



Pesquisa inédita mapeia exclusão e interesse no acesso à cultura de pretos, pardos, brancos e indígenas no país

Maior pesquisa sobre acesso à cultura já realizada no Brasil mostra diferenças de cor/raça nas 27 capitais;

Estudo contou com 19.500 entrevistas presenciais em todas as capitais e no Distrito Federal;

Há maior potencial para crescimento no acesso à cultura por parte dos pretos, pardos e amarelos;

Negros têm interesse igual ou maior que brancos, mas vão menos a atividades culturais;

Press releases, entrevistas e contatos para a imprensa e produtores de conteúdo:

https://agenciaqalo.com/arquivo/cultura_capitais/;

Resultados, metodologia, infográficos e relatórios completos:

www.culturanascapitais.com.br

São Paulo, fevereiro de 2025 – A cor/raça desempenha um papel significativo no acesso às atividades culturais no Brasil. De acordo com a pesquisa **Cultura nas Capitais**, realizada pela JLeiva Cultura & Esporte, pessoas brancas têm acesso maior a atividades culturais em sete das 14 categorias avaliadas. Grupos de pessoas que se identificam como pardos e indígenas enfrentam as maiores barreiras no acesso à cultura.

O estudo inédito é o maior levantamento já realizado sobre o tema no Brasil. Foram entrevistadas 19.500 pessoas em todas as capitais estaduais e no Distrito Federal, um universo de 37,5 milhões de habitantes, segundo o Censo demográfico de 2022 do IBGE. A coleta de dados foi realizada por meio de entrevistas presenciais com pessoas de 16 anos ou mais. A concepção e a análise do campo são da equipe da Jleiva.

A pesquisa foi realizada com patrocínio do Itaú e do Instituto Cultural Vale por meio da Lei Rouanet, Lei Federal de Incentivo à Cultura do Ministério da Cultura. O projeto também contou com a parceria da Fundação Itaú.

Cultura nas Capitais revela padrões distintos de consumo cultural entre pessoas que se autodeclararam brancas, pretas, pardas, amarelas e indígenas, indicando tanto desigualdades estruturais quanto potencial de crescimento na inclusão cultural.

Acesso e exclusão cultural

O acesso das pessoas brancas é numericamente superior ao dos outros grupos em sete das 14 atividades pesquisadas. Pessoas brancas têm mais acesso a bibliotecas (28% dos respondentes que se declararam brancos disseram ter ido a bibliotecas nos últimos 12 meses), museus (32%), teatro adulto, infantil, stand up ou musical (29%), feiras literárias (24%), concertos (11%), locais históricos (49%) e livros (67%) que os outros grupos. Já pessoas pretas estão à frente em espetáculos de dança (27%), shows de música (44%), saraus (15%) e festas populares (39%). Pessoas amarelas lideram em acesso a cinemas (59%) e jogos eletrônicos (59%).

Pardos, por outro lado, estão entre os menores índices de acesso em quatro das 14 categorias analisadas — só lideram em circo (15%). Entre os indígenas, as taxas de participação são as menores em nove atividades — duas delas com números similares aos pardos: museus (21%) e feiras de livros (18%, mesmo número também dos amarelos). As pessoas amarelas também estão numericamente abaixo das demais em outras sete áreas (por vezes com índices iguais aos de pardos ou indígenas) .

	Branca	Preta	Parda	Amarela	Indígena
Livro	67%	60%	59%	59%	47%
Jogos eletrônicos	53%	53%	50%	59%	41%
Cinema	54%	47%	44%	59%	38%
Locais históricos	49%	45%	42%	45%	37%
Shows	43%	44%	37%	39%	33%
Festas populares	37%	39%	34%	27%	32%
Museu	32%	26%	21%	26%	21%

Biblioteca	28%	25%	22%	26%	20%
Teatro	29%	25%	20%	20%	21%
Dança	24%	27%	24%	20%	22%
Feiras de livro	24%	22%	18%	18%	18%
Circo	14%	14%	15%	11%	12%
Sarau	12%	15%	10%	8%	8%
Concerto	11%	8%	6%	6%	7%

“Embora pretos e pardos no Brasil geralmente tenham menor renda e menor escolaridade, isso parece se refletir apenas parcialmente no acesso à cultura nas capitais. Os brancos de fato vão mais a diversas atividades culturais. Os pardos aparecem um pouco pior, mas as pessoas pretas estão entre as que mais vão a shows, festas populares, apresentações de dança e saraus”, observa João Leiva, idealizador do estudo.

Os mais excluídos são os indígenas. Em todas as 14 atividades da pesquisa, esse grupo é que lidera o percentual de pessoas que nunca foram, por exemplo, a um concerto (78%), a um teatro (53%) ou a um museu (49%). Nos 12 meses anteriores à pesquisa, metade desse grupo foi no máximo a duas das atividades culturais, como mostra a tabela abaixo.

Intensidade de acesso à cultura

(Segundo o número de atividades culturais realizadas nos 12 meses anteriores à pesquisa)

	Branca	Preta	Parda	Amarela	Indígena
Excluído culturalmente (0 a 2 atividades)	30%	35%	39%	29%	50%
Padrão de consumo próximo da maioria (3 a 5 atividades)	29%	29%	30%	42%	25%



Alto acesso cultural (6 a 8 atividades)	25%	22%	20%	18%	15%
Heavy user de cultura (9 a 14 atividades)	16%	14%	11%	10%	10%

Diferença entre interesse e participação

O levantamento avaliou o interesse da população por cinco atividades: shows de música, festas populares, museus, teatro e dança. A pesquisa perguntou a todos os entrevistados qual é, de 0 a 10, seu interesse por cada uma dessas manifestações. Os entrevistados que não foram a essas atividades, mas deram nota 8, 9 ou 10 para seu interesse em ir, são considerados público potencial.

Em nenhuma das atividades avaliadas os brancos são os que têm maior interesse, embora em alguns casos liderem no acesso. Isso indica que os outros grupos, sobretudo o de pessoas pretas, têm maior dificuldade do que os brancos para transformar interesse em acesso de fato.

“Os dados evidenciam a exclusão de grupos historicamente marginalizados, mas também mostram onde há maior potencial de crescimento no acesso à cultura”, afirma João Leiva.

	Alto interesse				
ATIVIDADE	Branca	Preta	Parda	Amarela	Indígena
Ir ao teatro adulto, infantil, stand up ou musical	51%	53%	49%	48%	43%
Ir a museus ou exposições	46%	47%	45%	45%	43%
Ir a espetáculos de dança ou apresentações de dança	39%	45%	41%	41%	45%
Ir a shows de música, apresentações musicais	54%	56%	52%	54%	46%
Ir a festas populares, tradicionais ou folclóricas	41%	47%	45%	37%	45%

	Acesso				
ATIVIDADE	Branca	Preta	Parda	Amarela	Indígena



Ir ao teatro adulto, infantil, stand up ou musical	29%	25%	20%	20%	21%
Ir a museus ou exposições	32%	26%	21%	26%	21%
Ir a espetáculos de dança ou apresentações de dança	24%	27%	24%	20%	22%
Ir a shows de música, apresentações musicais	43%	44%	37%	39%	33%
Ir a festas populares, tradicionais ou folclóricas	37%	39%	34%	27%	32%

ATIVIDADE	Diferença entre interesse e acesso				
	Branca	Preta	Parda	Amarela	Indígena
Ir ao teatro adulto, infantil, stand up ou musical	22%	29%	28%	28%	22%
Ir a museus	13%	21%	23%	19%	23%
Ir a espetáculos de dança ou apresentações de dança	15%	18%	17%	21%	22%
Ir a shows de música, apresentações musicais	10%	13%	15%	16%	13%
Ir a festas populares, tradicionais ou folclóricas	4%	8%	11%	10%	14%

Seminários nas capitais

O projeto Cultura nas Capitais contempla seminários em todas as cidades analisadas pela pesquisa. As próximas datas são:

3 de fevereiro - São Paulo - Itaú Cultural
6 de fevereiro - Curitiba - Capela Santa Maria
11 de fevereiro - Belém - Sesc Ver-o-Peso
19 de fevereiro - Rio de Janeiro - Museu do Amanhã
26 de fevereiro - Brasília - IPEA
12 de março - Belo Horizonte - Sesc Palladium

Os demais seminários serão anunciados gradativamente e as inscrições disponibilizadas [neste hotsite](#).

Metodologia

Nesta edição da pesquisa Cultura nas Capitais foram ouvidas 19.500 pessoas, moradoras de todas as capitais brasileiras - as 26 estaduais, além de Brasília - com idade a partir de 16 anos, de todos os níveis socioeconômicos, entre os dias 19 de fevereiro e 22 de maio de 2024. As pessoas foram abordadas pessoalmente em pontos de fluxo populacional. Ao todo, os pesquisadores foram distribuídos por 1.930 pontos de fluxo (entre 40 e 300 por



capital), em regiões com diferentes características sociais e econômicas. Os entrevistados respondiam até 61 perguntas, além das relacionadas a características sociais e econômicas (como escolaridade, cor da pele etc.). O instituto responsável pelo estudo é o Datafolha.

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

Sobre a JLeiva Cultura & Esporte

Consultoria especializada em concepção, planejamento, execução, análise e disseminação de dados e informações sobre o setor cultural no Brasil. Conduz estudos, mapeamentos e benchmarking para empresas privadas, instituições públicas e organizações sociais com atuação em cultura e esporte — como Fundação Itaú, Fundação Roberto Marinho, Vale, British Council, Vale, Nike, Museu do Amanhã e Instituto Goethe. Desde 2010, realiza pesquisas de hábitos culturais, consolidando-se como referência nessa área.

Informações para a imprensa sobre a pesquisa Cultura nas Capitais

Agência Galo | culturanascapitais@agenciagalo.com

Tales Rocha | tales.rocha@agenciagalo.com 11 98870 1089

Thiago Rebouças | thiago.reboucas@agenciagalo.com 11 98562 3094