

Inquérito
às Práticas
Culturais
dos Portugueses
2020
*Síntese
dos Resultados*



José Machado Pais
Pedro Magalhães
Miguel Lobo Antunes
(*coordenação*)



ICS

ESTUDOS e
RELATÓ-
RIOS



ÍNDICE

Prefácio	
<i>Miguel Magalhães</i>	1
Introdução	
<i>José Machado Pais</i>	3
Aspetos metodológicos	
<i>Pedro Magalhães</i> <i>e Jorge Rodrigues da Silva</i>	5
Síntese dos resultados	6
1. Sociografia dos inquiridos	
<i>Pedro Magalhães</i> <i>e Jorge Rodrigues da Silva</i>	11
2. Internet e consumos culturais	
<i>Teresa Duarte Martinho</i> <i>e Tiago Lapa</i>	14
3. Audiovisuais: televisão e rádio	
<i>Tiago Lapa</i>	20
4. Leitura e bibliotecas	
<i>Emanuel Cameira</i>	24
5. Museus, monumentos históricos, sítios arqueológicos e galerias de arte	
<i>Teresa Duarte Martinho</i>	28
6. Cinema, espetáculos ao vivo, festivais e festas locais	
<i>Vera Borges</i>	34
7. Participação artística e capitais culturais	
<i>Rui Telmo Gomes</i>	42
Bibliografia	47
Indicadores do questionário	48
Índice de gráficos e quadros	50
Os autores	52
Anexo 1. Questionário	54
Anexo 2. Mapeamento dos Inquéritos internacionais mais utilizados	103



PREFÁCIO

O Inquérito que agora se apresenta pretende oferecer um retrato da diversidade das práticas culturais em Portugal. Este estudo encomendado pela Fundação Calouste Gulbenkian ao Instituto de Ciências Sociais (ICS) tem como objetivo primeiro fornecer às instituições culturais uma grelha de leitura sobre os seus públicos, atuais e de futuro, e dar um contributo para a produção de políticas públicas inovadoras.

A eclosão da epidemia veio necessariamente perturbar o funcionamento do setor cultural e alterar um conjunto de variáveis de análise: desde logo, o encerramento dos museus, teatros, cinemas e salas de concertos, o cancelamento de festivais, a dissipação das livrarias, mas também a crescente dependência da Internet, seja por parte dos indivíduos, seja por parte das instituições. Para o efeito, o Inquérito, que resulta de um trabalho de campo realizado nos últimos meses de 2020 foi adaptado de forma a traduzir as mutações em curso. Assente em três pilares, a receção cultural, a prática artística e indicadores de interpretação sobre o que conduz, ou bloqueia, o consumo cultural, os dados aqui apresentados formam um quadro eloquente dos públicos da cultura em Portugal no final do primeiro quartel do século XXI.

Naturalmente, os resultados traduzem a história recente do país, os seus pontos fortes e as suas fraquezas, as suas vantagens comparativas, mas também os seus desequilíbrios educativos, económicos e geográficos. Se este documento vem confirmar as fragilidades das práticas dos públicos da cultura em Portugal, constata-se que em alguns casos o país apresenta tendências semelhantes às verificadas noutros países europeus, reservando mesmo algumas boas surpresas (8% dos portugueses dedicam-se à prática da escrita!).

Uma segunda ambição é trazer novos dados para um debate que é transversal à nossa sociedade: como garantir o acesso de todos à cultura e às artes num momento em que os processos de democracia cultural – e de democratização cultural – chocam com uma realidade atomizada e por vezes ilegível para os nossos decisores políticos e gestores culturais. Os públicos da cultura contemporâneos podem ser, por vezes simultaneamente, artistas e criadores, produtores, distribuidores, consumidores ou cidadãos ativistas. Será que nesta entusiasmante perturbação no sistema que nas últimas décadas enquadró o setor cultural se revela o início de uma verdadeira democracia da cultura ou, pelo contrário, estamos perante uma expressão de uma desigualdade socioeconómica e territorial crescente? É a cultura um fator de desigualdade e exclusão? Esta brochura, e sobretudo o livro *Práticas Culturais dos Portugueses*, recém-editado pela Imprensa de Ciências Sociais, uma publicação enriquecida com mais informação, fornecem muita matéria para melhor percebermos estes fenómenos e, seguramente, termos pistas para o futuro.

Gostaria de deixar uma palavra de reconhecimento e admiração ao grupo de trabalho do Instituto de Ciências Sociais, coordenado por José Machado Pais, Pedro Magalhães e Miguel Lobo Antunes que, em condições particularmente complexas, concluiu um inquérito que oferece aos decisores políticos, às instituições culturais, aos seus gestores e aos artistas, informação precisa para se compreender as práticas culturais dos portugueses. Vai também permitir à Fundação

Calouste Gulbenkian, enquanto instituição filantrópica e centro cultural, encontrar formas inovadoras para fazer face às expectativas de uma sociedade portuguesa em transformação. A Fundação está à escuta, está atenta aos anseios de um público das mais diversas proveniências, de diferentes idades, ávido de arte, de cultura e atento ao mundo que nos rodeia; este Inquérito vai-nos ajudar a preparar um futuro que se adivinha estimulante e a renovar e introduzir novos mecanismos de fruição e de acesso à cultura.

Miguel Magalhães
Programa Gulbenkian Cultura

INTRODUÇÃO

A presente publicação disponibiliza uma síntese dos resultados do Inquérito às Práticas Culturais dos Portugueses 2020, realizado pelo Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa, com financiamento da Fundação Calouste Gulbenkian.

O Inquérito reúne informação socialmente relevante e estatisticamente representativa da população residente em Portugal, regiões autónomas incluídas, com 15 ou mais anos de idade. Os domínios pesquisados abrangem consumos culturais através da Internet, da televisão e da rádio; práticas de leitura em formato impresso e digital; frequência de bibliotecas, museus, monumentos históricos, sítios arqueológicos e galerias de arte; idas ao cinema, concertos e espetáculos ao vivo, incluindo festivais e festas locais; participação artística e capitais culturais.

O conceito de prática cultural recobre um conjunto de atividades ou hábitos culturais que se traduzem em indicadores que certificam se essas atividades foram ou não realizadas e, em caso afirmativo, com que frequência e variantes. As variantes contemplam os contextos ou circunstâncias em que as práticas culturais foram realizadas: se individualmente ou em companhia de familiares ou amigos; se no concelho de residência, noutra concelho do país ou no estrangeiro; se, no período da infância e adolescência, com o apoio da família, da escola, de amigos, de coletividades culturais ou individualmente.

Existem também indicadores de participação cultural mais interventiva ou comprometida, como o exercício de práticas artísticas amadoras, a partilha de conteúdos culturais de autoria própria, a interação *online* em temas relacionados com a cultura, a participação em blogues, o voluntariado e a participação em associações culturais. Reuniu-se ainda uma importante bateria de indicadores sobre as motivações e os obstáculos que mobilizam ou não os portugueses para o exercício de práticas culturais nucleares, indicadores que permitirão ajustar estratégias de captação e fidelização dos públicos da cultura.

Em relação a práticas culturais desenvolvidas em espaços que estiveram encerrados por efeito da Covid-19, o seu questionamento teve por período de referência os 12 meses anteriores ao início da pandemia. Assim aconteceu com a frequência de bibliotecas, arquivos, museus, monumentos históricos, sítios arqueológicos, galerias de arte, cinemas, teatros, circos, recintos ou espaços abertos de espetáculos ao vivo, incluindo festivais e festas locais. Na maioria das restantes práticas culturais, o período de referência abrangeu os 12 meses imediatamente anteriores à realização das entrevistas. Estão neste caso os usos da Internet, da televisão e da rádio ou as práticas de leitura, quando não realizadas em bibliotecas ou arquivos. Tomando-se por referência o período marcado pelo surto da pandemia, considerou-se ainda pertinente avaliar possíveis mudanças dos hábitos de utilização da Internet e dos recursos digitais no domínio cultural, a partir das experiências e perceções dos inquiridos.

Todos os dados do Inquérito poderão ser analisados tendo em conta a sociografia dos inquiridos, cotejada através das seguintes variáveis: sexo/género, idade, nacionalidade, situação conjugal, região, *habitat*, grau de ensino do próprio e dos pais, situação perante o trabalho e profissão do próprio e do cônjuge, classe socioprofissional, rendimentos

do agregado familiar e perceção de conforto económico de acordo com esses rendimentos.

Na construção do questionário do Inquérito às Práticas Culturais dos Portugueses 2020 houve a preocupação de assegurar futuras comparações internacionais. Para o efeito, aproveitando-se um conhecimento testado e consolidado de indicadores de participação cultural a nível internacional, replicaram-se perguntas adaptadas de outros inquéritos, garantindo-se a possibilidade de nos virmos a conhecer melhor em comparação com outros. O mapeamento dos inquéritos internacionais que mais serviram de referência ao Inquérito às Práticas Culturais dos Portugueses 2020, bem como o questionário que foi utilizado nas entrevistas, encontra-se disponível na versão digital desta brochura, que pode ser acedida em: <https://www.ics.ulisboa.pt/flipping/praticasculturais2020/>.

A base de dados do Inquérito realizado ficará brevemente disponível, para quem a queira consultar, no Arquivo Português de Informação Social (<http://www.apis.ics.ulisboa.pt>). Deste modo, o ICS-ULisboa e a Fundação Calouste Gulbenkian afirmam o seu compromisso com as políticas europeias de ciência aberta, através da disponibilização e partilha do conhecimento que ajudam a construir, permitindo que os dados do Inquérito sejam consultados e trabalhados por um público alargado: pesquisadores nacionais e estrangeiros, estudantes, jornalistas, agentes culturais e outros interessados. Destarte, é justo reconhecer o apoio fundamental da Fundação Calouste Gulbenkian, que tornou possível a realização do Inquérito às Práticas Culturais dos Portugueses 2020. Agradecimentos são devidos a Isabel Mota, Presidente do Conselho de Administração; Guilherme d'Oliveira Martins, Administrador; Rui Vieira Nery, Diretor do Programa Gulbenkian Cultura ao tempo em que o projeto foi aprovado pela Fundação; Miguel Magalhães, atual Diretor desse Programa; e Maria Helena Melim Borges, Diretora-Adjunta do mesmo Programa.

ASPETOS METODOLÓGICOS

O universo do estudo – a população acerca da qual se pretende fazer inferências sobre as suas práticas culturais – é composto pela população com 15 ou mais anos residente em Portugal, Continente e Regiões Autónomas. Os inquiridos foram selecionados aleatoriamente dentro de cada domicílio, cada domicílio de forma igualmente aleatória – *random route* – dentro de cada localidade, e cada localidade também de forma aleatória respeitando uma matriz de distribuição da população-alvo/inquéritos, formada pelo cruzamento entre regiões NUTII e a dimensão das localidades. Quando o inquirido aleatoriamente selecionado se encontrava ausente, foram feitas – no máximo – mais três visitas para garantir a obtenção de resposta por parte dessa pessoa. Após a terceira visita sem sucesso, procurou-se realizar a entrevista em alojamento adjacente, inquirindo o residente com características iguais às do anterior do ponto de vista de género e escalão etário.

O trabalho de campo foi realizado pela Metris GfK, com a participação de 57 entrevistadores. Decorreu entre os dias 12 de setembro e 28 de dezembro de 2020. A informação foi recolhida através de entrevista direta e pessoal na residência dos inquiridos, em sistema CAPI (*Computer Assisted Personal Interview*).

A amostra tem uma dimensão de 2000 inquiridos. A taxa de resposta – a proporção dos inquiridos que aceitaram responder integralmente ao questionário em relação ao total daqueles que potencialmente deveriam ter feito parte da amostra – foi de 39%. Por outras palavras, as 2000 entrevistas completas correspondem a 39% de um total composto por entrevistas completas, entrevistas parciais, não-entrevistas (recusa e abandono) e todos os restantes casos de elegibilidade desconhecida. Já a taxa de cooperação – a proporção dos inquiridos que aceitaram responder integralmente ao questionário em relação aos efetivamente contactados – foi de 55%. Isto significa que as entrevistas completas correspondem a 55% de um total composto pelo número de entrevistas completas, entrevistas parciais e não-entrevistas (recusa e abandono). Uma amostra aleatória de 2000 inquiridos tem associado um erro amostral máximo de 2,2%, com 95% de confiança.

SÍNTESE DOS RESULTADOS

INTERNET E CONSUMOS CULTURAIS

A percentagem de inquiridos que utilizam a Internet (71%) fica aquém da média alcançada pelos países da UE-27 (87%, para inquiridos dos 16 aos 74 anos) (Eurostat 2021). Razões de natureza demográfica, educacional e económica poderão explicar esta divergência. Sendo a população portuguesa uma das mais envelhecidas da UE-27 e sabendo-se que o uso da Internet ronda os 100% entre os inquiridos dos 15 aos 34 anos, a menor utilização da Internet por parte da população portuguesa acaba por refletir a sua estrutura demográfica. Tenha-se em conta que apenas cerca de um em cada quatro dos inquiridos com 65 ou mais anos de idade usa a Internet. A infoexclusão está também correlacionada com as qualificações académicas e o poder económico. Com efeito, os inquiridos estão tanto mais desconectados da Internet quanto mais baixo é o seu nível de instrução e de rendimentos. Aliás, de entre as razões assinaladas para não se usar a Internet sobressaem défices de conhecimento (falta de interesse/não vê utilidade; não sabe como usar/sente-se confuso com a tecnologia) e económicos (não tem acesso a um computador ou à Internet; é muito caro).

Em média, os inquiridos passam mais tempo na Internet para trabalho ou estudo (18 horas por semana) do que por lazer (10 horas semanais). No entanto, a percentagem dos que se ligam diariamente à Internet por lazer (82%) é dupla em relação aos que a ela acedem para trabalho/estudo (41%). A utilização diária da Internet impulsionada pelo lazer é mais frequente entre os homens (61%) do que entre as mulheres (55%). Aliás, se a média de horas semanais de acesso à Internet para trabalho ou estudo é semelhante entre homens (19h) e mulheres (18h) já não o é no que respeita ao lazer, pois enquanto os homens passam, em média, 12 horas por semana na Internet em atividades de lazer, as mulheres não ultrapassam as 9 horas.

As atividades culturais não estão à margem dos usos da Internet. Pelo menos uma vez por semana, 35% dos inquiridos ouviram música a partir da Internet, 33% leram *sites* de notícias, 27% procuraram informações precisas (o significado de palavras, factos históricos, etc.), 16% fizeram buscas na Wikipédia e outras enciclopédias *online* e 15% procuraram informação sobre livros, música, cinema e espetáculos. Por outro lado, uma ou várias vezes por mês, 20% partilharam conteúdos culturais (vídeos, música, imagens, outros) criados pelos próprios, 21% leram ou escreveram em blogues e 25% interagiram em temas relacionados com cultura, colocando mensagens e *likes* em sítios de redes sociais e outros grupos virtuais. Estes indicadores sinalizam as potencialidades digitais no incremento da participação cultural, como suporte de um desenvolvimento sustentável.

Em contexto pandémico, os inquiridos intensificaram o uso da Internet no domínio cultural, sobretudo os jovens dos 15 aos 24 anos: 40% passaram a ver mais filmes e séries; 21% a ler mais livros, jornais e revistas *online*; e 16% a ver mais espetáculos de música. Outro dado relevante é a clara afirmação do telemóvel como dispositivo preferencial de acesso à Internet, numa lógica de conectividade permanente.

AUDIOVISUAIS: TELEVISÃO E RÁDIO

A proporção de inquiridos que veem diariamente televisão (90%) é mais do dobro dos que diariamente ouvem rádio (40%) ou se ligam à Internet (41%). Mais expostos à televisão encontram-se os idosos (65 ou + anos) e os inquiridos de rendimentos mais baixos, em claro contraste com os mais jovens (15 a 34 anos), os mais instruídos e os de mais elevados rendimentos.

Os programas de televisão habitualmente mais vistos contemplam notícias, reportagens e informação (81%), filmes (57%), séries (43%), telenovelas (40%), documentários (36%) e programas desportivos (33%).

Em relação à rádio – sobretudo ouvida em deslocações de carro por 66% dos inquiridos –, os programas habitualmente mais seguidos são os de notícias e informação (59%) e música popular (50%). Porém, a audição de música clássica (12%) não anda longe da audiência de programas de desporto, incluindo relatos de futebol (17%). O contexto pandémico levou a que 23% dos inquiridos passassem a ver mais televisão e a ouvirem um pouco mais de rádio (5%).

LEITURA E BIBLIOTECAS

A percentagem de inquiridos portugueses que, no último ano, não leram qualquer livro impresso (61%) é francamente superior à registada na vizinha Espanha, um ano atrás (38%). A leitura de livros digitais foi realizada por 10% dos inquiridos portugueses, contra 20% dos espanhóis.

A larga maioria dos inquiridos portugueses (68%) lê livros por prazer, percentagem que se eleva entre os mais idosos e os de mais baixa instrução. Os que menos prazer retiram da leitura (43%) são os jovens dos 15 aos 24 anos, precisamente os que mais leem para estudar ou realizar trabalhos escolares (45%).

As escolhas de leitura são fortemente influenciadas pelas redes sociais, sejam elas *offline* ou *online*: 43% das recomendações surgem dos círculos da família, amigos e colegas de trabalho; 16% de comentários de amigos nas redes sociais *online* e 10% buscam-se em *sites* de redes sociais virtuais especializados na leitura e avaliação de livros. Impulsos à leitura surgem, ainda, da exposição dos livros nas livrarias (17%) e das críticas em jornais ou revistas (16%).

Na sua infância e adolescência, a maioria dos inquiridos não beneficiou de estímulos à leitura gerados em contexto familiar. Nunca os pais ou qualquer outro familiar os acompanharam a uma livraria (em 71% dos casos), a uma feira do livro (75%) ou a uma biblioteca (77%); nem tão-pouco lhes ofertaram um livro (47%) ou os deleitaram com a leitura de um livro de histórias (54%). Porém, os inquiridos mais jovens e aqueles cujos pais têm ou tinham qualificações académicas superiores reconhecem, com mais frequência, esse apoio familiar. São dados que denunciam a persistência de assimetrias sociais na criação de hábitos de leitura, mas também sinalizam uma mudança. O facto de os jovens de hoje terem pais mais escolarizados do que os das gerações mais velhas e, por isso mesmo, mais sensíveis ao valor cultural da leitura evidencia um importante elo de transmissão geracional: a democratização do acesso à educação potencia ganhos culturais nas gerações sucessoras.

MUSEUS, MONUMENTOS HISTÓRICOS, SÍTIOS ARQUEOLÓGICOS E GALERIAS DE ARTE

Nos 12 meses anteriores ao início da pandemia, 31% dos inquiridos visitaram monumentos históricos, 28% frequentaram museus, 13% deslocaram-se a sítios arqueológicos e 11% frequentaram galerias de arte. Considerando a última visita a estes espaços patrimoniais, constata-se que 70% dos visitantes com escolaridade superior os frequentaram contra apenas 11% com escolaridade até ao 3.º ciclo. A maior parte dos visitantes (58%) deslocou-se a outro concelho do país e 12% ao estrangeiro.

Este trânsito interconcelhio, movido pelo desejo de acercamento ao património cultural, afigura-se potenciador do reforço da identidade nacional. Não surpreende que, no conjunto dos espaços reconhecidos como património mundial, os mais visitados, pelo menos uma vez na vida, sejam o Mosteiro dos Jerónimos (63%), a Torre de Belém (61%) e o Mosteiro da Batalha (59%). Aliás, de entre os motivos que levaram os inquiridos a visitar museus, monumentos históricos, sítios arqueológicos e galerias de arte destaca-se a importância histórica do espaço, assinalada por 40%. Para além desta motivação de natureza identitária, sobressaem ainda motivações de natureza sociabilística e estética: 33% visitaram esses espaços culturais pelo convívio com outras pessoas e 31% pela beleza do espaço e das obras expostas. A sociabilidade associada a estas visitas ressalta ao constatar-se que apenas 4% as realizam sozinhos: 65% vão com familiares, 27% com namorado/a ou amigos e 8% com um grupo de escola.

De entre as razões invocadas para não se ter visitado, ou ido mais vezes, a um espaço patrimonial sobressaem a falta de tempo (39% dos inquiridos), a falta de interesse ou preferência por outras atividades (38%) e o preço elevado (21%). É entre os inquiridos com mais baixas qualificações académicas (50%) ou de classe socioprofissional modesta – como acontece com 50% dos operários e 43% dos trabalhadores de serviços – que mais se alega a falta de interesse ou preferência por outras atividades como razão de escusa para a visita destes espaços patrimoniais. As visitas a espaços patrimoniais através da Internet voltam a privilegiar os monumentos históricos (visitados por 14% dos inquiridos) e os museus (13%).

CINEMA, ESPETÁCULOS AO VIVO, FESTIVAIS E FESTAS POPULARES

Nos 12 meses anteriores ao início da pandemia 41% dos inquiridos foram ao cinema, percentagem que duplicou entre os jovens dos 15 aos 24 anos (82%). A assiduidade nas idas ao cinema aparece também associada a inquiridos com formação superior, grandes empresários, profissionais liberais e residentes na área metropolitana de Lisboa e na Região Autónoma da Madeira.

Os motivos mais conducentes à escolha do último filme radicam em atributos intrínsecos do mesmo: o tema do filme (para 33% dos respondentes) e os atores ou o realizador (para 18%); assinalam-se também as recomendações de familiares e amigos (15%), o convívio (12%) e as críticas (7%). De entre as principais razões para não se ir mais vezes ao cinema destacam-se a falta de tempo (25%), a falta de interesse (22%), a possibilidade de se ver filmes na televisão e em outros suportes digitais (15%) e o elevado preço dos bilhetes (14%). Entre os 59% de

inquiridos que não foram ao cinema, nos 12 meses anteriores ao início da pandemia, sobressaem os de rendimentos abaixo dos 800€ mensais.

No conjunto de espetáculos e concertos ao vivo, os festivais e festas locais foram os mais frequentados (38%). Logo a seguir, os concertos de música ao vivo (24%), o teatro (13%) e o circo (7%). Os mais baixos índices de assistência reportam-se a espetáculos eruditos: música clássica (6%), *ballet* ou dança clássica (5%) e ópera (2%). O poder de atração dos festivais e festas locais é transversal a toda a população. A distinção cultural ocorre, sobretudo, no acesso a espetáculos eruditos, francamente preferidos por inquiridos com rendimentos elevados, grandes empresários, profissionais liberais, profissionais socioculturais e gestores. Em contrapartida, as festas locais atraem quem tem habilitações escolares mais reduzidas, tendo uma forte implantação na Região Autónoma dos Açores. As mais frequentadas são as festas tradicionais populares (49%), as festas religiosas (40%) e as de gastronomia (11%).

PARTICIPAÇÃO ARTÍSTICA E CAPITAIS CULTURAIS

Relembrando a sua infância e adolescência, 61% dos inquiridos apontaram a escola como a instituição que, nesse período, mais se empenhou na realização de visitas a bibliotecas, exposições, museus, monumentos e idas a espetáculos de qualquer tipo. As deslocações com o apoio da família foram referidas por 40% e as combinadas com amigos por 34%.

Quando questionados sobre se alguma vez participaram em oficinas artísticas ou usufruíram de aulas/lições de alguma disciplina artística, não incluídas no currículo escolar, os inquiridos voltam a destacar o papel da escola. A formação artística adquirida em contexto escolar – outrora mais equitativamente partilhada com associações/coletividades locais, academia especializada, aulas particulares e instituições do ensino superior – beneficiou, sobretudo, os mais jovens (15 aos 24 anos) da geração nascida no pós-25 de Abril.

A relevância da educação na formação de capitais culturais manifesta-se mais uma vez quando se constata que a afeição dos inquiridos às práticas artísticas amadoras é tanto mais significativa quanto mais elevado é o seu grau de ensino: 32% dos inquiridos com o ensino superior desenvolveram práticas artísticas amadoras. Estas, contudo, não tiveram grande expressividade no conjunto da população, sobressaindo, todavia, a escrita à qual se dedicaram 8% dos inquiridos, seguindo-se a fotografia/vídeo/cinema (7%), a pintura/desenho/gravura (5%) e a música (4%). A razão que mais os mobilizou para a prática de atividades artísticas foi o prazer (66%), embora tenham ainda referido a expressão pessoal (31%), a distração da vida quotidiana (28%) e a partilha entre amigos e família (22%). Também no caso da leitura se constatou que a mais forte motivação para ler livros, identificada por 68% dos inquiridos, aparecia associada ao prazer de os ler. São exemplos de como a cultura não pode deixar de ser convocada para dar resposta a objetivos como o do bem-estar social.

Os dados do Inquérito realizado revelam significativas desigualdades sociais no acesso à cultura, em função do perfil sociográfico dos

inquiridos. Há práticas culturais minoritárias, com destaque para os espetáculos eruditos, que não estão ao alcance de todos. É possível que a oferta cultural nas plataformas digitais, indiciada, em contexto pandémico, por uma relativa intensificação dos usos da Internet no domínio cultural, possa acentuar-se no futuro. A crescente escolarização dos jovens, registada nas últimas décadas, poderá também ampliar os horizontes de participação cultural quando se equaciona o futuro. Porém, o Inquérito às Práticas Culturais dos Portugueses 2020, como qualquer outro, recolhe uma informação datada, deixando escapar o efeito que a variabilidade do tempo produz nas práticas culturais. Esse objetivo só é alcançável quando se avalia a sua evolução numa perspetiva longitudinal, como acontece em outros países. Espera-se que o impulso dado pela Fundação Calouste Gulbenkian à realização deste Inquérito permita o que até agora tem sido apenas viável em alguns domínios setoriais da cultura: uma avaliação, fundamentada na análise de indicadores culturais ao longo do tempo, das políticas de democratização da cultura no esbatimento das desigualdades de acesso à mesma.

I. SOCIOGRAFIA DOS INQUIRIDOS¹

Os 2000 inquiridos distribuem-se por região de forma muito próxima da distribuição conhecida da população residente com 15 ou mais anos, por força da estratificação da amostra: 35% residiam na região Norte, 27% na região da Área Metropolitana de Lisboa, 22% na região Centro, 7% na região do Alentejo, 4% na região do Algarve, 2,5% na região da Madeira e 2,3% nos Açores. 43% viviam num *habitat* urbano, 39% em *habitat* rural, e 18% em *habitat* intermédio urbano.

A amostra é tendencialmente feminina, composta por 58% de mulheres e 42% de homens. A idade média dos inquiridos era de 53 anos. O inquirido mais jovem tinha 15 anos e o mais velho 94 anos. Observando a distribuição dos inquiridos por faixas etárias, 9% dos inquiridos situavam-se entre os 15 e os 24 anos, 12% entre os 25 e os 34 anos, 14% entre os 35 e os 44 anos, 14% entre os 45 e os 54 anos, 18% entre os 55 e os 64 anos e 33% com 65 anos ou mais.

Em termos de situação conjugal, 54% dos inquiridos referiram estar casados(as) ou em situação de união de facto, 22% solteiros, 15% viúvos(as) e 9% divorciados(as)/separados(as).

Quanto ao grau de ensino mais elevado atingido ou frequentado, cerca de 13% dos inquiridos afirmaram ter completado o curso superior, 23% o curso secundário e 16% o 3.º ciclo. 48% afirmaram não ter atingido o 3.º ciclo.

No que diz respeito à situação profissional nos últimos 7 dias, 47% dos inquiridos declararam estar a fazer trabalho pago (seja por conta de outrem ou própria), 35% referiram ser reformados ou pensionistas e 8% declararam estar desempregados(as). As restantes situações têm frequências inferiores. Já no que diz respeito ao rendimento líquido total do conjunto das pessoas do agregado familiar, a amostra válida é composta por 20% de inquiridos com rendimentos mensais do agregado inferiores a 500 euros, 35% com rendimentos entre os 500 e os 800 euros e 30% com rendimentos entre os 800 e os 1500 euros. Apenas cerca de 15% dos inquiridos afirmaram ter rendimentos superiores. Importa

Gráfico 1.1

Distribuição dos inquiridos segundo a região (%)

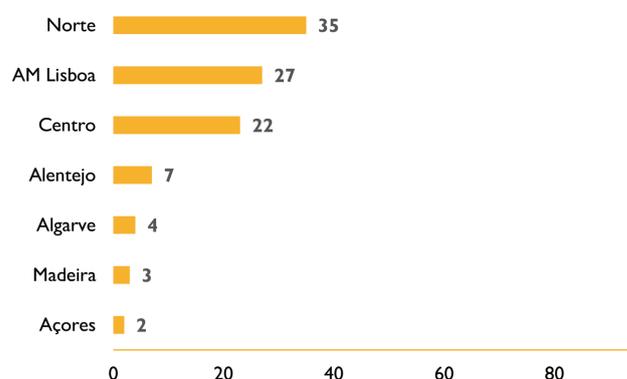
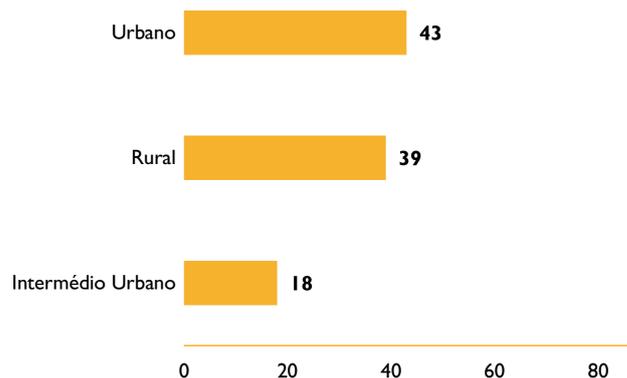


Gráfico 1.2

Distribuição dos inquiridos segundo o *habitat* (%)



1 As percentagens referidas nesta publicação foram arredondadas à unidade pelo que, como acontece no gráfico 1, o seu somatório pode não coincidir com 100%.

notar, contudo, que tal como sucede geralmente neste tipo de estudos, estas distribuições dizem respeito a 57% do total dos inquiridos, dado que 43% afirmaram não saber ou recusaram prestar esta informação.

Pelo contrário, uma ampla maioria dos inquiridos aceitou responder a uma questão onde se pedia uma avaliação subjetiva do seu rendimento. 17% afirmaram viver «confortavelmente» com o rendimento que auferem, 49% «razoavelmente», 27% «com algumas dificuldades» e 8% «com muitas dificuldades». Apenas 1 em cada 100 inquiridos não respondeu a esta questão.

Finalmente, na base das respostas à pergunta sobre a ocupação atual ou anterior do/a inquirido/a ou do seu cônjuge, construiu-se uma variável de classe socioprofissional baseada no esquema de Oesch (Oesch e Rennwald 2018), com 8 categorias. O quadro 1.3 mostra a composição das categorias da classe socioprofissional, e o gráfico 1.3 mostra a distribuição da amostra deste ponto de vista.

Quadro 1.1

Distribuição dos inquiridos e da população por escalões etários

	N	%	Estimativa população residente 15 ou mais anos 2019 %
15-24 anos	171	9	12,3
25-34 anos	244	12	12,5
35-44 anos	280	14	16,4
45-54 anos	287	14	17,2
55-64 anos	363	18	15,9
65 + anos	655	33	25,6
Total	2000	100	100

Quadro 1.2

Distribuição dos inquiridos e da população por graus de instrução

	N	%	Estimativa população residente 15 ou mais anos 2019 %
Curso superior ou mais	257	13	19,6
Ensino Secundário	463	23	22,7
3.º ciclo	324	16	20,0
Menos que 3.º ciclo	956	48	37,8
Total	2000	100	100

É possível assim constatar que a amostra exibiu desvios em relação à informação conhecida das estatísticas oficiais sobre a população residente com 15 ou mais anos no que toca ao sexo, à idade e à instrução. Em particular, a amostra sobrestimou o peso das mulheres nessa população (58% vs. 53,4%), dos escalões etários acima dos 54 anos (18% vs. 15,9% para o escalão 55-64 anos e 33% vs. 25,6% para o escalão 65+), e dos indivíduos com menores níveis de instrução (48% vs. 39% com escolaridade inferior ao 3.º ciclo). Procedeu-se por isso à criação de um ponderador pós-amostral, que permite que, em todas as inferências para a população na base da amostra, se atribua ao inquirido um «peso» que faz com que os resultados obtidos

decorram de distribuições em termos de sexo, escalão etário e grau de instrução iguais às das estimativas da população residente com 15 ou mais anos. O valor mais baixo desse ponderador é 0,7 e o mais alto é 1,98. Todos os resultados apresentados neste estudo, excetuando os que dizem respeito a esta sociografia dos inquiridos, resultam da aplicação deste ponderador.

Gráfico 1.3

Distribuição dos inquiridos por classe socioprofissional



Quadro 1.3

Composição das categorias de classe socioprofissional

Grandes empresários e profissionais liberais (mais de 9 assalariados) (por ex., advogados, dentistas)
Pequenos comerciantes e empresários (menos de 10 assalariados, incluindo agricultores e artesãos)
Gestores (públicos ou privados, consultores, contabilistas)
Técnicos e especialistas (por ex., engenheiros civis, mecânicos ou informáticos, arquitetos)
Profissionais socioculturais (por ex., professores, jornalistas, artistas, assistentes sociais)
Empregados de escritório (por ex., secretariado, rececionistas, escriturários)
Trabalhadores dos serviços (por ex., empregados de café ou restaurante, call centers, auxiliares de ação educativa e de enfermagem)
Operariado (por ex., carpinteiros, mecânicos, estivadores, assalariados rurais, jardineiros)

2. INTERNET E CONSUMOS CULTURAIS

Gráfico 2.1

Utilização da Internet (%)

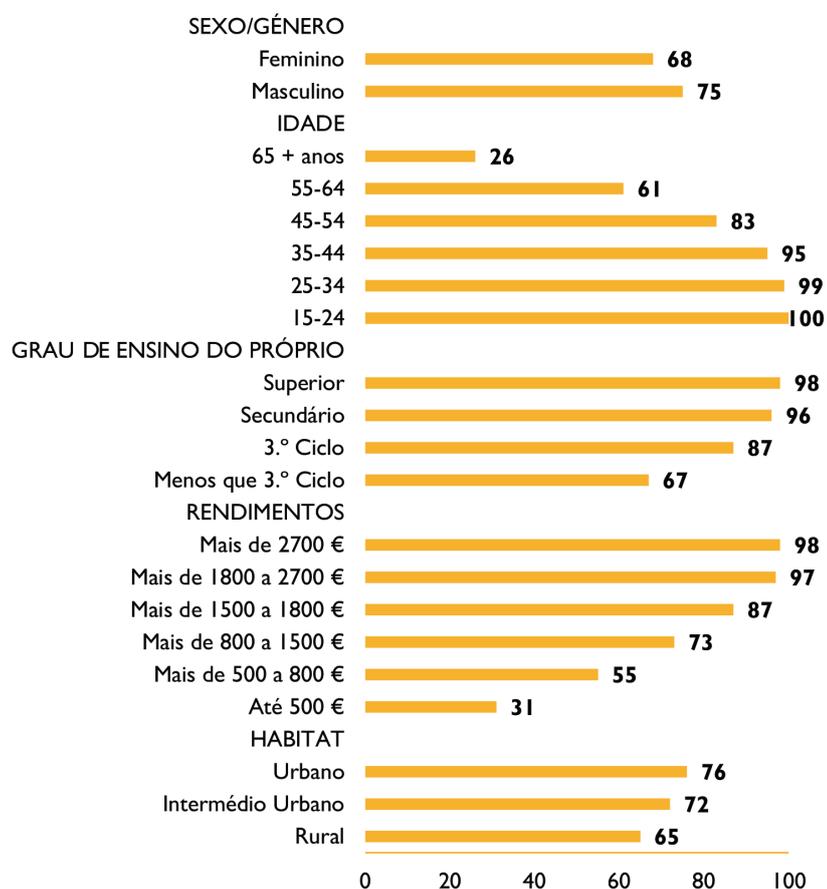


Entre os inquiridos, 71% referem utilizar a Internet, enquanto a restante parte declara não ter contacto com a Web (gráfico 2.1). Esta distribuição indicia a existência de taxas menores de utilização da Internet na sociedade portuguesa comparativamente com a percentagem média de utilizadores dos 16 aos 74 anos (87%) para os países da UE-27 em 2020 (Eurostat 2021).

Em consonância com os padrões sistematicamente identificados por outros estudos (Gomes 2016; Lapa e Vieira 2019), a taxa de utilizadores da Internet aumenta nas faixas etárias mais jovens e entre os indivíduos mais escolarizados (gráfico 2.2). Entre as faixas etárias mais jovens o uso da Web é praticamente absoluto (100% nos inquiridos dos 15 aos 24 anos). Entre os que têm 65 e mais anos, os dados reafirmam, para Portugal, uma infoexclusão generalizada, visto que apenas 26% dos seniores se conectam à Internet.

Gráfico 2.2

Características sociográficas de utilizadores da Internet (%)



Quanto ao grau de instrução, o uso da Internet verifica-se entre 98% dos que têm ensino superior, 96% dos que possuem educação secundária, 87% dos que terminaram o 3.º ciclo e 67% entre os que têm instrução até ao 3.º ciclo.

A não inclusão digital também se relaciona diretamente com fatores de ordem económica, geográfica e de género. A percentagem de utilizadores reduz-se a 31% no grupo dos que contam com rendimentos líquidos familiares até 500 euros e aumenta à medida que cresce o volume dos recursos financeiros. Entre os que têm rendimentos acima de 2700 euros, 98% são utilizadores. Constata-se ainda que a utilização da Internet prevalece em *habitat* urbano (76%), decresce no território intermédio urbano (72%) e atinge uma percentagem inferior em zona rural (65%). Quanto ao género, a Internet é mais utilizada entre homens (75%) do que na população feminina (68%).

Verifica-se que, entre os não utilizadores da Internet, 64% referem não ter interesse ou não encontrar utilidade nesta atividade. A segunda principal razão apontada pelos inquiridos não utilizadores (49%) é o desconhecimento e o sentir-se confuso perante a tecnologia (quadro 2.1). A falta de acesso a computador ou à Internet é referida por 11% dos respondentes e 5% consideram que são usos economicamente muito dispendiosos.

O inquérito apurou que 89% dos internautas usam habitualmente o *smartphone* para aceder à Internet (gráfico 2.3). A seguir, surge o computador pessoal portátil, usado recorrentemente

Quadro 2.1

Principais razões para não utilizar a Internet (%)

Falta de interesse/não vê utilidade	64
Não sabe como usar/sente-se confuso com a tecnologia	49
Não tem acesso a um computador ou à Internet	11
Muito caro	5
Não tem tempo	2
Outra	1

Gráfico 2.3

Equipamentos de acesso à Internet habitualmente usados (%)

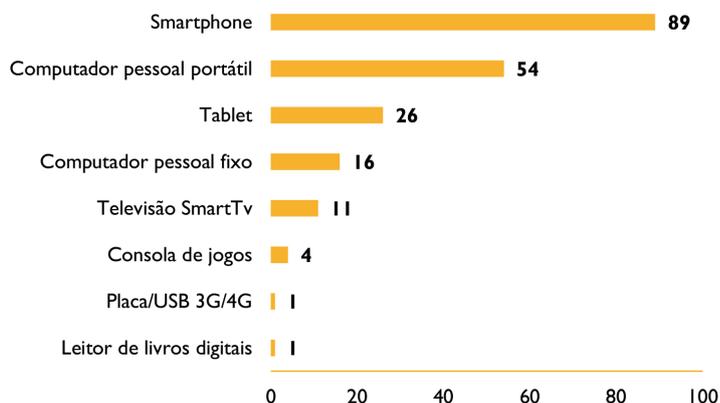


Gráfico 2.4

Frequência da ligação à Internet para trabalho ou estudo (%)

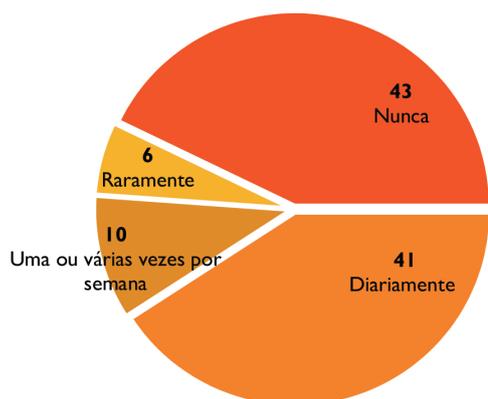
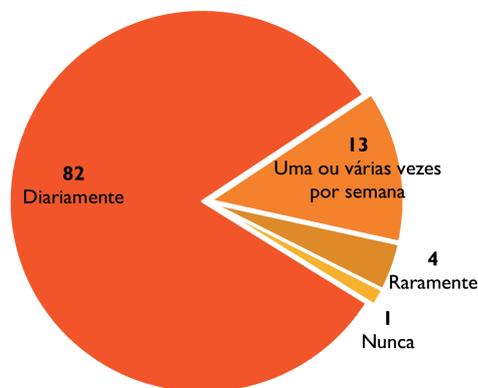


Gráfico 2.5

Frequência da ligação à Internet por lazer (%)



por 54% para a conexão à Internet, depois o *tablet*, mencionado por 26%, e 16% assinalam o computador pessoal fixo. Há uma mudança notória no padrão de uso da Internet a favor dos aparelhos móveis, uma vez que, em 2013, apenas 39% usavam a Internet em dispositivos móveis (Cardoso e Mendonça 2014).

Entre os utilizadores da Internet, 43% nunca se conectam para trabalho ou estudo, 41% utilizam-na diariamente para estas finalidades, 10% estabelecem a ligação à Internet uma ou várias vezes por semana, mas não diariamente (gráfico 2.4). Os restantes 6% raramente usam a Internet para trabalho ou estudo. Observa-se que 38% dos homens e 47% das mulheres nunca se ligam à Internet para trabalhar ou estudar.

A ligação à Internet por lazer apresenta uma distribuição diversa. A maioria dos utilizadores, 82%, conecta-se diariamente para tal finalidade, 13% estão *online* por lazer uma ou várias vezes por semana, mas não diariamente, os restantes apenas esporadicamente se conectam (gráfico 2.5). O uso diário da Internet por lazer é mais expressivo entre homens (61%) do que entre mulheres (55%). A utilização diária da Internet para trabalhar ou estudar é referida por 14% dos operários e por 23% dos trabalhadores dos serviços. Entre profissionais socio-culturais, 69% conectam-se *online* diariamente e 97% dos grandes empresários e profissionais liberais ligam-se à Internet todos os dias.

No total, em média, os internautas portugueses passam perto de 30 horas semanais ligados à Internet (gráfico 2.6, página seguinte). São os indivíduos mais novos que despendem mais tempo global na Internet, destacando-se no tempo de ligação por lazer (17 horas, em média). Por contraste, os indivíduos com mais de 65 anos passam o menor número de horas na Internet quer para trabalho ou estudo, quer por lazer. São os respondentes mais escolarizados e com rendimentos líquidos familiares entre os 1800 e 2700 euros que predominam entre os que passam, em média, mais tempo ligados à Internet. Estes representam os que se encontram, em média, mais tempo conectados *online* por questões laborais ou estudo (cerca de 22 horas). Verifica-se uma tendência de decréscimo no tempo gasto na Internet nos escalões menos escolarizados e com menores rendimentos, em especial por razões de trabalho ou estudo.

Em média, é nos espaços urbanos que se passa mais tempo na Internet, quer para traba-

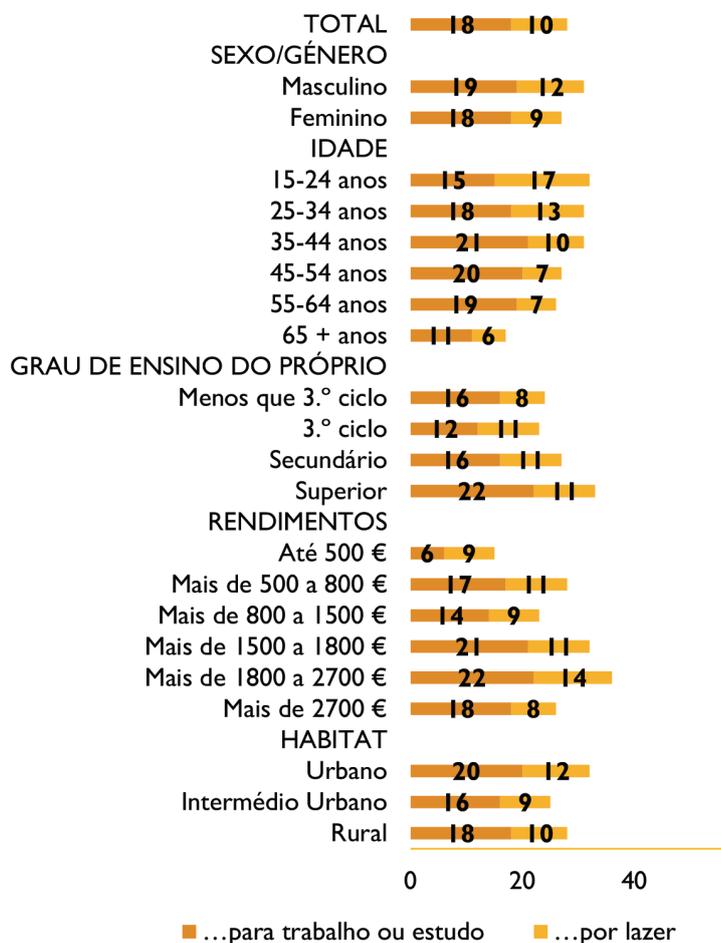
lho ou estudo (20 horas por semana, em média), quer por lazer (12), notando-se que os valores médios são mais baixos no território intermédio urbano. Quanto à média global de horas passadas na Internet, verifica-se igualmente um desnível de género em benefício dos homens, sendo esta diferença estatisticamente significativa para a média de horas gastas na Internet por lazer.

Nos consumos culturais *online* destaca-se ouvir música a partir da Internet, atividade partilhada por mais de metade dos respondentes e realizada diariamente por 18% e uma ou várias vezes por semana por 17% (quadro 2.2, página seguinte).

Aproximadamente metade dos utilizadores procura informação sobre livros, música, cinema e espetáculos, pelo menos com alguma regularidade. Outra prática regular para pouco mais de 40% dos inquiridos é ver, comprar ou descarregar filmes ou séries. Inversamente, os internautas portugueses interessam-se menos pela procura de informação sobre bibliotecas e arquivos e aceder a bibliotecas e arquivos virtuais. Ler *sites* de notícias é a prática *online* mais frequente entre os respondentes, sendo que 29% refere que o faz diariamente.

Gráfico 2.6

Média de horas por semana de ligação à Internet, para trabalho ou estudo e por lazer



Cerca de 65% assinalam procurar informações precisas *online* com, pelo menos, alguma regularidade. Mais de metade aponta que nunca lê a Wikipédia ou outras enciclopédias *online*. A maioria indica que nunca lê e/ou escreve em blogues e nunca lê e/ou escreve críticas em sítios como o Tripadvisor.

Em resultado da pandemia e do confinamento, 24% dos internautas portugueses referem ter passado a usar mais a Internet para ver filmes e séries. O uso da Web para ler livros, jornais e revistas *online* também se intensificou para 12% da amostra. Destaca-se ainda que 11% declaram que recorreram mais à Internet para ver espetáculos de música (gráfico 2.7). É de ressaltar que os dados relativos à categoria «deixou de usar/não usou» não significam que a reação dominante ao confinamento tenha sido uma quebra generalizada no uso da Internet no domínio cultural para a maior parte das pessoas. Estes valores podem significar, em larga medida, que os indivíduos já antes não usavam a Internet para os vários usos culturais.

Observa-se que 40% dos internautas com idade entre 15 e 24 anos afirmam ter passado

Quadro 2.2

Frequência de utilização da Internet para realizar as seguintes atividades culturais (%)

	Diariamente	Uma ou várias vezes por semana, mas não todos os dias	Uma ou várias vezes por mês, mas não todas as semanas	Uma ou várias vezes por ano, mas não todos os meses	Nunca
Procurar informação sobre museus, galerias de arte, sítios arqueológicos	0	4	10	17	69
Procurar informação sobre bibliotecas e arquivos	1	3	7	10	79
Procurar informação sobre livros, música, cinema e espetáculos	4	11	19	16	50
Ver espetáculos a partir da Internet (concertos, teatro, dança, etc.)	1	5	9	12	74
Aceder a bibliotecas ou arquivos virtuais	1	4	6	8	80
Comprar ou reservar entradas para cinema, concertos, teatro, museus	0	2	9	18	71
Ouvir música a partir da Internet (através de qualquer serviço de <i>streaming</i> como o <i>spotify</i>)	18	17	15	7	43
Comprar ou descarregar música	4	8	14	11	63
Ver, comprar ou descarregar filmes ou séries	4	10	17	9	59
Partilhar conteúdos culturais (vídeos, música, imagens, outros) criados pelo próprio	3	6	11	9	70
Interagir <i>online</i> em temas relacionados com cultura (colocando mensagens e <i>likes</i> em sítios de redes sociais e outros grupos virtuais)	5	8	12	11	64
Ler sites de notícias (não inclui jornais e revistas)	29	25	12	4	29
Ler na Wikipédia ou outras enciclopédias <i>online</i>	3	13	16	10	57
Ler e/ou escrever blogues	3	8	10	8	71
Ler e/ou escrever críticas (Tripadvisor, Amazon, etc.)	1	4	10	10	76
Procurar informações precisas (significado de palavras, factos históricos, etc.)	8	19	26	12	36

a usar mais a Internet para ver filmes e séries, seguindo-se as faixas etárias dos 25 a 34 anos (35%) e dos 35 a 44 anos (24%) (gráfico 2.8). Recorde-se que os inquiridos destas faixas etárias fazem parte dos segmentos com taxas mais elevadas de utilizadores da Internet (gráfico 2.2). Trata-se de resultados em linha com as conclusões obtidas por estudos sobre a relação entre a pandemia e os consumos mediáticos (Cardoso e Baldi 2020).

Na faixa etária dos 65 e mais anos, o grupo mais infoexcluído, a leitura de livros, jornais e revistas representou a atividade *online* que mais foi reforçada durante a pandemia, sendo referida por 8%. Para os seniores, ver filmes e séries *online* constituiu a prática cultural menos intensificada.

Gráfico 2.7

Pandemia e mudança de hábitos no uso de serviços digitais e da Internet no domínio cultural (%)

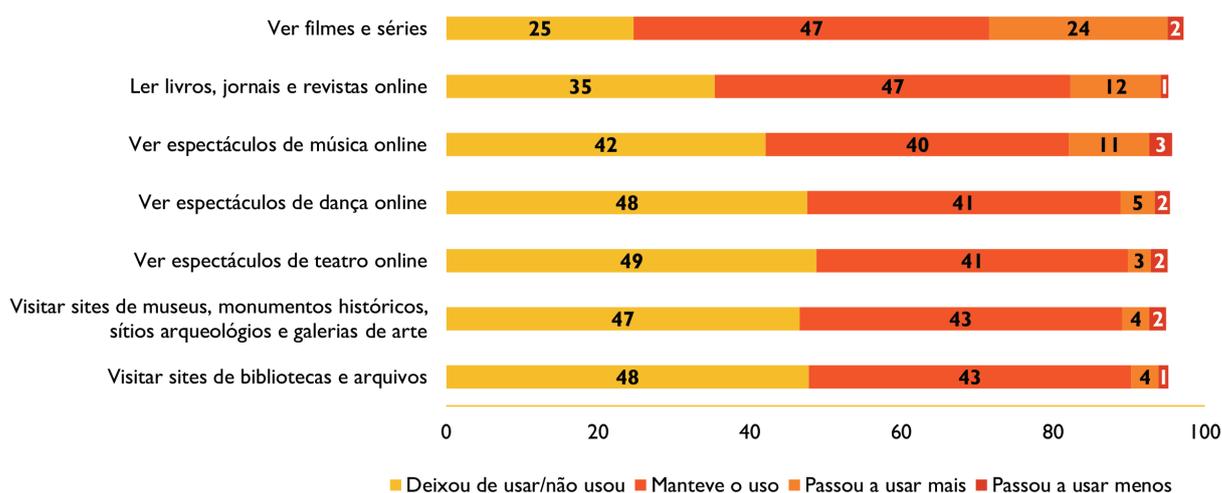
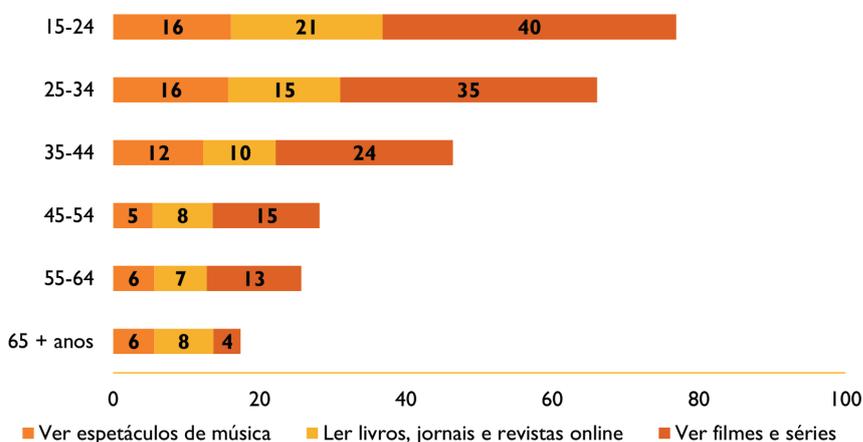


Gráfico 2.8

Principais usos intensificados de serviços digitais no domínio cultural durante a pandemia, por idade (%)



3. AUDIOVISUAIS: TELEVISÃO E RÁDIO

Gráfico 3.1

Com que frequência vê televisão/ouve rádio (%)

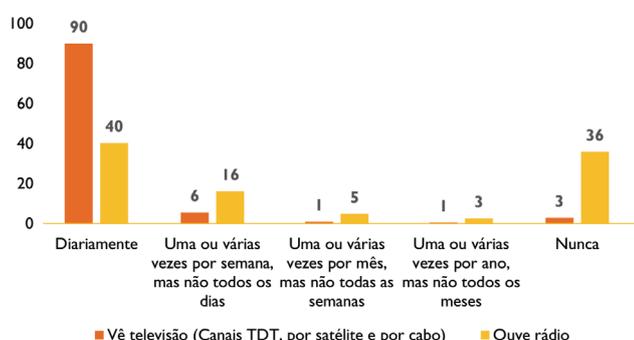
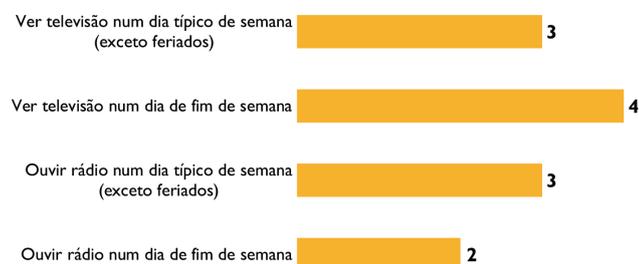


Gráfico 3.2

Em média, quantas horas costuma ver televisão e ouvir rádio num dia típico da semana e num dia de fim de semana



Quadro 3.1

Principal dispositivo onde habitualmente vê televisão (%)

Aparelho de televisão	98
Computador ou tablet	1
Telemóvel	1

Em 2020, quase toda a população portuguesa (90%) refere visionar televisão diariamente, enquanto 40% declaram ouvir rádio com a mesma frequência (gráfico 3.1). Se são raros os casos de inquiridos que visionam com pouca ou nenhuma frequência televisão, 36% apontam que nunca ouvem conteúdos radiofónicos. Quanto à televisão, esta distribuição vai de encontro ao que se verifica na sociedade espanhola (MCUD 2019a, 55), mas claramente acima da percentagem média da UE-28 para visionamento de televisão, que se fixou nos 81% em 2019 (Eurostat 2020). Por outro lado, ouvir rádio é uma atividade que foi mais recorrente em 2019 em Espanha (num total de 76%) do que em 2020 em Portugal. No entanto, estas diferenças podem refletir o efeito do atual contexto pandémico (ver, adiante, gráfico 3.6).

Ademais, os inquiridos apontam que visionam, em média, mais horas de televisão durante o fim de semana (4) do que durante um dia de semana típico (3) (gráfico 3.2). Quanto à rádio, a tendência inverte-se: os respondentes passam, em média, menos horas a ouvir rádio durante o fim de semana (2) do que num típico dia de semana (3).

É o segmento da população com menos rendimentos e com mais idade que passa, em média, mais tempo frente ao ecrã da televisão, 5 horas, em média, durante o fim de semana e 4 horas durante um dia de semana típico (gráfico 3.3). Pelo contrário, são os indivíduos mais novos, mais instruídos e com maiores rendimentos que, tendencialmente, passam menos tempo à frente do ecrã da televisão, no fim de semana e durante a semana.

Praticamente toda a população usa o aparelho de televisão como o principal meio de visionamento de conteúdos televisivos e só uma ínfima minoria aponta o computador ou tablet ou o telemóvel como dispositivos preferenciais para consumo televisivo (quadro 3.1). Olhando para as preferências por tipo de programa, 81% da população que assiste televisão costuma ver notícias, reportagens e informação, 57% filmes e 43% séries. A seguir estão as telenovelas, 40%, e os documentários, 36%, que aparecem, surpreendentemente, acima dos programas desportivos (33%), talvez por efeito do contexto pandémico, dos concursos de cultura

geral (30%) e dos programas de entretenimento (*reality shows, talk shows, humor, etc.*) (28%) (quadro 3.2).

Quanto à rádio, claramente é no carro que uma maior proporção de ouvintes escuta rádio (66%) em comparação com 40% que ouvem em casa (gráfico 3.4). O local de trabalho é o espaço

Quadro 3.2

Programas televisivos habitualmente vistos (%)

Notícias, reportagens e informação	81
Filmes	57
Séries	43
Telenovelas (portuguesas ou estrangeiras)	40
Documentários	36
Programas desportivos (jogos, notícias, debates, etc.)	33
Concursos de cultura geral (ex: Quem Quer Ser Milionário, Mental Samurai)	30
Programas de entretenimento (<i>reality shows, talk shows, humor, etc.</i>)	28
Outros concursos (ex: Preço Certo, Got Talent Portugal, etc.)	26
Programas de entrevista (ex: Alta Definição, Grande Entrevista)	22
Debates (Prós e Contras, Circulatura do Quadrado, Eixo do Mal)	20
Outros programas culturais	12
Missa ou outros programas religiosos	11
Outros programas de música	11
Concertos de música popular	9
Desenhos animados ou outros programas infantis	7
Concertos de música clássica	4
Programas relacionados com livros e leitura	4
Outros programas de artes cénicas (circo, ópera, etc.)	4
Teatro	3

Gráfico 3.3

Média de número de horas de visionamento de TV, por características sociodemográficas

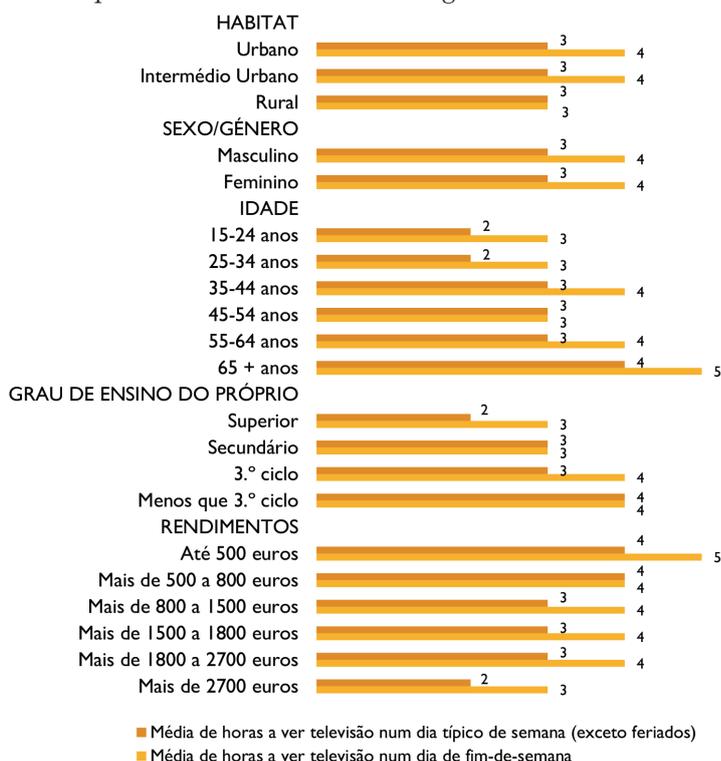
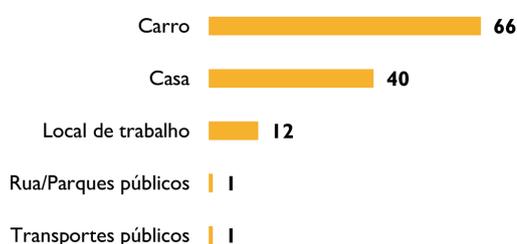


Gráfico 3.4

Local habitual de audição de rádio (%)



habitual de audição para 12% dos respondentes que escutam rádio. Apenas uma escassa minoria de ouvintes refere a rua e os parques públicos ou os transportes públicos como locais habituais de audição de rádio.

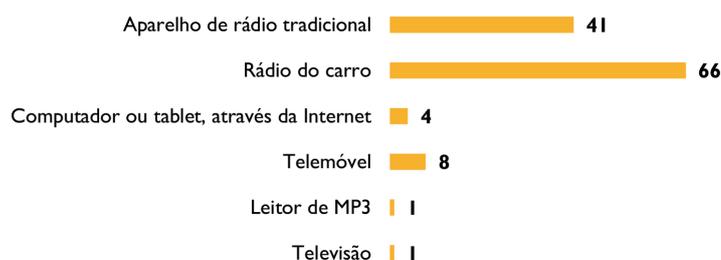
Concomitantemente, entre os ouvintes de rádio, 66% usam o rádio do carro, acima da proporção de respondentes que aponta o aparelho de rádio tradicional como um dos seus principais meios de audição (41%), e bem acima da fração que indica o telemóvel (8%) ou o computador ou *tablet* (4%) como principais meios de audição de conteúdos radiofónicos (gráfico 3.5).

Os que costumam ouvir rádio mostram preferência por programas noticiosos e de informação (59%), e música popular (50%), com preferência menor por outros programas de música (36%), e tertúlias (ex.: Manhãs da Comercial, Café da Manhã, etc.) (28%) (quadro 3.3). Uma minoria escuta habitualmente programas de desporto (17%), de entretenimento (16%) ou ouve música clássica na rádio (12%). Afere-se ainda uma incidência muito baixa de programas com entrevistas, performances, etc. (7%) e outros programas culturais (6%), da escuta de missas ou outros programas religiosos (4%) e de programas relacionados com livros e leitura (2%).

Os consumos televisivos aumentaram durante a pandemia e, porventura com o teletrabalho e o menor uso do carro, os de rádio diminuíram

Gráfico 3.5

Principais dispositivos onde ouve rádio (%)



Quadro 3.3

Programas de rádio habitualmente seguidos (%)

Notícias e informação	59
Música popular	50
Outros programas de música	36
Tertúlias (ex: Manhãs da Comercial, Café da Manhã, etc.)	28
Desporto (relatos de futebol, notícias, debates)	17
Programas de entretenimento	16
Música clássica	12
Programas com entrevistas, performances, etc.	7
Outros programas culturais	6
Missa ou outros programas religiosos	4
Programas relacionados com livros e leitura	2
Outros	1

(gráfico 3.6). 23% dos inquiridos apontam que passaram a ver mais TV durante o confinamento, comparando com 5% que assinalam um acréscimo no uso da rádio no mesmo período. Apenas 1% declara que deixou de usar ou não usou televisão, mas 17% indicam que deixaram de usar ou não usaram a rádio. Há maiores proporções de indivíduos mais novos e dos contextos urbano e intermédio urbano que passaram a usar mais a televisão (gráfico 3.7). Também entre os indivíduos que declaram um rendimento familiar de mais de 1500 a 1800 euros e de mais de 1800 a 2700 euros verificam-se das maiores proporções de respondentes que apontam um acréscimo no uso da TV. Pelo contrário, é entre os indivíduos mais velhos, menos escolarizados e dos meios rurais que temos menores frações de respondentes a indicarem o aumento do uso da televisão.

Gráfico 3.6

Confinamento e mudanças de hábitos no uso da televisão e rádio, total (%)

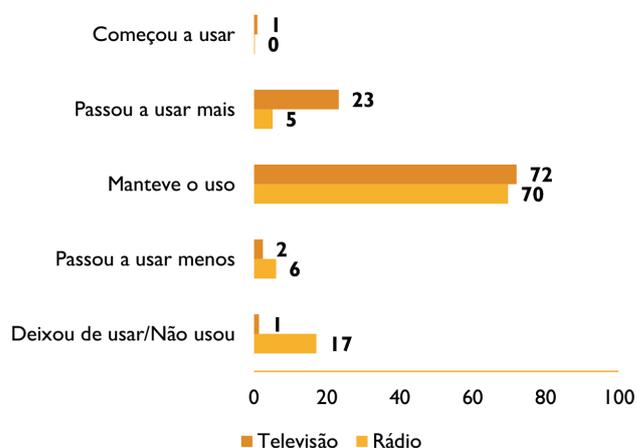
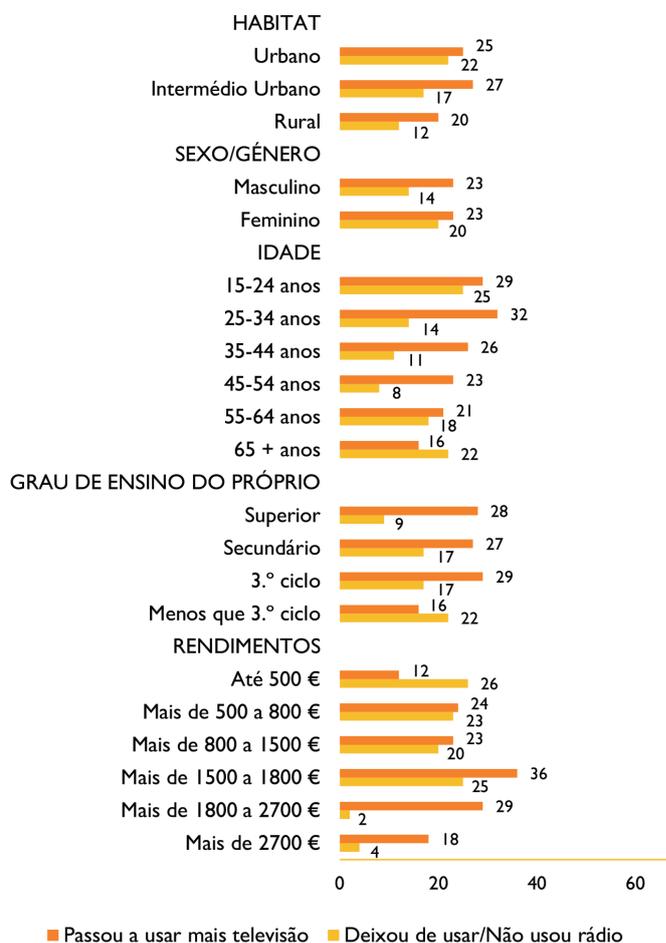


Gráfico 3.7

Confinamento e mudanças de hábitos no uso de televisão e rádio, por características sociodemográficas (%)



4. LEITURA E BIBLIOTECAS

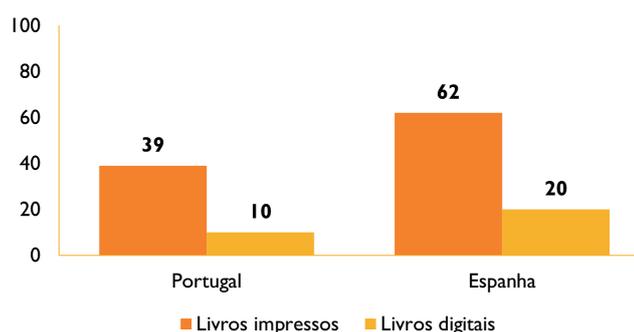
Em matéria de práticas de leitura, o inquérito permitiu apurar que só 39% dos portugueses leram livros impressos no último ano. O valor baixa para 10% ao considerar-se a leitura de livros digitais. Comparando, por exemplo, com dados de 2018/19 relativos à realidade espanhola (MCDU 2019a, 154), a prática da leitura de livros em Portugal, independentemente do suporte, atinge valores substancialmente inferiores (gráfico 4.1).

Este panorama, em que a maioria dos portugueses não leu, no último ano, qualquer livro em papel (e, muito menos, em suporte digital), vai ao encontro de uma ideia salientada nalguns dos últimos inquéritos aos hábitos e práticas de leitura, a de que se estaria perante uma tendência de quebra percentual da população leitora de livros impressos (quadro 4.1).

De resto, a população leitora de livros impressos identificada pelo presente inquérito (não se incluem aqui os indivíduos que não quantificaram o número de livros lidos no último ano) constitui-se maioritariamente por pequenos leitores (27%, que leram entre 1 e 5 livros nesse suporte), ao passo que os médios leitores (6-20 livros) se cifram nos 7% e os grandes leitores (+ de 20 livros) em 1%. (Des)equilíbrio que se mantém no que concerne à população leitora de livros digitais (pequenos leitores – 5%; médios – 1%; grandes – 0%). Adiante-se ainda que se dados de 2007 (Santos 2007) apontavam os jornais como o objeto da cultura impressa com mais leitores, o mesmo continua a verificar-se à luz dos dados deste Inquérito (43% dos portugueses leram jornais em papel no último ano), pese embora, e contrariamente a 2007, os livros nesse formato tenham contado com mais leitores do que as revistas (39% vs. 32%). Também na esfera digital os jornais são a publicação mais lida (por 21% dos portugueses inquiridos), vindo só depois, a maior distância, os livros e as revistas (10% de leitores para ambos os formatos).

Gráfico 4.1

Leitura de livros, por suporte, nos últimos 12 meses (%)



Quadro 4.1

Tipo de leitores e não-leitores de livros impressos, por ano (%)

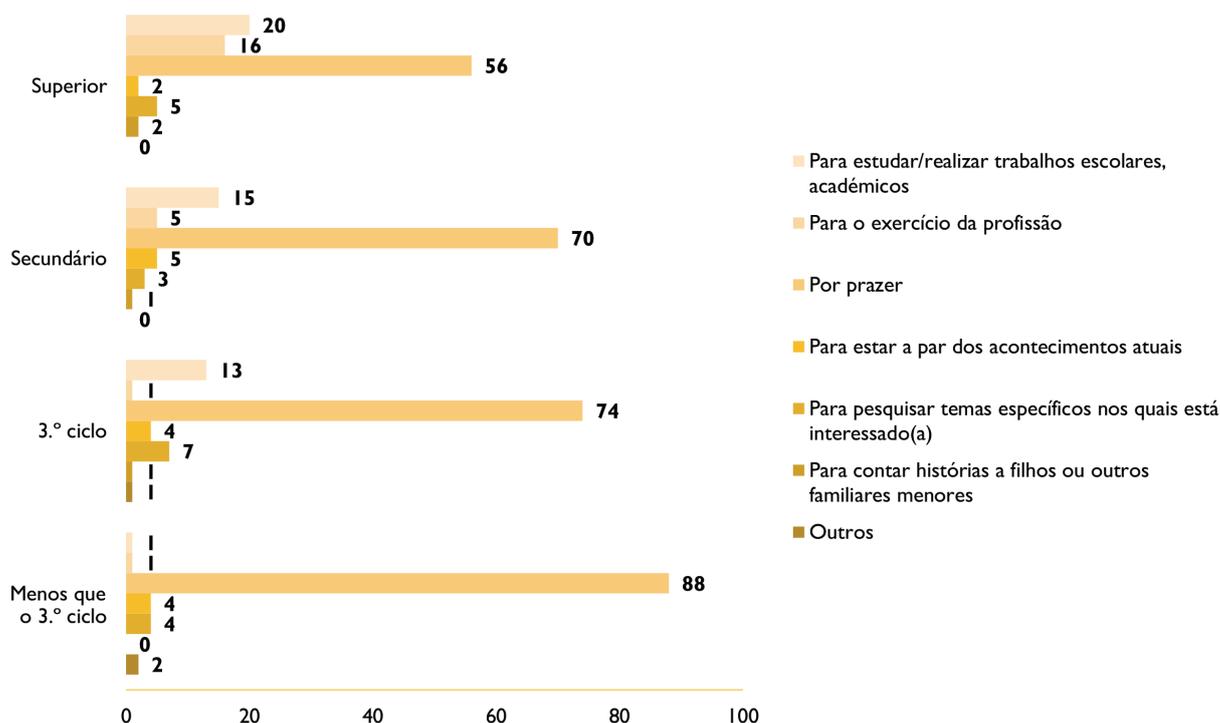
Tipo	Ano	
	2007 (Fonte: Neves 2011, 155)	2020
Pequenos (1-5 livros)	37	27
Médios (6-20 livros)	15	7
Grandes (+ de 20 livros)	2	1
Não-leitores de livros impressos	45	61

Quanto aos objetivos associados à leitura, a maioria dos portugueses que lê fá-lo sobretudo por prazer (68%), independentemente do grau de escolaridade completado (gráfico 4.2). Nota-se aliás que é entre os indivíduos com menor grau de instrução que tal razão ganha maior relevo (88% dos que têm menos que o 3.º ciclo afirmam ler com esse objetivo), quase não se envolvendo noutra tipo de leituras. Em contrapartida, é no grupo dos mais escolarizados (com nível de instrução superior) que é comparativamente mais elevado o contingente daqueles cujo móbil principal para a leitura é o estudo/a realização de trabalhos escolares, académicos (20%) ou o exercício da profissão (16%).

Constata-se igualmente que a centralidade da leitura por prazer é transversal em termos etários (gráfico 4.3). Sendo uma prática mais privilegiada à medida que a idade avança, não deixa ainda assim, entre os indivíduos dos 15 aos 24 anos, de estar ao nível do género de leitura com que estes mais ocupam o tempo, a leitura escolar/académica. Já entre os que se encontram a meio da vida ativa (35-44 anos), e comparando com outros escalões etários, é superior a percentagem dos que leem sobretudo para o exercício da profissão (14%).

Gráfico 4.2

Objetivos com que se lê mais frequentemente, por nível de instrução (%)



Mas a partir de que fontes de informação obtêm os portugueses recomendações ou ideias de leitura? São destacadamente privilegiadas para esse efeito as indicações fornecidas por indivíduos dos seus círculos de proximidade (familiares, amigos, colegas de trabalho), surgindo depois num mesmo plano, mas orientando as práticas de leitura de uma muito menor percentagem de indivíduos, outras três fontes de informação (gráfico 4.4): a exposição nas prateleiras

Gráfico 4.3

Objetivos com que se lê mais frequentemente, por idade (%)

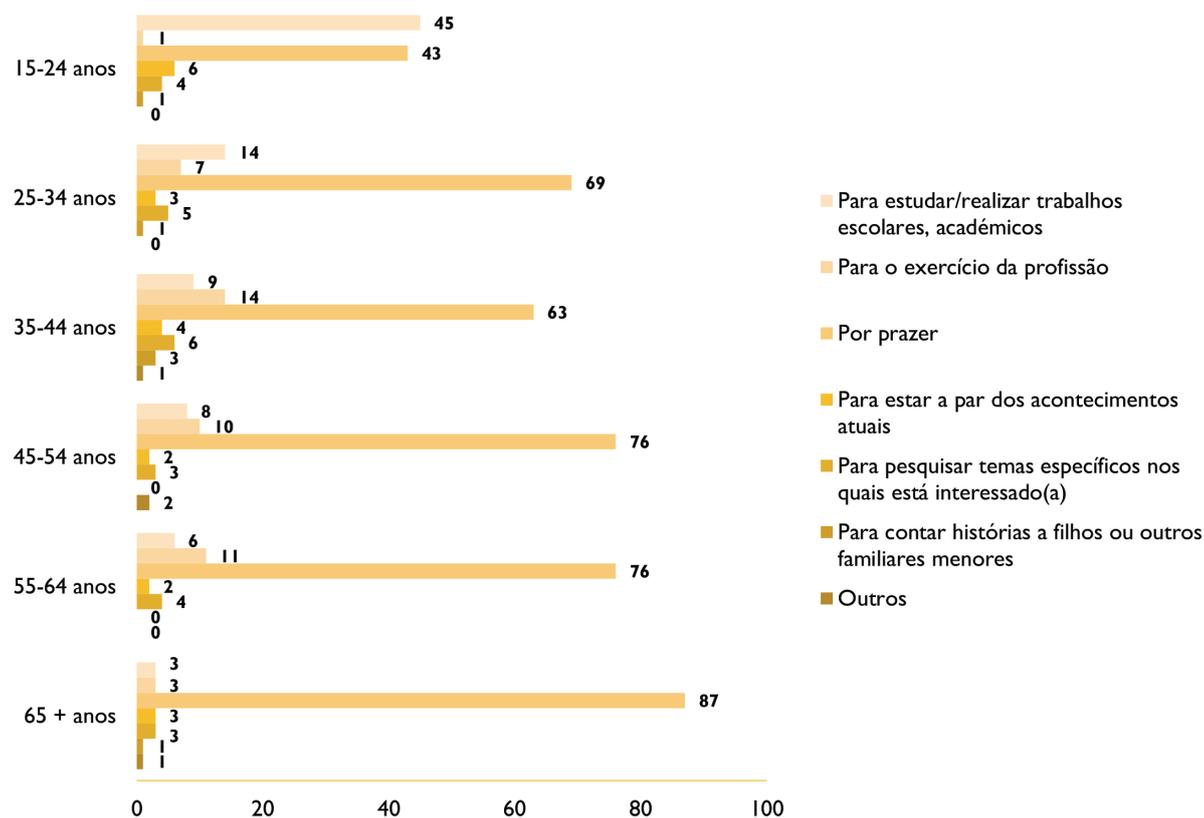
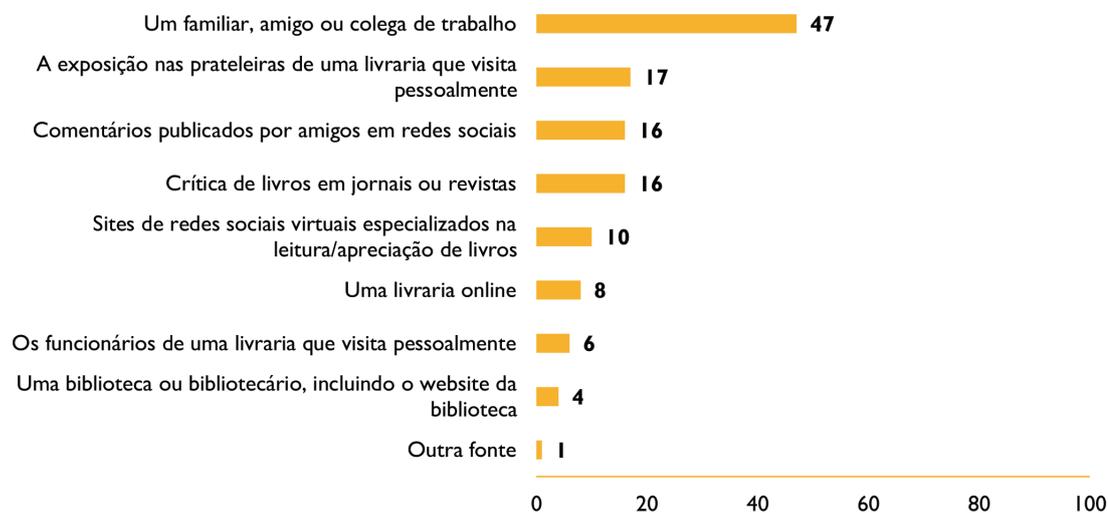


Gráfico 4.4

Fontes de informação através das quais se obtêm recomendações/ideias de leitura (%)



de uma livraria a que se foi (17%), os comentários publicados por amigos em redes sociais (16%) e a crítica de livros em jornais ou revistas (16%). Não se deixe, contudo, de referir que as funções de aconselhamento (sobre o que ler) tradicionalmente adstritas a profissionais como o livreiro ou o bibliotecário tendem, em termos comparativos, a ser pouco consideradas.

Digno de registo é também outro aspeto: apesar de os dados mostrarem que quanto mais jovem se é, e quanto mais elevadas as qualificações académicas dos pais, maior será a probabilidade de se ter usufruído, na infância e adolescência, de experiências de aproximação ao mundo do livro e da leitura espoletadas pelos pais ou por outros familiares, importa destacar que a maioria dos portugueses raramente ou nunca desfrutou, até aos 15 anos de idade, da leitura de histórias e da oferta de livros por parte da família ou, inclusivamente, de um conjunto de práticas exodomiciliares como idas a feiras do livro, livrarias ou bibliotecas (gráfico 4.5).

Sublinhe-se, porém, que no escalão etário 15-24 são em maior número os que tiveram pais ou outros familiares lendo-lhes histórias frequentemente ou algumas vezes do que raramente ou nunca. O mesmo é válido quanto à oferta de livros, com idêntica manifestação no escalão dos 25-34 anos. Entre outras razões, estes resultados, permitindo entrever um potencial sinal de mudança, podem explicar-se pelo facto de os jovens de hoje terem pais mais escolarizados do que os de gerações mais velhas e, por consequência, mais sensíveis ao valor cultural da leitura.

No que toca à frequência de bibliotecas ou arquivos (gráfico 4.6), e tendo por referência os 12 meses anteriores ao início da pandemia, assinala-se que 80% dos portugueses nunca os visitaram nesse período.

Entre os que não realizaram qualquer ida presencial, a larga maioria (79%) apresenta como principal razão para essa ausência o não ter necessidade de frequentar tais equipamentos, sendo que 17% declaram arranjar, por outros meios, os materiais que tencionam ler. Já entre os motivos que justificam a frequência de bibliotecas ou arquivos, surge, destacadamente (isto é, referida por 44% dos frequentadores), a necessidade de estudar/trabalhar, seguindo-se o objetivo de pesquisar no catálogo da biblioteca e requisitar livros, revistas ou jornais (28%); o de ler, no local, livros, jornais ou revistas (21%); ou o de se dirigirem aos ditos equipamentos a fim de acompanhar um filho ou outro familiar (13%).

Gráfico 4.5

Frequência com que, na infância e adolescência (até aos 15 anos), os seus pais ou outros familiares responsáveis por si lhe liam histórias, ofereciam livros e iam a feiras do livro, livrarias ou bibliotecas (%)

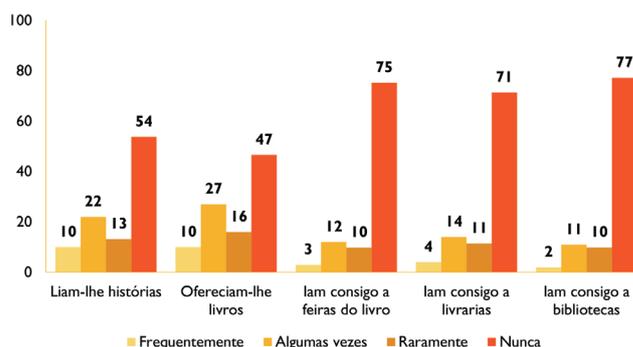
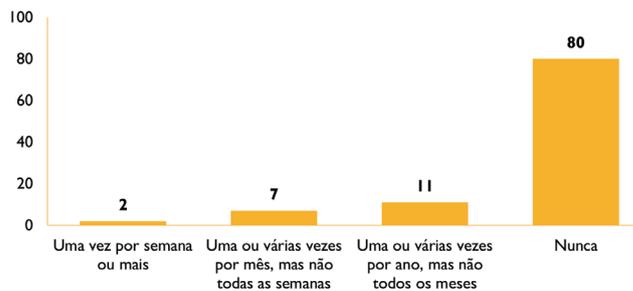


Gráfico 4.6

Frequência com que, nos 12 meses anteriores ao início da pandemia, se deslocou a bibliotecas ou arquivos (%)



5. MUSEUS, MONUMENTOS HISTÓRICOS, SÍTIOS ARQUEOLÓGICOS E GALERIAS DE ARTE

Nos 12 meses que precederam a pandemia e o confinamento, 31% e 28% dos inquiridos dizem ter visitado, respetivamente, monumentos históricos e museus. A procura de sítios arqueológicos e galerias de arte foi menor, sendo referida por 13% e por 11%. Nos espaços patrimoniais tutelados pela Direção-Geral do Património Cultural, observa-se também o lugar mais proeminente dos monumentos, que costumam registar um número maior de visitantes (Silva e Silva 2019). A tendência de maior preferência por visitar monumentos deteta-se igualmente nos resultados do inquérito referente a Espanha (2018-2019), no qual 49% tinham visitado no último ano um monumento, 41% frequentaram um museu, 22% deslocaram-se a um sítio arqueológico e 16% entraram numa galeria de arte (MCUD 2019b, 6-8).

De acordo com o inquérito realizado em Portugal, o ritmo predominante da visita correspondeu a 1 ou 2 vezes por ano, como assinalado por 95% dos frequentadores de monumentos históricos, 96% dos visitantes de museus, 98% dos que indicaram sítios arqueológicos e 98% dos que apontaram ter frequentado galerias de arte.

Gráfico 5.1

Frequência das visitas a museus, monumentos históricos, sítios arqueológicos e galerias de arte nos 12 meses anteriores à pandemia (%)

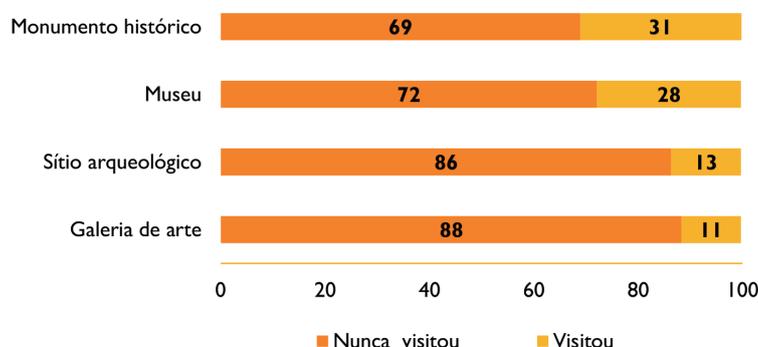
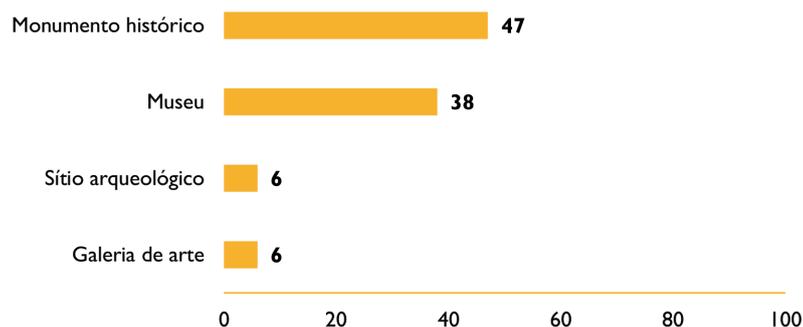


Gráfico 5.2

Espaços patrimoniais visitados há menos tempo, mesmo que depois do início da pandemia, por tipo (%)



Entre os espaços visitados há menos tempo, mesmo que a visita tenha decorrido após o começo da pandemia, 47% dos respondentes procuraram monumentos históricos, seguindo-se os museus (principalmente de história e de arte), que foram visitados por 38% (gráfico 5.2). Surgem, depois, as galerias de arte (6%) e os sítios arqueológicos (6%).

O inquérito em Portugal apurou que o acesso aos espaços patrimoniais continua a assumir uma relação significativa com o grau de ensino (gráfico 5.3). Deste modo, 70% dos que têm escolaridade superior visitaram estes espaços, seguindo-se 44% daqueles que possuem o ensino secundário, 32% dos que têm o 3.º ciclo e 11% dos que assinalam escolaridade até ao 3.º ciclo. Reafirma-se, assim, o traço de perfis qualificados que tem caracterizado os frequentadores de entidades patrimoniais, evidenciado em diversos estudos (DGPC 2015; Eurobarómetro 2017; Semedo *et. al* 2018). Considerando a situação perante o emprego, a população escolar destaca-se: 58% dos estudantes visitaram museus, monumentos, sítios arqueológicos e galerias de arte. É menor a presença de trabalhadores (43%), desempregados (23%), reformados ou com incapacidade (19%) e domésticos(as) não remunerados(as) (9%).

Relativamente a grupos etários, quase metade dos que têm entre 15 e 24 anos figuram entre os visitantes. Nos segmentos dos 25 aos 54 anos, a percentagem situa-se entre 40% e 42%. Decresce nos grupos dos 55-64 anos (32%) e dos 65 e mais anos (18%).

A presença de inquiridos masculinos é mais elevada (37%) do que a de respondentes do género feminino (32%). Porém, a distribuição por género varia de acordo com o tipo de espaço frequentado: as mulheres predominam no grupo dos visitantes de museus e galerias de arte, enquanto a percentagem de homens eleva-se entre os frequentadores de monumentos históricos e sítios arqueológicos. Considerando o museu, o monumento histórico, o sítio arqueológico ou a galeria de arte que a população inquirida visitou há menos tempo, mesmo que a visita tenha ocorrido depois do início da pandemia, 58% fizeram-no noutra concelho de Portugal, diferente do município onde residem, 28% assinalam o concelho onde habitam, 10% apontam outro país da União Europeia (UE) e uma minoria estreita (2%) frequentou este tipo de espaços culturais num país fora da UE (gráfico 5.4). A visita no estrangeiro é assinalada por

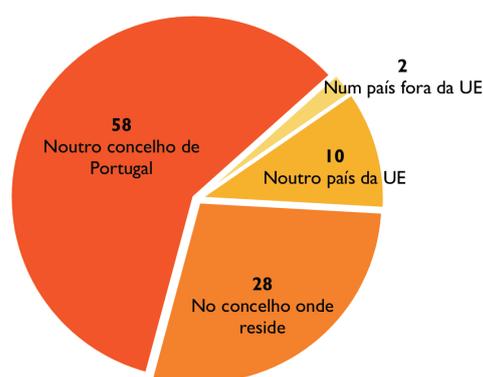
Gráfico 5.3

Características sociográficas dos visitantes (%)



Gráfico 5.4

Localização do espaço visitado (%)



21% dos que frequentaram museus no inquérito relativo a Espanha (MCUD 2019b, 6).

O principal motivo que leva os inquiridos a realizar a visita é a importância histórica do espaço (40%) (quadro 5.1). O convívio com outras pessoas é mobilizador para 33%, sendo a razão que mais pesou entre indivíduos com 65 e mais anos e moveu especialmente as pessoas casadas e as pessoas viúvas. A beleza do espaço e das obras expostas é referida por 31%. Já a recomendação de familiares, amigos ou outras pessoas é indicada por 28%, constituindo o motivo mais dinamizador da visita entre indivíduos dos 25 aos 34 anos. A possibilidade de aprofundar o conhecimento sobre o tema da exposição/coleção é referida por 12% dos respondentes, mais por pessoas solteiras e em união de facto. As recomendações de guias e roteiros (9%), as opiniões e as imagens que viu nas redes sociais (7%), por lazer ou em passeio (5%) representam motivos indicados com menor frequência. De todos os motivos elencados, os fatores que pesaram menos na decisão da visita são a publicidade (3%), a visita organizada pela escola, junta de freguesia ou câmara municipal (2%), as críticas de profissionais (2%) e o *website* do espaço (2%). No inquérito referente a Espanha, 93% apontaram o lazer e o entretenimento como uma causa para visitar museus, enquanto 7% realizaram a atividade por motivos laborais ou de estudo (MCUD 2019b, 6).

Entre os visitantes, 65% deslocaram-se com familiares e 27% realizaram a visita na companhia de namorado/a e ou amigo/s (gráfico 5.5). Por sua vez, a visita com grupo de escola é referida por 8%, enquanto 5% apontam outro grupo organizado e 4% realizaram a visita sozinhos. A última modalidade é mais frequente nas faixas etárias 35-44 anos e acima de 65 anos; denota maior associação com o sexo masculino e pessoas divorciadas/separadas.

Cerca de 57% dos inquiridos que visitam museus, monumentos históricos, sítios arqueol

Quadro 5.1

Principais motivos que levaram a realizar a visita (%)

A importância histórica do espaço	40
O convívio com outras pessoas	33
A beleza do espaço e das obras expostas	31
A recomendação de familiares/amigos/outras pessoas	28
A possibilidade de aprofundar o conhecimento sobre o tema da exposição/coleção	12
As recomendações de guias e roteiros turísticos, em papel e/ou em formato digital	9
As opiniões e as imagens que viu nas redes sociais	7
Por lazer/em passeio	5

lógicos ou galerias de arte pagaram um bilhete normal (gráfico 5.6). No inquérito referente a Espanha, 48% dos inquiridos afirmaram aceder de modo similar (MCUD 2019b, 6). Em Portugal, 18% dos respondentes estavam isentos de pagamento, 12% entraram num período de acesso gratuito e 7% adquiriram o bilhete com algum desconto. O tipo de ingresso utilizado relaciona-se diretamente com a faixa etária, observando-se que o bilhete normal é um acesso mais provável entre os que têm entre 45 e 54 anos e o bilhete com desconto tende a associar-se mais ao grupo dos 15-24 anos. O acesso através de bilhete com algum desconto regista maior procura pelo género feminino, enquanto a utilização de um bilhete turístico especial é mais característica do género masculino.

Para os inquiridos que acederam de modo não gratuito, a compra de entrada na bilheteira prevalece (83%) e a aquisição do bilhete na Internet foi praticada por 8%, estando mais associada aos inquiridos dos 15-24 anos (gráfico 5.7), a única faixa etária com 100% de utilizadores da Internet na amostra (capítulo Internet). Já no inquérito relativo a Espanha, 17% dos inquiridos adquiriram a entrada através da Internet (MCUD 2019b, 6), indiciando haver um recurso mais disseminado a serviços digitais para práticas culturais.

No que respeita às atividades realizadas nos espaços frequentados, metade da população que se deslocou a museus, monumentos históricos, sítios arqueológicos ou galerias de arte assinala a visita à coleção permanente, seguindo-se a visita à coleção temporária (20%) (gráfico 5.8). O leque de iniciativas educativas captou atenção pouco expressiva, com a visita orientada a salientar-se (18%), enquanto apenas 4% apontam outras atividades pedagógicas. A visita ao espaço em si (4%), a ida a espetáculos (3%) ou a frequência de cursos e seminários (1%) são minoritárias.

Gráfico 5.5

Com quem realizou a visita (%)

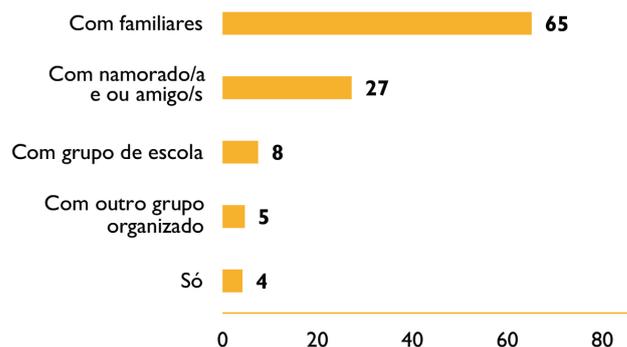


Gráfico 5.6

Tipo de ingresso utilizado (%)

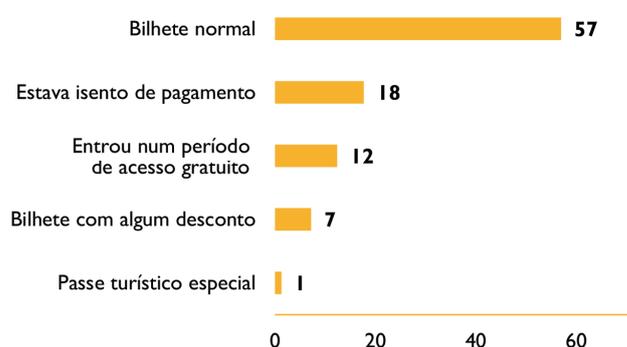


Gráfico 5.7

Modo de aquisição do ingresso (%)

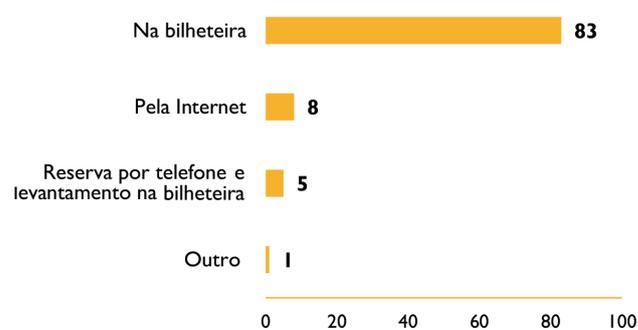
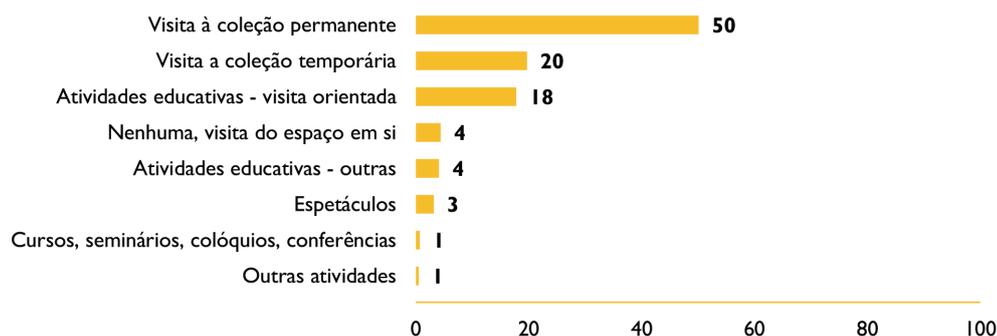


Gráfico 5.8

Atividades realizadas (%)



Quadro 5.2

Principais razões por que não visitou ou não visita mais vezes (%)

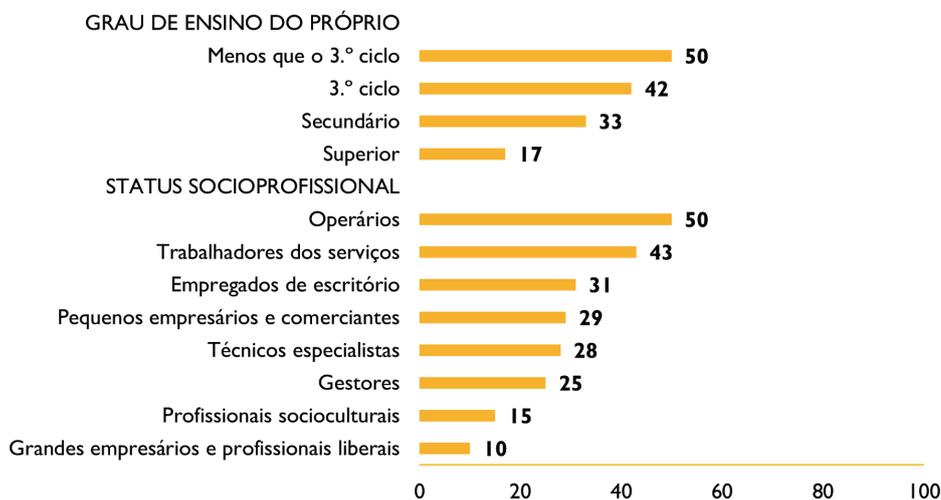
Falta-me tempo	39
Não tenho interesse, prefiro realizar outras atividades	38
O preço é elevado	21
Não há na minha zona, situam-se longe de onde vivo	16
Não tenho com quem ir	8

A falta de tempo (39%) e a ausência de interesse (38%) constituem as duas razões indicadas com maior recorrência pelos inquiridos para justificarem o facto de não visitarem ou não visitarem mais vezes museus, monumentos históricos, sítios arqueológicos e galerias de arte (quadro 5.2). Entre os respondentes, 21% e 16% referem, respetivamente, o preço elevado e a falta de proximidade. Repare-se que a ausência de interesse é o motivo central para os cidadãos da União Europeia não realizarem práticas culturais como visitar património cultural, ir ao cinema, ver um espetáculo (Beck-Domzalska 2019, 145). É transversal a países com níveis de desenvolvimento diferenciados, detendo maior expressão na Bélgica, Luxemburgo, Portugal, Áustria, Malta e Croácia (*Idem*, 41). Entre as primeiras causas da não participação em práticas culturais, como as referidas, os indivíduos da UE têm indicado também as limitações financeiras e a falta de proximidade.

De acordo como o perfil sociográfico dos que visitaram há menos tempo estes espaços culturais, mesmo que a visita tenha decorrido após o começo da pandemia, verifica-se que a referência à falta de interesse e a preferência por realizar outras atividades assumem uma relação direta com o grau de ensino do próprio e a classe socioprofissional (gráfico 5.9). A ausência de interesse é indicada por 17% dos que têm instrução superior, 33% dos que possuem o ensino secundário, 42% dos inquiridos com o 3.º ciclo e metade dos respondentes com o 1.º e 2.º ciclos de escolaridade. O peso maior desta razão para não visitar ou não visitar mais vezes museus, monumentos, sítios arqueológicos e galerias de arte identifica-se em categorias socioprofissionais como trabalhadores dos serviços (43%) e operariado (50%).

Gráfico 5.9

Referência a «falta de interesse», por grau de ensino e classe socioprofissional (%)



Considerando 12 dos 17 lugares reconhecidos, em Portugal, pela UNESCO como património mundial (quadro 5.3), ressalta o relevo dos monumentos históricos. Assim, 63% dos inquiridos visitaram pelo menos uma vez na vida o Mosteiro dos Jerónimos e 61% estiveram na Torre de Belém. Depois do eixo Lisboa-Belém-Descobrimentos, são referenciados outros espaços especialmente simbólicos da história de Portugal: Mosteiro da Batalha (59%), Mosteiro de Alcobaça (43%), Real Edifício de Mafra (36%) e Centro Histórico de Guimarães (35%). A frequência diminui no campo dos sítios arqueológicos: 9% indicam ter visitado pelo menos uma vez na vida o Parque arqueológico do Vale do Coa.

Quanto à frequência das visitas a museus, monumentos históricos, sítios arqueológicos e galerias de arte através da Internet (gráfico 5.10), regista-se o foco principal nos monumentos e nos museus, referidos respetivamente por 14% e 13% dos inquiridos. Apesar de o contacto virtual com estes espaços – visitando o espaço geral e/ou uma exposição, ouvindo *podcasts* relacionados – ser menos recorrente que a visita presencial, verifica-se um padrão similar no modo como as visitas se repartem (gráfico 5.2). No inquérito relativo a Espanha, 10% ingressaram em monumentos através da Internet e visitaram virtualmente museus (9%) e sítios arqueológicos (5%) (MCUD 2019b, 6-8). Em 2020, o confinamento poderá ter levado os portugueses a buscarem mais no ambiente virtual estes espaços culturais, os quais procuraram rapidamente assegurar a visibilidade e as iniciativas digitais. Isto ainda que a atividade cultural mais intensificada, através da *Web*, tenha sido ver filmes e séries (capítulo Internet e consumos culturais).

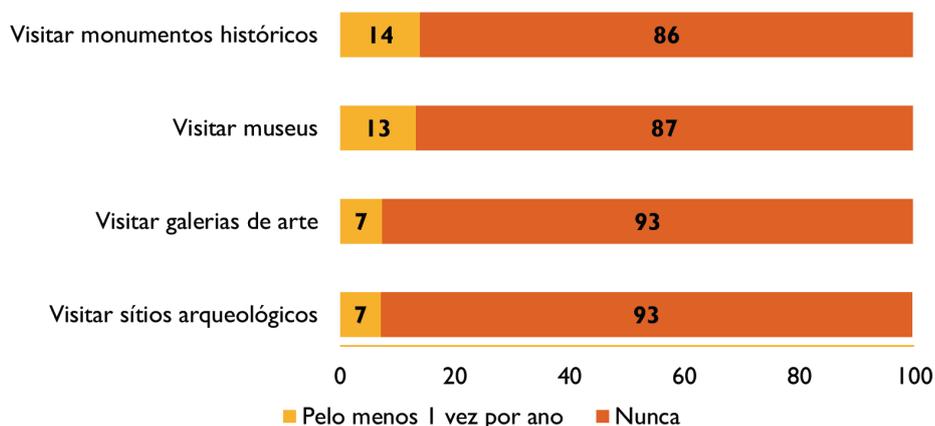
Quadro 5.3

Espaços reconhecidos como património mundial visitados pelo menos uma vez na vida (%)

Mosteiro dos Jerónimos (Lisboa)	63
Torre de Belém (Lisboa)	61
Mosteiro da Batalha	59
Centro Histórico do Porto	45
Mosteiro de Alcobaça	43
Monumentos e centro histórico de Sintra	38
Real Edifício de Mafra	36
Centro Histórico de Évora	35
Centro Histórico de Guimarães	35
Universidade de Coimbra	32
Convento de Cristo (Tomar)	27
Parque arqueológico do Vale do Coa	9

Gráfico 5.10

Frequência de visitas através da Internet (%)



6. CINEMA, ESPETÁCULOS AO VIVO, FESTIVAIS E FESTAS LOCAIS

Gráfico 6.1

Pessoas que foram ou nunca foram ao cinema, nos 12 meses anteriores ao início da pandemia (%)

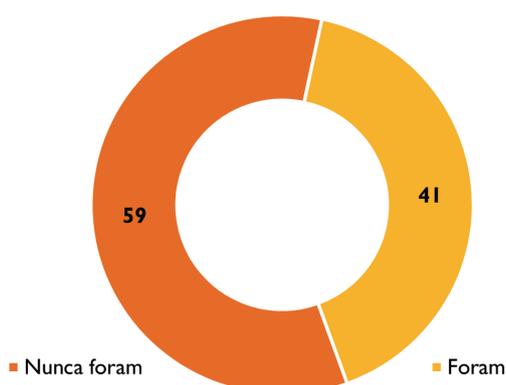
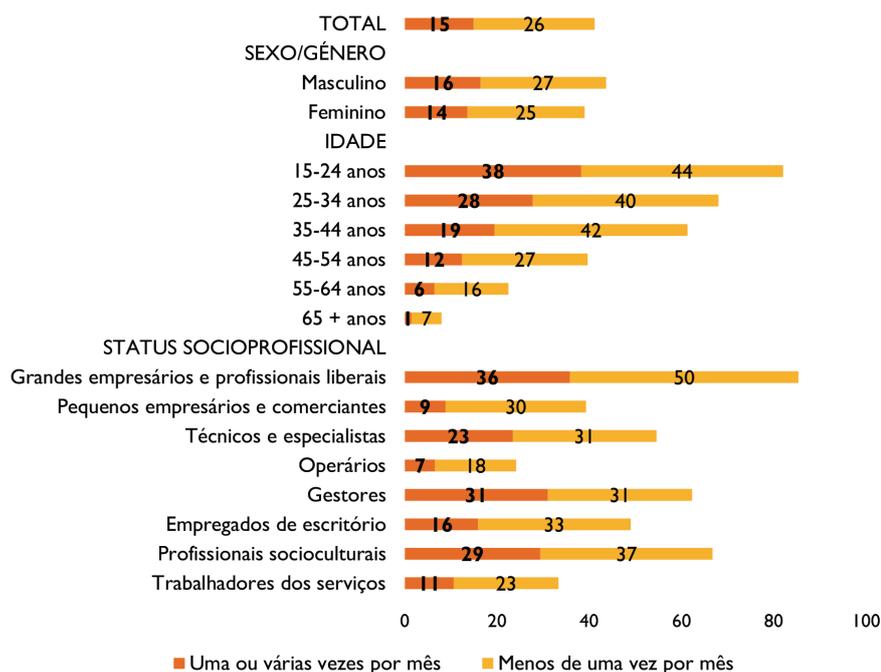


Gráfico 6.2

Pessoas que foram ao cinema, por características sociográficas (%)



O Inquérito realizado em Portugal mostra que, entre os espetáculos culturais analisados, o cinema é aquele que tem uma taxa de participação mais elevada. Nos 12 meses anteriores ao início da pandemia, 41% da população inquirida foi ao cinema (gráfico 6.1). No entanto, a participação dos portugueses é mais reduzida face aos 58% de inquiridos espanhóis que indicaram ter frequentado esta atividade (MCUD 2019b, 17). Em Portugal, observamos que este tipo de prática é mais forte entre a população jovem, dos 15-24 anos, onde 82% declaram ter ido ao cinema, 44% foram menos de uma vez por mês e 38% foram uma ou mais vezes por mês, contra percentagens mais baixas na população com mais idade (gráfico 6.2). Já em Espanha, as faixas etárias mais jovens concentram 90% dos inquiridos que declaram ter ido ao cinema.

O Inquérito português mostra ainda que os inquiridos que frequentaram o cinema são mais expressivos entre os que possuem o ensino superior, grandes empresários e profissionais liberais, e residentes na área metropolitana de Lisboa e na Região Autónoma da Madeira. As suas preferências são os filmes de ação (25%), animação (12%), comédia (11%) e ficção científica (11%).

Os principais motivos que levaram à escolha do último filme foram o tema, os atores e o realizador, as recomendações de familiares e amigos, e o convívio (gráfico 6.3). A publicidade, os prémios e a pedido dos filhos e/ou netos são motivos menos importantes para a escolha do filme.

Os inquiridos foram ao cinema com os familiares, namorados/as e amigos/as, destacando-se a importância da sociabilidade dos comportamentos na saída para ver o filme no cinema. A categoria ir sozinho (4%) é mais frequente nos inquiridos do sexo masculino, como também ter assistido ao filme com o/a namorado/a e ou amigo/s. Ter ido ao cinema com os familiares é mais vezes referido pelos inquiridos femininos.

Os principais motivos assinalados pelos inquiridos para não irem mais vezes ao cinema são a falta de tempo (25%), a falta de interesse (22%), podem ver o filme em casa na televisão e outros suportes digitais (15%), o preço dos bilhetes ser elevado (14%) e não haver cinemas na zona de residência (9%). Não ter interesse, por preferir realizar outras atividades, é referido pelos inquiridos com idades compreendidas entre os 55-64 e mais de 65 anos, e pela classe socioprofissional dos operários.

Por seu turno, o preço elevado dos bilhetes é um motivo indicado pelos inquiridos entre os 35-44 anos, do sexo feminino e trabalhadores dos serviços. Observamos que os inquiridos com os rendimentos mais baixos, até 500 euros, e de 500 a 800 euros, indicam nunca terem ido ao cinema nos últimos 12 meses. Não ter com quem ir é referido pelos mais jovens (dos 15-24 anos), como também pelos mais velhos (com 65 e mais anos), e 5% dos inquiridos femininos referem a falta de companhia contra 2% do sexo masculino.

Em relação aos concertos e espetáculos ao vivo, incluindo as festas locais, nos 12 meses anteriores ao início da pandemia, a população inquirida costumava assistir mais aos festivais ou festas locais, depois aos concertos de música ao vivo e aos espetáculos de teatro (gráfico 6.4). Se compararmos estas taxas com a frequência dos espetáculos de circo, dos concertos de música clássica, ballet ou dança clássica, outros tipos de dança e ópera, os indicadores de participação nestas últimas práticas culturais são inferiores (gráfico 6.4).

Atendendo a duas categorias, a classe socioprofissional e os rendimentos auferidos pelos inquiridos que assistiram a espetáculos e concertos ao vivo, nos 12 meses anteriores ao início

Gráfico 6.3

Motivos que levaram à escolha do filme (%)

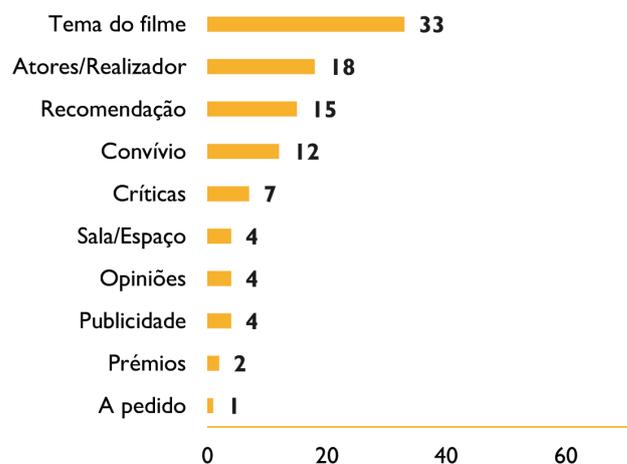
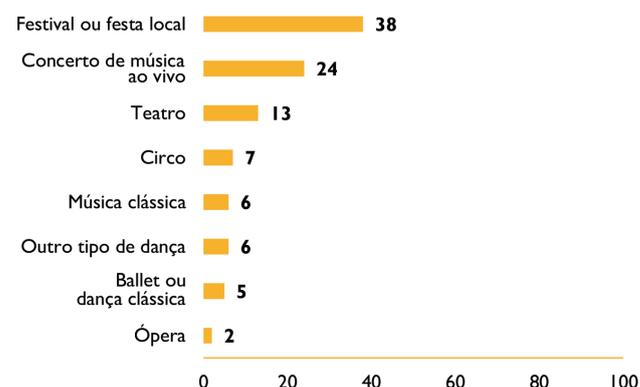


Gráfico 6.4

Pessoas que assistiram a espetáculos e concertos ao vivo nos 12 meses anteriores ao início da pandemia (%)



da pandemia (quadro 6.1), os respondentes que ganham acima de 2700 euros são aqueles que participam mais vezes em atividades culturais com «padrões mais clássicos» (Silva *et al.* 2002, 199) – como a música clássica, o ballet e a ópera. Os respondentes que ganham até 500 euros participam mais nos festivais e festas locais, e acima dos 500 euros até 800 euros encontramos os inquiridos que começam a diversificar o consumo entre as diferentes práticas culturais consideradas.

In fine, observa-se que as festas locais tendem a reduzir as clivagens, do ponto de vista social, na população portuguesa, em termos de práticas culturais (quadro 6.1). Vejamos o caso dos operários. O que mais distingue este grupo profissional é a preferência pelas festas locais, seguindo-se uma combinatória de práticas lúdicas e expressivas mais orientadas para a fruição musical, como os concertos de música ao vivo e, com frequências muito baixas, o circo, o teatro e as outras danças.

Vejamos outros grupos profissionais com perfis de participação marcados pela frequência dos festivais e festas locais e abertos a outras práticas culturais. Os profissionais socioculturais frequentam as festas locais, participam em concertos de música ao vivo, espetáculos de teatro, música clássica e ballet; os técnicos e especialistas e os gestores participam em festas locais

Quadro 6.1

Pessoas que assistiram a espetáculos e concertos nos 12 meses anteriores ao início da pandemia, por rendimento e classe profissional (%)

	Ballet ou Dança Clássica	Outra Dança	Ópera	Música Clássica	Teatro	Circo	Concerto de Música	Festival ou a Festa Local
Rendimento								
Até 500 euros	0	0	0	1	2	3	3	20
Mais de 500 a 800 euros	3	2	1	3	8	5	15	32
Mais de 800 a 1500 euros	2	3	2	5	9	7	17	31
Mais de 1500 a 1800 euros	3	8	4	7	15	13	26	38
Mais de 1800 a 2700 euros	6	10	3	6	11	8	48	53
Mais de 2700 euros	21	22	18	29	40	21	47	42
Status socioprofissional								
Grandes empresários e profissionais liberais	10	9	5	14	37	13	55	28
Pequenos empresários e comerciantes	8	8	1	6	12	9	27	39
Técnicos e especialistas	10	1	7	8	28	12	42	46
Operários	1	3	0	2	4	6	12	36
Gestores	9	10	3	18	28	8	41	45
Empregados de escritório	4	7	1	4	14	9	27	39
Profissionais socioculturais	16	13	9	17	33	8	48	47
Trabalhadores dos serviços	2	2	1	3	8	6	16	31

Escala 0% 55%

e concertos de música ao vivo, e, no caso dos gestores, observamos a importância da ida aos espetáculos de teatro e de música clássica; só os grandes empresários e profissionais liberais frequentam menos as festas locais (como também os trabalhadores dos serviços) e participam mais nos concertos de música ao vivo, música clássica, ballet ou dança clássica.

Estes perfis de participação cultural, feitos de retalhos, mostram a heterogeneidade social dos inquiridos, as atividades culturais onde se concentram mais e as atividades onde existe uma maior fragmentação dos públicos (quadro 6.1).

Nos 12 meses que precederam a pandemia, 24% da população inquirida assistiu a um concerto de música ao vivo, 29% entre os inquiridos masculinos e 20% entre os inquiridos femininos. Considerando o último espetáculo de música ao vivo a que se assistiu, mesmo que tenha ocorrido depois do início da pandemia, e tendo em conta a importância dos concertos nos perfis de participação cultural dos inquiridos, aqueles que apresentam taxas de frequência mais elevadas são os concertos de música pop/rock (14%).

Estes concertos e os concertos de jazz são preferidos pelos inquiridos do sexo masculino. Para os inquiridos do sexo feminino, a preferência

Gráfico 6.5

Pessoas que assistiram a espetáculos de *ballet* ou dança clássica, por características sociográficas (%)

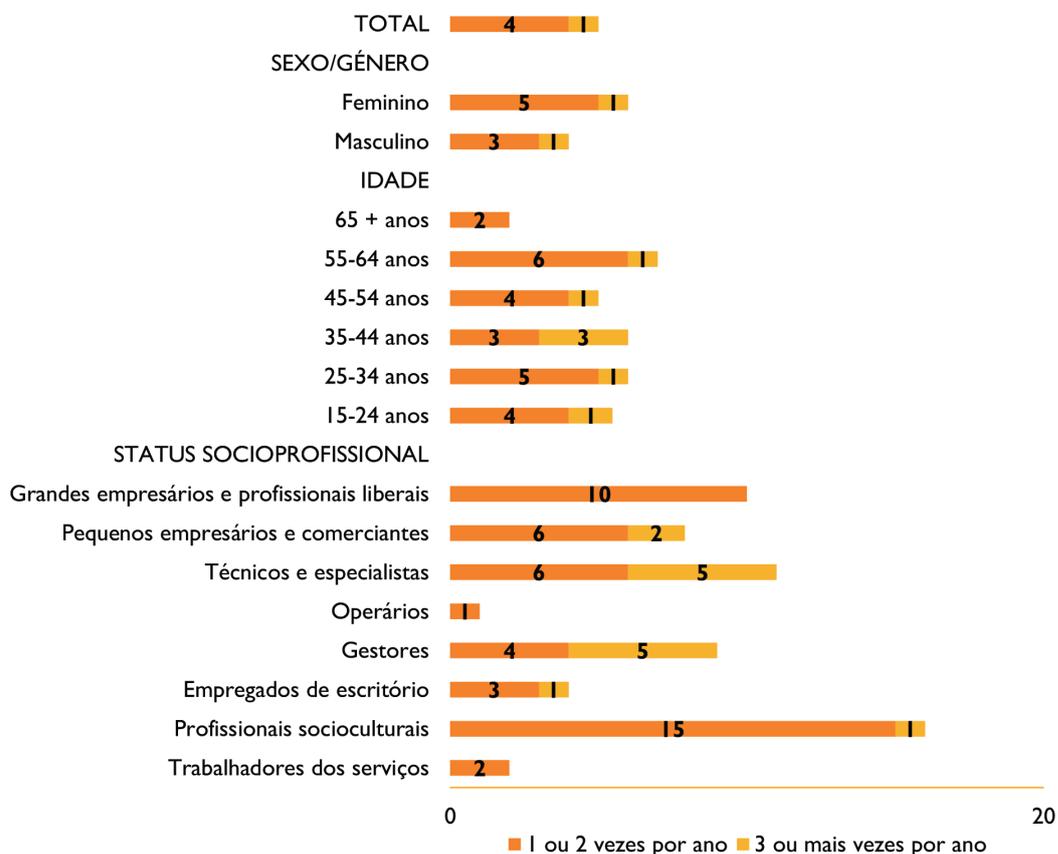
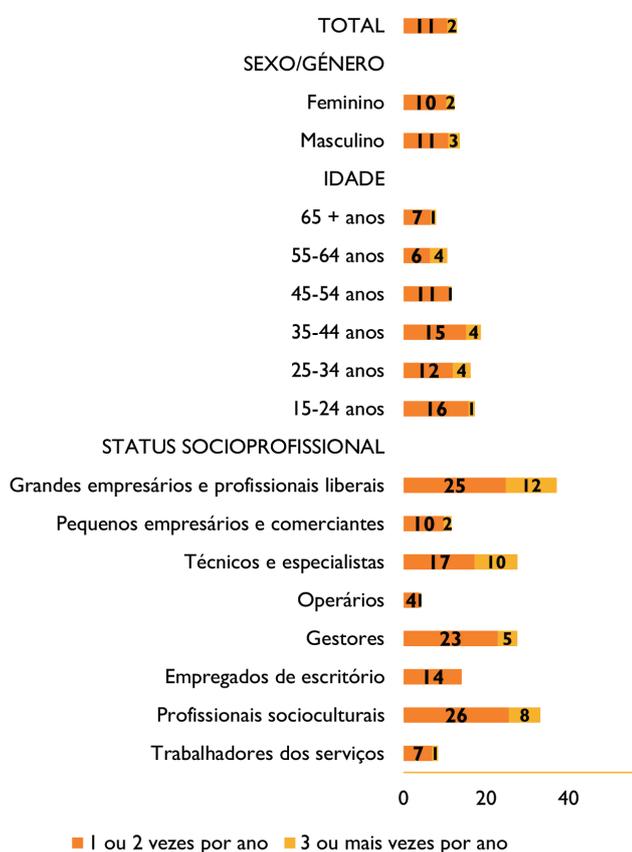


Gráfico 6.6

Pessoas que assistiram a espetáculos de teatro, por características sociográficas (%)



recai na música popular brasileira/bossa nova. Os inquiridos mais jovens, entre os 15-24 anos, assistem mais aos concertos de rap e hip hop. Os inquiridos da faixa etária dos 55-64 anos assistem mais a concertos de música latino-americana e, com mais de 65 anos, os inquiridos procuram os concertos de música clássica, folclórica e tradicional, e o fado.

Nos 12 meses anteriores ao início da pandemia, 5% da população costumava assistir a pelo menos um espetáculo de ballet ou dança clássica. Os espetáculos de dança clássica foram fruídos por 5% de inquiridos do sexo feminino que vão com uma frequência de uma ou duas vezes por ano. Esta taxa mostra tratar-se de uma atividade circunscrita a um segmento muito restrito da população portuguesa (gráfico 6.5). Se atendermos ao caso espanhol, poderemos contar com a possível feminização desta prática cultural. Em Espanha, o ballet ou dança clássica tem uma taxa anual de assistência de 8%. As taxas observadas são superiores para as mulheres (10% frente a 6% de homens) (MCUD 2019b, 14). Quanto à variável idade, os inquiridos portugueses que mais assistem a espetáculos de ballet ou dança clássica têm entre 35-44 anos e 55-64 anos – já os inquiridos de 65 ou mais anos vão ainda menos vezes que os restantes –, possuem o ensino superior e são residentes na região Norte.

No mesmo período, 6% da população costumava frequentar espetáculos de outras danças sem ser o ballet. Destas danças, tomando-se por referência o último espetáculo de dança ao vivo que se foi ver, destaca-se a dança contemporânea (2%), a dança folclórica ou étnica (1%), a dança de rua (1%) e a dança africana (0,3%). Os inquiridos mais jovens, entre os 15-24 anos, referem mais vezes ter assistido a um espetáculo de dança de rua e a um espetáculo de dança africana. Na faixa etária dos 45-54 anos, os inquiridos escolhem espetáculos de dança contemporânea e, com mais de 65 anos, os espetáculos de dança folclórica ou étnica.

No caso do teatro, 13% da população costumava assistir a espetáculos de teatro. 14% dos inquiridos eram do sexo masculino e 12% do sexo feminino – contra 27%, como assinalado no inquérito realizado em Espanha, onde esta prática é mais frequente entre as mulheres (MCUD 2019b, 13). Quanto à faixa etária, os inquiridos que mais frequentam o teatro têm 35-44 anos e vão uma ou duas vezes por ano (gráfico 6.6). Seguem-se os mais jovens (15-24 anos).

Sobressaem, ainda, os grandes empresários e profissionais liberais, os profissionais socioculturais, os inquiridos com o ensino superior e os residentes na região Norte e na área metropolitana de Lisboa.

Tomando por referência o último espetáculo de teatro que se foi ver, mesmo que tivesse sido visto antes do início da pandemia, os respondentes assistiram a teatro contemporâneo (3%), teatro de revista (3%) e teatro musical (3%). Os inquiridos do sexo feminino consomem mais as leituras e recitais. Os inquiridos do sexo masculino, com mais de 65 anos, preferem o teatro de revista.

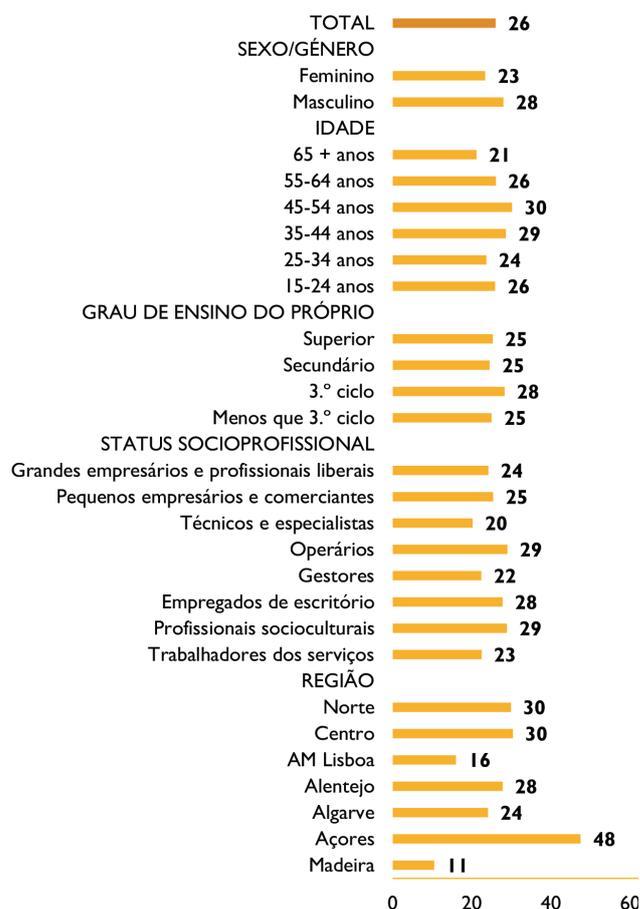
Uma das práticas culturais mais fortes da população portuguesa é a participação em festivais ou festas locais (gráfico 6.4). Tomando, agora, por referência a última festa local a que os inquiridos assistiram, mesmo que fosse depois do início da pandemia, 26% da população indicou ter participado numa festa local (gráfico 6.7): 28% entre os inquiridos do sexo masculino e 23% entre os inquiridos do sexo feminino. Os inquiridos que mais assistiram às festas locais têm entre 45-54 anos, mas distribuem-se por todas as faixas etárias. Com uma adesão menos expressiva a estes espetáculos ao vivo, em comparação com outros, surgem os inquiridos com o ensino superior em contraste com os que possuem o 3.º ciclo. Os Açores são a região do país em que mais se destacam as festas locais.

A importância da participação da população nas festas locais faz antever uma certa transversalidade geracional nesta prática, esbatendo-se as habituais clivagens em relação à idade dos inquiridos (gráfico 6.7). Pode ainda dizer-se que nas festas locais se juntam grupos sociais menos presentes nas outras práticas culturais como, por exemplo, os inquiridos da faixa etária dos 65 ou mais anos. O lado convivial e vernacular das festas pode estar na origem da forte participação destes inquiridos. As festas mais frequentadas são as festas tradicionais e populares (49%), depois as festas religiosas (40%) e, por fim, as festas de gastronomia (11%).

Tendo por referência o último festival a que os inquiridos assistiram, mesmo que tenha sido depois do início da pandemia, 11% da população foi a um festival. No último festival a que assistiram, 13% dos inquiridos são do sexo masculino e repartem-se por diferentes níveis de escolaridade e pelas regiões do país, destacando-se a região do Alentejo. Os inquiridos são dos grupos etários mais jovens, entre os 15 e

Gráfico 6.7

Pessoas que assistiram a festas locais, por características sociográficas (%)



os 34 anos. A participação em festivais inclui diferentes perfis de festivais: 84% referem ter participado em festivais de música (clássica, jazz, ópera, músicas tradicionais ou do mundo, música pop/rock), 53% mencionaram participar em festivais de música pop/rock e 16% referem outros festivais (3% em festival de cinema; 12% em festival de teatro, dança, artes de rua).

A ida ao festival e à festa local foi feita com os familiares (63%) e os namorado/a e amigos (33%). O motivo mais vezes referido para justificar a participação nos festivais e festas locais é o convívio (25%); e, de novo, se sublinha a relevância da sociabilidade dos comportamentos nas práticas culturais dos portugueses. Seguem-se a programação e o tema do festival (20%) e a região onde este se realiza (17%), como motivos importantes para a participação nestes eventos. O festival ou a festa local situa-se, predominantemente, no concelho de residência (85%) dos inquiridos, o que significa que os mesmos não saem em passeio ou lazer para assistir à festa local, embora as cidades de Lisboa (10%) e do Porto (4%) possam ser as escolhidas quando os inquiridos saem do seu concelho.

A falta de tempo é o principal motivo pelo qual a população inquirida declara não ir mais vezes a concertos e espetáculos ao vivo, festivais e festas locais (gráfico 6.8). É uma categoria de resposta indicada, especialmente, pelos inquiridos com idades compreendidas entre os 25 e os 54 anos. Não ter interesse como motivo para não ter participado é referido mais vezes por pessoas com mais de 65 anos. Já a ideia de que

Gráfico 6.8

Motivos pelos quais a população inquirida não foi mais vezes assistir a espetáculos e concertos ao vivo, festivais ou festas locais (%)

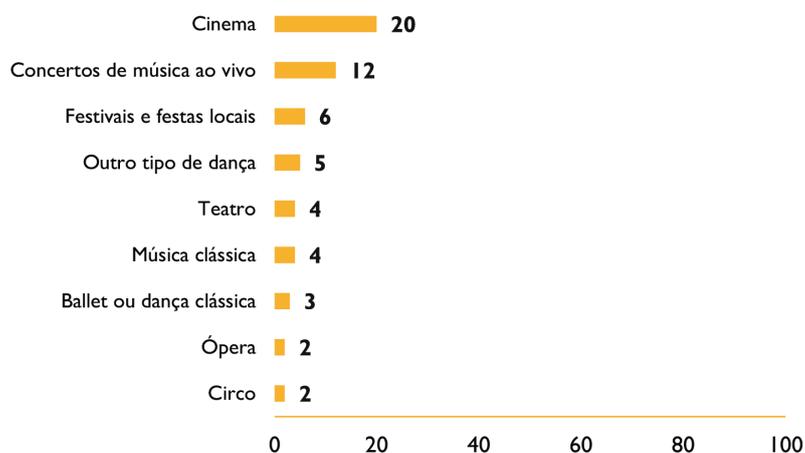


o espetáculo é difícil de compreender e a pessoa não ter com quem ir, como motivos para não terem participado nos concertos e espetáculos ao vivo, festivais e festas locais, são referidos pelas pessoas com mais de 65 anos, um grupo etário muito ausente das práticas culturais aqui tratadas, com exceção das festas locais.

Durante a crise da pandemia, quanto à frequência com que se assistiu a filmes e espetáculos ao vivo através da Internet, 26% dos inquiridos referem ter recorrido a esta modalidade recetiva. Afere-se que os conteúdos mais procurados, pelo menos uma vez por semana ou mais (gráfico 6.9), foram os filmes (20%), os concertos de música (12%), festivais e festas locais (6%), outros tipos de dança sem ser o ballet (5%), o teatro (4%) e a música clássica (4%). Foram os inquiridos do sexo masculino (32%), com o ensino superior (25%), residentes na região Norte (20%) e com idades compreendidas entre os 15-24 anos (14%) e os 35-44 (14%), que mais assistiram a espetáculos pela Internet. De notar que, neste tipo de consumo, se mantém a forte clivagem da população portuguesa em relação à idade, pelo contraste com os inquiridos de 65 ou mais anos: apenas 2% assistiram a filmes e espetáculos ao vivo pela Internet. No entanto, parecem reduzir-se os desvios entre os diferentes grupos de classe socioprofissional, como os trabalhadores dos serviços (11%), os operários (9%) e os profissionais socioculturais (8%), e uniformizam-se alguns comportamentos, com o uso da Internet, na procura de filmes, espetáculos e concertos de música ao vivo.

Gráfico 6.9

Frequência de consumo de filmes, espetáculos, concertos, festivais e festas locais, uma vez por semana ou mais, pela Internet (%)



7. PARTICIPAÇÃO ARTÍSTICA E CAPITAIS CULTURAIS

1. Práticas artísticas amadoras

Quadro 7.1

Práticas artísticas amadoras realizadas no último ano pela população de Portugal, Espanha e Malta (%)

Práticas artísticas amadoras	PT 2020	ES 2019	MT 2016
Escrita	8	9	2
Pintura/Desenho/Gravura	5	16	* 6
Fotografia/Vídeo/Cinema	7	* 29 / 17	* 5 / 3
Música	4	10	* 6
Dança/Ballet	2	6	3
Teatro	1	2	2
Circo	1	--	--
Escultura/Cerâmica/Artesanato	2	10	*
Artes digitais	2	* 3	7

Nota: Os valores assinalados (*) correspondem a categorias de teor ligeiramente diferente; por exemplo, o Inquérito português considera a prática de fotografia, vídeo e cinema numa única opção, ao contrário dos inquéritos espanhol e maltês, que distinguem fotografia e vídeo.

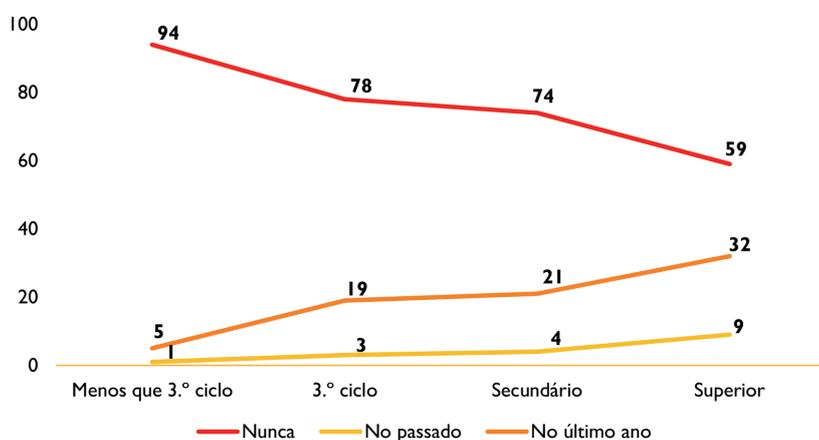
O nível geral de realização de práticas artísticas amadoras entre a população portuguesa é relativamente reduzido (ver quadro 7.1), o que pode ser verificado na comparação com outros inquéritos recentes realizados em países europeus. Para lá das diferenças metodológicas, o padrão observado para a população portuguesa é mais semelhante ao de um pequeno país como Malta (ACM 2017, 129-133) do que ao de um país mais populoso como Espanha (MCUD 2019a, 35). Note-se também que em Portugal se observa uma prevalência incomum da atividade da escrita e menos outras atividades como fotografia, vídeo, música ou dança (especialmente na comparação com Espanha).

Agregando as várias práticas artísticas (gráfico 7.1), podemos verificar que a respetiva regularidade está fortemente associada ao nível de escolaridade (além de outras variáveis para as quais a relação é também relevante, mas menos expressiva, como idade ou categoria socioprofissional). Entre os portugueses com nível de ensino superior, a realização de qualquer prática artística amadora no ano anterior à pandemia atinge um pico de 32% (a que acrescem 9% de antigos praticantes).

Entre as razões da prática artística amadora, a mais citada – e a única referida por mais de metade dos praticantes – é «dar prazer» (66%); outras razões referidas por mais de um quinto dos praticantes são «expressão pessoal» (31%), «distração da vida quotidiana» (28%) e «partilha

Gráfico 7.1

Prática artística amadora, segundo o nível de escolaridade (%)



entre amigos ou família» (22%). Também entre antigos praticantes amadores se destaca uma razão principal de abandono, igualmente apontada em mais de metade dos casos – «falta de tempo» (53%) –, a que se juntam dificuldades com menor expressão tais como «perda de interesse» (24%), «obstáculos profissionais/escolares» (16%) e «obstáculos familiares» (11%).

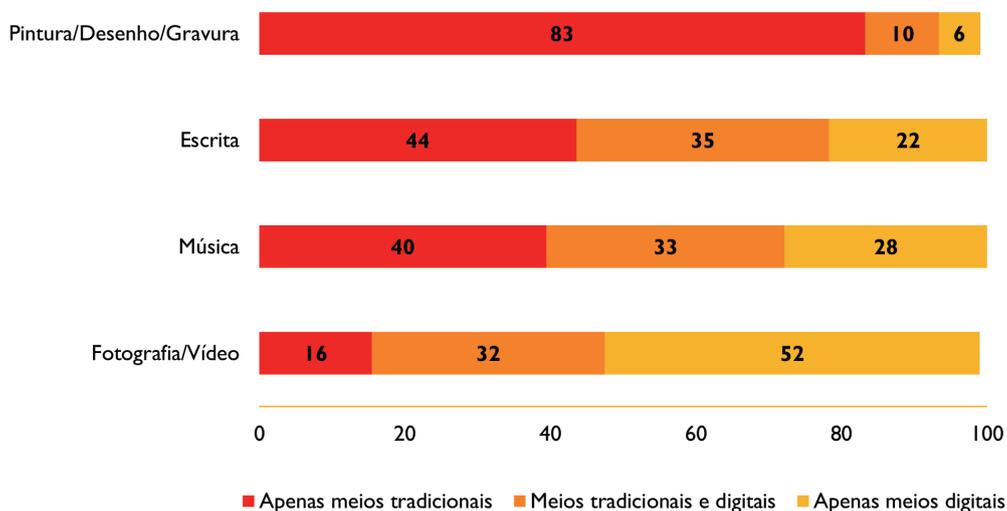
Observam-se (gráfico 7.2) três perfis de prática amadora em função dos meios utilizados: nas artes plásticas, o uso exclusivo de meios tradicionais é largamente dominante; na escrita e música, há um relativo equilíbrio entre o uso combinado de meios digitais e tradicionais e o uso exclusivo ora de uns ora de outros; no caso da fotografia e vídeo, é notório o uso mais frequente de meios exclusivamente digitais, mas também alguma persistência de meios tradicionais. Os meios tecnológicos utilizados parecem, pois, ser ainda determinantes na diferenciação das artes amadoras.

2. Visitas culturais na infância e adolescência

As visitas familiares e/ou escolares a equipamentos culturais são fatores conhecidos na transmissão e consolidação de capitais culturais e, por essa via, na formação de públicos. A visita escolar é efetivamente o dispositivo que abrange uma maior parcela da população (61%), ao passo que todas as outras modalidades abrangem um contingente minoritário (gráfico 7.3).

Gráfico 7.2

Meios utilizados na realização de práticas artísticas amadoras (%)



Acresce uma importante precisão em termos geracionais: todas as formas de visita – com destaque para a escolar – são consideravelmente mais comuns para os escalões etários abaixo dos 50 anos (também os mais escolarizados).

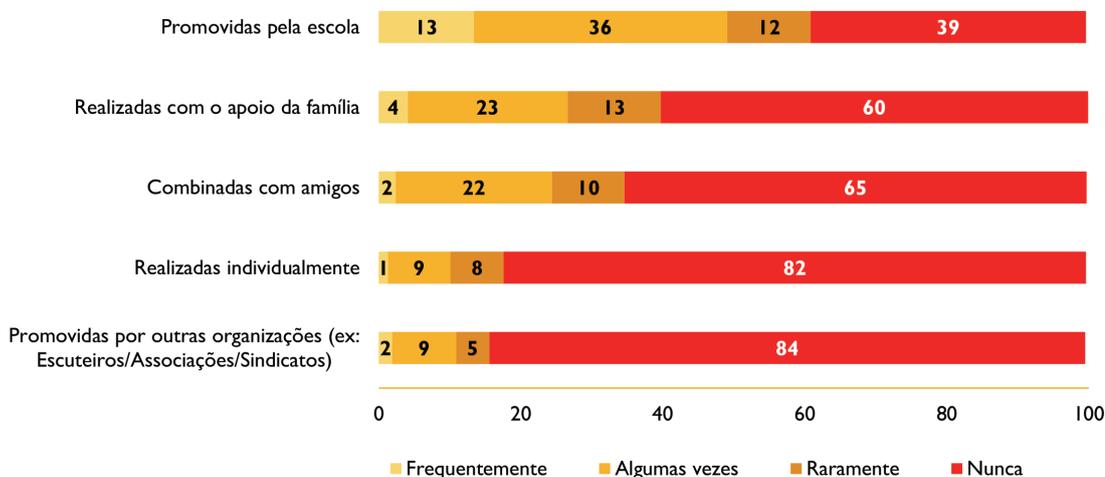
Pouco mais de um quinto (22%) dos portugueses usufruíram de ofertas de instituições culturais. O padrão é semelhante ao encontrado para as visitas quanto à idade e instrução: são as coortes geracionais até 44 anos (ou seja, a população nascida depois de 1975) que mais beneficiaram dessas ofertas, em especial o escalão etário mais jovem que apresenta o valor máximo (30%); em termos de escolaridade, observa-se um grande diferencial entre a população que não completou o 3.º ciclo (10%) e a aquela com escolaridade superior (30%).

3. Formação artística

Tal como acima se verificou com a promoção de visitas a equipamentos culturais, a escola é o principal contexto de formação artística (não curricular), especialmente entre os escalões etários mais jovens (gráfico 7.4). Ao nível das coortes geracionais, observa-se a partir dos 35/45 anos uma complementaridade entre os contextos escolar e associativo. Estando a formação artística sempre positivamente correlacionada com o nível de escolaridade, essa complementaridade chama a atenção para um papel histórico das associações (em particular, nas coortes geracionais entre os 35 e 64 anos).

Gráfico 7.3

Regularidade de visitas culturais durante a infância e a adolescência, segundo o contexto de visita (%)



«Falta de interesse» é a explicação mais vinculada (52%) para a não frequência de formações artísticas, superando largamente outros fatores como a «inexistência de oferta local» (19%) e a «falta de tempo» (15%), entre outros.

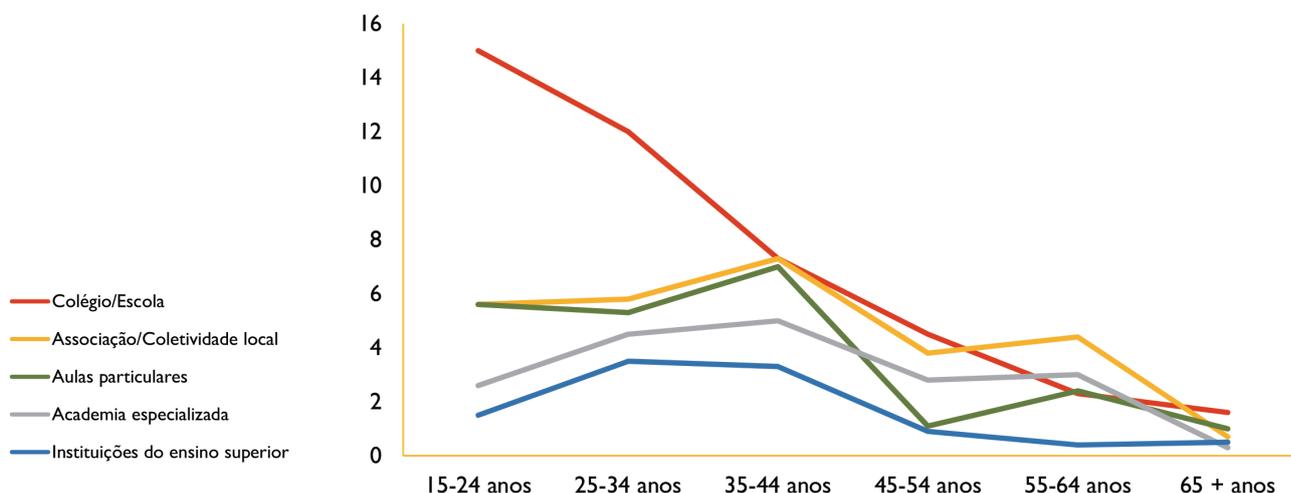
4. Conhecimento das atividades culturais

As principais fontes de informação da população portuguesa sobre a oferta cultural são as recomendações pessoais (40%), a televisão (35%) e as redes sociais (23%); outros canais como informação local, Internet, rádio, anúncios, cartazes e jornais ficam num patamar inferior de consulta (entre 10% e 15%). Embora a recomendação pessoal tenha uma maior influência em geral, idade e nível de escolaridade operam uma diferenciação importante entre meios de comunicação: entre a população mais jovem e escolarizada, as redes sociais superam a televisão como fonte de informação; ainda assim, a televisão é um meio de uso transversal entre vários escalões etários e níveis de qualificação – para algumas categorias sociais com menor capital cultural é mesmo o único.

Conforme indicado no gráfico 7.5, a autoavaliação que os portugueses fazem do seu próprio conhecimento sobre a oferta cultural é fortemente reveladora de desigualdades sociais e distinções simbólicas conhecidas no estudo das práticas culturais e que se constata de novo no presente Inquérito: as categorias socioprofissionais mais qualificadas correspondem a uma

Gráfico 7.4

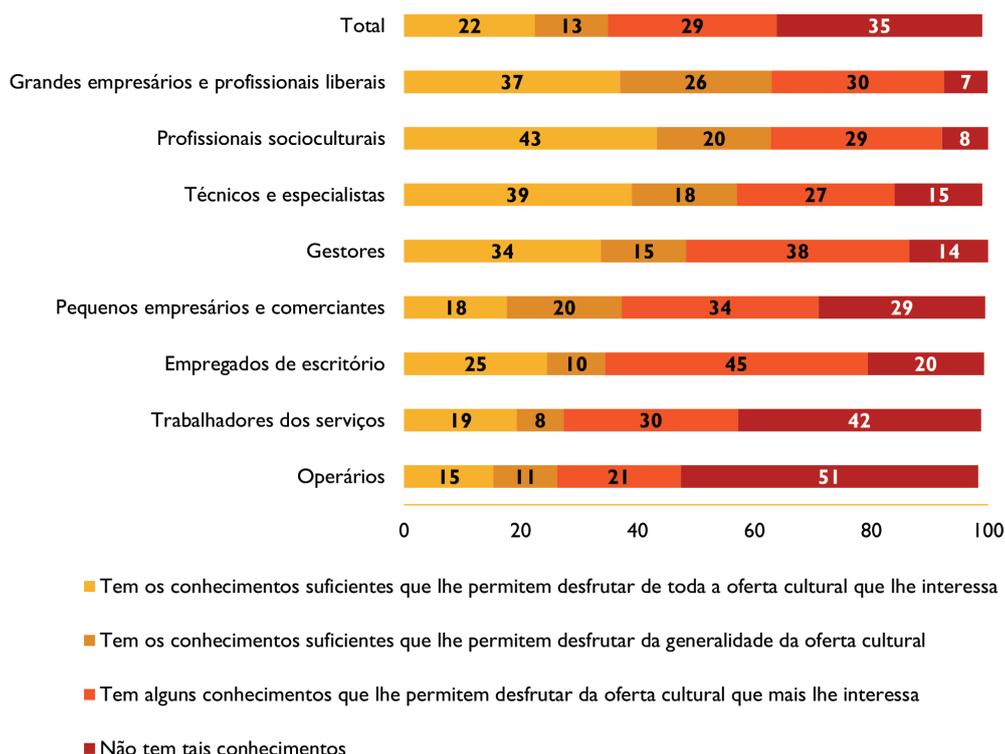
Contextos de formação artística, segundo a idade (%)



maior familiaridade com a esfera cultural (63% de grandes empresários e profissionais liberais, bem como de profissionais socioculturais assumem um conhecimento abrangente da oferta cultural), ao passo que as categorias ligadas ao trabalho manual ou menos qualificado denotam um evidente distanciamento (51% dos operários e 42% dos trabalhadores dos serviços dizem não ter tais conhecimentos). Se a distinção entre categorias é esperável, o grande diferencial é explicado pelo nível de escolaridade – entre os portugueses com menos que o 3.º ciclo são 64% os que declaram não conhecer a oferta cultural, sendo o mesmo *ratio* de 6% entre os licenciados. É de referir, por fim, que o contingente dos que não conhecem a oferta cultural é o que menos utiliza qualquer um dos meios de informação referidos acima, com exceção da televisão – cujo uso, como se viu, é transversal a grupos sociais muito diversos.

Gráfico 7.5

Perceção individual de conhecimento para desfrutar da oferta cultural, segundo a categoria socioprofissional (%)



BIBLIOGRAFIA

- BECK-DOMZALSKA, Marta, ed. 2019. EUROSTAT. *Culture Statistics*. Luxemburgo: Publications Office of the European Union. <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3217494/10177894/KS-01-19-712-EN-N.pdf/915f828b-daae-1cca-ba54-a87e90d6b68b>.
- CARDOSO, Gustavo, e Sandro Mendonça. 2014. *A Internet em Portugal: Sociedade em Rede 2014*. Lisboa: OberCom (Observatório da Comunicação). <https://obercom.pt/wp-content/uploads/2016/06/A-Internet-em-Portugal-Sociedade-em-Rede-2014.pdf>.
- CARDOSO, Gustavo, e Vania Baldi, coord. 2020. *Pandemia e Consumos Mediáticos*. Lisboa: Obercom (Observatório da Comunicação). https://obercom.pt/wp-content/uploads/2020/10/Final_Pandemia_media_Geral.pdf.
- DEBATTISTA, Adrian, e Graziella Vella, eds. 2017. *Cultural Participation. Survey 2016*. Valletta (Malta): Arts Council Malta, The National Statistics Office e The Valletta 2018 Foundation.
- DGPC (Direção-Geral do Património Cultural). 2015. *Resultados Globais do Estudo de Públicos de Museus Nacionais*. Lisboa: DGPC. Estudo realizado em parceria com o CIES-IUL. <http://www.patrimoniocultural.gov.pt/static/data/docs/2016/05/20/ResultadosGlobaisEPMN.pdf>
- EUROBARÓMETRO. 2017. *Cultural Heritage. Special Eurobarometer 466*. Bruxelas: Comissão Europeia.
- EUROSTAT. 2021. *Internet Use by Individuals*. Luxemburgo: Statistical Office of the European Union. <https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tin00028/default/table?lang=en>.
- GOMES, Rui, superv. 2016. *As Novas Dinâmicas do Consumo Audiovisual em Portugal*. Lisboa: ERC (Entidade Reguladora para a Comunicação Social).
- LAPA, Tiago, e Jorge Vieira. 2019. «Divisões digitais em Portugal e na Europa. Portugal ainda à procura do comboio europeu?». *Sociologia On Line* (21): 62-82.
- MCUDa (Ministerio de Cultura y Deporte). 2019. *Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2018-2019*. Madrid: División de Estadística y Estudios, Secretaría General Técnica, Ministerio de Cultura y Deporte. <https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:1712f192-d59b-427d-bbe0-db0f3e9f716b/encuesta-de-habitos-y-practicas-culturales-2018-2019.pdf>.
- MCUDb (Ministerio de Cultura y Deporte). 2019. *Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2018-2019. Síntesis de Resultados*. Madrid: División de Estadística y Estudios, Secretaría General Técnica, Ministerio de Cultura y Deporte. <https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:c337d6e3-797f-4765-ae70-56dcfb54e023/sintesis-de-resultados-2018-2019.pdf>.
- NEVES, José Soares. 2011. «Práticas de Leitura da População Portuguesa no Início do Século XXI». Tese de Doutoramento em Sociologia da Comunicação, da Cultura e da Educação. Escola de Sociologia e Políticas Públicas, Lisboa, Iscte-IUL.
- OESCH, Daniel, e Line Rennwald. 2018. «Electoral competition in Europe's new tri-polar political space: Class voting for the left, centre right and radical right». *European Journal of Political Research*, 57(4): 783-807.
- SANTOS, Maria de Lourdes Lima dos, coord., José Soares Neves, Maria João Lima, e Margarida Carvalho. 2007. *A Leitura em Portugal*. Lisboa: Gabinete de Estatística e Planeamento da Educação (GEPE).
- SEMEDO, Alice, Rafaela Ganga, e Célia Oliveira. 2018. *Visitar Museus e Monumentos: Um Estudo Piloto de Fatores Motivacionais*. Porto: CITCEM – Centro de Investigação Transdisciplinar Cultura, Espaço e Memória.
- SILVA, Augusto Santos, Felícia Luvumba, e Graça Bandeira. 2002. «A arte de ser culto: A formação e as práticas dos consumidores regulares». In *Projeto e Circunstância. Culturas Urbanas em Portugal*, org. Carlos Fortuna e Augusto Santos Silva. Porto: Afrontamento, 163-210.
- SILVA, Paula Araújo da, e Filipe Campos Silva, coord. 2019. *Relatório de Atividades 2018*. Lisboa: Direção-Geral do Património Cultural. http://www.patrimoniocultural.gov.pt/static/data/instrumentosdegestaonovo/relatorios_planos_de_atividades/2018/relatoriodeatividades2018.pdf.

INDICADORES DO QUESTIONÁRIO

1. INTERNET E CONSUMOS CULTURAIS

- 1.1. Acesso à Internet
- 1.2. Razões pelas quais não se usa a Internet
- 1.3. Equipamentos de acesso à Internet
- 1.4. Frequência de acesso à Internet para trabalho ou estudo *vs.* lazer
- 1.5. N.º de horas por semana em que se usa computador para trabalho/estudo *vs.* lazer
- 1.6. Frequência do uso da Internet em atividades culturais
- 1.7. O impacto da pandemia (Covid-19) no uso da Internet em atividades culturais

2. AUDIOVISUAIS: TELEVISÃO E RÁDIO

- 2.1. Frequência com que se vê televisão
- 2.2. Equipamentos em que se vê televisão
- 2.3. N.º de horas por semana a ver televisão
- 2.4. Programas televisivos habitualmente mais vistos
- 2.5. Frequência com que se ouve rádio
- 2.6. N.º de horas por semana a ouvir rádio
- 2.7. Locais onde se ouve rádio
- 2.8. Dispositivos em que se ouve rádio
- 2.9. Programas de rádio habitualmente mais ouvidos
- 2.10. O impacto da pandemia (Covid-19) nos hábitos de utilização da TV e da rádio

3. LEITURA E BIBLIOTECAS

- 3.1. Frequência de leitura de livros, revistas e jornais em formato impresso ou digital
- 3.2. Razões pelas quais não se leram livros, em formato impresso, nos últimos 12 meses
- 3.3. N.º de livros lidos, em formato impresso, nos últimos 12 meses
- 3.4. Frequência com que se compra, requisita, fotocopia ou pede emprestados livros impressos
- 3.5. Razões pelas quais não se leram livros, em formato digital, nos últimos 12 meses
- 3.6. N.º de livros lidos, em formato digital, nos últimos 12 meses
- 3.7. Frequência com que se compra, descarrega, requisita ou troca livros em formato digital
- 3.8. Principal objetivo com que se lê (livros impressos ou digitais)
- 3.9. Em que locais se costuma ler livros (livros impressos ou digitais)
- 3.10. Géneros de livros (impressos ou digitais) que mais frequentemente se lê

- 3.11. Géneros de revistas (impressas ou digitais) que mais frequentemente se lê
- 3.12. Géneros de jornais (impressos ou digitais) que mais frequentemente se lê
- 3.13. Durante a infância e adolescência dos inquiridos, com que frequência os pais ou outros familiares lhes liam histórias, ofereciam livros e iam a feiras do livro, livrarias ou bibliotecas
- 3.14. Fontes de informação a partir das quais se obtêm recomendações ou ideias de leitura
- 3.15. Frequência de feiras do livro, festivais literários, de ilustração/BD e clubes do livro
- 3.16. Frequência de bibliotecas e/ou arquivos
- 3.17. Razões pelas quais não se frequenta bibliotecas ou arquivos
- 3.18. Motivos para frequentar bibliotecas ou arquivos

4. MUSEUS, MONUMENTOS HISTÓRICOS, SÍTIOS ARQUEOLÓGICOS E GALERIAS DE ARTE

- 4.1. Frequência de museus, monumentos históricos, sítios arqueológicos e galerias de arte
- 4.2. Tipo do último museu visitado
- 4.3. Concelho ou país da última visita a um museu, monumento histórico, sítio arqueológico ou galeria de arte
 - 4.3.1. Motivos para a realização dessa visita
 - 4.3.2. Com quem se realizou a visita
 - 4.3.3. Qual o tipo de ingresso utilizado
 - 4.3.4. Se a entrada não foi gratuita, como foi adquirida
 - 4.3.5. Atividades realizadas durante a visita
- 4.4. Razões pelas quais não se visitou ou não se visita mais vezes museus, monumentos históricos, sítios arqueológicos e galerias de arte
- 4.5. Espaços culturais reconhecidos como património mundial visitados em Portugal
- 4.6. Frequência de visitas pela Internet a museus, monumentos históricos, sítios arqueológicos e galerias de arte

5. CINEMA, ESPETÁCULOS AO VIVO, FESTIVAIS E FESTAS LOCAIS

- 5.1. Frequência de ida ao cinema para ver filmes
 - 5.1.1. Géneros de filmes vistos, considerando a última ida ao cinema

- 5.1.2. Motivos para a escolha dos filmes, considerando a última ida ao cinema
 - 5.1.3. Com quem se foi ao cinema, considerando a última ida ao cinema
 - 5.2. Razões pelas quais não se foi ou não se vai mais vezes ao cinema
 - 5.3. Frequência com que se assiste a espetáculos ao vivo, festivais e festas locais
 - 5.4. Tipos de dança, considerando o último espetáculo
 - 5.5. Tipos de teatro, considerando o último espetáculo
 - 5.6. Tipos de circo, considerando o último espetáculo
 - 5.7. Tipos de concertos de música ao vivo, considerando o último espetáculo
 - 5.8. Tipos de festivais ou festas locais, considerando o último espetáculo
 - 5.9. Concelho ou país da última ida a um festival ou festa local
 - 5.10. Último espetáculo ao vivo, festival ou festa local a que se assistiu
 - 5.10.1. Motivos para a escolha do último espetáculo a que se assistiu
 - 5.10.2. Com quem se foi ao último espetáculo a que se assistiu
 - 5.11. Razões pelas quais não se foi ou não se vai mais vezes a espetáculos ao vivo, festivais e festas locais
 - 5.12. Frequência de assistência, através da Internet, a espetáculos ao vivo, festivais e festas locais
 - 5.13. Frequência de assistência, através de *live streaming* ou *download*, a espetáculos ao vivo, festivais e festas locais
- 6.9. Frequência de espaços culturais, durante a infância e adolescência, combinadas com amigos
 - 6.10. Frequência de espaços culturais, durante a infância e adolescência, realizadas individualmente
 - 6.11. Participação, durante a infância e adolescência, em iniciativas oferecidas pelos espaços culturais visitados
 - 6.12. Participação em oficinas artísticas e/ou aulas/lições de alguma disciplina artística
 - 6.13. Frequência de áreas de formação artística
 - 6.14. Instituições ou locais em que se teve formação artística
 - 6.15. Razões pelas quais não se frequentou oficinas ou aulas/lições artísticas
 - 6.16. Áreas artísticas que seriam frequentadas se existisse formação artística na área de residência
 - 6.17. Meios através dos quais se toma conhecimento dos acontecimentos culturais
 - 6.18. Perceção individual do conhecimento para desfrutar da oferta cultural

7. VARIÁVEIS DE CARACTERIZAÇÃO

- 7.1. Localização
 - 7.2. Região
 - 7.3. *Habitat*
 - 7.4. Sexo/género do inquirido
 - 7.5. Idade
 - 7.6. Situação conjugal
 - 7.7. Nacionalidade
 - 7.8. Quantas pessoas fazem parte do agregado familiar
 - 7.9. Instrução do próprio
 - 7.10. Instrução do pai
 - 7.11. Instrução da mãe
 - 7.12. Situação perante a profissão (do próprio e do cônjuge)
 - 7.13. Exercício de trabalho remunerado (do próprio e do cônjuge)
 - 7.14. Situação perante o emprego (do próprio e do cônjuge)
 - 7.15. Trabalhadores por conta própria (o próprio e o cônjuge) com assalariados
 - 7.16. Tipos de contrato de trabalho (do próprio e do cônjuge)
 - 7.17. Atividade profissional específica (do próprio e do cônjuge)
 - 7.18. Rendimento mensal líquido do agregado familiar
 - 7.19. Perceção de conforto económico de acordo com o rendimento mensal líquido
- 6.1. Frequência de práticas culturais de entretenimento e lazer
 - 6.2. Frequência de atividades artísticas amadoras
 - 6.3. Razões de abandono de práticas artísticas
 - 6.4. Realização de atividades artísticas através de meios tradicionais e/ou digitais
 - 6.5. Expectativas de ser artista profissional
 - 6.6. Atitudes em relação à prática artística
 - 6.7. Frequência de espaços culturais, durante a infância e adolescência, promovidas pela escola
 - 6.8. Frequência de espaços culturais, durante a infância e adolescência, promovidas por organizações (ex.: escuteiros, associações, sindicatos)

ÍNDICE DOS GRÁFICOS

<i>Gráfico 1.1</i> – Distribuição dos inquiridos segundo a região (%).....	11
<i>Gráfico 1.2</i> – Distribuição dos inquiridos segundo o <i>habitat</i> (%).....	11
<i>Gráfico 1.3</i> – Distribuição dos inquiridos por classe socioprofissional.....	13
<i>Gráfico 2.1</i> – Utilização da Internet (%).....	14
<i>Gráfico 2.2</i> – Características sociográficas de utilizadores da Internet (%).....	14
<i>Gráfico 2.3</i> – Equipamentos de acesso à Internet habitualmente usados (%).....	15
<i>Gráfico 2.4</i> – Frequência da ligação à Internet para trabalho ou estudo (%).....	16
<i>Gráfico 2.5</i> – Frequência da ligação à Internet por lazer (%).....	16
<i>Gráfico 2.6</i> – Média de horas por semana de ligação à Internet, para trabalho ou estudo e por lazer.....	17
<i>Gráfico 2.7</i> – Pandemia e mudanças de hábitos no uso de serviços digitais e da Internet no domínio cultural (%).....	19
<i>Gráfico 2.8</i> – Principais usos intensificados de serviços digitais no domínio cultural durante a pandemia, por idade (%).....	19
<i>Gráfico 3.1</i> – Com que frequência se vê televisão/ouve rádio (%).....	20
<i>Gráfico 3.2</i> – Em média, quantas horas costuma ver televisão e ouvir rádio num dia típico da semana e num dia de fim de semana.....	20
<i>Gráfico 3.3</i> – Média de número de horas de visionamento de TV, por características sociodemográficas.....	21
<i>Gráfico 3.4</i> – Local habitual de audição de rádio (%).....	22
<i>Gráfico 3.5</i> – Principais dispositivos onde ouve rádio (%).....	22
<i>Gráfico 3.6</i> – Confinamento e mudanças de hábitos no uso da televisão e rádio, total (%).....	23
<i>Gráfico 3.7</i> – Confinamento e mudanças de hábitos no uso de televisão e rádio, por características sociodemográficas (%).....	23
<i>Gráfico 4.1</i> – Leitura de livros, por suporte, nos últimos 12 meses (%).....	24
<i>Gráfico 4.2</i> – Objetivos com que se lê mais frequentemente, por nível de instrução (%).....	25
<i>Gráfico 4.3</i> – Objetivos com que se lê mais frequentemente, por idade (%).....	26
<i>Gráfico 4.4</i> – Fontes de informação através das quais se obtêm recomendações/ideias de leitura (%).....	26
<i>Gráfico 4.5</i> – Frequência com que, na infância e adolescência (até aos 15 anos), os seus pais ou outros familiares responsáveis por si lhe liam histórias, ofereciam livros e iam a feiras do livro, livrarias ou bibliotecas (%).....	27
<i>Gráfico 4.6</i> – Frequência com que, nos 12 meses anteriores ao início da pandemia, se deslocou a bibliotecas ou arquivos (%).....	27
<i>Gráfico 5.1</i> – Frequência das visitas a museus, monumentos históricos, sítios arqueológicos e galerias de arte nos 12 meses anteriores à pandemia (%).....	28
<i>Gráfico 5.2</i> – Espaços patrimoniais visitados há menos tempo, mesmo que depois do início da pandemia, por tipo (%).....	28
<i>Gráfico 5.3</i> – Características sociográficas dos visitantes (%).....	29
<i>Gráfico 5.4</i> – Localização do espaço visitado (%).....	29
<i>Gráfico 5.5</i> – Com quem realizou a visita (%).....	31
<i>Gráfico 5.6</i> – Tipo de ingresso utilizado (%).....	31
<i>Gráfico 5.7</i> – Modo de aquisição do ingresso (%).....	31
<i>Gráfico 5.8</i> – Atividades realizadas (%).....	31
<i>Gráfico 5.9</i> – Referência a «falta de interesse», por grau de ensino e classe socioprofissional (%).....	32
<i>Gráfico 5.10</i> – Frequência de visitas através da Internet (%).....	33

<i>Gráfico 6.1</i> – Pessoas que foram ou nunca foram ao cinema, nos 12 meses anteriores ao início da pandemia (%)	34
<i>Gráfico 6.2</i> – Pessoas que foram ao cinema por características sociográficas (%)	34
<i>Gráfico 6.3</i> – Motivos que levaram à escolha do filme (%)	35
<i>Gráfico 6.4</i> – Pessoas que assistiam a espetáculos e concertos ao vivo nos 12 meses anteriores ao início da pandemia	35
<i>Gráfico 6.5</i> – Pessoas que assistiram a espetáculos de <i>ballet</i> ou dança clássica por características sociográficas (%)	37
<i>Gráfico 6.6</i> – Pessoas que assistiram a espetáculos de teatro por características sociográficas (%)	38
<i>Gráfico 6.7</i> – Pessoas que assistiram a festas locais por características sociográficas (%)	39
<i>Gráfico 6.8</i> – Motivos pelos quais a população inquirida não foi mais vezes assistir a espetáculos e concertos ao vivo, festivais ou festas locais (%)	40
<i>Gráfico 6.9</i> – Frequência de consumo de filmes, espetáculos, concertos, festivais e festas locais, uma vez por semana ou mais, pela Internet (%)	41
<i>Gráfico 7.1</i> – Prática artística amadora, segundo o nível de escolaridade (%)	42
<i>Gráfico 7.2</i> – Meios utilizados na realização de práticas artísticas amadoras (%)	43
<i>Gráfico 7.3</i> – Regularidade de visitas culturais durante infância e adolescência, segundo o contexto de visita (%)	44
<i>Gráfico 7.4</i> – Contextos de formação artística, segundo a idade (%)	45
<i>Gráfico 7.5</i> – Perceção individual de conhecimento para desfrutar da oferta cultural, segundo a categoria socioprofissional	46

ÍNDICE DOS QUADROS

<i>Quadro 1.1</i> – Distribuição dos inquiridos e da população por escalões etários	12
<i>Quadro 1.2</i> – Distribuição dos inquiridos e da população por grau de instrução	12
<i>Quadro 1.3</i> – Composição das categorias de classe socioprofissional	13
<i>Quadro 2.1</i> – Principais razões para não utilizar a Internet (%)	15
<i>Quadro 2.2</i> – Frequência de utilização da Internet para realizar as seguintes atividades culturais (%)	18
<i>Quadro 3.1</i> – Principal dispositivo onde habitualmente se vê televisão (%)	20
<i>Quadro 3.2</i> – Programas televisivos habitualmente vistos (%)	21
<i>Quadro 3.3</i> – Programas de rádio habitualmente seguidos (%)	22
<i>Quadro 4.1</i> – Tipo de leitores e não-leitores de livros impressos, por ano (%)	24
<i>Quadro 5.1</i> – Principais motivos que levaram a realizar a visita (%)	30
<i>Quadro 5.2</i> – Principais razões por que não visitou ou não visita mais vezes (%)	32
<i>Quadro 5.3</i> – Espaços reconhecidos como património mundial visitados pelo menos uma vez na vida (%)	33
<i>Quadro 6.1</i> – Pessoas que assistiram a espetáculos e concertos nos 12 meses anteriores ao início da pandemia, por rendimento e classe profissional (%)	36
<i>Quadro 7.1</i> – Práticas artísticas amadoras realizadas no último ano pela população de Portugal, Espanha e Malta (%)	42

OS AUTORES

EMANUEL CAMEIRA é investigador integrado no IHC-NOVA FCSH. É doutorado em Sociologia pelo ICS-Ulissboa e pós-graduado em Estudos Curatoriais pela Faculdade de Belas-Artes da mesma universidade. Como professor auxiliar convidado, vem lecionando no Iscte-IUL e na FCH-UCP. Tendo trabalho desenvolvido nas áreas das sociologias da leitura, do livro e da edição, venceu, em 2018, o Prémio Victor de Sá de História Contemporânea (Universidade do Minho).

JORGE RODRIGUES DA SILVA é consultor em análise de dados. Mestre em Psicologia Social pela Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação da Universidade de Coimbra. Colabora com investigadores e projetos de investigação no domínio das ciências sociais. Desenvolve atividades de formação de produção cultural, no âmbito do associativismo social e político.

JOSÉ MACHADO PAIS é investigador coordenador do Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa, tendo lecionado em universidades europeias e sul-americanas. É doutorado em Sociologia (Iscte-IUL) e doutor *Honoris Causa* pela Universidade de Manizales, Colômbia. Pesquisa várias áreas das ciências sociais, entre as quais a da cultura.

PEDRO MAGALHÃES é investigador principal no Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa. É doutorado em Ciência Política pela Ohio State University. Faz investigação sobre opinião pública e comportamentos políticos, com especial ênfase no uso de inquéritos por questionário.

RUI TELMO GOMES é investigador integrado do CIES-Iscte. Doutorado em Sociologia (2013, Iscte-Instituto Universitário de Lisboa) e mestre em Investigação em Ciências Sociais (1996, ICS-Ulissboa). Desenvolve investigação nos domínios da sociologia da arte e cultura, privilegiando temas como: processos artísticos participativos; profissões artísticas e do setor criativo; políticas culturais.

TERESA DUARTE MARTINHO é investigadora auxiliar no ICS-Ulissboa, onde foi bolsista de pós-doutoramento e bolsista convidada (2012-2019). Foi investigadora no Observatório das Actividades Culturais (1996-2011). É doutorada em Sociologia pelo Iscte-IUL. Tem investigado principalmente o setor da cultura, com foco em políticas, profissões e modos de trabalho, mediação e consequências da digitalização.

TIAGO LAPA é professor auxiliar e investigador integrado no CIES-Iscte na Escola de Sociologia e Políticas Públicas do Iscte – Instituto Universitário de Lisboa. É doutorado pelo Iscte-IUL e mestre pela

Universidade de Cambridge, Inglaterra. Desenvolve atividades académicas relacionadas com os estudos da Internet e a literacia dos novos *media*.

VERA BORGES é investigadora integrada no CIES-Iscte. É doutorada pela École des Hautes Études en Sciences Sociales (Paris) e UNL, mestre pelo Iscte-IUL. Leciona políticas públicas para a cultura e gestão de projetos de artes cénicas, no Mestrado em Estudos de Teatro, na Faculdade de Letras, da Universidade de Lisboa.

ANEXO I QUESTIONÁRIO



ESTÁ A PARTICIPAR NUM ESTUDO SOBRE PRÁTICAS CULTURAIS DOS PORTUGUESES, REALIZADO PELO INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS DA UNIVERSIDADE DE LISBOA, FINANCIADO PELA FUNDAÇÃO CALOUSTE GULBENKIAN. SE TEM 15 OU MAIS ANOS DE IDADE GOSTARÍAMOS DE O/A ENTREVISTAR PARA SABER AS SUAS OPINIÕES E PRÁTICAS CULTURAIS. AS SUAS RESPOSTAS SERÃO TRATADAS INFORMATICAMENTE COM AS DE CENTENAS DE OUTROS ENTREVISTADOS GARANTINDO-SE, DESSE MODO, A SUA CONFIDENCIALIDADE.

A. INTERNET E CONSUMOS CULTURAIS

NESTA SECÇÃO VAMOS COLOCAR-LHE ALGUMAS QUESTÕES SOBRE O MODO COMO ACEDE E COMO UTILIZA A INTERNET.

P.1A - É UTILIZADOR DA INTERNET?

SIM.....01 [PASSAR PARA P.3A](#)
NÃO.....02 [PASSAR PARA P.2A E DE SEGUIDA PARA A PRÓXIMA SECÇÃO](#)

***APENAS PARA QUEM NÃO USA A INTERNET [Se P1A=2]**

P.2A - QUAIS AS PRINCIPAIS RAZÕES PARA NÃO USAR A INTERNET? (MOSTRAR LISTA DE FREQUÊNCIAS E REGISTRAR TODAS AS RESPOSTAS)

FALTA DE INTERESSE/NÃO VÊ UTILIDADE 01
NÃO SABE COMO USAR/SENTE-SE CONFUSO COM A TECNOLOGIA 02
NÃO TEM ACESSO A UM COMPUTADOR OU À INTERNET 03
MUITO CARO..... 04
NÃO TEM TEMPO 05
OUTRA. QUAL? 97
NÃO SABE 98
NÃO RESPONDE..... 99

[PASSAR PARA A INTRODUÇÃO ANTES DA P1B](#)

*** APENAS PARA QUEM USA A INTERNET [Se P1A=1]**

P.3A - DOS SEGUINTES EQUIPAMENTOS DE ACESSO À INTERNET QUAIS OS QUE USA HABITUALMENTE?

(LER E REGISTRAR TODAS AS QUE SE APLIQUEM)

COMPUTADOR PESSOAL FIXO/DESKTOP	01
COMPUTADOR PESSOAL PORTÁTIL	02
<i>TABLET</i> (EX: IPAD OU ANDROID).....	03
<i>SMARTPHONE</i> (EX: IPHONE OU ANDROID).....	04
LEITOR DE LIVROS DIGITAIS (<i>E-BOOKS</i>) (EX: KINDLE, KOBO, ETC).....	05
PLACA/ USB 3G/4G PARA ACESSO À INTERNET MÓVEL	06
CONSOLA DE JOGOS (EX: XBOX, PLAYSTATION, NINTENDO SWITCH).....	07
TELEVISÃO SMARTTV (COM SISTEMA OPERATIVO E APLICAÇÕES).....	08
NÃO SABE (NÃO LER)	98
NÃO RESPONDE (NÃO LER)	99

*** APENAS PARA QUEM USA A INTERNET [Se P1A=1]**

P.4A - PENSANDO NOS ÚLTIMOS 12 MESES, COM QUE FREQUÊNCIA SE LIGOU À INTERNET PARA TRABALHO/ESTUDO OU LAZER?

(MOSTRAR LISTA DE FREQUÊNCIAS E REGISTRAR UMA RESPOSTA PARA CADA ITEM)

	UMA OU VÁRIAS DIÁRIA MENTE	UMA OU VÁRIAS VEZES POR SEMANA, MAS NÃO TODOS OS DÍAS	UMA OU VÁRIAS VEZES POR MÊS, MAS NÃO TODAS AS SEMANAS	UMA OU VÁRIAS VEZES POR ANO, MAS NÃO TODOS OS MESES	NUNCA	Ns	Nr
1) TRABALHO OU ESTUDO	05	04	03	02	01	98	99
2) LAZER	05	04	03	02	01	98	99

*** APENAS SE USA A INTERNET DIARIAMENTE OU UMA OU VÁRIAS VEZES POR SEMANA PARA TRABALHO OU ESTUDO [Se P4A ALÍNEA 1=05 OU 04]**

P.5Aa - EM MÉDIA QUANTAS HORAS POR SEMANA ESTÁ LIGADO À INTERNET PARA TRABALHO OU ESTUDO? E POR LAZER?

1) PARA TRABALHO OU ESTUDO	____ ____ HORAS
NÃO SABE	98
NÃO RESPONDE	99

*** APENAS SE USA A INTERNET DIARIAMENTE OU UMA OU VÁRIAS VEZES POR SEMANA POR LAZER
[SE P4A ALÍNEA 2=05 OU 04]**

P.5Ab - E EM MÉDIA QUANTAS HORAS POR SEMANA ESTÁ LIGADO À INTERNET POR LAZER?

- 2) POR LAZER|____| |____| HORAS
 NÃO SABE 98
 NÃO RESPONDE 99

*** PARA TODOS QUE USAM INTERNET, NOVAMENTE [SE P1A=1]**

P.6A - QUANDO SE LIGA À INTERNET, COM QUE FREQUÊNCIA REALIZA AS SEGUINTE ATIVIDADES?

(LER ITEM A ITEM, MOSTRAR LISTA DE FREQUÊNCIAS E REGISTRAR UMA RESPOSTA POR LINHA)

	DIARIA MENTE	UMA OU VÁRIAS VEZES POR SEMANA, MAS NÃO TODOS OS DIAS	UMA OU VÁRIAS VEZES POR MÊS, MAS NÃO TODAS AS SEMANAS	UMA OU VÁRIAS VEZES POR ANO, MAS NÃO TODOS OS MESES	NUNCA	Ns	Nr
1) PROCURAR INFORMAÇÃO SOBRE MUSEUS, GALERIAS, DE ARTE, SÍTIOS ARQUEOLÓGICOS	05	04	03	02	01	98	99
2) PROCURAR INFORMAÇÃO SOBRE BIBLIOTECAS E ARQUIVOS	05	04	03	02	01	98	99
3) PROCURAR INFORMAÇÃO SOBRE LIVROS, MÚSICA, CINEMA E ESPETÁCULOS	05	04	03	02	01	98	99
4) VER ESPETÁCULOS A PARTIR DA INTERNET (CONCERTOS, TEATRO, DANÇA, ETC.)	05	04	03	02	01	98	99
5) ACEDER A BIBLIOTECAS OU ARQUIVOS VIRTUAIS	05	04	03	02	01	98	99
6) COMPRAR OU RESERVAR ENTRADAS PARA CINEMA, CONCERTOS, TEATRO, MUSEUS	05	04	03	02	01	98	99
7) OUVIR MÚSICA A PARTIR DA INTERNET (ATRAVÉS DE QUALQUER SERVIÇO DE STREAMING COMO O SPOTIFY)	05	04	03	02	01	98	99
8) COMPRAR OU DESCARREGAR MÚSICA	05	04	03	02	01	98	99
9) VER, COMPRAR OU DESCARREGAR FILMES OU SÉRIES	05	04	03	02	01	98	99

10) PARTILHAR CONTEÚDOS CULTURAIS (VÍDEOS, MÚSICA, IMAGENS, OUTROS) CRIADOS PELO PRÓPRIO	05	04	03	02	01	98	99
11) INTERAGIR ONLINE EM TEMAS RELACIONADOS COM CULTURA (COLOCANDO MENSAGENS E LIKES EM SÍTIOS DE REDES SOCIAIS E OUTROS GRUPOS VIRTUAIS)	05	04	03	02	01	98	99

* PARA TODOS QUE USAM INTERNET [Se P1A=1]

P.7A - COM QUE FREQUÊNCIA UTILIZA A INTERNET PARA ESTAS OUTRAS ATIVIDADES?

(LER ITEM A ITEM, MOSTRAR LISTA DE FREQUÊNCIAS E REGISTAR UMA RESPOSTA POR LINHA)

	DIARIA MENTE	UMA OU VÁRIAS VEZES POR SEMANA, MAS NÃO TODOS OS DIAS	UMA OU VÁRIAS VEZES POR MÊS, MAS NÃO TODAS AS SEMANAS	UMA OU VÁRIAS VEZES POR ANO, MAS NÃO TODOS OS MESES	NUNCA	Ns	NR
1) LER SITES DE NOTÍCIAS (NÃO INCLUI JORNAIS E REVISTAS)	05	04	03	02	01	98	99
2) LER NA WIKIPÉDIA OU OUTRAS ENCICLOPÉDIAS ONLINE	05	04	03	02	01	98	99
3) LER E/OU ESCREVER BLOGUES	05	04	03	02	01	98	99
4) LER E/OU ESCREVER CRÍTICAS (TRIPADVISOR, AMAZON, ETC.)	05	04	03	02	01	98	99
5) PROCURAR INFORMAÇÕES PRECISAS (SIGNIFICADO DE PALAVRAS, FATOS HISTÓRICOS, ETC.)	05	04	03	02	01	98	99

* PARA TODOS QUE USAM INTERNET [Se P1A=1]

P.8A - GOSTARIA AGORA DE SABER ATÉ QUE PONTO A PANDEMIA MUDOU OS SEUS HÁBITOS DE USO DE SERVIÇOS DIGITAIS E DA INTERNET NO DOMÍNIO CULTURAL. PEDIA-LHE QUE ME DISSESSE SE, PARA CADA UMA DAS SEGUINTE ATIVIDADES, COMEÇOU A USAR A INTERNET, PASSOU A USAR MAIS, MANTEVE O USO HABITUAL, PASSOU A USAR MENOS, DEIXOU DE USAR OU NÃO USOU.

(LER ITEM A ITEM, MOSTRAR LISTA DE FREQUÊNCIAS E REGISTAR UMA RESPOSTA POR LINHA)

	COMEÇOU A USAR INTERNET	PASSOU A USAR MAIS	MANTEVE O USO	PASSOU A USAR MENOS	DEIXOU DE USAR/ NÃO USOU	Ns	NR
1) VER ESPETÁCULOS DE DANÇA	05	04	03	02	01	98	99

	COMEÇOU A USAR INTERNET	PASSOU A USAR MAIS	MANTEVE O USO	PASSOU A USAR MENOS	DEIXOU DE USAR/ NÃO USOU	Ns	Nr
2) VER ESPETÁCULOS DE TEATRO	05	04	03	02	01	98	99
3) VER ESPETÁCULOS DE MÚSICA	05	04	03	02	01	98	99
4) VISITAR SITES DE MUSEUS, MONUMENTOS HISTÓRICOS, SÍTIOS ARQUEOLÓGICOS E GALERIAS DE ARTE	05	04	03	02	01	98	99
5) VISITAR SITES DE BIBLIOTECAS E ARQUIVOS	05	04	03	02	01	98	99
6) LER LIVROS, JORNAIS E REVISTAS ONLINE	05	04	03	02	01	98	99
7) VER FILMES E SÉRIES	05	04	03	02	01	98	99

B. AUDIOVISUAIS: TELEVISÃO E RÁDIO

NESTA SECÇÃO VAMOS COLOCAR-LHE ALGUMAS QUESTÕES SOBRE OS SEUS CONSUMOS DE TELEVISÃO E DE RÁDIO.

* **PARA TODOS**

P.1B - COM QUE FREQUÊNCIA VÊ TELEVISÃO (CANAIS TDT, POR SATÉLITE E POR CABO)?

(LER E REGISTAR APENAS UMA RESPOSTA)

DIARIAMENTE	01
UMA OU VÁRIAS VEZES POR SEMANA, MAS NÃO TODOS OS DIAS.....	02
UMA OU VÁRIAS VEZES POR MÊS, MAS NÃO TODAS AS SEMANAS	03
UMA OU VÁRIAS VEZES POR ANO, MAS NÃO TODOS OS MESES	04
NUNCA.....	05
→ IR PARA P.5B	
NÃO SABE (NÃO LER)	98
→ IR PARA P.5B	
NÃO RESPONDE (NÃO LER).....	99
→ IR PARA P.5B	

[Se P1B=01 A 04]

P.2B - QUAL O PRINCIPAL DISPOSITIVO ONDE HABITUALMENTE VÊ TELEVISÃO?

(LER E REGISTAR APENAS UMA RESPOSTA)

APARELHO DE TELEVISÃO	01
COMPUTADOR OU <i>TABLET</i>	02
TELEMÓVEL.....	03
OUTRO(S) EQUIPAMENTO(S). QUAIS?.....	97
NÃO SABE (NÃO LER)	98
NÃO RESPONDE (NÃO LER).....	99

*APENAS PARA QUEM VÊ TELEVISÃO DIARIAMENTE OU VÁRIAS VEZES POR SEMANA [Se P1B=01 ou 02]

P.3B - DIGA-ME, POR FAVOR, EM MÉDIA, QUANTAS HORAS COSTUMA VER TELEVISÃO NUM DIA TÍPICO DE SEMANA? E NUM DIA DE FIM-DE-SEMANA?

1) DIA DE SEMANA (EXCETO FERIADOS)	____ ____ HORAS
NÃO SABE	98
NÃO RESPONDE	99
2) DIA DE FIM-DE-SEMANA	____ ____ HORAS
NÃO SABE	98
NÃO RESPONDE	99

* DE NOVO PARA TODOS OS QUE VEEM TELEVISÃO [Se P1B=01 A 04]

P.4B - DA SEGUINTE LISTA DE PROGRAMAS TELEVISIVOS, INDIQUE QUAIS OS QUE HABITUALMENTE VÊ:

(RODANDO A ORDEM DOS ITENS, MOSTRAR LISTA E REGISTRAR TODAS AS RESPOSTAS)

PROGRAMAS DESPORTIVOS (JOGOS, NOTÍCIAS, DEBATES, ETC.)	01
PROGRAMAS DE ENTRETENIMENTO (REALITY SHOWS, TALK SHOWS, HUMOR, ETC.)	02
CONCURSOS DE CULTURA GERAL (EX: QUEM QUER SER MILIONÁRIO, MENTAL SAMURAI)..	03
OUTROS CONCURSOS (EX: PREÇO CERTO, GOT TALENT PORTUGAL, ETC.)	04
TELENOVELAS (PORTUGUESAS OU ESTRANGEIRAS)	05
CONCERTOS DE MÚSICA CLÁSSICA	06
CONCERTOS DE MÚSICA POPULAR	07
OUTROS PROGRAMAS DE MÚSICA	08
SÉRIES.....	09
FILMES.	10
TEATRO	11
OUTROS PROGRAMAS DE ARTES CÉNICAS (CIRCO, ÓPERA, ETC.)	12
DESENHOS ANIMADOS OU OUTROS PROGRAMAS INFANTIS.....	13
NOTÍCIAS, REPORTAGENS E INFORMAÇÃO	14
DEBATES (PRÓS E CONTRAS, CIRCULATURA DO QUADRADO, EIXO DO MAL)	15
PROGRAMAS DE ENTREVISTA (EX: ALTA DEFINIÇÃO, GRANDE ENTREVISTA).....	16
PROGRAMAS RELACIONADOS COM LIVROS E LEITURA	17
OUTROS PROGRAMAS CULTURAIS	18
DOCUMENTÁRIOS	19
MISSA OU OUTROS PROGRAMAS RELIGIOSOS	20
OUTRO (S). INDICAR	97
NÃO SABE	98
NÃO RESPONDE	99

* PARA TODOS

P.5B - COM QUE FREQUÊNCIA OUVI RÁDIO?

(MOSTRAR LISTA E REGISTRAR APENAS UMA RESPOSTA)

DIARIAMENTE	01
UMA OU VÁRIAS VEZES POR SEMANA, MAS NÃO TODOS OS DIAS.....	02
UMA OU VÁRIAS VEZES POR MÊS, MAS NÃO TODAS AS SEMANAS	03
UMA OU VÁRIAS VEZES POR ANO, MAS NÃO TODOS OS MESES	04

NUNCA.....	05	IR PARA P10B
NÃO SABE	98	IR PARA P10B
NÃO RESPONDE.....	99	IR PARA P10B

*** APENAS PARA QUEM OUVI RÁDIO DIARIAMENTE OU VÁRIAS VEZES POR SEMANA [Se P5B=01 ou 02]**

P.6B - DIGA-ME, POR FAVOR, EM MÉDIA, QUANTAS HORAS COSTUMA OUVIR RÁDIO NUM DIA TÍPICO DE SEMANA? E NUM DIA DE FIM-DE-SEMANA?

1) DIA DE SEMANA (EXCETO FERIADOS)	____ ____	HORAS
NÃO SABE		98
NÃO RESPONDE		99
2) DIA DE FIM-DE-SEMANA.	____ ____	HORAS
NÃO SABE		98
NÃO RESPONDE		99

*** DE NOVO PARA TODOS OS QUE OUVEM RÁDIO [Se P5B=01 A 04]**

P.7B - ONDE OUVI HABITUALMENTE RÁDIO?

(MOSTRAR LISTA E REGISTRAR TODAS AS RESPOSTAS)

CARRO	01
CASA	02
LOCAL DE TRABALHO	03
RUA/ PARQUES PÚBLICOS	04
TRANSPORTES PÚBLICOS	05
OUTROS LOCAIS. INDICAR	97

[Se P5B=01 A 04]

P.8B - QUAIS OS PRINCIPAIS DISPOSITIVOS ONDE OUVI RÁDIO?

(MOSTRAR LISTA E REGISTRAR TODAS AS RESPOSTAS)

APARELHO DE RÁDIO TRADICIONAL	01
RÁDIO DO CARRO	02
COMPUTADOR OU <i>TABLET</i> , ATRAVÉS DA INTERNET	03
TELEMÓVEL.....	04
LEITOR DE MP3.....	05
OUTROS DISPOSITIVOS. QUAIS?	97
NÃO SABE	98
NÃO RESPONDE	99

[Se P5B=01 A 04]

P.9B - DA SEGUINTE LISTA DE PROGRAMAS DE RÁDIO, INDIQUE QUAIS OS QUE HABITUALMENTE OUVE:

(RODANDO A ORDEM DOS ITENS, MOSTRAR LISTA E REGISTRAR TODAS AS RESPOSTAS)

DESPORTO (RELATOS DE FUTEBOL, NOTÍCIAS, DEBATES).....	01
NOTÍCIAS E INFORMAÇÃO	02
PROGRAMAS DE ENTRETENIMENTO.....	03
MÚSICA CLÁSSICA.....	04
MÚSICA POPULAR	05
OUTROS PROGRAMAS DE MÚSICA	06
PROGRAMAS RELACIONADOS COM LIVROS E LEITURA	07
OUTROS PROGRAMAS CULTURAIS	08
TERTÚLIAS (EX. MANHÃS DA COMERCIAL, CAFÉ DA MANHÃ, ETC.).....	09
PROGRAMAS COM ENTREVISTAS, PERFORMANCES, ETC.	10
MISSA OU OUTROS PROGRAMAS RELIGIOSOS	11
OUTRO(S). INDICAR	97
NÃO SABE	98
NÃO RESPONDE	99

* PARA TODOS, NOVAMENTE

P.10B - GOSTARIA AGORA DE SABER ATÉ QUE PONTO A PANDEMIA MUDOU OS SEUS HÁBITOS DE VER TELEVISÃO E OUVIR RÁDIO. NUM CASO E NOUTRO PEDIA-LHE QUE ME DISSESSE SE, COMEÇOU A USAR, PASSOU A USAR MAIS, MANTEVE O USO HABITUAL, PASSOU A USAR MENOS, DEIXOU DE USAR OU NÃO USOU.

(LER ITEM A ITEM, MOSTRAR LISTA DE FREQUÊNCIAS E REGISTRAR UMA RESPOSTA POR LINHA)

	COMEÇOU A USAR	PASSOU A USAR MAIS	MANTEVE O USO	PASSOU A USAR MENOS	DEIXOU DE USAR/ NÃO USOU	Ns	Nr
1) VER TELEVISÃO	05	04	03	02	01	98	99
2) OUVIR RÁDIO	05	04	03	02	01	98	99

C. LEITURA E BIBLIOTECAS

*** PARA TODOS**

*** PARA QUEM NÃO USA A INTERNET [SE P1A=2], NAS ALÍNEAS 2, 4 E 6 CARREGAR AUTOMATICAMENTE "NUNCA" (CÓD. 01)**

NESTA SECÇÃO VAMOS COLOCAR-LHE ALGUMAS QUESTÕES SOBRE OS SEUS HÁBITOS DE LEITURA E O USO DE BIBLIOTECAS.

P.1C - GOSTARIA DE SABER COM QUE FREQUÊNCIA NOS ÚLTIMOS 12 MESES LEU LIVROS, REVISTAS E JORNAIS, SEJA EM FORMATO IMPRESSO OU DIGITAL

(LER ITEM A ITEM, MOSTRAR LISTA DE FREQUÊNCIAS E REGISTRAR UMA RESPOSTA POR LINHA)

	UMA OU VÁRIAS DIARIA VEZES POR SEMANA, MAS NÃO TODOS OS DIAS	UMA OU VÁRIAS VEZES POR MÊS, MAS NÃO TODAS AS SEMANAS	UMA OU VÁRIAS VEZES POR ANO, MAS NÃO TODOS OS MESES	NUNCA	Ns	Nr
1) LIVROS IMPRESSOS	05	04	03	02	01	98 99
2) LIVROS EM FORMATO DIGITAL (E-BOOKS)	05	04	03	02	01	98 99
3) REVISTAS IMPRESSAS	05	04	03	02	01	98 99
4) REVISTAS EM FORMATO DIGITAL	05	04	03	02	01	98 99
5) JORNAIS IMPRESSOS	05	04	03	02	01	98 99
6) JORNAIS EM FORMATO DIGITAL	05	04	03	02	01	98 99

*** QUEM REFERE NUNCA, NÃO SABE OU NÃO RESPONDE EM TODAS AS ALÍNEAS PASSA PARA A SECÇÃO SEGUINTE**

*** APENAS PARA QUEM NUNCA LEU LIVROS IMPRESSOS NOS ÚLTIMOS 12 MESES [SE P1C_1=01]**

P.2C - POR QUE RAZÃO NOS ÚLTIMOS 12 MESES NUNCA LEU LIVROS IMPRESSOS?

(MOSTRAR LISTA DE FREQUÊNCIAS E REGISTRAR TODAS AS RESPOSTAS)

PREFIRO DEDICAR-ME A OUTRAS ATIVIDADES.....	01
POR FALTA DE TEMPO	02
POR FALTA DE DINHEIRO	03
PORQUE CONSIDERO A LEITURA UMA ATIVIDADE ABORRECIDA.....	04
PORQUE TENHO OUTRAS FORMAS DE ME ENTRETER E MANTER INFORMADO	05
PORQUE NÃO EXISTEM LIVRARIAS OU BIBLIOTECAS PERTO DO SÍTIO ONDE VIVO	06

PORQUE PREFIRO LER LIVROS EM FORMATO DIGITAL (E-BOOKS)	07
OUTRA RAZÃO. QUAL?	97
NÃO SABE	98
NÃO RESPONDE	99

*** APENAS PARA QUEM LEU LIVROS IMPRESSOS NOS ÚLTIMOS 12 MESES [SE P1C_1=05 A 02]**

P.3C - NOS ÚLTIMOS 12 MESES, APROXIMADAMENTE QUANTOS LIVROS LEU EM FORMATO IMPRESSO?

Resposta: |____| |____|

NÃO SABE (NÃO LER)..... 98

NÃO RESPONDE (NÃO LER)..... 99

*** APENAS PARA QUEM LEU LIVROS IMPRESSOS NOS ÚLTIMOS 12 MESES [SE P1C_1=05 A 02]**

P.4C - PENSE NAS FORMAS ATRAVÉS DAS QUAIS TEM ACESSO A LIVROS IMPRESSOS. COM QUE FREQUÊNCIA...

(LER ITEM A ITEM, MOSTRAR LISTA DE FREQUÊNCIAS E REGISTAR UMA RESPOSTA POR LINHA)

	UMA VEZ POR MÊS OU MAIS	3 OU MAIS VEZES POR ANO, MAS NÃO TODOS OS MESES	1 OU 2 VEZES POR ANO	NUNCA	Ns	NR
1) COMPRA UM LIVRO	04	03	02	01	98	99
2) PEDE UM LIVRO EMPRESTADO A ALGUÉM	04	03	02	01	98	99
3) REQUISITA UM LIVRO NUMA BIBLIOTECA	04	03	02	01	98	99
4) FAZ FOTOCÓPIAS DE LIVROS ACADÉMICOS OU TÉCNICOS	04	03	02	01	98	99
5) FAZ FOTOCÓPIAS DE OUTRO TIPO DE LIVROS	04	03	02	01	98	99

*** APENAS PARA QUEM NUNCA LEU LIVROS DIGITAIS NOS ÚLTIMOS 12 MESES [SE P1C_2=01]**

P.5C - POR QUE RAZÃO NOS ÚLTIMOS 12 MESES NUNCA LEU LIVROS DIGITAIS (E-BOOKS)?

(MOSTRAR LISTA E REGISTAR TODAS AS RESPOSTAS)

NÃO SEI O QUE É 01

NÃO SEI ONDE ENCONTRAR LIVROS DIGITAIS (E-BOOKS) QUE ME INTERESSEM 02

NÃO TENHO UM DISPOSITIVO DIGITAL APROPRIADO PARA O LER DE FORMA AGRADÁVEL 03

PORQUE PREFIRO LER LIVROS IMPRESSOS 04

PREFIRO DEDICAR-ME A OUTRAS ATIVIDADES.....05

POR FALTA DE TEMPO	06
POR FALTA DE DINHEIRO	07
PORQUE CONSIDERO A LEITURA UMA ATIVIDADE ABORRECIDA.....	08
PORQUE TENHO OUTRAS FORMAS DE ME ENTRETER E MANTER INFORMADO	09
OUTRA RAZÃO. QUAL	97
NÃO SABE	98
NÃO RESPONDE	99

*** APENAS PARA QUEM LEU LIVROS EM FORMATO DIGITAL NOS ÚLTIMOS 12 MESES [SE P1C_2=05 A 02]**

P.6C - NOS ÚLTIMOS 12 MESES, APROXIMADAMENTE QUANTOS LIVROS DIGITAIS (E-BOOKS) LEU?

Resposta: |____| |____|

NÃO SABE (NÃO LER)..... 98

NÃO RESPONDE (NÃO LER)..... 99

*** APENAS PARA QUEM LEU LIVROS EM FORMATO DIGITAL NOS ÚLTIMOS 12 MESES [SE P1C_2=05 A 02]**

P.7C - PENSE NAS FORMAS ATRAVÉS DAS QUAIS TEM ACESSO A LIVROS DIGITAIS (E-BOOKS). COM QUE FREQUÊNCIA...

(LER ITEM A ITEM, MOSTRAR LISTA DE FREQUÊNCIAS E REGISTRAR UMA RESPOSTA POR LINHA)

	UMA VEZ POR MÊS OU MAIS	3 OU MAIS VEZES POR ANO, MAS NÃO TODOS OS MESES	1 OU 2 VEZES POR ANO	NUNCA	Ns	Nr
1) COMPRA UM E-BOOK ATRAVÉS DE UM WEBSITE OU LIVRARIA ONLINE	04	03	02	01	98	99
2) FAZ DESCARGA GRATUITA DE E-BOOKS	04	03	02	01	98	99
3) REQUISITA E-BOOKS NUMA BIBLIOTECA	04	03	02	01	98	99
4) RECORRE A SERVIÇOS DE TROCA DE E-BOOKS EM BLOGUES OU REDES SOCIAIS	04	03	02	01	98	99

*** PARA TODOS QUE LERAM LIVROS IMPRESSOS OU DIGITAIS NOS ÚLTIMOS 12 MESES
[SE P1C_1 E P1C_2=05 A 02]**

P.8C - DIGA-ME, AGORA, COM QUE OBJETIVO LÊ MAIS FREQUENTEMENTE?

(LER, MOSTRAR LISTA E REGISTRAR APENAS UMA RESPOSTA)

PARA ESTUDAR / REALIZAR TRABALHOS ESCOLARES, ACADÉMICOS	01
PARA O EXERCÍCIO DA PROFISSÃO	02
POR PRAZER	03
PARA ESTAR A PAR DOS ACONTECIMENTOS ATUAIS	04
PARA PESQUISAR TEMAS ESPECÍFICOS NOS QUAIS ESTÁ INTERESSADO(A)	05
PARA CONTAR HISTÓRIAS A FILHOS OU OUTROS FAMILIARES MENORES	06
OUTRO(S). INDICAR.....	07
NÃO SABE (NÃO LER)	98
NÃO RESPONDE (NÃO LER)	99

*** PARA TODOS QUE LERAM LIVROS IMPRESSOS OU DIGITAIS NOS ÚLTIMOS 12 MESES
[SE P1C_1 E P1C_2=05 A 02]**

P.9C - EM QUE LOCAIS COSTUMA LER LIVROS IMPRESSOS OU DIGITAIS?

(MOSTRAR LISTA E REGISTRAR TODAS AS RESPOSTAS)

CASA	01
ESCOLA / UNIVERSIDADE.....	02
LOCAL DE TRABALHO.....	03
BIBLIOTECA	04
CAFÉS.....	05
TRANSPORTES PÚBLICOS	06
RUA/PARQUES PÚBLICOS	07
OUTRO(S). INDICAR.....	08
NÃO SABE	98
NÃO RESPONDE	99

*** PARA TODOS QUE LERAM LIVROS IMPRESSOS OU DIGITAIS NOS ÚLTIMOS 12 MESES
[SE P1C_1 E P1C_2=05 A 02]**

P.10C - DOS SEGUINTE GÉNEROS DE LIVROS, EM FORMATO IMPRESSO OU DIGITAL, DIGA-ME, POR FAVOR, QUAIS OS QUE LEU COM MAIS FREQUÊNCIA, NOS ÚLTIMOS 12 MESES?

(RODANDO A ORDEM DOS ITENS, MOSTRAR LISTA E REGISTRAR TODAS AS RESPOSTAS)

BANDA DESENHADA.....	01
ESCOLAR / EDUCATIVO	02
INFANTO-JUVENIL.....	03

POESIA	04
CONTOS.....	05
ROMANCE	06
ENSAIOS.....	07
HISTÓRIA.....	08
TÉCNICO OU CIENTÍFICO (CIÊNCIAS EXATAS OU SOCIAIS E HUMANAS)	09
DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA.....	10
FICÇÃO CIENTÍFICA.....	11
ARTE	12
CULINÁRIA, DECORAÇÃO OU JARDINAGEM	13
VIAGENS / FÉRIAS	14
TEATRO.....	15
CRIME, THRILLERS OU MISTÉRIO.....	16
AUTO/BIOGRAFIAS.....	17
AUTOAJUDA	18
OUTRO(S). INDICAR	97
NÃO SABE	98
NÃO RESPONDE.....	99

*** PARA TODOS OS QUE LERAM REVISTAS IMPRESSAS OU EM FORMATO DIGITAL NOS ÚLTIMOS 12 MESES
[SE P1C_3 E/OU P1C_4=05 A 02]**

P.11C - DOS SEGUINTE GÊNEROS DE REVISTAS, EM FORMATO IMPRESSO OU DIGITAL, DIGA-ME, POR FAVOR, QUAIS OS QUE LEU COM MAIS FREQUÊNCIA, NOS ÚLTIMOS 12 MESES?

(RODANDO A ORDEM DOS ITENS, MOSTRAR LISTA E REGISTRAR TODAS AS RESPOSTAS)

BANDA DESENHADA	01
TEMAS POLÍTICOS, FILOSÓFICOS OU RELIGIOSOS.....	02
TÉCNICO OU CIENTÍFICO (CIÊNCIAS EXATAS OU SOCIAIS E HUMANAS).....	03
CULTURA / ARTE / ANTIGUIDADES / LIVROS / LITERATURA / FOTOGRAFIA	04
DESPORTO / AUTOMÓVEIS	05
MODA / DECORAÇÃO / CULINÁRIA E ALIMENTAÇÃO.....	06
ERÓTICAS	07
MASCULINAS	08
FEMININAS	09
INTERESSE GERAL	10

DINHEIRO / FINANÇAS	11
GUIAS TV	12
COMPUTADORES E ELETRÓNICA.....	13
CRIANÇAS E ADOLESCENTES	14
ENTRETENIMENTO.....	15
MÚSICA	16
VÍDEO / CINEMA	17
NATUREZA / ANIMAIS DE ESTIMAÇÃO / VIAGENS E FÉRIAS	18
MEXERICOS / CELEBRIDADES	19
REVISTAS DE JORNAIS	20
OUTRO(S). INDICAR	97
NÃO SABE	98
NÃO RESPONDE.....	99

*** PARA QUEM LÊ JORNAIS IMPRESSOS OU EM FORMATO DIGITAL [SE P1C_5 E/OU P1C_6=05 A 02]**

P.12C - DOS SEGUINTE GÉNEROS DE JORNAIS, EM FORMATO IMPRESSO OU DIGITAL, DIGA-ME, POR FAVOR, QUAIS OS QUE LEU COM MAIS FREQUÊNCIA, NOS ÚLTIMOS 12 MESES?

(MOSTRAR LISTA E REGISTAR TODAS AS RESPOSTAS)

GENERALISTAS - DIÁRIOS	01
GENERALISTAS - SEMANÁRIOS.....	02
ECONÓMICOS.....	03
DESPORTIVOS	04
TEMÁTICOS	05
REGIONAIS.....	06
GRATUITOS	07
OUTRO(S). INDICAR	97
NÃO SABE	98
NÃO RESPONDE	99

*** PARA TODOS NOVAMENTE**

P.13C - PENSE AGORA NA SUA INFÂNCIA E ADOLESCÊNCIA ATÉ AOS 15 ANOS. COM QUE FREQUÊNCIA OS SEUS PAIS OU OUTROS FAMILIARES RESPONSÁVEIS POR SI...

(LER ITEM A ITEM, MOSTRAR LISTA DE FREQUÊNCIAS E REGISTRAR UMA RESPOSTA POR LINHA)

	FREQUENTE MENTE	ALGUMAS VEZES	RARAMENTE	NUNCA	Ns	Ns
1) LIAM-LHE HISTÓRIAS	04	03	02	01	98	99
2) OFERECIAM-LHE LIVROS	04	03	02	01	98	99
3) ÍAM CONSIGO A FEIRAS DO LIVRO	04	03	02	01	98	99
4) ÍAM CONSIGO A LIVRARIAS	04	03	02	01	98	99
5) ÍAM CONSIGO A BIBLIOTECAS	04	03	02	01	98	99

*** PARA TODOS**

P.14C - DAS SEGUINTES FONTES DE INFORMAÇÃO, INDIQUE AQUELAS A PARTIR DAS QUAIS OBTÉM RECOMENDAÇÕES OU IDEIAS DE LEITURA.

(RODANDO A ORDEM DOS ITENS, MOSTRAR LISTA E REGISTRAR TODAS AS RESPOSTAS)

UMA BIBLIOTECA OU BIBLIOTECÁRIO, INCLUINDO O WEBSITE DA BIBLIOTECA	01
UM FAMILIAR, AMIGO OU COLEGA DE TRABALHO	02
UMA LIVRARIA ONLINE	03
OS FUNCIONÁRIOS DE UMA LIVRARIA QUE VISITA PESSOALMENTE.....	04
A EXPOSIÇÃO NAS PRATELEIRAS DE UMA LIVRARIA QUE VISITA PRESENCIALMENTE	05
SITES DE REDES SOCIAIS VIRTUAIS ESPECIALIZADOS NA LEITURA/APRECIÇÃO DE LIVROS	06
COMENTÁRIOS PUBLICADOS POR AMIGOS EM REDES SOCIAIS	07
CRÍTICA DE LIVROS EM JORNAIS OU REVISTAS.....	08
OUTRA FONTE. QUAL?.....	97
NÃO SABE	98
NÃO RESPONDE	99

*** PARA TODOS**

P.15C - COM O INÍCIO DA PANDEMIA, EM MARÇO DE 2020, ALGUMAS PRÁTICAS CULTURAIS PODERÃO TER SIDO PREJUDICADAS. PENSE ENTÃO NOS 12 MESES ANTERIORES AO INÍCIO DA PANDEMIA. COM QUE FREQUÊNCIA, NESSES 12 MESES, COSTUMAVA PARTICIPAR NOS SEGUINTES EVENTOS LITERÁRIOS?

(LER ITEM A ITEM, MOSTRAR LISTA DE FREQUÊNCIAS E REGISTRAR UMA RESPOSTA POR LINHA)

	UMA VEZ POR MÊS OU MAIS	3 OU MAIS VEZES POR ANO, MAS NÃO TODOS OS MESES	1 OU 2 VEZES POR ANO	NUNCA	Ns	Nr
1) FEIRAS DO LIVRO	04	03	02	01	98	99
2) FESTIVAIS LITERÁRIOS	04	03	02	01	98	99

3) FESTIVAIS DE ILUSTRAÇÃO E DE BD	04	03	02	01	98	99
4) CLUBES DO LIVRO E TERTÚLIAS	04	03	02	01	98	99

*** PARA TODOS**

P.16C - CONTINUANDO A PENSAR NOS 12 MESES ANTERIORES AO INÍCIO DA PANDEMIA, COM QUE FREQUÊNCIA SE DESLOCOU A BIBLIOTECAS OU ARQUIVOS?

(MOSTRAR LISTA DE FREQUÊNCIAS E REGISTRAR APENAS UMA RESPOSTA)

UMA VEZ POR SEMANA OU MAIS.....	01	P.18C
UMA OU VÁRIAS VEZES POR MÊS, MAS NÃO TODAS AS SEMANAS	02	P.18C
UMA OU VÁRIAS VEZES POR ANO, MAS NÃO TODOS OS MESES.....	03	P.18C
NUNCA	04	P.17C
NÃO SABE.....	98	Bloco D
NÃO RESPONDE	99	Bloco D

***APENAS SE NÃO REALIZOU IDA PRESENCIAL A UMA BIBLIOTECA OU ARQUIVO OS ÚLTIMOS 12 MESES ANTES DO INÍCIO DA PANDEMIA [SE P16C=04]**

P.17C - POR QUE RAZÃO, NOS ÚLTIMOS 12 MESES ANTERIORES AO INÍCIO DA PANDEMIA, NÃO SE DESLOCOU A QUALQUER BIBLIOTECA OU ARQUIVO?

(RODANDO A ORDEM DOS ITENS, MOSTRAR LISTA E REGISTRAR TODAS AS RESPOSTAS)

NÃO EXISTE NENHUMA BIBLIOTECA PERTO DO SÍTIO ONDE VIVO	01
ARRANJO O QUE QUERO LER POR OUTRA(S) VIA(S).....	02
NÃO CONSIDERO AS BIBLIOTECAS ESPAÇOS CONFORTÁVEIS	03
A BIBLIOTECA MAIS PERTO DE ONDE VIVO TEM UMA OFERTA DE LIVROS REDUZIDA	04
A BIBLIOTECA MAIS PERTO DE ONDE VIVO NÃO PERMITE REQUISITAR E-BOOKS	05
A BIBLIOTECA MAIS PERTO DE ONDE VIVO NÃO TEM O QUE ME INTERESSA.....	06
NÃO TIVE NECESSIDADE	07
OUTRA RAZÃO. QUAL? _____	97
NÃO SABE	98
NÃO RESPONDE.....	99

* PARA QUEM REALIZOU IDA PRESENCIAL A BIBLIOTECA(S) OU ARQUIVO(S) NOS ÚLTIMOS 12 MESES ANTES DO INÍCIO DA PANDEMIA [SE P16C=01 A 03]

P.18C - QUAIS OS PRINCIPAIS MOTIVOS PARA A FREQUÊNCIA DE BIBLIOTECA(S) OU ARQUIVO(S) NOS ÚLTIMOS 12 MESES ANTERIORES AO INÍCIO DA PANDEMIA?

(RODANDO A ORDEM DOIS ITENS, MOSTRAR LISTA E REGISTRAR TODAS AS RESPOSTAS)

PARA PESQUISAR NO CATÁLOGO DA BIBLIOTECA E REQUISITAR LIVROS, REVISTAS OU JORNAIS.....	01
PARA LER NO LOCAL LIVROS, REVISTAS OU JORNAIS	02
PARA REQUISITAR UM E-READER	03
PARA LER LIVROS DIGITAIS (E-BOOKS) NUM E-READER NO LOCAL	04
PARA UTILIZAR OS COMPUTADORES DA BIBLIOTECA PARA PROCESSAMENTO DE TEXTO	05
PARA UTILIZAR OS COMPUTADORES DA BIBLIOTECA PARA NAVEGAR NA INTERNET.....	06
PARA UTILIZAR OS COMPUTADORES DA BIBLIOTECA PARA ENVIAR EMAILS	07
PARA ESTUDAR/TRABALHAR	08
PARA ENCONTRAR OUTRAS PESSOAS.....	09
PARA ACOMPANHAR UM FILHO OU OUTRO FAMILIAR	10
PARA ASSISTIR A CONFERÊNCIAS, ENCONTROS OU DEBATES	11
OUTRA ATIVIDADE. QUAL? _____	97
NÃO SABE	98
NÃO RESPONDE.....	99

D. MUSEUS, MONUMENTOS HISTÓRICOS, SÍTIOS ARQUEOLÓGICOS, GALERIAS DE ARTE

* PARA TODOS

NESTA SECÇÃO VAMOS COLOCAR-LHE ALGUMAS QUESTÕES SOBRE OS SEUS HÁBITOS DE VISITA A MUSEUS, MONUMENTOS HISTÓRICOS, SÍTIOS ARQUEOLÓGICOS E GALERIAS DE ARTE

P.1D - CONTINUE A PENSAR NOS 12 MESES ANTERIORES AO INÍCIO DA PANDEMIA. COM QUE FREQUÊNCIA COSTUMAVA REALIZAR CADA UMA DAS SEGUINTE ATIVIDADES?

(LER ÍTEM A ÍTEM, MOSTRAR LISTA DE FREQUÊNCIAS E REGISTRAR UMA RESPOSTA POR LINHA)

	UMA VEZ POR MÊS OU MAIS	3 OU MAIS VEZES POR ANO, MAS NÃO TODOS OS MESES	1 OU 2 VEZES POR ANO	NUNCA	Ns	NR
1) VISITA UM MUSEU	04	03	02	01	98	99
2) VISITA UM MONUMENTO HISTÓRICO	04	03	02	01	98	99

3) VISITA UM SÍTIO ARQUEOLÓGICO	04	03	02	01	98	99
4) VISITA UMA GALERIA DE ARTE	04	03	02	01	98	99

*APENAS PARA QUEM INDICOU TER VISITADO UM OU MAIS DOS ESPAÇOS CULTURAIS REFERIDOS

**[Se P.1D_1/2/3/4=04 A 02];
OS RESTANTES PASSAM PARA P.10D**

P.2D - PENSE AGORA NO MUSEU, MONUMENTO HISTÓRICO, SÍTIO ARQUEOLÓGICO OU GALERIA DE ARTE QUE VISITOU HÁ MENOS TEMPO, MESMO QUE O TENHA VISITADO DEPOIS DO INÍCIO DA PANDEMIA. QUAL ERA ESSE ESPAÇO?

(LER E REGISTAR APENAS UMA RESPOSTA)

VISITA UM MUSEU	01	P.3D
VISITA UM MONUMENTO HISTÓRICO.....	02	P.4D
VISITA UM SÍTIO ARQUEOLÓGICO	03	P.4D
VISITA UMA GALERIA DE ARTE	04	P.4D
NÃO SABE (NÃO LER)	98	P.10D
NÃO RESPONDE (NÃO LER)	99	P.10D

[Se P.2D=01]

P.3D - QUE TIPO DE MUSEU VISITOU?

(LER E REGISTAR APENAS UMA RESPOSTA)

MUSEU DE CIÊNCIA	01
MUSEU DE ARTE	02
MUSEU DE HISTÓRIA	03
MUSEU DE ETNOGRAFIA.....	04
MUSEU MULTIDISCIPLINAR	05
CASA-MUSEU	06
QUAL? INDICAR	07
NÃO SABE (NÃO LER)	98
NÃO RESPONDE (NÃO LER).....	99

[Se P.2D=01 A 04]

P.4D - ONDE SE SITUAVA ESSE ESPAÇO?

(LER E REGISTAR APENAS UMA RESPOSTA)

No CONCELHO ONDE RESIDE	01
NOUTRO CONCELHO DE PORTUGAL.....	02
QUAL? INDICAR	03
NOUTRO PAÍS DA UNIÃO EUROPEIA	04
NUM PAÍS FORA DA UNIÃO EUROPEIA.....	05

NÃO SABE (NÃO LER)	98
NÃO RESPONDE (NÃO LER)	99

[Se P.2D=01 a 04]

P.5D - DA SEGUINTE LISTA, PODERIA INDICAR QUAIS FORAM OS PRINCIPAIS MOTIVOS QUE O/A LEVARAM A REALIZAR ESSA VISITA?

(RODANDO A ORDEM DOS ITENS, MOSTRAR LISTA E REGISTRAR TODAS AS RESPOSTAS)

A IMPORTÂNCIA HISTÓRICA DO ESPAÇO	01
A BELEZA DO ESPAÇO E DAS OBRAS EXPOSTAS.....	02
A POSSIBILIDADE DE APROFUNDAR O CONHECIMENTO SOBRE O TEMA DA EXPOSIÇÃO/COLEÇÃO	03
A PUBLICIDADE (ANÚNCIOS NOS JORNAIS, NEWSLETTER, AGENDA CULTURAL, OUTDOORS)	04
A RECOMENDAÇÃO DE FAMILIARES/AMIGOS/OUTRAS PESSOAS	05
AS OPINIÕES E AS IMAGENS QUE VIU NAS REDES SOCIAIS	06
O WEBSITE DO ESPAÇO	07
AS CRÍTICAS DE PROFISSIONAIS.....	08
AS RECOMENDAÇÕES DE GUIAS E ROTEIROS TURÍSTICOS, EM PAPEL E/OU EM FORMATOS DIGITAIS.....	09
O CONVÍVIO COM OUTRAS PESSOAS.....	10
OUTRO (S). INDICAR _____	97
NÃO SABE	98
NÃO RESPONDE	99

[Se P.2D=01 a 04]

P.6D - COM QUEM REALIZOU A VISITA?

(RODANDO A ORDEM DOS ITENS, MOSTRAR LISTA E REGISTRAR TODAS AS RESPOSTAS)

Só	01
COM FAMILIARES.....	02
COM NAMORADO/A E OU AMIGO/S	03
COM GRUPO DA ESCOLA (VISITA DE ESTUDO).....	04
COM OUTRO GRUPO ORGANIZADO (COLETIVIDADE, ASSOCIAÇÃO)	05
OUTRO(S). INDICAR _____	97
NÃO SABE	98
NÃO RESPONDE	99

[Se P.2D=01 a 04]

P.7D - QUE TIPO DE INGRESSO UTILIZOU?

(MOSTRAR LISTA E REGISTRAR APENAS UMA RESPOSTA)

BILHETE NORMAL.....	01
BILHETE COM ALGUM DESCONTO.....	02
PASSE TURÍSTICO ESPECIAL.....	03
ENTROU NUM PERÍODO DE ACESSO GRATUITO (DIAS COM ENTRADA LIVRE, NOITE DOS MUSEUS, ETC.)	04 IR PARA P. 9D
ESTAVA ISENTO DE PAGAMENTO.....	05 IR PARA P. 9D
NÃO SABE.....	98 IR PARA P. 9D
NÃO RESPONDE.....	99 IR PARA P. 9D

[Se P.7D=01 a 03]

P.8D - SE A ENTRADA NÃO FOI GRATUITA, COMO A ADQUIRIU?

(MOSTRAR LISTA E REGISTRAR APENAS UMA RESPOSTA)

NA BILHETEIRA	01
PELA INTERNET	02
RESERVA POR TELEFONE E LEVANTAMENTO NA BILHETEIRA	03
OUTRO(S). INDICAR _____	97
NÃO SABE.....	98
NÃO RESPONDE.....	99

[Se P.2D=01 a 04]

P.9D - PODERIA DESCREVER AS ATIVIDADES QUE REALIZOU NESSE MUSEU, MONUMENTO HISTÓRICO, SÍTIO ARQUEOLÓGICO OU A GALERIA DE ARTE?

(RODANDO A ORDEM DOS ITENS, MOSTRAR LISTA E REGISTRAR TODAS AS RESPOSTAS)

VISITA À COLEÇÃO PERMANENTE	01
VISITA A UMA COLEÇÃO TEMPORÁRIA	02
ATIVIDADES EDUCATIVAS - VISITA ORIENTADA	03
ATIVIDADES EDUCATIVAS - ATELIÊ, WORKSHOP, OFICINA	04
CURSOS, SEMINÁRIOS, COLÓQUIOS, CONFERÊNCIAS	05
ESPECTÁCULOS (MÚSICA, TEATRO, DANÇA, PERFORMANCE)	06
OUTRAS ATIVIDADES. QUAIS? _____	97
NÃO SABE	98
NÃO RESPONDE.....	99

*** PARA TODOS, NOVAMENTE**

P.10D - DA SEGUINTE LISTA, PODERIA INDICAR AS PRINCIPAIS RAZÕES POR QUE NÃO VISITOU OU NÃO VISITA MAIS VEZES MUSEUS, MONUMENTOS HISTÓRICOS, SÍTIOS ARQUEOLÓGICOS OU GALERIAS DE ARTE?

(RODANDO A ORDEM DOS ITENS, MOSTRAR LISTA E REGISTRAR TODAS AS RESPOSTAS)

O PREÇO É ELEVADO	01
NÃO HÁ NA MINHA ZONA, SITUAM-SE LONGE DE ONDE VIVO.....	02
ESSES ESPAÇOS NÃO SE DIRIGEM A TODAS AS PESSOAS	03
CIRCULA POUCA INFORMAÇÃO SOBRE A VIDA CULTURAL	04
POR INCAPACIDADE FÍSICA, DIFICULDADES MOTORAS, DEFICIÊNCIA, SURDEZ, CEGUEIRA	05
É-ME DIFÍCIL COMPREENDER O QUE VEJO NESSES ESPAÇOS.....	06
FALTA-ME TEMPO.....	07
NÃO TENHO INTERESSE, PREFIRO REALIZAR OUTRAS ATIVIDADES	08
NÃO TENHO COM QUEM IR	09
HÁ POUCAS ÁREAS DE DESCANSO	10
PREFIRO VISITAR ESSES ESPAÇOS EM SUPORTES DIGITAIS/ WEBSITES E APPS ESPECÍFICOS.....	11
NÃO HÁ ESTACIONAMENTO PRÓXIMO	12
FALTAM TRANSPORTES PÚBLICOS	13
OUTRO(S). INDICAR _____	97
NÃO SABE	98
NÃO RESPONDE.....	99

*** PARA TODOS**

P.11D - DO SEGUINTE CONJUNTO DE ESPAÇOS, PODE INDICAR QUAIS OS QUE VISITOU PELO MENOS UMA VEZ NA VIDA?

(MOSTRAR LISTA E REGISTRAR TODAS AS RESPOSTAS)

TORRE DE BELÉM DE LISBOA	01
MOSTEIRO DOS JERÓNIMOS DE LISBOA	02
MOSTEIRO DA BATALHA.....	03
CONVENTO DE CRISTO DE TOMAR.....	04
CENTRO HISTÓRICO DE ÉVORA	05
MOSTEIRO DE ALCOBAÇA	06
MONUMENTOS E CENTRO HISTÓRICO DE SINTRA	07
CENTRO HISTÓRICO DO PORTO	08
PARQUE ARQUEOLÓGICO DO VALE DO CÔA	09
CENTRO HISTÓRICO DE GUIMARÃES	10
UNIVERSIDADE DE COIMBRA	11

REAL EDIFÍCIO DE MAFRA (PALÁCIO, BASÍLICA, CONVENTO, JARDIM DO CERCO, TAPADA)	12
NÃO SABE	98
NÃO RESPONDE	99

*** PARA TODOS, EXCETO OS QUE NÃO UTILIZAM A INTERNET [Se P1A=1]**

*** PARA QUEM NÃO UTILIZA A INTERNET [Se P1A=2], CARREGAR AUTOMATICAMENTE "NUNCA" (CÓD. 01) EM TODAS AS ALÍNEAS**

P.12D - DIGA-ME, POR FAVOR, COM QUE FREQUÊNCIA COSTUMA VISITAR MUSEUS, MONUMENTOS HISTÓRICOS, SÍTIOS ARQUEOLÓGICOS E GALERIAS DE ARTE ATRAVÉS DA INTERNET (VISITAS VIRTUAIS AO ESPAÇO GERAL, VISITA A EXPOSIÇÃO, OUVIR PODCASTS RELACIONADOS)

(LER ITEM A ITEM, MOSTRAR LISTA DE FREQUÊNCIAS E REGISTAR UMA RESPOSTA POR LINHA)

	UMA VEZ POR MÊS OU MAIS	3 OU MAIS VEZES POR ANO, MAS NÃO TODOS OS MESES	1 OU 2 VEZES POR ANO	NUNCA	Ns	Nr
1) VISITAR MUSEUS	04	03	02	01	98	99
2) VISITAR MONUMENTOS HISTÓRICOS	04	03	02	01	98	99
3) VISITAR SÍTIOS ARQUEOLÓGICOS	04	03	02	01	98	99
4) VISITAR GALERIAS DE ARTE	04	03	02	01	98	99

E. CINEMA, ESPETÁCULOS AO VIVO, FESTIVAIS E FESTAS LOCAIS

*** PARA TODOS**

NESTA SECÇÃO VAMOS COLOCAR-LHE ALGUMAS QUESTÕES SOBRE IDAS AO CINEMA, ESPETÁCULOS AO VIVO, FESTIVAIS E FESTAS LOCAIS.

P.1E - COMEÇANDO PELO CINEMA. CONTINUE A PENSAR NOS 12 MESES ANTERIORES AO INÍCIO DA PANDEMIA. COM QUE FREQUÊNCIA COSTUMAVA ASSISTIR A UM FILME NO CINEMA?

(MOSTRAR LISTA DE FREQUÊNCIAS E REGISTAR APENAS UMA RESPOSTA)

UMA VEZ POR SEMANA OU MAIS.....	01	IR PARA P.2E
UMA OU VÁRIAS VEZES POR MÊS, MAS NÃO TODAS AS SEMANAS	02	IR PARA P.2E
UMA OU VÁRIAS VEZES POR ANO, MAS NÃO TODOS OS MESES.....	03	IR PARA P.2E
NUNCA	04	IR PARA P.5E
NÃO SABE.....	97	IR PARA P.5E
NÃO RESPONDE	98	IR PARA P.5E

* APENAS PARA QUEM ASSISTIU A UM FILME NO CINEMA [Se P.1E=01 a 03]

P.2E - PENSE AGORA NO ÚLTIMO FILME QUE FOI VER AO CINEMA, MESMO QUE O TENHA VISTO DEPOIS DO INÍCIO DA PANDEMIA. QUE GÊNERO DE FILME ERA?

(RODANDO A ORDEM DOS ITENS, MOSTRAR LISTA E REGISTRAR APENAS UMA RESPOSTA)

COMÉDIA	01
DRAMA	02
MUSICAL	03
AÇÃO	04
POLICIAL, ESPIONAGEM	05
AVENTURA	06
TERROR, SUSPENSE	07
CLÁSSICO	08
FICÇÃO CIENTÍFICA	09
HISTÓRICO, BIOGRÁFICO	10
WESTERN	11
ANIMAÇÃO, DESENHOS ANIMADOS	12
FILME DE AMOR	13
DOCUMENTÁRIO	14
OUTRO(S). INDICAR _____	97
NÃO SABE	98
→ IR PARA P.5E	
NÃO RESPONDE	99
→ IR PARA P.5E	

[Se P.2E≠98 ou 99]

P.3E - DA SEGUINTE LISTA, PODERIA INDICAR-ME QUAIS FORAM OS PRINCIPAIS MOTIVOS QUE O/A LEVARAM À ESCOLHA DESSE ÚLTIMO FILME A QUE ASSISTIU NO CINEMA?

(RODANDO A ORDEM DOS ITENS, MOSTRAR LISTA E REGISTRAR TODAS AS RESPOSTAS)

O TEMA DO FILME.....	01
OS ATORES/ REALIZADOR DO FILME	02
A PUBLICIDADE (INCLUI ANÚNCIOS NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL OU NA INTERNET, NEWSLETTERS, AGENDA CULTURAL, OUTDOORS, FOLHETOS).....	03
A RECOMENDAÇÃO DE FAMILIARES, AMIGOS, OUTRAS PESSOAS.....	04
AS CRÍTICAS PROFISSIONAIS.....	05
AS OPINIÕES QUE VIU NAS REDES SOCIAIS OU NOUTROS LOCAIS VIA INTERNET	06
OS PRÉMIOS RECEBIDOS OU AS NOMEAÇÕES PARA PRÉMIOS	07

A SALA ONDE O FILME FOI PROJETADO.	08
O ESPAÇO AO AR LIVRE ONDE O FILME FOI PROJETADO.	09
O CONVÍVIO COM OUTRAS PESSOAS	10
OUTRO(S). INDICAR _____	97
NÃO SABE	98
NÃO RESPONDE	99

[SE P.2E≠98 ou 99]

P.4E - DIGA-ME, POR FAVOR, COM QUEM FOI VER ESSE FILME AO CINEMA?

(RODANDO A ORDEM DOS ITENS, MOSTRAR LISTA E REGISTRAR TODAS AS RESPOSTAS)

Só	01
COM FAMILIARES.....	02
COM NAMORADO/A E OU AMIGO/S	03
COM GRUPO DA ESCOLA (VISITA DE ESTUDO).....	04
COM OUTRO GRUPO ORGANIZADO (COLETIVIDADE, ASSOCIAÇÃO)	05
OUTRO(S). INDICAR _____	97
NÃO SABE	98
NÃO RESPONDE	99

*** PARA TODOS, NOVAMENTE**

P.5E - PODERIA DIZER-ME POR QUE NÃO FOI, OU NÃO VAI MAIS VEZES, ASSISTIR A UM FILME NO CINEMA?

(RODANDO A ORDEM DOS ITENS, MOSTRAR LISTA E REGISTRAR TODAS AS RESPOSTAS)

O PREÇO É ELEVADO	01
NÃO HÁ CINEMAS NA MINHA ZONA, SITUAM-SE LONGE DE ONDE VIVO.....	02
CIRCULA POUCA INFORMAÇÃO SOBRE OS FILMES EM EXIBIÇÃO.....	03
POR INCAPACIDADE FÍSICA, DIFICULDADES MOTORAS, DEFICIÊNCIA, SURDEZ, CEGUEIRA.....	04
FALTA-ME TEMPO	05
NÃO TENHO INTERESSE, PREFIRO REALIZAR OUTRAS ATIVIDADES.....	06
NÃO TENHO COM QUEM IR	07
POSSO VER TUDO EM CASA NA TELEVISÃO E OUTROS SUPORTES DIGITAIS (CONSOLA DE JOGOS, PC, MAC, TELEMÓVEL, TABLET).....	08
JÁ SOU VELHO/A PARA ISSO.....	09
NÃO HÁ ESTACIONAMENTO PRÓXIMO.....	10
FALTAM MEIOS DE TRANSPORTE PÚBLICO.....	11

OUTRA RAZÃO. INDICAR 97

NÃO SABE 98

NÃO RESPONDE 99

*** PARA TODOS, NOVAMENTE**

VAMOS AGORA FALAR SOBRE ESPETÁCULOS E CONCERTOS AO VIVO.

P.6E - CONTINUE A PENSAR NOS 12 MESES ANTERIORES AO INÍCIO DA PANDEMIA. COM QUE FREQUÊNCIA COSTUMAVA ASSISTIR AOS SEGUINTE ESPETÁCULOS?

(LER ITEM A ITEM, MOSTRAR LISTA DE FREQUÊNCIAS E REGISTRAR UMA RESPOSTA POR LINHA)

	UMA VEZ POR MÊS OU MAIS	3 OU MAIS VEZES POR ANO, MAS NÃO TODOS OS MESES	1 OU 2 VEZES POR ANO	NUNCA	Ns	Nr
1) BALLET OU DANÇA CLÁSSICA	04	03	02	01	98	99
2) OUTRO TIPO DE DANÇA	04	03	02	01	98	99
3) ÓPERA (INCLUI A OPERETA)	04	03	02	01	98	99
4) MÚSICA CLÁSSICA (INCLUI SINFÓNICA, CÂMARA, CORAL E RECITAL)	04	03	02	01	98	99
5) TEATRO	04	03	02	01	98	99
6) CIRCO	04	03	02	01	98	99
7) CONCERTO DE MÚSICA AO VIVO	04	03	02	01	98	99
8) FESTIVAL OU FESTA LOCAL	04	03	02	01	98	99

*** QUEM REFERE NUNCA, NÃO SABE OU NÃO RESPONDE A TODOS ESTES ESPETÁCULOS PASSA PARA P.17E**

*** APENAS PARA QUEM ASSISTIU A UM ESPETÁCULO DE DANÇA: 1) BALLET OU DANÇA CLÁSSICA OU 2) OUTRO TIPO DE DANÇA [SE P6E_1 OU P6E_2=04 A 02]**

P.7E - PENSE AGORA NO ÚLTIMO ESPETÁCULO DE DANÇA QUE FOI VER, MESMO QUE O TENHA VISTO DEPOIS DO INÍCIO DA PANDEMIA. QUE TIPO DE ESPETÁCULO DE DANÇA ERA?

(RODANDO A ORDEM DOS ITENS, MOSTRAR LISTA E REGISTRAR APENAS UMA RESPOSTA)

DANÇA CONTEMPORÂNEA 01

BALLET / DANÇA CLÁSSICA 02

PERFORMANCE 03

DANÇA DE RUA (INCLUI HIP HOP, BREAKDANCE, LOCKING, POPPING, HOUSE E FREESTYLE) 04

DANÇA AFRICANA	05
DANÇA FLAMENCA.....	06
DANÇA FOLCLÓRICA OU ÉTNICA	07
OUTRA. INDICAR	97
NÃO SABE	98
NÃO RESPONDE	99

*** APENAS PARA QUEM ASSISTIU A UM ESPETÁCULO DE TEATRO [SE P6E_5=04 A 02]**

P.8E - PENSE AGORA NO ÚLTIMO ESPETÁCULO DE TEATRO QUE FOI VER, MESMO QUE O TENHA VISTO DEPOIS DO INÍCIO DA PANDEMIA. QUE TIPO DE ESPETÁCULO ERA?

(RODANDO A ORDEM DOS ITENS, MOSTRAR LISTA E REGISTRAR APENAS UMA RESPOSTA)

TEATRO CONTEMPORÂNEO.....	01
TEATRO CLÁSSICO.....	02
TEATRO DE REVISTA	03
TEATRO MUSICAL	04
LEITURAS E RECITAIS	05
OUTRO(S). INDICAR	97
NÃO SABE	98
NÃO RESPONDE	99

*** APENAS PARA QUEM ASSISTIU A UM ESPETÁCULO DE CIRCO [SE P6E_6=04 A 02]**

P.9E - PENSE AGORA NO ÚLTIMO ESPETÁCULO DE CIRCO QUE FOI VER, MESMO QUE O TENHA VISTO DEPOIS DO INÍCIO DA PANDEMIA. QUE TIPO DE ESPETÁCULO ERA?

(LER E REGISTRAR APENAS UMA RESPOSTA)

CIRCO TRADICIONAL	01
CIRCO MODERNO E NOVO CIRCO.....	02
NÃO SABE (NÃO LER).....	98
NÃO RESPONDE (NÃO LER).....	99

*** APENAS PARA QUEM ASSISTIU A UM CONCERTO DE MÚSICA AO VIVO, INCLUINDO MÚSICA CLÁSSICA [SE P6E_4 ou P6E_7=04 A 02]**

P.10E - PENSE AGORA NO ÚLTIMO CONCERTO DE MÚSICA AO VIVO A QUE ASSISTIU, MESMO QUE O TENHA VISTO DEPOIS DO INÍCIO DA PANDEMIA. QUE GÊNERO DE MÚSICA ERA?

(RODANDO A ORDEM DOS ITENS, MOSTRAR LISTA E REGISTRAR APENAS UMA RESPOSTA)

POP /ROCK (PORTUGUÊS, LATINO, ESTRANGEIRO)	01
JAZZ	02

MÚSICA CLÁSICA	03
MÚSICA FOLCLÓRICA E TRADICIONAL	04
MÚSICA AFRICANA	05
MÚSICA LATINO-AMERICANA	06
MÚSICA POPULAR BRASILEIRA, BOSSA NOVA.....	07
OUTRAS MÚSICAS DO MUNDO (SKÁ, SALSA, BLUES, SOUL, MÚSICA ASIÁTICA).....	08
RAP, HIP HOP.....	09
FADO	10
OUTRO(S). INDICAR	97
NÃO SABE	98
NÃO RESPONDE	99

*** APENAS PARA QUEM ASSISTIU A UM FESTIVAL OU A UMA FESTA LOCAL [SE P6E_8=04 A 02]**

P.11E - PENSE AGORA NO ÚLTIMO FESTIVAL OU FESTA LOCAL A QUE ASSISTIU, MESMO QUE O TENHA VISTO DEPOIS DO INÍCIO DA PANDEMIA. QUE TIPO DE FESTIVAL OU FESTA LOCAL ERA?

(RODANDO A ORDEM DOS ITENS, MOSTRAR LISTA E REGISTRAR APENAS UMA RESPOSTA)

FESTIVAL DE TEATRO, DANÇA, ARTES DE RUA.....	01
FESTIVAL DE MÚSICA CLÁSSICA, JAZZ, ÓPERA.....	02
FESTIVAL DE MÚSICAS TRADICIONAIS OU MÚSICAS DO MUNDO	03
FESTIVAL DE MÚSICA POP, ROCK	04
FESTIVAL DE CINEMA	05
FESTIVAL DE ARTES PLÁSTICAS	06
FESTIVAL DE FOTOGRAFIA	07
FESTA LOCAL. INDICAR	08
OUTRO TIPO DE FESTIVAL. INDICAR	97
NÃO SABE	98 IR PARA P.14E
NÃO RESPONDE	99 IR PARA P.14E

[Se P.11E≠98 ou 99]

P.12E - ONDE SE REALIZOU ESSE FESTIVAL OU FESTA LOCAL?

(LER E REGISTRAR APENAS UMA RESPOSTA)

NO CONCELHO ONDE RESIDE (SE DIFERENTE DE LISBOA OU PORTO)	01
LISBOA	02
PORTO	03

REGIÕES AUTÓNOMAS DOS AÇORES OU DA MADEIRA.....	04
NUM PAÍS DA UNIÃO EUROPEIA	05
NUM PAÍS FORA DA UNIÃO EUROPEIA	06
OUTRA. INDICAR _____	97
NÃO SABE (NÃO LER)	98
NÃO RESPONDE (NÃO LER)	99

[Se P.11E≠98 ou 99]

P.13E - DA SEGUINTE LISTA, PODERIA INDICAR-ME QUAIS FORAM OS PRINCIPAIS MOTIVOS QUE O/A LEVARAM À ESCOLHA DESSE FESTIVAL OU FESTA LOCAL?

(RODANDO A ORDEM DOS ITENS, MOSTRAR LISTA E REGISTRAR TODAS AS RESPOSTAS)

O TIPO DE PROGRAMAÇÃO	01
O/A DIRETOR/A DO FESTIVAL.....	02
OS ARTISTAS	03
O TEMA DO FESTIVAL	04
AS ATIVIDADES E EXPERIÊNCIAS CULTURAIS (DEBATES, ENCONTROS COM ARTISTAS, ETC.).....	05
A EXPERIÊNCIA GASTRONÓMICA (INCLUI PROVA DE PRODUTOS LOCAIS, MERCADINHOS).....	06
O CONVÍVIO COM OUTRAS PESSOAS	07
A PUBLICIDADE (INCLUI ANÚNCIOS NOS JORNAIS, NEWSLETTER, AGENDA CULTURAL, OUTDOORS)	08
A RECOMENDAÇÃO DE FAMILIARES, AMIGOS, OUTRAS PESSOAS.....	09
AS OPINIÕES QUE VIU NAS REDES SOCIAIS E SUPORTES DIGITAIS	10
AS CRÍTICAS DE PROFISSIONAIS NOS JORNAIS	11
OS PRÉMIOS ATRIBUÍDOS	12
O ESPAÇO, RECINTO DO FESTIVAL	13
O LOCAL E A REGIÃO ONDE O FESTIVAL SE REALIZOU.....	14
OUTRO(S). INDICAR _____	97
NÃO SABE	98
NÃO RESPONDE	99

* FAZER A QUEM ASSISTIU A MAIS DO QUE UM TIPO DE CONCERTO OU ESPETÁCULO AO VIVO [SE P6E=04 A 02]

P.14E - DA SEGUINTE LISTA DE CONCERTOS E ESPETÁCULOS AO VIVO, DIGA-ME, POR FAVOR, QUAL DELES FOI O ÚLTIMO A QUE ASSISTIU, MESMO QUE O TENHA VISTO DEPOIS DO INÍCIO DA PANDEMIA.

(MOSTRAR LISTA E REGISTRAR UMA ÚNICA RESPOSTA)

BALLET OU DANÇA CLÁSSICA	01
OUTRO TIPO DE DANÇA	02
ÓPERA (INCLUI A OPERETA)	03
MÚSICA CLÁSSICA (INCLUI SINFÓNICA, CÂMARA, CORAL E RECITAL)....	04
TEATRO	05
CIRCO	06
CONCERTO DE MÚSICA AO VIVO	07
FESTIVAL OU FESTA LOCAL.....	08
NÃO SABE	98
NÃO RESPONDE	99

* APENAS PARA QUEM ASSISTIU A UM CONCERTO OU A OUTRO QUALQUER ESPETÁCULO AO VIVO, FESTIVAL OU FESTA LOCAL [SE P6E=04 A 02]

P.15E - DA SEGUINTE LISTA, PODERIA INDICAR-ME QUAIS FORAM AS PRINCIPAIS RAZÕES QUE O/A LEVARAM À ESCOLHA DESSE CONCERTO OU ESPETÁCULO AO VIVO?

(RODANDO A ORDEM DOS ITENS, MOSTRAR LISTA E REGISTRAR TODAS AS RESPOSTAS)

OS ARTISTAS INTÉRPRETES (INCLUI ATORES, CANTORES, BAILARINOS, MÚSICOS, MAESTROS, COMPANHIAS DE TEATRO, DANÇA, CIRCO, AGRUPAMENTOS MÚSICAIS, ARTISTAS CIRCENSES).....	01
OS CRIADORES (INCLUI REALIZADOR, COREÓGRAFO, ENCENADOR, COMPOSITOR, AUTOR DO TEXTO DO ESPETÁCULO OU DO LIBRETO DA ÓPERA, OBRAS MÚSICAIS INTERPRETADAS, CANTAUTOR, CRIADORES INTÉRPRETES, CENÓGRAFO, DESENHADOR DE LUZ OU SOM)	02
O TEMA DO ESPETÁCULO OU GÉNERO DE MÚSICA.....	03
A PUBLICIDADE (INCLUI ANÚNCIOS NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL OU NA INTERNET, NEWSLETTERS, AGENDA CULTURAL, OUTDOORS, FOLHETOS).....	04
A RECOMENDAÇÃO DE FAMILIARES, AMIGOS, OUTRAS PESSOAS.....	05
AS CRÍTICAS PROFISSIONAIS.....	06
AS OPINIÕES QUE VIU NAS REDES SOCIAIS OU NOUTROS LOCAIS VIA INTERNET	07
OS PRÉMIOS RECEBIDOS OU AS NOMEAÇÕES PARA PRÉMIOS	08
A SALA ONDE OCORREU O ESPETÁCULO.	09
O ESPAÇO AO AR LIVRE ONDE OCORREU O ESPETÁCULO.....	10
O CONVÍVIO COM OUTRAS PESSOAS	11
OUTRO(S). INDICAR.....	97

NÃO SABE	98
NÃO RESPONDE	99

*** APENAS PARA QUEM ASSISTIU A UM CONCERTO OU A OUTRO QUALQUER ESPETÁCULO AO VIVO, FESTIVAL OU FESTA LOCAL [SE P6E=04 A 02]**

P.16E - DIGA-ME, POR FAVOR, COM QUEM FOI A ESSE ESPETÁCULO?

(RODANDO A ORDEM DOS ITENS, MOSTRAR LISTA E REGISTRAR TODAS AS RESPOSTAS)

Só	01
COM FAMILIARES.....	02
COM NAMORADO/A E OU AMIGO/S	03
COM GRUPO DA ESCOLA (VISITA DE ESTUDO).....	04
COM OUTRO GRUPO ORGANIZADO (COLETIVIDADE, ASSOCIAÇÃO)	05
OUTRO(S). INDICAR.....	97
NÃO SABE	98
NÃO RESPONDE	99

*** PARA TODOS, NOVAMENTE**

P.17E - PODERIA DIZER-ME, POR FAVOR, POR QUE NÃO FOI OU NÃO VAI MAIS VEZES ASSISTIR A CONCERTOS E ESPETÁCULOS AO VIVO OU A FESTIVAIS E FESTAS LOCAIS?

(RODANDO A ORDEM DOS ITENS, MOSTRAR LISTA E REGISTRAR TODAS AS RESPOSTAS)

O PREÇO É ELEVADO	01
NÃO HÁ NA MINHA ZONA, SITUAM-SE LONGE DE ONDE VIVO	02
CIRCULA POUCA INFORMAÇÃO SOBRE OS CONCERTOS E ESPECTÁCULOS AO VIVO.....	03
POR INCAPACIDADE FÍSICA, DIFICULDADES MOTORAS, DEFICIÊNCIA, SURDEZ, CEGUEIRA.....	04
NÃO GOSTO DE SAIR À NOITE.....	05
É-ME DIFÍCIL COMPREENDER.....	06
FALTA-ME TEMPO	07
NÃO TENHO INTERESSE, PREFIRO REALIZAR OUTRAS ATIVIDADES.....	08
NÃO TENHO COM QUEM IR	09
POSSO VER TUDO EM CASA NA TELEVISÃO E OUTROS SUPORTES DIGITAIS (CONSOLA DE JOGOS, PC, MAC, TELEMÓVEL, TABLET).....	10
JÁ SOU VELHO/A PARA ISSO.....	11
NÃO HÁ ESTACIONAMENTO PRÓXIMO.....	12
FALTAM MEIOS DE TRANSPORTE PÚBLICO.....	13
OUTRA RAZÃO. INDICAR	97

NÃO SABE 98

NÃO RESPONDE 99

*** PARA TODOS, EXCETO OS QUE NÃO UTILIZAM A INTERNET [Se P1A=1]**

*** PARA QUEM NÃO UTILIZA A INTERNET [Se P1A=2], CARREGAR AUTOMATICAMENTE "NUNCA" (CÓD. 01) EM TODAS AS ALÍNEAS**

P.18E - PENSANDO NOS ÚLTIMOS 12 MESES, COM QUE FREQUÊNCIA ASSISTIU, ATRAVÉS DA INTERNET, AOS SEGUINTE ESPETÁCULOS?

(LER ITEM A ITEM, MOSTRAR LISTA DE FREQUÊNCIAS E REGISTRAR UMA RESPOSTA POR LINHA)

	UMA VEZ POR SEMANA OU MAIS	UMA OU VÁRIAS VEZES POR MÊS, MAS NÃO TODAS AS SEMANAS	UMA OU VÁRIAS VEZES POR ANO, MAS NÃO TODOS OS MESES	NUNCA	Ns	Nr
1) CINEMA	04	03	02	01	98	99
2) BALLET OU DANÇA CLÁSSICA	04	03	02	01	98	99
3) OUTRO TIPO DE DANÇA	04	03	02	01	98	99
4) ÓPERA	04	03	02	01	98	99
5) MÚSICA CLÁSSICA	04	03	02	01	98	99
6) TEATRO	04	03	02	01	98	99
7) CIRCO	04	03	02	01	98	99
8) CONCERTOS DE MÚSICA AO VIVO	04	03	02	01	98	99
9) FESTIVAIS E FESTAS LOCAIS	04	03	02	01	98	99

*** QUEM REFERE NUNCA, NÃO SABE OU NÃO RESPONDE A TODOS ESTES ESPETÁCULOS PASSA PARA SECÇÃO F**

* APENAS PARA QUEM USA A INTERNET [SE P1A=1]

* FAZER A P19E PARA TODOS OS ESPETÁCULOS REFERIDOS NA P18E, MAS APENAS A QUEM A ELES ASSISTIU [COD. 04 A 02]

P.19E - DIGA-ME, POR FAVOR, SE ASSISTIU A ESSES ESPETÁCULOS, ATRAVÉS DE TRANSMISSÃO AO VIVO (LIVE STREAMING) E/OU DESCARGA DIGITAL (DE ESPETÁCULO JÁ GRAVADO)

(LER ITEM A ITEM E REGISTRAR UMA OU DUAS RESPOSTAS POR LINHA)

	LIVE STREAMING (TRANSMISSÃO AO VIVO)	DESCARGA DIGITAL (DE ESPETÁCULO JÁ GRAVADO)	Ns	Nr
1) CINEMA	01	02	98	99
2) BALLET OU DANÇA CLÁSSICA	01	02	98	99
3) OUTROS TIPOS DE DANÇA	01	02	98	99
4) ÓPERA	01	02	98	99
5) MÚSICA CLÁSSICA	01	02	98	99
6) TEATRO	01	02	98	99
7) CIRCO	01	02	98	99
8) CONCERTOS DE MÚSICA AO VIVO	01	02	98	99
9) FESTIVAIS E FESTAS LOCAIS	01	02	98	99

F. PARTICIPAÇÃO ARTÍSTICA E CAPITAIS CULTURAIS

* PARA TODOS

NESTA SECÇÃO VAMOS COLOCAR-LHE ALGUMAS QUESTÕES SOBRE PARTICIPAÇÃO ARTÍSTICA E OUTRAS PRÁTICAS CULTURAIS DE LAZER E ENTRETENIMENTO. CONSIDERAREMOS APENAS PRÁTICAS ARTÍSTICAS AMADORAS (NÃO PROFISSIONAIS).

P.1F - PENSE NOS 12 MESES ANTERIORES AO INÍCIO DA PANDEMIA. COM QUE FREQUÊNCIA, NESSES 12 MESES, COSTUMAVA REALIZAR AS SEGUINTE ATIVIDADES?

(LER ITEM A ITEM, MOSTRAR LISTA DE FREQUÊNCIAS E REGISTRAR UMA RESPOSTA POR LINHA)

	DIARIA MENTE	UMA OU VÁRIAS VEZES POR SEMANA, MAS NÃO TODOS OS DIAS	UMA OU VÁRIAS VEZES POR MÊS, MAS NÃO TODAS AS SEMANAS	UMA OU VÁRIAS VEZES POR ANO, MAS NÃO TODOS OS MESES	NUNCA	Ns	Nr
1) JOGOS DE SOCIEDADE (CARTAS / DOMINÓ / DAMAS / XADREZ / MONOPÓLIO)	05	04	03	02	01	98	99
2) TRICOT / BORDADO / RENDA	05	04	03	02	01	98	99
3) PESCA / CAÇA	05	04	03	02	01	98	99
4) COLECIONISMO	05	04	03	02	01	98	99
5) PALAVRAS CRUZADAS / CHARADAS / SUDOKU	05	04	03	02	01	98	99
6) VOLUNTARIADO	05	04	03	02	01	98	99
7) PARTICIPAÇÃO EM ASSOCIAÇÕES RECREATIVAS E CULTURAIS	05	04	03	02	01	98	99
08) MODALIDADE DESPORTIVA (INDIVIDUAL OU COLETIVA)	05	04	03	02	01	98	99
09) FESTAS POPULARES	05	04	03	02	01	98	99
10) ARTESANATO	05	04	03	02	01	98	99
11) SEGUIR / CRIAR RECEITAS CULINÁRIAS	05	04	03	02	01	98	99

*** PARA TODOS**

P.2F - PENSANDO NOS ÚLTIMOS 12 MESES ANTERIORES AO INÍCIO DA PANDEMIA, COM QUE FREQUÊNCIA REALIZOU AS SEGUINTE ATIVIDADES ARTÍSTICAS?

(LER ITEM A ITEM, MOSTRAR LISTA DE FREQUÊNCIAS E REGISTRAR UMA RESPOSTA POR LINHA)

	UMA VEZ POR SEMANA OU MAIS	UMA OU VÁRIAS VEZES POR MÊS, MAS NÃO TODAS AS SEMANAS	UMA OU VÁRIAS VEZES POR ANO, MAS NÃO TODOS OS MESES	NÃO NOS ÚLTIMOS 12 MESES, MAS HÁ MAIS TEMPO	NUNCA	Ns	NR
1) ESCRITA	05	04	03	02	01	98	99
2) PINTURA/ DESENHO/ GRAVURA	05	04	03	02	01	98	99
3) FOTOGRAFIA/ VÍDEO/ CINEMA, COM PROPÓSITOS ARTÍSTICOS	05	04	03	02	01	98	99
4) MÚSICA (COMPOSIÇÃO OU INTERPRETAÇÃO, SÓ OU ACOMPANHADO)	05	04	03	02	01	98	99
5) DANÇA/ BALLET	05	04	03	02	01	98	99
6) TEATRO	05	04	03	02	01	98	99
7) CIRCO	05	04	03	02	01	98	99
8) ESCULTURA/ CERÂMICA/ARTESANATO	05	04	03	02	01	98	99
9) ARTES DIGITAIS	05	04	03	02	01	98	99

*** APENAS PARA QUEM REALIZOU PELO MENOS UMA DAS ACTIVIDADES ARTÍSTICAS LISTADAS NA P.2F**

P.3F - CONSIDERA A SUA PRÁTICA ARTÍSTICA COMO UMA FORMA DE...

(RODANDO A ORDEM DOS ITENS, MOSTRAR LISTA E REGISTRAR TODAS AS RESPOSTAS)

LHE DAR PRAZER	01
DISTRAÇÃO DA VIDA QUOTIDIANA	02
PARTILHA ENTRE AMIGOS / FAMÍLIA	03
EXPRESSÃO PESSOAL	04
CONHECIMENTO DA HISTÓRIA DA ARTE	05
CONHECIMENTO DA HISTÓRIA DO PAÍS / REGIÃO	06
DESCOBERTA DE CULTURAS DIFERENTES.....	07
CONHECER PESSOAS COM INTERESSES COMUNS	08
DESENVOLVIMENTO DO SENTIDO ESTÉTICO	09
DESENVOLVIMENTO DO SENTIDO CRÍTICO.....	10

AQUISIÇÃO DE COMPETÊNCIAS ÚTEIS PARA A VIDA PROFISSIONAL	11
FAZER PARTE DA COMUNIDADE	12
NÃO SABE	98
NÃO RESPONDE	99

*** APENAS PARA QUEM ASSINALOU ALGUMA ATIVIDADE ARTÍSTICA "NÃO NOS ÚLTIMOS 12 MESES, MAS HÁ MAIS TEMPO" (SE P.2F=02)**

P.4F - REFERIU QUE DEIXOU DE REALIZAR NOS ÚLTIMOS 12 MESES ANTERIORES À PANDEMIA A(S) ACTIVIDADE(S) _____. POR QUE RAZÃO DEIXOU DE REALIZAR ESSA(S) ACTIVIDADE(S)?
(RODANDO A ORDEM DOS ITENS, MOSTRAR LISTA E REGISTRAR TODAS AS RESPOSTAS)

PERDA DE INTERESSE	01
FALTA DE TEMPO.....	02
OBSTÁCULOS PROFISSIONAIS / ESCOLARES	03
OBSTÁCULOS FAMILIARES	04
MUDANÇA DE RESIDÊNCIA / LOCAL DE TRABALHO	05
DESPESA INCOMPORTÁVEL	06
FALTA DE FORMAÇÃO ARTÍSTICA ACESSÍVEL.....	07
NÃO SABE	98
NÃO RESPONDE	99

*** APENAS PARA QUEM NA PERGUNTA P.2F REALIZOU A ACTIVIDADE 1), 2), 3) OU 4) – CÓDIGOS 05 A 03**

P.5F - CONTINUANDO A PENSAR NOS ÚLTIMOS 12 MESES ANTERIORES À PANDEMIA, DIGA-ME POR FAVOR QUAIS DOS SEGUINTE MEIOS UTILIZOU NA REALIZAÇÃO DAS SEGUINTE ACTIVIDADES?

(MOSTRAR LISTA DE MEIOS E REGISTRAR UMA RESPOSTA PARA CADA ITEM)

	MEIOS TRADICIONAIS E DIGITAIS	APENAS MEIOS DIGITAIS	APENAS MEIOS TRADICIONAIS	Ns	NR
1) ESCRITA	03	02	01	98	99
2) PINTURA / DESENHO/ GRAVURA	03	02	01	98	99
3) FOTOGRAFIA OU VÍDEO COM PROPÓSITOS ARTÍSTICOS	03	02	01	98	99
4) MÚSICA	03	02	01	98	99

*** PARA TODOS, NOVAMENTE**

P.6F - ALGUMA VEZ PENSOU EM EXERCER UMA ATIVIDADE ARTÍSTICA COMO PROFISSÃO?

(MOSTRAR LISTA E REGISTRAR APENAS UMA RESPOSTA)

SIM, PENSEI EM SER E SOU ARTISTA PROFISSIONAL	01
SIM, TENHO O OBJETIVO DE SER ARTISTA PROFISSIONAL.....	02
SIM, SE A OPORTUNIDADE SURGIR.....	03
SIM, NO PASSADO, NO PRESENTE JÁ NÃO	04
NÃO, NUNCA TIVE ESSE OBJETIVO	05
NÃO SABE	98
NÃO RESPONDE	99

*** PARA TODOS**

P.7F - GOSTARÍAMOS AGORA DE SABER SE NA SUA INFÂNCIA E ATÉ AOS 18 ANOS, TEVE OPORTUNIDADE DE SE DESLOCAR A BIBLIOTECAS, EXPOSIÇÕES, MUSEUS, MONUMENTOS OU ESPETÁCULOS DE QUALQUER TIPO. DIGA COM QUE FREQUÊNCIA E EM QUE CONTEXTO OCORRERAM ESSAS DESLOCAÇÕES. ELAS FORAM...

(LER ITEM A ITEM, MOSTRAR LISTA DE FREQUÊNCIAS E REGISTRAR UMA RESPOSTA POR LINHA)

	FREQUENTE MENTE	ALGUMAS VEZES	RARAMENTE	NUNCA	Ns	Nr
1) PROMOVIDAS PELA ESCOLA	04	03	02	01	98	99
2) PROMOVIDAS POR OUTRAS ORGANIZAÇÕES (EX.: ESCUTEIROS/ ASSOCIAÇÕES/ SINDICATOS)	04	03	02	01	98	99
3) REALIZADAS COM O APOIO DA FAMÍLIA	04	03	02	01	98	99
4) COMBINADAS COM AMIGOS	04	03	02	01	98	99
5) REALIZADAS INDIVIDUALMENTE	04	03	02	01	98	99

***SE RESPONDEU "NUNCA" EM TODOS OS ITENS DA P.7F, DEVE PASSAR À P.9F**

[Se P.7F=04 a 02]

P.8F - NESSAS ATIVIDADES REALIZADAS NA SUA INFÂNCIA E ATÉ AOS 18 ANOS, PARTICIPOU EM INICIATIVAS OFERECIDAS POR ALGUM DESSES ESPAÇOS CULTURAIS?

(REGISTRAR APENAS UMA RESPOSTA)

SIM	01
NÃO	02
NÃO SABE.....	98
NÃO RESPONDE.....	99

* PARA TODOS, NOVAMENTE

P.9F - ALGUMA VEZ PARTICIPOU EM OFICINAS ARTÍSTICAS OU TEVE AULAS/LIÇÕES, NÃO INCLUÍDAS NO CURRÍCULO ESCOLAR, DE ALGUMA DISCIPLINA ARTÍSTICA?

(LER ITEM A ITEM E REGISTRAR UMA RESPOSTA POR LINHA)

	SIM, NOS ÚLTIMOS 12 MESES	SIM, HÁ MAIS DE UM ANO	NÃO	Ns	Nr
1) OFICINAS ARTÍSTICAS	03	02	01	98	99
2) AULAS/ LIÇÕES NÃO INCLUÍDAS NO CURRÍCULO ESCOLAR	03	02	01	98	99

*** SE RESPONDEU NÃO, NÃO SABE OU NÃO RESPONDE EM AMBOS OS ITENS PASSAR PARA A P. 12F**

* PARA OS QUE RESPONDERAM SIM EM PELO MENOS UMA ATIVIDADE NOS ÚLTIMOS 12 MESES OU HÁ MAIS DE UM ANO [SE P.9F=03 ou 02]

P.10F - QUE ÁREAS DE FORMAÇÃO ARTÍSTICA FREQUENTOU?

(RODANDO A ORDEM DOS ITENS, MOSTRAR LISTA E REGISTRAR TODAS AS RESPOSTAS)

LITERATURA/ ESCRITA	01
BALLET OU DANÇA	02
MÚSICA (LEITURA MUSICAL, COMPOSIÇÃO, INTERPRETAÇÃO SEJA INSTRUMENTO OU VOZ) ..	03
TEATRO.....	04
CIRCO.....	05
PINTURA/ DESENHO / GRAVURA.....	06
ESCULTURA/ CERÂMICA/ ARTESANATO.....	07
FOTOGRAFIA /VÍDEO /CINEMA	08
ARTES DIGITAIS.....	09
OUTRA. ÍNDICAR.....	97
NÃO SABE	98
NÃO RESPONDE	99

*** PARA OS QUE RESPONDERAM SIM EM PELO MENOS UMA ATIVIDADE NOS ÚLTIMOS 12 MESES OU HÁ MAIS DE UM ANO [SE P.9F=03 ou 02]**

P.11F - ONDE SE REALIZARAM ESSAS ATIVIDADES?

(RODANDO A ORDEM DOS ITENS, MOSTRAR LISTA E REGISTRAR TODAS AS RESPOSTAS)

COLÉGIO OU ESCOLA	01
AULAS PARTICULARES.....	02
INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR.....	03
ASSOCIAÇÃO / COLETIVIDADE LOCAL.....	04
ACADEMIA ESPECIALIZADA.....	05
OUTROS LOCAIS. INDICAR.....	97
NÃO SABE	98
NÃO RESPONDE.....	99

*** APENAS PARA OS QUE NA P. 9F RESPONDERAM NÃO EM AMBOS OS ITENS [SE P.9F=01]**

P.12F - POR QUE RAZÃO NUNCA FREQUENTOU ESSAS ATIVIDADES?

(MOSTRAR LISTA E REGISTRAR TODAS RESPOSTAS)

FALTA DE INTERESSE	01
FALTA DE TEMPO.....	02
OBSTÁCULOS PROFISSIONAIS / ESCOLARES	03
OBSTÁCULOS FAMILIARES	04
DESPESA INCOMPORTÁVEL	05
INEXISTÊNCIA DE OFERTA NA MINHA ÁREA DE RESIDÊNCIA	06
NÃO SABE	98
NÃO RESPONDE	99

*** APENAS PARA OS QUE REFERIRAM INEXISTÊNCIA DE OFERTA [SE P.12F=06]**

P.13F - SE NA SUA ÁREA DE RESIDÊNCIA EXISTISSEM OFICINAS ARTÍSTICAS OU CLASSES DE FORMAÇÃO ARTÍSTICA DO SEU AGRADO, QUAL OU QUAIS AS ÁREAS QUE GOSTARIA DE FREQUENTAR?

(MOSTRAR LISTA E REGISTRAR TODAS AS RESPOSTAS)

LITERATURA / ESCRITA	01
BALLET OU DANÇA	02
MÚSICA (LEITURA MUSICAL, COMPOSIÇÃO, INTERPRETAÇÃO SEJA INSTRUMENTO OU VOZ) ..	03
TEATRO.....	04
CIRCO.....	05
PINTURA / DESENHO / GRAVURA	06

ESCULTURA/ CERÂMICA / ARTESANATO	07
FOTOGRAFIA / VÍDEO / CINEMA	08
ARTES DIGITAIS	09
OUTRA. INDICAR.....	97
NÃO SABE	98
NÃO RESPONDE	99

*** PARA TODOS, NOVAMENTE**

P.14F - DOS ACONTECIMENTOS CULTURAIS A QUE ASSISTE OU EM QUE PARTICIPA DIGA-ME, POR FAVOR, ATRAVÉS DE QUE MEIOS TOMA DELES CONHECIMENTO?

(RODANDO A ORDEM DOS ITENS, MOSTRAR LISTA E REGISTRAR TODAS AS RESPOSTAS)

CARTAZES NO EDIFÍCIO DOS ESPAÇOS CULTURAIS ONDE DECORRE O ACONTECIMENTO OU FORA DELES	01
ANÚNCIOS NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (IMPRESA, RÁDIO, TELEVISÃO, INCLUINDO ONLINE)	02
PUBLICAÇÕES DO PROMOTOR DO ACONTECIMENTO (PROGRAMA, FLYERS, FOLHETOS E OUTRAS).....	03
INFORMAÇÕES ENVIADAS DIRETAMENTE PELO PROMOTOR, VIA POSTAL, SMS, OU EMAIL	04
JORNAIS EM PAPEL OU ONLINE (NOTÍCIAS, INFORMAÇÕES, PASSATEMPOS, ETC.)	05
REVISTAS EM PAPEL OU ONLINE (NOTÍCIAS, INFORMAÇÕES, PASSATEMPOS, ETC).....	06
TELEVISÃO (NOTÍCIAS, INFORMAÇÕES, ETC).....	07
RÁDIO (NOTÍCIAS, INFORMAÇÕES, PASSATEMPOS, ETC.)	08
PUBLICAÇÕES INFORMATIVAS PARA TURISTAS (EM PAPEL OU DIGITAIS).....	09
WEBSITE DOS PROMOTORES OU EQUIPAMENTOS.....	10
FACEBOOK E OUTRAS REDES SOCIAIS.....	11
OUTRAS FORMAS DE DIVULGAÇÃO ATRAVÉS DA INTERNET	12
RECOMENDAÇÕES DE ALGUÉM	13
O LOCAL E A REGIÃO ONDE O ACONTECIMENTO CULTURAL SE REALIZOU	14
OUTRO(S). INDICAR _____	97
NÃO SABE	98
NÃO RESPONDE	99

* PARA TODOS

P.15F - CONSIDERA QUE TEM OS CONHECIMENTOS PARA, EM GERAL, PODER DESFRUTAR DA OFERTA CULTURAL (LEITURA E TODAS AS EXPRESSÕES ARTÍSTICAS)?

(RODANDO A ORDEM DOS ITENS, MOSTRAR LISTA E REGISTRAR APENAS UMA RESPOSTA)

NÃO TEM TAIS CONHECIMENTOS	01
TEM ALGUNS QUE LHE PERMITEM DESFRUTAR DA OFERTA CULTURAL QUE MAIS LHE INTERESSA.....	02
TEM OS SUFICIENTES QUE LHE PERMITEM DESFRUTAR DA GENERALIDADE DA OFERTA CULTURAL QUE LHE INTERESSA, COM EXCEÇÕES	03
TEM OS SUFICIENTES QUE LHE PERMITEM DESFRUTAR DE TODA A OFERTA CULTURAL QUE LHE INTERESSA	04
NÃO SABE	98
NÃO RESPONDE	99

G. VARIÁVEIS DE CARACTERIZAÇÃO

INQUÉRITO Nº.....

LOCALIZAÇÃO GEOGRÁFICA DO ALOJAMENTO

(IDENTIFICAÇÃO REALIZADA PELA EMPRESA DE SONDAgens)

FREGUESIA _____

CONCELHO _____

DISTRITO _____

CÓDIGO POSTAL _____

REGIÃO (CORRESPONDÊNCIA NUT3):

NORTE..... 01

CENTRO..... 02

LISBOA..... 03

ALENTEJO..... 04

ALGARVE..... 05

REGIÃO AUTÓNOMA DOS AÇORES..... 06

REGIÃO AUTÓNOMA DA MADEIRA..... 07

HABITAT_1:

MENOS 2.000 HABITANTES..... 01

2.000 A 9.999 HABITANTES..... 02

10.000 A 99.000 HABITANTES..... 03

100.000 A 199.999 HABITANTES..... 04

200.000 OU MAIS HABITANTES..... 05

HABITAT_2 (CODIFICAÇÃO INTERNA):

URBANO..... 01

INTERMÉDIO URBANO..... 02

RURAL..... 03

*** A TODOS**

P.1G - SEXO/GÉNERO DO INQUIRIDO

MASCULINO	01
FEMININO	02
OUTRO	03
NÃO RESPONDE	99

*** A TODOS**

P.2G - IMPORTA-SE DE ME DIZER A SUA IDADE?

ÍNDICAR _____	01
NÃO RESPONDE	99

*** A TODOS**

P.3G - QUAL É A SUA SITUAÇÃO CONJUGAL ATUAL?

(REGISTAR APENAS UMA RESPOSTA)

CASADO (A)	01
UNIÃO DE FACTO.....	02
DIVORCIADO(A)/SEPARADO (A).....	03
VIÚVO (A).....	04
SOLTEIRO (A).....	05
NÃO RESPONDE.....	99

*** A TODOS**

P.4G - QUAL É A SUA NACIONALIDADE?

(REGISTAR APENAS UMA RESPOSTA)

PORTUGUESA (INCLUI DUPLA NACIONALIDADE EM QUE UMA SEJA PORTUGUESA)	01
OUTRAS (ESTRANGEIROS, DUPLAS NACIONALIDADES DE ESTRANGEIROS, ETC.)	02
NÃO RESPONDE	99

*** A TODOS**

P.5G - CONTANDO CONSIGO, QUANTAS PESSOAS, INCLUINDO CRIANÇAS, FAZEM PARTE DO SEU AGREGADO FAMILIAR?

ÍNDICAR _____ _____	
NÃO SABE.....	98
NÃO RESPONDE.....	99

***SE NA P.5G RESPONDEU "01", "Ns" OU "NR", PASSAR PARA P.7G**

P.6G - QUANTAS, DESSAS PESSOAS, TÊM MENOS DE 18 ANOS?

INDICAR |____| |____|

NÃO RESPONDE.....99

*** A TODOS, NOVAMENTE**

P.7G - QUAL O GRAU DE ENSINO MAIS ELEVADO QUE ATINGIU OU FREQUENTOU?

(MOSTRAR LISTA E REGISTRAR APENAS UM GRAU DE ENSINO)

UNIVERSITÁRIO / PÓS GRADUAÇÃO / MESTRADO / DOUTORAMENTO.....	01
CURSO POLITÉCNICO	02
FREQUÊNCIA DE CURSO UNIVERSITÁRIO OU POLITÉCNICO	03
12º ANO (7º ANO LICEU / 11º ANO).....	04
9º ANO (5º ANO LICEU)	05
6º ANO (2º ANO LICEU)	06
INSTRUÇÃO PRIMÁRIA COMPLETA	07
INSTRUÇÃO PRIMÁRIA INCOMPLETA / ANALFABETO	08
NÃO SABE	98
NÃO RESPONDE	99

*** A TODOS, NOVAMENTE**

P.8G - QUAL O GRAU DE ENSINO MAIS ELEVADO QUE O SEU PAI ATINGIU OU FREQUENTOU?

(MOSTRAR LISTA E REGISTRAR APENAS UM GRAU DE ENSINO)

UNIVERSITÁRIO / PÓS GRADUAÇÃO / MESTRADO / DOUTORAMENTO.....	01
CURSO POLITÉCNICO	02
FREQUÊNCIA DE CURSO UNIVERSITÁRIO OU POLITÉCNICO	03
12º ANO (7º ANO LICEU / 11º ANO).....	04
9º ANO (5º ANO LICEU)	05
6º ANO (2º ANO LICEU)	06
INSTRUÇÃO PRIMÁRIA COMPLETA	07
INSTRUÇÃO PRIMÁRIA INCOMPLETA / ANALFABETO	08
NÃO SABE	98
NÃO RESPONDE	99

*** A TODOS, NOVAMENTE**

P.9G - QUAL O GRAU DE ENSINO MAIS ELEVADO QUE A SUA MÃE ATINGIU OU FREQUENTOU?
(MOSTRAR LISTA E REGISTRAR APENAS UM GRAU DE ENSINO)

UNIVERSITÁRIO / PÓS GRADUAÇÃO / MESTRADO / DOUTORAMENTO.....	01
CURSO POLITÉCNICO	02
FREQUÊNCIA DE CURSO UNIVERSITÁRIO OU POLITÉCNICO	03
12º ANO (7º ANO LICEU / 11º ANO).....	04
9º ANO (5º ANO LICEU)	05
6º ANO (2º ANO LICEU)	06
INSTRUÇÃO PRIMÁRIA COMPLETA	07
INSTRUÇÃO PRIMÁRIA INCOMPLETA / ANALFABETO	08
NÃO SABE	98
NÃO RESPONDE	99

*** A TODOS, NOVAMENTE**

P.10G - RELATIVAMENTE À PROFISSÃO, QUAL DAS SEGUINTE SITUAÇÕES SE APLICA MELHOR AO QUE FEZ NOS ÚLTIMOS 7 DIAS?
(MOSTRAR LISTA E REGISTRAR APENAS UMA RESPOSTA)

A FAZER TRABALHO PAGO (POR CONTA DE OUTREM, CONTA PRÓPRIA, NO NEGÓCIO DA FAMÍLIA)	01
A FAZER TRABALHO PAGO E TAMBÉM A ESTUDAR (TRABALHADOR ESTUDANTE).....	02
A ESTUDAR, MESMO SE DE FÉRIAS	03
DESEMPREGADO(A) À PROCURA DE EMPREGO	04
DESEMPREGADO(A), À ESPERA DE EMPREGO, MAS NÃO À PROCURA DE EMPREGO.....	05
EM SITUAÇÃO DE DOENÇA OU INCAPACIDADE/INVALIDEZ PERMANENTE.....	06
NA REFORMA	07
A FAZER TRABALHO DOMÉSTICO, A CUIDAR DE CRIANÇAS OU DE OUTRAS PESSOAS (SEM SER PAGO).....	08
OUTRA SITUAÇÃO. INDICAR	97
NÃO SABE.....	98
NÃO RESPONDE.....	99

***PARA QUEM NÃO ESTÁ A FAZER TRABALHO REMUNERADO [Se P.10G≠01 ou 02]**

P.11G - ALGUMA VEZ TEVE UM TRABALHO REMUNERADO?

SIM	01
NÃO	02
NÃO RESPONDE.....	99

*** APENAS PARA QUEM TENHA UM TRABALHO REMUNERADO OU O TENHA TIDO NO PASSADO. NUM CASO PERGUNTAR SOBRE O TRABALHO ATUAL; NOUTRO CASO SOBRE O ÚLTIMO TRABALHO REALIZADO NO PASSADO**

P.12G - NA SUA PROFISSÃO PRINCIPAL É/ERA...

(LER E REGISTAR APENAS UMA RESPOSTA)

TRABALHADOR POR CONTA DE OUTREM	01	PASSAR PARA A P.14G
TRABALHADOR POR CONTA PRÓPRIA	02	PASSAR PARA A P.13G, DEPOIS P. 15G
TRABALHADOR NO NEGÓCIO OU EMPRESA DA FAMÍLIA	03	PASSAR PARA A P.14G
NÃO SABE.....	98	PASSAR PARA A P.14G
NÃO RESPONDE	99	PASSAR PARA A P.14G

*** APENAS PARA QUEM TENHA UM TRABALHO REMUNERADO OU O TENHA TIDO NO PASSADO. NUM CASO PERGUNTAR SOBRE O TRABALHO ATUAL; NOUTRO CASO SOBRE O ÚLTIMO TRABALHO REALIZADO NO PASSADO [SE NA P.12G=02]**

P.13G - QUANTOS EMPREGADOS ASSALARIADOS TEM/TINHA?

(REGISTAR NÚMERO DE EMPREGADOS)

_ _ _ _ _ _ _ _	
NENHUM.....	00
NÃO SABE.....	98
NÃO RESPONDE.....	99

*** APENAS PARA QUEM TENHA UM TRABALHO REMUNERADO OU O TENHA TIDO NO PASSADO. NUM CASO PERGUNTAR SOBRE O TRABALHO ATUAL; NOUTRO CASO SOBRE O ÚLTIMO TRABALHO REALIZADO NO PASSADO**

P.14G - O SEU CONTRATO É/ERA...

(LER E REGISTAR APENAS UMA RESPOSTA)

UM CONTRATO DE DURAÇÃO ILIMITADA (PERMANENTE).....	01
UM CONTRATO DE DURAÇÃO LIMITADA (TEMPORÁRIO)	02
NÃO TEM/TEVE CONTRATO	03
NÃO SABE	98
NÃO RESPONDE	99

*** APENAS PARA QUEM TENHA UM TRABALHO REMUNERADO OU O TENHA TIDO NO PASSADO. NUM CASO PERGUNTAR SOBRE O TRABALHO ATUAL; NOUTRO CASO SOBRE O ÚLTIMO TRABALHO REALIZADO NO PASSADO**

P.15G - ESPECIFIQUE, DA FORMA MAIS DETALHADA POSSÍVEL, A ATIVIDADE PROFISSIONAL QUE EXERCE/EXERCIA

(REGISTAR)

ATIVIDADE PROFISSIONAL QUE EXERCE/EXERCIA _____	
_____	01
NÃO SABE	98

NÃO RESPONDE 99

*** APENAS PARA OS QUE SÃO CASADOS OU VIVEM EM UNIÃO DE FACTO [SE P.3G=01 ou 02]**

P.16G - RELATIVAMENTE À PROFISSÃO, QUAL DAS SEGUINTE SITUAÇÕES SE APLICA MELHOR AO QUE O SEU CÔNJUGE OU PARCEIRO FEZ NOS ÚLTIMOS 7 DIAS?

(MOSTRAR LISTA E REGISTRAR APENAS UMA RESPOSTA)

A FAZER TRABALHO PAGO (POR CONTA DE OUTREM, CONTA PRÓPRIA, NO NEGÓCIO DA FAMÍLIA)	01
A FAZER TRABALHO PAGO E TAMBÉM A ESTUDAR (TRABALHADOR ESTUDANTE).....	02
A ESTUDAR, MESMO SE DE FÉRIAS	03
DESEMPREGADO(A) À PROCURA DE EMPREGO	04
DESEMPREGADO(A), À ESPERA DE EMPREGO, MAS NÃO À PROCURA DE EMPREGO.....	05
EM SITUAÇÃO DE DOENÇA OU INCAPACIDADE/INVALIDEZ PERMANENTE.....	06
NA REFORMA	07
A FAZER TRABALHO DOMÉSTICO, A CUIDAR DE CRIANÇAS OU DE OUTRAS PESSOAS (SEM SER PAGO).....	08
OUTRA SITUAÇÃO. INDICAR _____	97
NÃO SABE.....	98
NÃO RESPONDE.....	99

*** APENAS SE O CÔNJUGE OU PARCEIRO NÃO ESTÃO A FAZER UM TRABALHO REMUNERADO**

P.17G - O SEU CÔNJUGE OU PARCEIRO ALGUMA VEZ TEVE UM TRABALHO REMUNERADO?

SIM	01
NÃO	02
NÃO RESPONDE.....	99

*** APENAS PARA QUEM O RESPETIVO CÔNJUGE OU PARCEIRO TENHA UM TRABALHO REMUNERADO OU O TENHA TIDO NO PASSADO. NUM CASO PERGUNTAR SOBRE O TRABALHO ATUAL; NOUTRO CASO SOBRE O ÚLTIMO TRABALHO REALIZADO NO PASSADO**

P.18G - NA SUA PROFISSÃO PRINCIPAL O SEU CÔNJUGE OU PARCEIRO É/ERA...

(LER E REGISTRAR APENAS UMA RESPOSTA)

TRABALHADOR POR CONTA DE OUTREM	01	PASSAR PARA A P.20G
TRABALHADOR POR CONTA PRÓPRIA	02	PASSAR PARA A P.19G, DEPOIS P. 21G
TRABALHADOR NO NEGÓCIO OU EMPRESA DA FAMÍLIA	03	PASSAR PARA A P.20G
NÃO SABE	98	PASSAR PARA A P.20G
NÃO RESPONDE	99	PASSAR PARA A P.20G

[SE NA P.18G=02]

P.19G - QUANTOS EMPREGADOS ASSALARIADOS TEM/TINHA?

(REGISTAR NÚMERO DE EMPREGADOS)

____ ____ ____ ____	
NENHUM	00
NÃO SABE.....	98
NÃO RESPONDE.....	99

*** APENAS PARA QUEM TENHA UM TRABALHO REMUNERADO OU O TENHA TIDO NO PASSADO. NUM CASO PERGUNTAR SOBRE O TRABALHO ATUAL; NOUTRO CASO SOBRE O ÚLTIMO TRABALHO REALIZADO NO PASSADO**

P.20G - O SEU CONTRATO É/ERA...

(LER E REGISTAR APENAS UMA RESPOSTA)

UM CONTRATO DE DURAÇÃO ILIMITADA (PERMANENTE).....	01
UM CONTRATO DE DURAÇÃO LIMITADA (TEMPORÁRIO)	02
NÃO TEM/TEVE CONTRATO	03
NÃO SABE	98
NÃO RESPONDE	99

*** APENAS PARA QUEM TENHA UM TRABALHO REMUNERADO OU O TENHA TIDO NO PASSADO. NUM CASO PERGUNTAR SOBRE O TRABALHO ATUAL; NOUTRO CASO SOBRE O ÚLTIMO TRABALHO REALIZADO NO PASSADO**

P.21G - ESPECIFIQUE, DA FORMA MAIS DETALHADA POSSÍVEL, A ATIVIDADE PROFISSIONAL QUE EXERCE/EXERCIA

(REGISTAR)

ATIVIDADE PROFISSIONAL QUE EXERCE/EXERCIA _____	
_____	01
NÃO SABE	98
NÃO RESPONDE	99

*** PARA TODOS, NOVAMENTE**

P.22G - NO MÊS PASSADO, QUAL FOI O RENDIMENTO LÍQUIDO TOTAL DO CONJUNTO DAS PESSOAS QUE FORMAM O SEU AGREGADO FAMILIAR? (NÃO CONSIDERAR SUBSÍDIOS DE NATAL OU DE FÉRIAS OU PRÉMIOS QUE SÓ OCORRERAM NESSE MÊS; EM CASO DE *LAYOFF*, CONSIDERAR O RENDIMENTO EFETIVAMENTE RECEBIDO)

(MOSTRAR LISTA E REGISTRAR APENAS UMA RESPOSTA)

ATÉ 500 €	01
MAIS DE 500 € A 800 €	02
MAIS DE 800 € A 1500 €	03
MAIS DE 1500€ A 1800 €	04
MAIS DE 1800 € A 2700 €	05
MAIS DE 2700 € A 5800 €	06
ACIMA DE 5800 €	07
NÃO SABE.....	98
NÃO RESPONDE	99

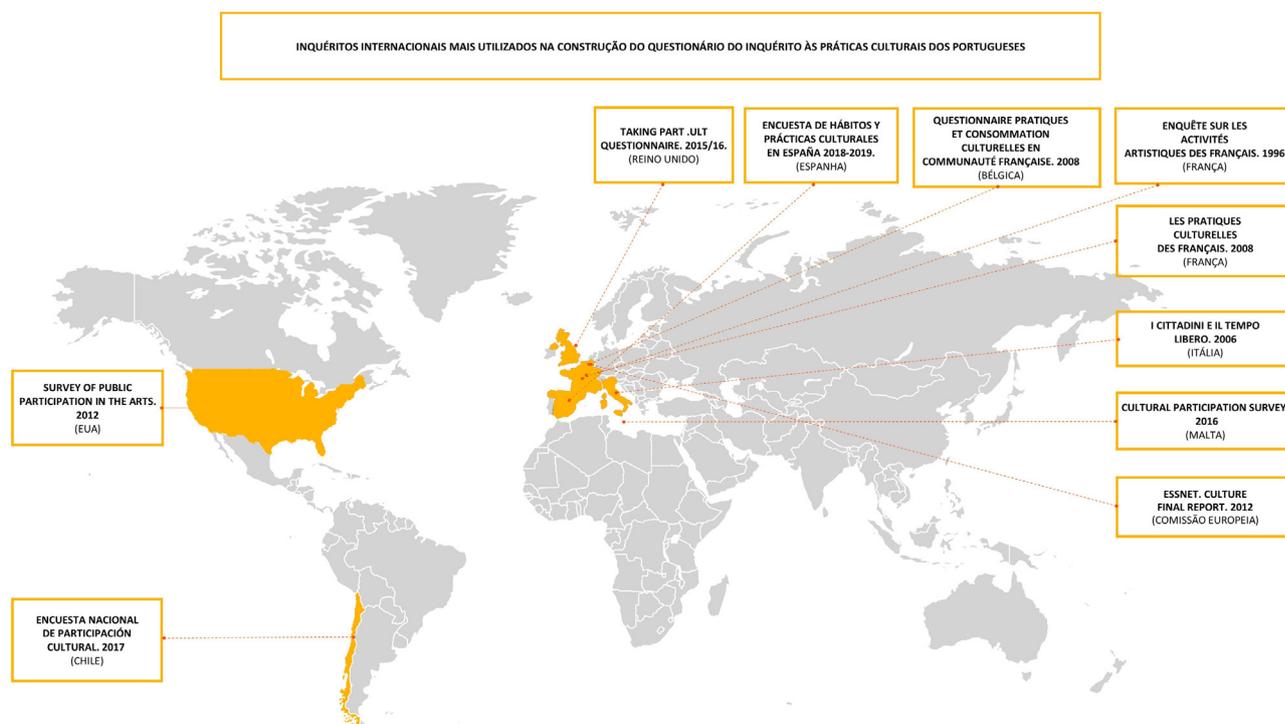
*** PARA TODOS**

P.23G - DIGA-ME, POR FAVOR, SE COM ESSE RENDIMENTO VIVE CONFORTAVELMENTE, RAZOAVELMENTE, COM ALGUMAS DIFICULDADES OU COM MUITAS DIFICULDADES.

(MOSTRAR LISTA E REGISTRAR APENAS UMA RESPOSTA)

CONFORTAVELMENTE	01
RAZOAVELMENTE	02
COM ALGUMAS DIFICULDADES	03
COM MUITAS DIFICULDADES	04
NÃO SABE.....	98
NÃO RESPONDE	99

ANEXO 2 MAPEAMENTO DOS INQUÉRITOS INTERNACIONAIS MAIS UTILIZADOS



Fonte: Mapa inspirado na publicação UNESCO-UIS (2012). *Measuring Cultural Participation. 2009 UNESCO framework for Cultural Statistics Handbook nº 2*. UNESCO Institute for Statistics: Montreal, Quebec, p. 22



www.ics.ulisboa.pt



EDIÇÃO
ICS, Estudos e Relatórios

DESIGN
Carlos Vieira Reis

REVISÃO
Pedro Cerejo

APOIO TÉCNICO
João Pedro Silva
Ricardo Pereira
Marta Castelo Branco

ISSN
2184-9145

