ano passado, com cerca de 84% das pessoas a responderem afirmativamente.

Este ano, é de assinalar uma descrença maior entre os jovens dos 15 aos 34 anos. Por outro lado, podemos observar que quanto mais elevado o grau de educação, maior a crença no papel da cultura para a resolução de problemas.

Há, ainda, uma parte significativa das pessoas, 10%, que afirma não saber ou não querer responder a esta pergunta.

ACHA QUE A CULTURA E AS ARTES CONTRIBUEM PARA QUE AS PESSOAS POSSAM ESTAR MAIS APTAS A RESOLVER PROBLEMAS DE FORMA IMAGINATIVA A NÍVEL PESSOAL E PROFISSIONAL?

2022

2023

SIM

84,0

83,8

NÃO

4,3

6,1

NÃO SABE

11,7

10,1

Valores em percentagem.

ACHA QUE A CULTURA E AS ARTES CONTRIBUEM PARA QUE AS PESSOAS POSSAM ESTAR MAIS APTAS A RESOLVER PROBLEMAS DE FORMA IMAGINATIVA A NÍVEL PESSOAL E PROFISSIONAL? GÉNERO

MASCULINO

FEMININO

2022

2023

2022

2023

SIM

82,4

82,9

85,7

84,9

NÃO

6,7

7,2

1,7

4,9

NÃO SABE

10,8

9,9

12,5

10,5

Valores em percentagem.

RESPOSTA POR FAIXA ETÁRIA. 15 A 24 ANOS	2022	2023
SIM	83,5	72,6
NÃO	6,7	19,7
NÃO SABE	9,7	7,7

RESPOSTA POR FAIXA ETÁRIA. 25 A 34 ANOS	2022	2023
SIM	85,6	77,7
NÃO	3,0	8,2
NÃO SABE	11,4	14,0

RESPOSTA POR FAIXA ETÁRIA. 35 A 44 ANOS	2022	2023
SIM	87,3	80,7
NÃO	2,2	10,1
NÃO SABE	10,5	9,2

RESPOSTA POR FAIXA ETÁRIA. 45 A 54 ANOS	2022	2023
SIM	80,2	88,0
NÃO	5,4	3,0
NÃO SABE	14,4	9,0

RESPOSTA POR FAIXA ETÁRIA. ACIMA DE 55 ANOS	2022	2023
SIM	83,8	88,3
NÃO	4,6	1,3
NÃO SABE	11,6	10,3

Valores em percentagem.

RESPOSTA POR ESCOLARIDADE. INICIAL	2022	2023
SIM	78,9	77,6
NÃO	4,2	9,2
NÃO SABE	16,8	13,2

RESPOSTA POR ESCOLARIDADE. INTERMÉDIA	2022	2023
SIM	83,0	83,3
NÃO	5,5	5,9
NÃO SABE	11,6	10,8

RESPOSTA POR ESCOLARIDADE. SUPERIOR	2022	2023
SIM	90,1	90,1
NÃO	3,2	3,4
NÃO SABE	6,7	6,4

Valores em percentagem.

RESPOSTA POR DESPESAS. ATÉ 750 EUR	2022	2023
SIM	80,8	82,7
NÃO	4,1	7,4
NÃO SABE	15,1	9,9

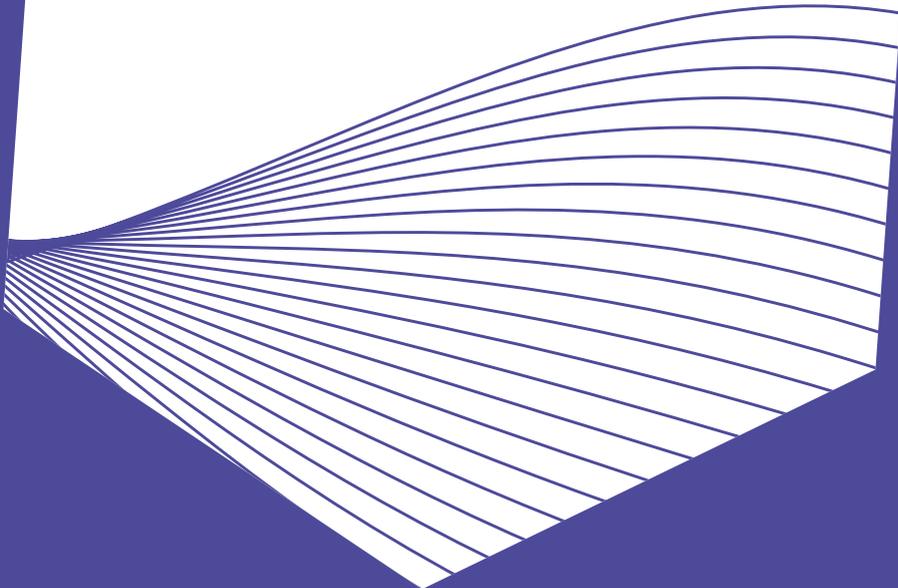
RESPOSTA POR DESPESAS. DE 751 A 1500 EUR	2022	2023
SIM	87,1	86,1
NÃO	4,6	4,5
NÃO SABE	8,2	9,4

RESPOSTA POR DESPESAS. ACIMA DE 1500 EUR	2022	2023
SIM	88,0	86,1
NÃO	4,7	5,3
NÃO SABE	7,3	8,6

Valores em percentagem.

02

**Cultura
&
Economia**



Avaliação do Orçamento de Estado para a Cultura

75% da população residente em Portugal acredita que o Estado deveria investir mais na cultura

Esta percentagem manteve-se estável face ao ano passado, mas decresceu cerca de 10 p.p. se compararmos com os resultados de 2019 e 2021, onde se encontrava acima dos 80%.

Em 2023, tal como em 2022, há mais 10% de indivíduos a considerar que o Estado deveria investir mais em cultura entre aqueles que possuem um nível superior de escolaridade, em comparação com aqueles que possuem o grau inicial de escolaridade.

O ESTADO DEVERIA INVESTIR MAIS, MENOS, OU O MESMO NA CULTURA?	2019	2020	2021	2022	2023
MAIS	81,5	*	84,5	74,7	75,0
MENOS	2,0	*	2,9	2,8	4,0
O MESMO	14,3	*	8,5	14,8	12,9

Resposta única. Valores em percentagem. *Em 2020 não fizemos esta questão.

RESPOSTA POR NÍVEL DE ESCOLARIDADE: INICIAL	2021	2022	2023
MAIS	83,2	70,1	68,2
MENOS	3,7	2,8	4,8
O MESMO	9,5	17,4	14,4

Resposta única. Valores em percentagem.

RESPOSTA POR NÍVEL DE ESCOLARIDADE. INTERMÉDIA	2021	2022	2022
MAIS	84,0	72,2	77,6
MENOS	1,8	3,7	3,1
O MESMO	8,7	16,3	11,6

Resposta única. Valores em percentagem.

RESPOSTA POR NÍVEL DE ESCOLARIDADE. SUPERIOR	2021	2022	2022
MAIS	86,3	81,8	78,7
MENOS	3,1	1,8	4,0
O MESMO	7,2	10,7	13,0

Resposta única. Valores em percentagem.

Perceção de preço das atividades culturais

O preço percecionado aumentou ligeiramente, para todas as atividades culturais, de 2022 para 2023, invertendo a tendência anterior. Pela primeira vez, desde 2019 a atividade "assistir a um concerto de música em Portugal" foi percecionada como a atividade mais cara.

SE TIVESSE QUE DIZER UM PREÇO MÉDIO EM EUROS PARA ESTES EVENTOS PRESENCIAIS, QUANTO DIRIA QUE CUSTA:	2019	2020	2021	2022	2023
ASSISTIR A UM CONCERTO DE MÚSICA EM PORTUGAL	40,5	*	32,7	29,8	34,8
ASSISTIR A UM CONCERTO DE MÚSICA CLÁSSICA EM PORTUGAL	45,0	*	32,9	30,1	32,2
VER UM ESPETÁCULO DE TEATRO EM PORTUGAL	21,6	*	20,7	19,7	21,7
IR A UM MUSEU EM PORTUGAL	10,7	*	10,6	10,0	10,8
COMPRAR UM LIVRO EM PORTUGAL	18,6	*	15,1	14,2	15,7
IR A UMA EXPOSIÇÃO EM PORTUGAL	11,1	*	11,9	10,8	11,2
IR AO CINEMA EM PORTUGAL	8,7	*	7,9	7,3	8,1
IR A UM MONUMENTO NACIONAL	9,5	*	9,4	8,4	9,5

Resposta aberta. Média de valores. *Em 2020 não fizemos esta questão.

RESPOSTA POR REGIÃO. INTERIOR NORTE	2019	2020	2021	2022	2023
ASSISTIR A UM CONCERTO DE MÚSICA EM PORTUGAL	40,0	*	37,5	25,9	32,8
ASSISTIR A UM CONCERTO DE MÚSICA CLÁSSICA EM PORTUGAL	40,1	*	36,7	25,6	30,2
VER UM ESPETÁCULO DE TEATRO EM PORTUGAL	20,1	*	22,1	17,5	20,0
IR A UM MUSEU EM PORTUGAL	10,6	*	10,1	10,0	10,1
COMPRAR UM LIVRO EM PORTUGAL	18,0	*	15,2	14,3	14,6
IR A UMA EXPOSIÇÃO EM PORTUGAL	10,9	*	12,6	10,3	9,4
IR AO CINEMA EM PORTUGAL	8,6	*	8,0	7,1	8,6
IR A UM MONUMENTO NACIONAL	9,9	*	9,5	9,4	7,9

Resposta aberta. Média de valores. *Em 2020 não fizemos esta questão.

RESPOSTA POR REGIÃO. LITORAL NORTE	2019	2020	2021	2022	2023
ASSISTIR A UM CONCERTO DE MÚSICA EM PORTUGAL	35,9	*	29,8	23,9	34,9
ASSISTIR A UM CONCERTO DE MÚSICA CLÁSSICA EM PORTUGAL	37,7	*	29,3	23,5	31,1
VER UM ESPETÁCULO DE TEATRO EM PORTUGAL	20,0	*	19,8	17,0	21,6
IR A UM MUSEU EM PORTUGAL	10,3	*	11,9	8,7	11,0
COMPRAR UM LIVRO EM PORTUGAL	21,5	*	16,1	13,4	15,2
IR A UMA EXPOSIÇÃO EM PORTUGAL	11,1	*	13,4	9,9	10,7
IR AO CINEMA EM PORTUGAL	8,6	*	7,6	6,6	7,8
IR A UM MONUMENTO NACIONAL	8,9	*	11,1	6,7	8,5

Resposta aberta. Média de valores. *Em 2020 não fizemos esta questão.

RESPOSTA POR REGIÃO. GRANDE PORTO	2019	2020	2021	2022	2023
ASSISTIR A UM CONCERTO DE MÚSICA EM PORTUGAL	39,2	*	30,4	32,2	35,1
ASSISTIR A UM CONCERTO DE MÚSICA CLÁSSICA EM PORTUGAL	46,0	*	29,0	33,4	31,5
VER UM ESPETÁCULO DE TEATRO EM PORTUGAL	23,0	*	20,0	20,7	23,5
IR A UM MUSEU EM PORTUGAL	11,8	*	10,0	10,7	12,1
COMPRAR UM LIVRO EM PORTUGAL	17,5	*	14,4	14,2	15,8
IR A UMA EXPOSIÇÃO EM PORTUGAL	11,4	*	10,2	11,3	11,0
IR AO CINEMA EM PORTUGAL	8,1	*	8,2	7,0	7,5
IR A UM MONUMENTO NACIONAL	9,2	*	8,6	8,4	13,1

Resposta aberta. Média de valores. *Em 2020 não fizemos esta questão.

RESPOSTA POR REGIÃO. LITORAL CENTRO	2019	2020	2021	2022	2023
ASSISTIR A UM CONCERTO DE MÚSICA EM PORTUGAL	39,0	*	31,9	34,1	37,3
ASSISTIR A UM CONCERTO DE MÚSICA CLÁSSICA EM PORTUGAL	39,5	*	30,4	34,8	30,8
VER UM ESPETÁCULO DE TEATRO EM PORTUGAL	22,0	*	20,7	22,7	21,5
IR A UM MUSEU EM PORTUGAL	10,1	*	9,9	10,8	9,9
COMPRAR UM LIVRO EM PORTUGAL	17,1	*	15,0	14,9	15,2
IR A UMA EXPOSIÇÃO EM PORTUGAL	10,2	*	11,5	10,8	11,1
IR AO CINEMA EM PORTUGAL	8,8	*	7,8	8,1	8,4
IR A UM MONUMENTO NACIONAL	8,8	*	8,6	8,6	8,3

Resposta aberta. Média de valores. *Em 2020 não fizemos esta questão.

RESPOSTA POR REGIÃO. GRANDE LISBOA	2019	2020	2021	2022	2023
ASSISTIR A UM CONCERTO DE MÚSICA EM PORTUGAL	43,3	*	33,5	32,7	35,6
ASSISTIR A UM CONCERTO DE MÚSICA CLÁSSICA EM PORTUGAL	50,2	*	32,6	32,6	34,2
VER UM ESPETÁCULO DE TEATRO EM PORTUGAL	22,6	*	20,0	21,5	22,5
IR A UM MUSEU EM PORTUGAL	10,6	*	10,9	10,4	10,7
COMPRAR UM LIVRO EM PORTUGAL	18,2	*	15,0	14,7	16,5
IR A UMA EXPOSIÇÃO EM PORTUGAL	11,3	*	12,3	11,8	11,8
IR AO CINEMA EM PORTUGAL	8,9	*	7,8	8,2	8,1
IR A UM MONUMENTO NACIONAL	10,0	*	9,4	9,0	10,6

Resposta aberta. Média de valores. *Em 2020 não fizemos esta questão.

RESPOSTA POR REGIÃO. SUL E ILHAS	2019	2020	2021	2022	2023
ASSISTIR A UM CONCERTO DE MÚSICA EM PORTUGAL	45,0	*	31,8	31,8	33,3
ASSISTIR A UM CONCERTO DE MÚSICA CLÁSSICA EM PORTUGAL	56,8	*	36,3	33,6	34,4
VER UM ESPETÁCULO DE TEATRO EM PORTUGAL	22,3	*	20,9	19,5	21,3
IR A UM MUSEU EM PORTUGAL	11,2	*	11,0	9,9	11,6
COMPRAR UM LIVRO EM PORTUGAL	18,6	*	15,5	14,0	16,8
IR A UMA EXPOSIÇÃO EM PORTUGAL	11,8	*	11,9	10,9	13,0
IR AO CINEMA EM PORTUGAL	8,8	*	7,7	6,6	8,2
IR A UM MONUMENTO NACIONAL	9,6	*	9,4	8,4	10,0

Resposta aberta. Média de valores. *Em 2020 não fizemos esta questão.

03

Informação adicional



O que é o Gerador?

O Gerador é uma plataforma independente de jornalismo, cultura e educação nascida em 2014. Propõe-se a fornecer ferramentas à população residente em Portugal para exercer uma cidadania mais ativa, crítica, participativa e criativa. Acreditamos que pessoas mais informadas, com acesso a educação, formal e informal, mais consequente e que possam participar ativamente em fruição e criação artística, são capazes de influenciar positivamente a sociedade.

O Gerador trabalha com pessoas com diferentes perfis e experiências diversificadas, vindas de várias áreas, tais como as artes, a gestão, a comunicação, a investigação, a produção e o jornalismo. O modelo de trabalho do Gerador é assente na colaboração constante entre trabalhadores, permitindo que todos possam contribuir nos processos criativos, artísticos e de execução e decisão.

A atividade do Gerador está focada em seis aspectos principais:

1 promover a criação e investigação artística e cultural;

2 abordar os desafios do interior e das localidades de baixa densidade populacional;

3 consciencializar a sociedade para as alterações climáticas;

4 destacar as preocupações e exigências dos jovens;

5 sensibilizar para a desigualdade e discriminação;

6 contribuir para o encontro de novas soluções sustentáveis para o jornalismo

Sabe mais sobre nós em [gerador.eu](https://www.gerador.eu)

— 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).

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.¹

Recolha de dados

As entrevistas foram realizadas de 27 de março a 18 de abril de 2023, 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, 609 entrevistas; masculino, 591 entrevistas

➤ **Idade:** 15 a 24 anos, 162 entrevistas; 25 a 34 anos, 201 entrevistas; 35 a 44

anos, 241 entrevistas; 45 a 54 anos, 254 entrevistas; 55 ou mais anos, 342 entrevistas.

➤ **Região:** Grande Lisboa, 245 entrevistas; Grande Porto, 159 entrevistas; Litoral Norte 216 entrevistas; Litoral Centro, 177 entrevistas; Interior Norte, 212 entrevistas; Sul, 131 entrevistas; Região Autónoma da Madeira, 30 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.²

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 0,12 pontos e a margem de erro para a proporção é de 2,76 pontos percentuais.³

1. Para a realização das entrevistas recorreu-se a um painel de internautas, constituído por 860 000 indivíduos (dados consultados a 27 de abril de 2023). De forma a minimizar o eventual enviesamento dos resultados a amostra foi desenhada de forma a respeitar as características da população.

2. 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).

3. 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.

Detalhes Ficha Técnica

GÉNERO*	DISTRIBUIÇÃO DA AMOSTRA	DISTRIBUIÇÃO DA POPULAÇÃO
MASCULINO	49,3	47,0
FEMININO	50,8	53,0

REGIÃO	DISTRIBUIÇÃO DA AMOSTRA	DISTRIBUIÇÃO DA POPULAÇÃO
INTERIOR NORTE	17,8	19,2
LITORAL NORTE	18,3	18,5
GRANDE PORTO	12,4	11,1
LITORAL CENTRO	14,5	14,8
GRANDE LISBOA	20,8	20,8
SUL	11,2	10,9
REGIÃO AUTÓNOMA DOS AÇORES	2,5	2,2
REGIÃO AUTÓNOMA DA MADEIRA	2,5	2,5

FAIXA ETÁRIA	DISTRIBUIÇÃO DA AMOSTRA	DISTRIBUIÇÃO DA POPULAÇÃO
DE 15 A 24 ANOS	13,5	12,1
DE 25 A 34 ANOS	16,8	12,2
DE 35 A 44 ANOS	20,1	15,6
DE 45 A 54 ANOS	21,2	17,2
55 ANOS OU MAIS	28,5	43,0

Valores em percentagem.

Fontes:

Género e Idades: INE, 2021

Designação: População residente com 12 e mais anos de idade (N.º) por Local de residência (à data dos Censos 2021), Sexo, Grupo etário e Estado civil; Decenal

Fonte: INE, Recenseamento da população e habitação - Censos 2021; Data da última atualização: 23 de novembro de 2022

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)

Notas

➤ ESCOLARIDADE

Esc. Inicial: até 9 anos de escolaridade

Esc. Intermédia: entre 10 e 12 anos de escolaridade

Esc. Superior: mais de 12 anos de escolaridade

➤ DESPESAS MENS AIS

<750 €: entrevistado com despesas mensais até 750 €

751 a 1500 €: entrevistado com despesas mensais entre os 751 a 1500 €

>1500 €: entrevistado com despesas mensais acima dos 1500 €

➤ CLUSTERS EDUCACIONAIS

Cluster A: entrevistado e ascendentes com escolaridade inicial

Cluster B: entrevistado com escolaridade intermédia, um ascendente com escolaridade inicial, outro com qualquer patamar seguinte

Cluster C: entrevistado e ascendentes com escolaridade superior

➤ INTERESSE PELA CULTURA

S. Interesse: entrevistado afirma que não teria qualquer interesse pela cultura ou que a cultura é relevante, mas teria outras prioridades

C. Interesse: entrevistado afirma que uma boa parte do seu tempo livre seria dedicado à cultura ou que o principal foco do seu tempo livre seria a cultura

➤ COM ACESSO A INFORMAÇÕES CULTURAL INTERESSANTE PARA O ENTREVISTADO

Sem Info.: entrevistado não se recorda de ver qualquer informação sobre atividades culturais ou sente que não existe informação sobre atividades culturais que sejam interessantes para ele

Com Info.: entrevistado encontra regularmente informação que lhe interessa sobre atividades culturais ou procura activamente, e de todas as formas possíveis, informação sobre atividades culturais que seja interessante para ele



**Consulta os cadernos
Barómetro da Cultura
gratuitamente
em gerador.eu**

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