ESTUDO ORIGINAL

BRASILIDADES

QUANTOS BRASIS CABEM NO BRASIL?

EDIÇÃO 2025

MINDMINERS

O QUE É BRASILIDADE?

Somos um país imenso, repleto de contrastes culturais, sotaques, costumes, paisagens, climas e origens.

Cada canto tem sua própria identidade, mas há algo que nos une: um fio invisível que chamamos de brasilidade. É isso que nos faz brasileiros.

Este estudo busca entender os encontros e desencontros do país, investigando mais a fundo as diferenças regionais e o que nos conecta como nação.

Quantos “Brasis” cabem dentro do Brasil?
Te convido a, juntos, descobrirmos a resposta.

Esperamos que nosso relatório ajude você a enxergar o consumidor brasileiro com outros olhos, vislumbrando, assim, novas oportunidades e caminhos para seus esforços de marketing.

Que tal entrar no clima do estudo com uma playlist cheia de brasilidade?

Escaneie ou dê play aqui

Danielle Almeida
CMO da MindMiners

AMOSTRA

Conversamos com **2.400 pessoas**, por meio da nossa plataforma de Consumer Insights, **entre os dias 28 de fevereiro e 6 de março de 2025.**

GERAÇÕES

Além dos recortes regionais, também realizamos análises geracionais.

Geração Z

18-28 ANOS

Geração Y

29-44 ANOS

Boomer X

45+ ANOS

Amostra representativa da população brasileira:

18+, homens e mulheres, classes A, B e C, todas as regiões geográficas.

Fonte: PNAD 2021 - IBGE / ABEP para Classe Social

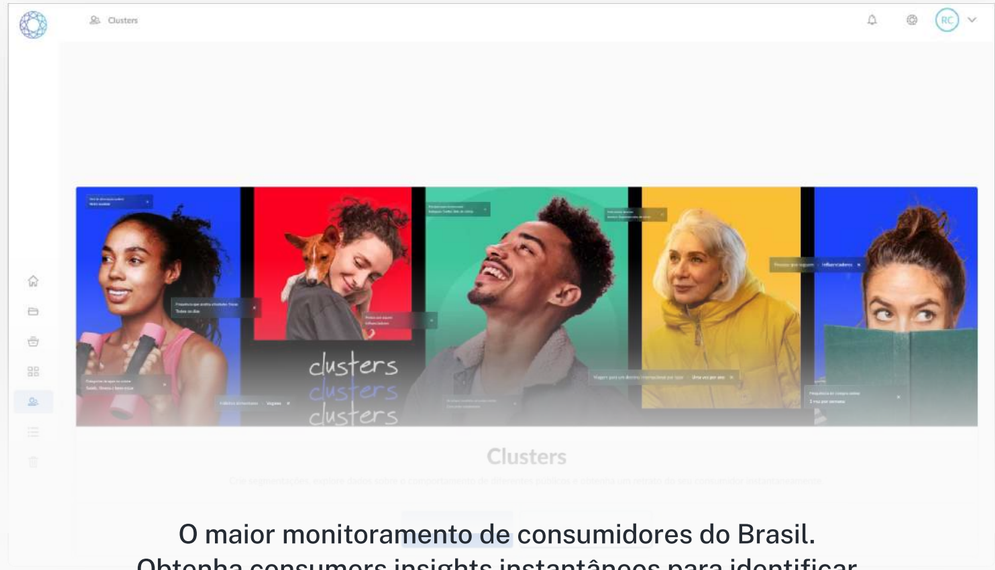
*A margem de erro foi de 2 p.p. e o nível de confiança de 95%.

Para complementar a pesquisa, utilizamos dados da ferramenta **Clusters MindMiners**, incluindo recortes regionais.

Em 2024, a base dos Clusters contou, em média, com cerca de 7 mil usuários respondendo cada questionário dentro das quatro últimas ondas disponíveis (2024T1, 2024T2, 2024T3 e 2024T4).

CONHEÇA

Clusters MindMiners



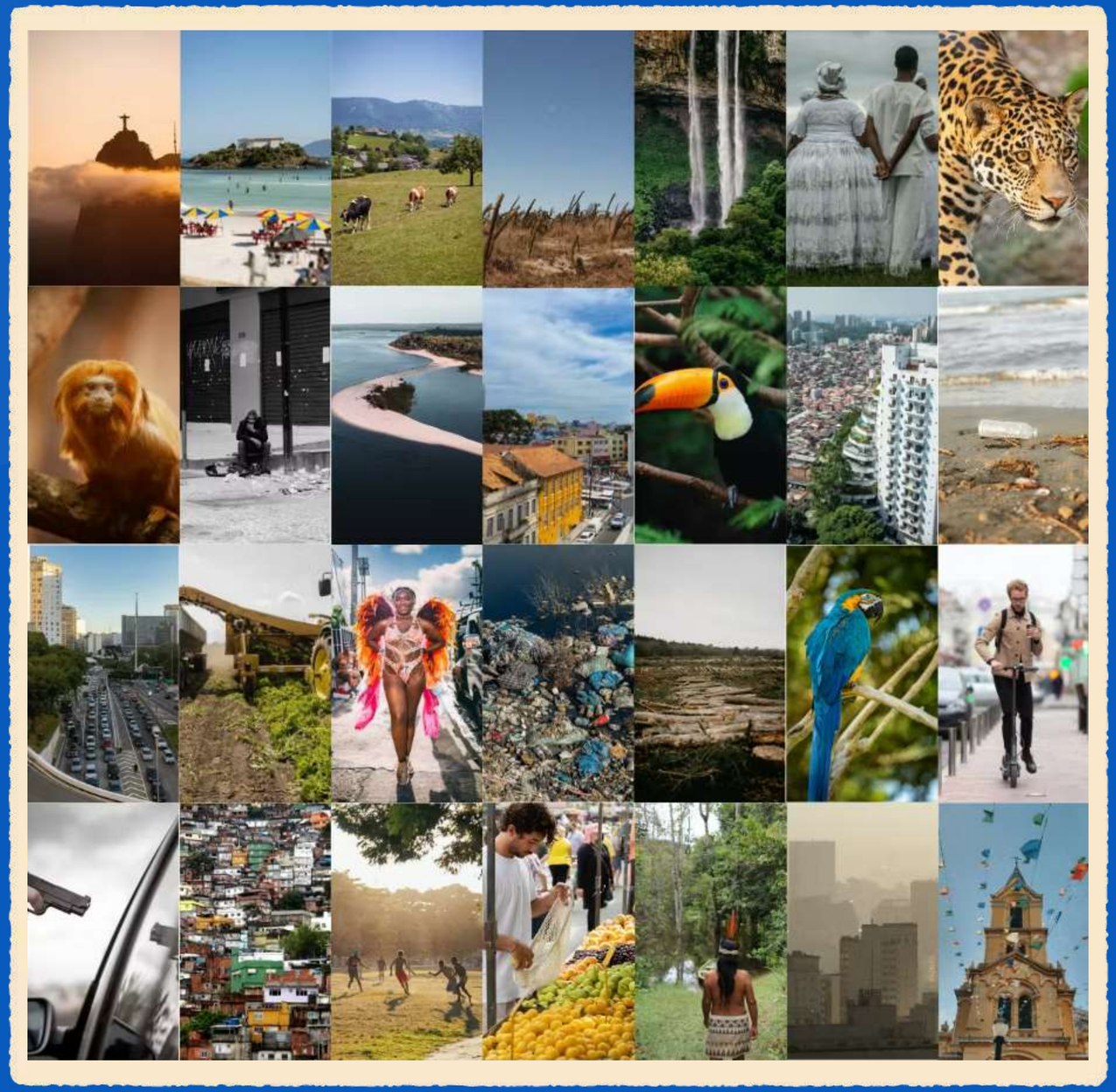
O maior monitoramento de consumidores do Brasil.
Obtenha consumers insights instantâneos para identificar padrões de comportamento, mudanças e tendências.

Saiba mais

Dos participantes da pesquisa, **1.400** também responderam ao **questionário complementar de imagens**, realizado entre 10 e 14 de março de 2025.

Criamos um teste visual para entender quais imagens as pessoas mais associam ao Brasil e à sua região.

Aqui, você confere as imagens utilizadas no exercício. Ao longo do estudo, vamos revelar quais se destacaram mais.



Amostra representativa da população brasileira:
18+, homens e mulheres, classes A, B e C, todas as regiões geográficas.

Fonte: PNAD 2021 - IBGE / ABEP para Classe Social

*A margem de erro foi de 2.6 p.p. e o nível de confiança de 95%.

O QUE VOCÊ ENCONTRARÁ NESSE ESTUDO:

Meu Brasil brasileiro

O que define nossa essência, quem são as pessoas que representam nossa cultura, quais as imagens que falam por nós e o quanto nos orgulhamos de ser quem somos.

Lentes de cada região

O que os brasileiros de cada canto do país têm para revelar sobre si e o que cada região traz de único em sua identidade para compor nosso conceito de brasilidade.

Ficar ou partir?

O que motiva os brasileiros a irem em busca de novos destinos, dentro do país ou para além de nossas fronteiras, na hora de escolher onde morar ou para viajar.

Pessoa brasileira

A síntese do brasileiro em uma persona: qual a sua aparência física, o que faz, o que come, como se veste, como ganha e gasta/consome.

Marcas que conectam

O que os brasileiros esperam das marcas e o quanto se sentem representados por elas. Quais delas conseguem traduzir as particularidades regionais e, ao mesmo tempo, a essência da identidade nacional?

FORÇA, RESILIÊNCIA E FELICIDADE

Para a grande maioria, ser brasileira(o) se resume nessas três palavras-chave.

Essa sequência de termos reflete a jornada diária do povo brasileiro: a força para lutar pela sobrevivência e conquistar seu espaço (e o de quem ama), enfrentando os obstáculos com resiliência, sem jamais perder o brilho nos olhos, o sorriso no rosto e a capacidade de aproveitar o que a vida tem de melhor a oferecer.

Para você, o que é ser brasileiro?

"Ser brasileiro é colocar o prego no chinelo porque não tem dinheiro para comprar outro, até porque ninguém paga 30 reais em um chinelo."

Masculino, 18 anos, Barra Mansa - RJ

"Ser brasileiro é fazer piada das próprias tragédias."

Masculino, 45 anos, Candiba - BA

"Ser brasileiro é nunca deixar de acreditar que nosso país poderá ser uma grande potência de fato. Ser brasileiro é acordar cedo e trabalhar com vontade de crescer e mudar esta nação que, historicamente, é governada por pessoas gananciosas e corruptas."

Masculino, 35 anos, Três Corações - MG

"Viver a vida, beber cerveja gelada, ir a praia, futebol."

Feminino, 28 anos, Rio de Janeiro - RJ

"Ser brasileiro é carregar uma identidade única, cheia de cores, sons, sabores e histórias. É viver em um país tão grande e diverso que parece ser vários em um só. É acordar com o cheiro de café fresco, ouvir o canto dos pássaros ao amanhecer e, ao mesmo tempo, sentir o burburinho das ruas cheias de vida."

Feminino, 18 anos, Sumaré - SP

"Ser brasileiro é se deixar levar pela maré, é conhecer o vizinho, é se enturmar e curtir uma festa."

Masculino, 40 anos, Blumenau - SC

"Miscigenação, cachorro caramelo, filtro de barro, natureza, diversidade, alegria, companheirismo, resiliência, força e superação."

Feminino, 31 anos, Sobradinho - RS

ORGULHO NACIONAL

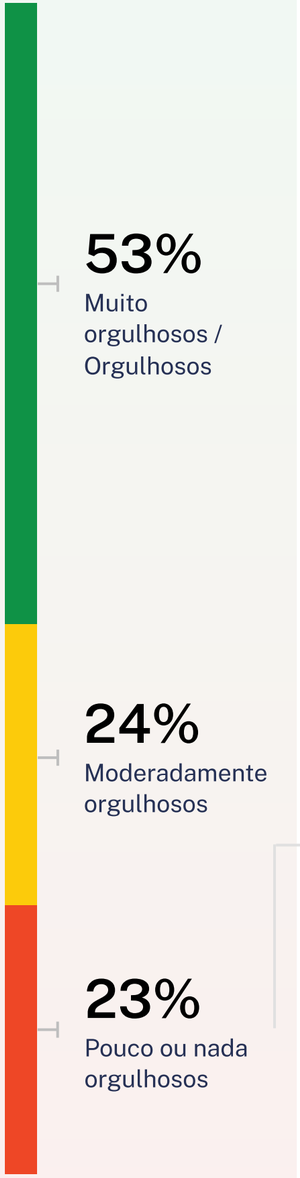
Apesar dos desafios de viver no Brasil,

77%

da população sente orgulho de ser brasileira de alguma forma.

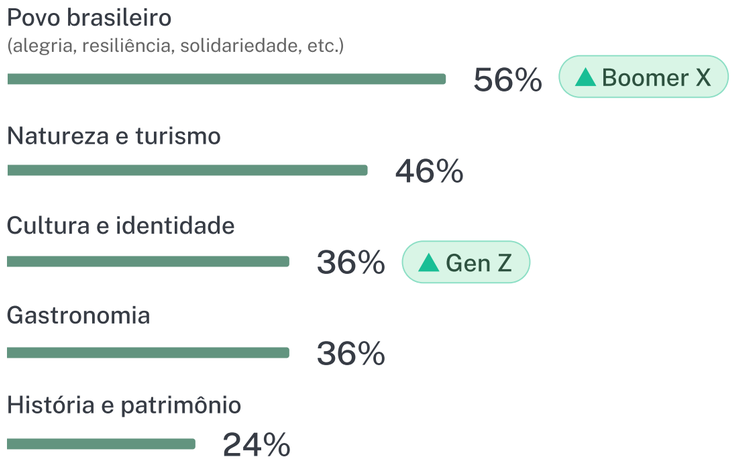
Grande parte desse sentimento vem do próprio povo, que, com seu jeito único, faz tudo parecer mais leve.

Mas não é só isso: nossa cultura e natureza também surgem como motivos de satisfação em pertencer a esta nação - e, por isso, merecem receber cada vez mais atenção e valorização.



TOP 5

O que mais tem despertado esse orgulho de ser brasileiro(a)?



Principais motivos que afetam o orgulho nacional:

Corrupção na política e no judiciário, problemas como violência, desigualdade, desemprego e alto custo de vida.

Há também quem não se identifique com o Brasil ou seus valores, ou simplesmente não veja razões para se orgulhar.

Além disso, há uma percepção negativa sobre o próprio povo, no que se refere ao caráter e comportamento.

CULTURA EM PESSOA

O povo brasileiro é quem realmente representa a nossa cultura. Mas, se pudéssemos escolher uma figura conhecida para ocupar esse lugar, quem seria?

Embora muitos não consigam citar nomes, os mais mencionados refletem bem a diversidade do Brasil.

Entre eles, temos duas **Fernandas**: a **Torres** e a **Montenegro**, mãe e filha que brilharam no Oscar recentemente e seguem frescas na memória do brasileiro. Por isso, não é surpresa que, no atual momento, ambas se destaquem. Foi um grande orgulho para o Brasil, que transformou o evento em uma espécie de Copa do Mundo.

E, por falar nisso, o futebol segue sendo nossa grande paixão, com **Neymar** sendo visto como uma das figuras que também representa a cultura brasileira.

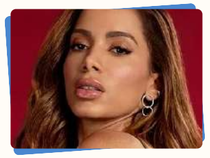
Por fim, a música ganha papel fundamental. **Anitta** se tornou um fenômeno no Brasil e ganhou destaque internacional. Hoje, ela é uma das artistas que consegue levar um pedaço de quem somos mundo afora. Fechando o top 5 e compondo também esse cenário musical, Ivete Sangalo e Gilberto Gil, dois ícones que marcaram gerações, aparecem empatados na 5ª posição.

TOP 5 Menções espontâneas

Quem melhor representa o Brasil?

Fernanda Torres 12%

Fernanda Montenegro 6%



Anitta 5%

Neymar 4%

Ivete Sangalo/ Gilberto Gil 3%

23% dos entrevistados disseram "nenhuma", e **11%** não souberam responder.

Pergunta aberta: 15) Quais celebridades, artistas ou influenciadores brasileiros você acredita que melhor representam a cultura do Brasil atualmente?

QUEM É O BRASILEIRO?

TOP 5

A percepção dos entrevistados sobre o brasileiro é, no geral, muito positiva.

Ao escolherem entre 26 adjetivos que melhor definem o nosso povo, as características positivas dominaram as primeiras posições.

O destaque ficou com a criatividade - e, de fato, não há como negar: está no DNA da nossa gente. A habilidade de improvisar em qualquer situação, sempre com um sorriso no rosto, e de encontrar formas de lidar e encarar os problemas e desafios da vida.

Já a primeira característica negativa apareceu apenas na 10ª colocação, com 17% indicando o brasileiro como “oportunista”.

A pessoa brasileira é:

- Criativa — 43%
- Divertida — 42%
- Feliz — 38% ▼ Boomer X
- Hospitaleira — 38%
- Solidária — 33%

Autoavaliação do brasileiro:

- Honesto — 46% ▲ Boomer X
- Gentil — 41%
- Simpático — 36%
- Feliz — 30%
- Comprometido — 30%

Quando pedimos para os entrevistados se autoavaliarem e indicarem as características que mais possuem, a visão coletiva e a individual se mostraram bem diferentes.

A única característica que se mantém constante é a "felicidade", revelando ser um traço central da identidade do brasileiro.

Aqui o que se sobressai são os aspectos morais, o caráter e o esforço pessoal. É um povo trabalhador que busca, de maneira honesta, seu sustento. Enfrentam as dificuldades com determinação, sempre em busca de melhores condições de vida.

A primeira autocrítica só aparece na 13ª posição, com o "antissocial" (14%). Isso mostra que, apesar da fama de povo caloroso e sociável, nem todo mundo por aqui se encaixa nesse rótulo.

BRASILIDADES 2025

ESTUDO ORIGINAL | MINDMINERS

O RETRATO DO BRASIL

PARA OS BRASILEIROS

A imagem que os brasileiros acreditam que melhor representa o país como um todo é a da natureza (e, consequentemente, as belas paisagens que ela proporciona). Dessa forma, declaram a importância da nossa fauna e flora como símbolo da nossa brasilidade.

Pergunta estimulada: 3) Qual(is) destas imagens você acha que representa(m) melhor o Brasil?

BRASILIDADES 2025

ESTUDO ORIGINAL | MINDMINERS

O RETRATO DO

BRASIL

QUE O "MUNDO IMAGINA"

Quando se trata da imagem que os brasileiros acreditam que melhor retrata o Brasil para quem vive em outros países, o cenário muda completamente:

CARNAVAL **VIOLÊNCIA**

POBREZA

Pergunta estimulada: 7) Qual(is) dessas imagens você acha que representa(m) a maneira como pessoas de fora do Brasil nos enxergam?

AS LENTES DE CADA

REGIÃO

O Brasil é tão vasto que a forma como as pessoas se veem e se comportam pode mudar de uma região para outra. E, sem compreender verdadeiramente essa diversidade, é fácil cairmos em estereótipos.

Diante de um país de dimensões continentais, ouvir as pessoas de cada lugar para entender suas particularidades torna-se uma necessidade.

Vamos entender melhor quem são os brasileiros de cada canto do país?

♦ REGIÃO ♦

NORTE

TOP 5

Como enxerga o brasileiro

▲ 6 p.p
a mais que a média nacional

Como se enxerga

▲ 9 p.p
a mais que a média nacional

As características do brasileiro seguem a mesma linha do resultado nacional, mas no Norte, ao invés de "**criativo**", é o "**feliz**" que se destaca.

E não é só isso: essa felicidade também aparece refletida na forma como as pessoas de lá se veem.

Outro ponto que chama a atenção é o fato de os nortistas se considerarem sérios, um adjetivo que não entrou no top 5 a nível Brasil.

Como são as pessoas da região?

"São pessoas alegres e solidárias, sempre prontas para ajudar o próximo..."

Feminino, 24 anos, Ananindeua - PA

"As pessoas na região norte são receptivas e guerreiras. Tendem a ter uma situação econômica menor que a de outras regiões e oportunidades mais escassas. Porém, isso não é o suficiente para derrubá-las."

Feminino, 23 anos, Porto Grande - AP

"Moro numa região onde a natureza é constantemente vista e celebrada (mesmo com intercorrências devido ao desmatamento). Temos raízes culturais fortes e uma diversidade acerca de tipos corporais, gastronomia, musicalidade e gírias. Temos a presença de diversos povos, tanto originários como também pessoas que migraram de outras regiões."

Feminino, 21 anos, Palmas - TO

"No Pará, as pessoas são muito trabalhadoras, apesar de poucas oportunidades de trabalho. Somos calorosos e aconchegantes para todos. Recebemos os turistas e valorizamos nossa identidade através do sotaque, da cultura e, principalmente, nossa culinária."

Feminino, 26 anos, Belém - PA

Pergunta aberta: 19) Como são as pessoas da região do Brasil onde você mora atualmente?

♦ REGIÃO ♦

NORTE

O que diferencia a região do restante do país?

A cultura nortista se destaca pelas **festas**, **músicas** e **danças**, que são mencionadas com orgulho.

Há também uma forte consciência das origens, marcada pela influência dos povos indígenas e pela conexão com a natureza exuberante da região.

Além disso, a culinária local é bastante valorizada, sendo vista como algo único e parte fundamental da identidade do Norte.

"Tudo. O Norte é conectado com a natureza de maneira diferente do mundo inteiro. A culinária, medicina, tradições e comportamentos são reflexos disso. A herança indígena que todos carregam é muito valorizada."

Feminino, 19 anos, Belém - PA

"A região norte do Brasil, onde eu moro, é diferente das demais, com a tradição do boi bumba garantido e caprichoso, tem o Polo industrial de Manaus, que possui incentivos fiscais diferenciadas, a culinária também é muito peculiar e saborosa, principalmente os peixes da região."

Masculino, 47 anos, Manaus - AM

"Acredito que seja umas das culturas mais fortes do nosso país, é algo incrível, algo que você só encontra aqui no norte do país."

Masculino, 22 anos, Manaus - AM

"Minha região é única, nossa gastronomia é sem igual como o nosso açaí, tacacá, peixes do nosso rio. A dança é algo bem marcante como o nosso carimbó, tecnomelody, etc."

Feminino, 43 anos, Santarém - PA

Pergunta aberta: 20) O que torna a região do Brasil onde você mora diferente das demais regiões do país?

♦ REGIÃO ♦

NORTE

As imagens que os moradores do Norte mais acreditam que representam a região remetem à **natureza** e aos **povos originários**

Foto do Unsplash

Foto do Freepik

Foto do Freepik

Foto do Freepik

Foto do Freepik

*As imagens apresentadas no questionário não são necessariamente das regiões em si. Elas foram escolhidas por seu valor simbólico.

Pergunta estimulada: 5) Qual(is) destas imagens você acha que representa(m) melhor **a região do Brasil em que você mora**? Selecione até 3 opções.

♦ REGIÃO ♦

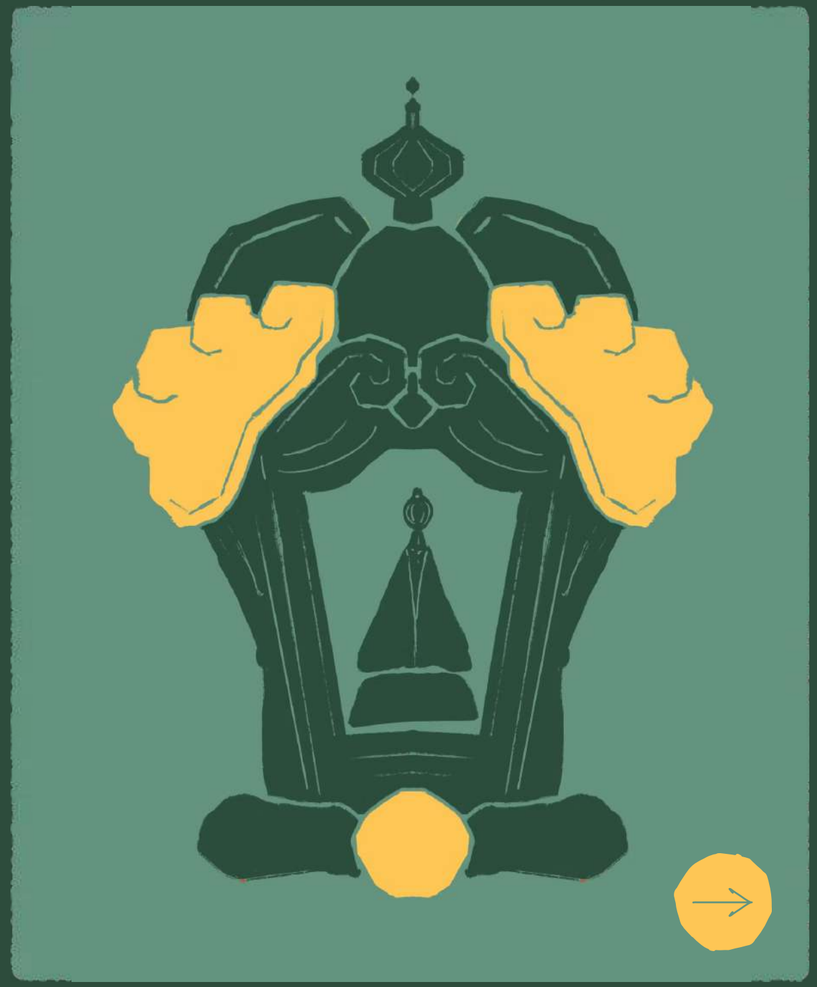
NORTE

Festejar? Sim! Quando?

Por aqui o regionalismo fala (mais) alto:

79%

dos nortistas dizem ter uma festa ou data comemorativa especial na região. Esse é um dos maiores resultados, ficando atrás apenas do Nordeste.



O evento mais lembrado é o Círio de Nazaré, tradicional celebração católica que acontece em outubro.

Entre os aspectos mais apreciados nas festividades locais destacam-se a comida, as bebidas e o significado religioso e cultural.

♦ REGIÃO ♦

NORDESTE

TOP 5

Como enxerga o brasileiro

- Divertido 47% (▲ 5 p.p a mais que a média nacional)
- Criativo 45%
- Hospitaleiro 41%
- Feliz 40%
- Solidário 35%

Como se enxerga

- Honesto 45%
- Gentil 44%
- Simpático 37%
- Criativo 30%
- Solidário 29%

As características do brasileiro permanecem as mesmas do resultado geral, com apenas algumas alterações na ordem.

Mas quando falam de si mesmos, a visão muda um pouco:

Criativo e solidário entram na lista, dois adjetivos que não apareceram com destaque na autoavaliação nacional.

Como são as pessoas da região?

"As pessoas nordestinas são conhecidas pela força, resiliência e alegria de viver. Carregam consigo uma rica cultura, com destaque para a hospitalidade, a fé inabalável e o amor pela terra. É um povo criativo, trabalhador e detentores de uma musicalidade única."

Masculino, 35 anos, Fortaleza - CE

"As pessoas do Nordeste são acolhedoras, amigáveis, trabalhadoras, resistentes, orgulhosas de sua cultura e tradições. Apesar de enfrentar desafios como a pobreza, o desemprego e a falta de oportunidades, elas têm força de vontade e coragem para construir um futuro melhor. É isso que penso sobre o pessoal de onde nasci."

Feminino, 18 anos, Patos - PB

"São simpáticas, trabalhadoras, resilientes e animadas. Têm várias crenças, mas acima de qualquer diferença de doutrina, elas têm fé. Em sua maioria são comunicativas e prestativas, e são bastante hospitaleiras (algo que me conquista sempre que visito uma cidade diferente daqui). Acho que valorizam a alegria, os momentos, a família, as conquistas e o bem estar de um modo geral, mas também valorizam sua própria força e como conseguem superar as dificuldades."

Feminino, 28 anos, Salvador - BA

"Sou nordestina com orgulho. Somos felizes pois a nossa cultura é maravilhosa."

Feminino, 45 anos, Salvador - BA

Pergunta aberta: 19) Como são as pessoas da região do Brasil onde você mora atualmente?

♦ REGIÃO ♦

NORDESTE

O que diferencia a região do restante do país?

Os nordestinos se enxergam como um povo **alegre** e **festeiro**, e essa energia se reflete nas festas regionais, com destaque para o São João, que é uma das maiores celebrações da cultura local.

A culinária também é um grande orgulho, marcada por uma enorme diversidade de pratos típicos.

Além disso, as belezas naturais, como praias e paisagens únicas, são muito admiradas e valorizadas.

> *"Temos a maior diversificação de cultura do Brasil, uma gastronomia imensa, paisagens belíssimas do por do sol em praias que se estendem por uma enorme dimensão e o melhor, nossos Lençóis Maranhenses. Temos muito mais, falta somente apoio de governantes para mostrar aos outros estados e ao mundo o que o Maranhão tem."*
>
> Feminino, 53 anos, São Luís - MA

> *"O maior São João do mundo."*
>
> Masculino, 53 anos, Campina Grande - PB

> *"A culinária é de lamber os beiços com nosso bolo de rolo, tapiocas, cartola, bolo souza leão, buchada de bode, entre outras delícias. O lazer é fácil de encontrar porque temos muitos pontos turísticos e não cansamos deles, pois estão sempre lotados de pernambucanos."*
>
> Masculino, 54 anos, Recife - PE

> *"Na cultura do nordeste tem capoeira e dança, muito forró, xaxado e axé. Na comida tem ginga com tapioca, baião de dois, cuscuz no coco, buchada de bode, é muito bom. Gosta de caçar sua iguaria para comer, levanta antes do sol raiar. Esse é o estilo de vida. São pessoas maravilhosas."*
>
> Feminino, 50 anos, Natal - RN

Pergunta aberta: 20) O que torna a região do Brasil onde você mora diferente das demais regiões do país?

♦ REGIÃO ♦

NORDESTE

A imagem que os moradores do Nordeste mais acreditam que representa a região é a **praia**

*As imagens apresentadas no questionário não são necessariamente das regiões em si. Elas foram escolhidas por seu valor simbólico.

Pergunta estimulada: 5) Qual(is) destas imagens você acha que representa(m) melhor **a região do Brasil em que você mora**? Selecione até 3 opções.

♦ REGIÃO ♦

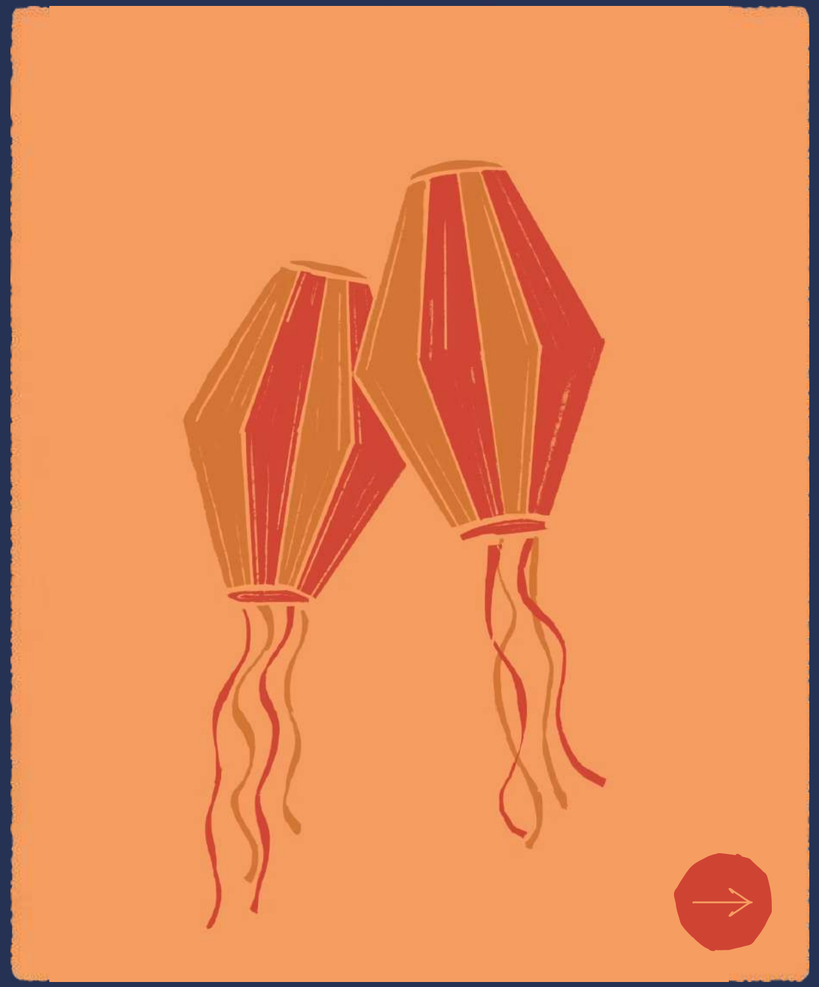
NORDESTE

Festejar? Sim! Quando?

No Nordeste,

84%

dos entrevistados dizem que a região tem festas importantes. Esse é o maior percentual do estudo - comparado a outros cantos do país.



Para eles, o São João é o mais especial!

Quem participa das festividades adora estar com a família e aproveitar os eventos públicos. O que mais atrai nessas comemorações são a comida, as bebidas e a música, que ganhou mais destaque entre todas as regiões.

♦ REGIÃO ♦

CENTRO-OESTE

TOP 5

Como enxerga o brasileiro

- Hospitaleiro 45%
- Feliz 45%

▲ 7 p.p a mais que a média nacional

- Divertido 43%
- Criativo 41%
- Solidário 38%

▲ 5 p.p a mais que a média nacional

Como se enxerga

- Honesto 47%
- Simpático 46%
- Gentil 40%
- Solidário 34%
- Comprometido 32%

O criativo, que ficou em 1º lugar na média nacional, não é a característica mais associada pela região Centro-Oeste ao brasileiro. Por lá, o adjetivo "hospitaleiro" ocupa posição de destaque.

No entanto, "honesto" continua sendo o principal termo usado na autoavaliação.

Como são as pessoas da região?

"São pessoas solidárias e acolhedoras, recebem pessoas de outros estados e ajudam muito."

Feminino, 45 anos, Sinop - MT

"As pessoas do Mato Grosso são hospitaleiras, trabalhadoras e ligadas à terra e às tradições. Misturam influências indígenas, pantaneiras e sertanejas, valorizam o agronegócio e a vida comunitária. Gostam de festas, têm um jeito próprio de falar e preservam a cultura local, mesmo com a modernização do estado."

Feminino, 23 anos, Cuiabá - MT

"Uma mistura de diferentes culturas do Brasil define Brasília. Diferentes sotaques, um ritmo de vida frenético, pouca interação social comparado a outras cidades."

Masculino, 43 anos, Brasília - DF

"No Centro-Oeste, as pessoas são acolhedoras, simples e conectadas ao campo. Valorizam o trabalho rural, a natureza e a família, com um ritmo de vida tranquilo. A hospitalidade é um ponto forte, e as festas típicas e celebrações comunitárias são importantes. Brasília traz diversidade, mas ainda mantém a essência tranquila e cordial da região."

Masculino, 32 anos, Águas Lindas de Goiás - GO

Pergunta aberta: 19) Como são as pessoas da região do Brasil onde você mora atualmente?

♦ REGIÃO ♦

CENTRO-OESTE

O que diferencia a região do restante do país?

A **culinária regional** é um grande motivo de orgulho, e o pequi, claro, aparece como um dos ingredientes mais amados pelos moradores.

A natureza também se destaca, com o Pantanal e sua fauna impressionante. A região é privilegiada por abrigar três biomas: Pantanal, Cerrado e Amazônia.

Mesmo assim, alguns percebem uma mistura forte de influências de outras partes do país, tornando a identidade local ainda mais rica e diversa.

> *"A beleza da natureza, o estilo de vida acaba sendo diferente também. Nossa culinária riquíssima."*
>
> Feminino, 26 anos, Goiânia - GO

> *"Jeito rústico de ser, muito ligado à pecuária, o churrasco é o melhor do Brasil, cultura oriental muito presente aqui. O tereré é uma das bebidas frias mais famosas. O rico Pantanal e suas belezas."*
>
> Masculino, 41 anos, Campo Grande - MS

> *"Cáceres Mato Grosso, aqui em Junho acontece o tradicional festival de pesca o Fip, em Agosto o Expo Agro. Povo hospitaleiro que curte um café da manhã com o tradicional bolo de arroz, no almoço Maria Izabel ou frango com pequi. Aos finais de semana curtem um ritmo chamado lambadão."*
>
> Feminino, 36 anos, Cáceres - MT

> *"Moro na capital do Brasil, as quadras, prédios, arquitetura no geral é diferente. Temos comida de vários lugares do Brasil, é uma mistura de culturas."*
>
> Feminino, 35 anos, Brasília - DF

Pergunta aberta: 20) O que torna a região do Brasil onde você mora diferente das demais regiões do país?

♦ REGIÃO ♦

CENTRO-OESTE

As imagens que os moradores do Centro-Oeste mais acreditam que representam a região remetem à **vida no campo** e à **natureza**

Foto do Pexels

Foto do Freepik

Foto do Freepik

Foto do Freepik

Foto do Freepik

*As imagens apresentadas no questionário não são necessariamente das regiões em si. Elas foram escolhidas por seu valor simbólico.

Pergunta estimulada: 5) Qual(is) destas imagens você acha que representa(m) melhor **a região do Brasil em que você mora**? Selecione até 3 opções.

♦ REGIÃO ♦

CENTRO-OESTE

Festejar? Sim! Quando?

No Centro-Oeste,

63%

dos entrevistados dizem que a região conta com festas importantes – um número parecido com os da região Sudeste e Sul.

As festas juninas aparecem com força, assim como as celebrações de aniversário dos municípios.

Quem comemora essas datas gosta de estar com a família, participar de eventos públicos e, muitas vezes, de celebrações religiosas. E claro, comida boa e música não podem faltar.

♦ REGIÃO ♦

SUDESTE

TOP 5

Como enxerga o brasileiro

- Criativo 43%
- Divertido 41%
- Feliz 37%
- Hospitaleiro 36%
- Sociável 33%

Como se enxerga

- Honesto 47%
- Gentil 42%
- Simpático 36%
- Comprometido 31%
- Feliz 29%

O Sudeste é um verdadeiro caldeirão cultural, onde se misturam influências de várias partes do Brasil.

Por ser uma região tão diversa, é natural que ela apareça como a mais próxima da média nacional ao longo dessa pesquisa.

Como são as pessoas da região?

"Na minha região, tem muita gente. Moro em uma cidade grande e por aqui a vida é corrida. As pessoas trabalham bastante e, no geral, o povo é solidário, é comunicativo e sempre procuram uma forma de melhorar, progredir e buscar, assim, cada um o seu objetivo de vida."

Masculino, 66 anos, São Bernardo do Campo - SP

"A maior parte é trabalhadora, que segue firme, apesar de todos os problemas, como, por exemplo, a violência, que cresceu de uma forma assustadora. Mesmo com tudo isso, vai tocando a vida em frente, com a fé e esperança de dias melhores."

Masculino, 43 anos, São João de Meriti - RJ

"Acredito que as pessoas, seus modos de vida, e a forma como interagem são muito equilibradas no lugar onde moro, pois é uma cidade litorânea e acho que vivem em conexão com a natureza e isso faz as pessoas mais calmas e tranquilas."

Feminino, 56 anos, Ubatuba - SP

"Na minha região, o Sudeste, que abrange quatro estados de grande potência, digo sem medo de errar: o único estado hospitaleiro é Minas Gerais. Os mineiros recebem pessoas de outros estados com confiança, honestidade, alegria e hospitalidade. Já os outros estados não têm tanta essa interação mostrada pelos mineiros..."

Masculino, 68 anos, Valença - RJ

Pergunta aberta: 19) Como são as pessoas da região do Brasil onde você mora atualmente?

♦ REGIÃO ♦

SUDESTE

O que diferencia a região do restante do país?

Os sudestinos se veem como um pedacinho de cada canto do Brasil, especialmente em cidades como São Paulo, onde tudo se mistura:

gente , sotaques e culturas

Além disso, cada canto tem seu próprio jeito de ser, formando uma pluralidade muito rica.

Assim como as demais regiões, também apreciam muito a culinária local, como o pão de queijo mineiro e tantos outros pratos típicos.

"Aqui, existem pessoas de várias regiões do Brasil, que vêm em busca de uma vida melhor. Essa mistura é bem bacana, pois cada um traz de sua região costumes, cultura e diversidade."

Masculino, 66 anos, São Bernardo do Campo - SP

"Culinária. Pão de queijo, frango com quiabo e angu e o cafezinho com broa de fubá."

Masculino, 59 anos, Belo Horizonte - MG

"O Rio de Janeiro é maravilhoso, mar, montanha tudo em harmonia, seu povo simpático e solidário, melhor carnaval e melhor passagem de Ano Novo."

Feminino, 68 anos, Rio de Janeiro - RJ

"Como diz a música: é sempre lindo andar na cidade de São Paulo.... Achamos beleza nos lugares mais improváveis, somos muito trabalhadores, temos horários malucos, nos esgotamos no trânsito, estamos sempre correndo. Por outro lado temos muitas opções de lazer, ótimos restaurantes, bons Shopping Centers e casas de shows. Estamos sempre cansados mas não paramos nunca.."

Feminino, 59 anos, São Caetano do Sul - SP

Pergunta aberta: 20) O que torna a região do Brasil onde você mora diferente das demais regiões do país?

♦ REGIÃO ♦

SUDESTE

As imagens que os moradores do Sudeste mais acreditam que representam a região remetem ao **trânsito** e à **violência**

*As imagens apresentadas no questionário não são necessariamente das regiões em si. Elas foram escolhidas por seu valor simbólico.

Pergunta estimulada: 5) Qual(is) destas imagens você acha que representa(m) melhor **a região do Brasil em que você mora**? Selecione até 3 opções.

♦ REGIÃO ♦

SUDESTE

Festejar? Sim! Quando?

65%

dos sudestinos afirmam que há festas importantes na região.

O Carnaval é o grande destaque, junto com as tradicionais festas juninas.

As comemorações, em geral, envolvem família e amigos, com muita gente aproveitando as festas públicas.

Quando o assunto é o que mais atrai nas celebrações, as comidas e bebidas se destacam, seguidas pela música e o significado cultural e religioso.

REGIÃO

SUL

TOP 5

Como enxerga o brasileiro

- Criativo 44%
- Divertido 41%
- Hospitaleiro 39%
- Solidário 34%
- Feliz 34%

Como se enxerga

- Honesto 50%
- Gentil 39%
- Simpático 34%
- Criativo 30%
- Solidário 30%

Os sulistas são os que menos enxergam felicidade no brasileiro, comparado a outras regiões.

Na autoavaliação, a felicidade, presente no resultado geral, dá lugar à criatividade. Outra diferença em relação ao ranking nacional está na quinta posição: se enxergam como um povo solidário.

Como são as pessoas da região?

"Pensando no sul do Brasil, eu diria que as pessoas daqui se orgulham muito da nossa cultura, eles valorizam muito costumes ancestrais, e também os costumes que são nossa marca registrada, como o chimarrão, o pinhão, a dança, musicas gaúchas, alguns costumes alemães dos antepassados, assim como também tem os costumes indígenas, preservam muito nossa características para que permaneça marcando nossas gerações futuras."

Feminino, 25 anos, São Mateus do Sul - PR

"Normalmente, aqui, no sul do Brasil, as pessoas são mais introspectivas e não pegam confiança facilmente. Elas buscam pessoas que sejam mais confiáveis e preferem construir esse relacionamento dia após dia."

Masculino, 38 anos, São José - SC

"São pessoas um pouco fechadas, mas são gentis e prestativas quando alguém precisa de ajuda, são trabalhadoras e correm atrás de seus objetivos."

Feminino, 33 anos, Campina Grande do Sul - PR

"No RS as pessoas defendem a cultura local, são desconfiadas, mas são um povo que trabalha muito e luta para tem uma vida melhor."

Feminino, 34 anos, Carlos Barbosa - RS

Pergunta aberta: 19) Como são as pessoas da região do Brasil onde você mora atualmente?

REGIÃO

SUL

O que diferencia a região do restante do país?

A **cultura**, os **costumes** e as **tradições locais** são traços marcantes, com uma forte influência europeia, especialmente alemã.

Na culinária, as raízes ficam claras: o churrasco, um verdadeiro símbolo, nunca vem sem o tradicional chimarrão.

É uma região com laços fortes com a família e uma profunda religiosidade.

> *"O chimarrão, que mesmo no calor, o povo toma, e o churrasco gaúcho, que não há outro igual."*
>
> Feminino, 61 anos, Alvorada - RS

> *"Estilo de vida mais tranquilo, no que diz respeito a bagunça, festas, desrespeito aos vizinhos. Percebi que o índice de violência é mais baixo também."*
>
> Feminino, 33 anos, Florianópolis - SC

> *"Várias etnias, danças tradicionais locais, culinária diversa, chimarrão... um povo que valoriza a vida rural, ama cavalos e cães, e adora festas."*
>
> Masculino, 59 anos, Pelotas - RS

> *"Muita influência de imigrantes europeus, clima mais frio, comportamento menos aberto a estranhos e mais desconfiado, sotaques."*
>
> Feminino, 19 anos, Curitiba - PR

Pergunta aberta: 20) O que torna a região do Brasil onde você mora diferente das demais regiões do país?

REGIÃO

SUL

As imagens que os moradores do Sul mais acreditam que representa a região são referentes à **vida no campo**

Foto do Freepik

Foto do Pexels

*As imagens apresentadas no questionário não são necessariamente das regiões em si. Elas foram escolhidas por seu valor simbólico.

Pergunta estimulada: 5) Qual(is) destas imagens você acha que representa(m) melhor **a região do Brasil em que você mora**? Selecione até 3 opções.

REGIÃO

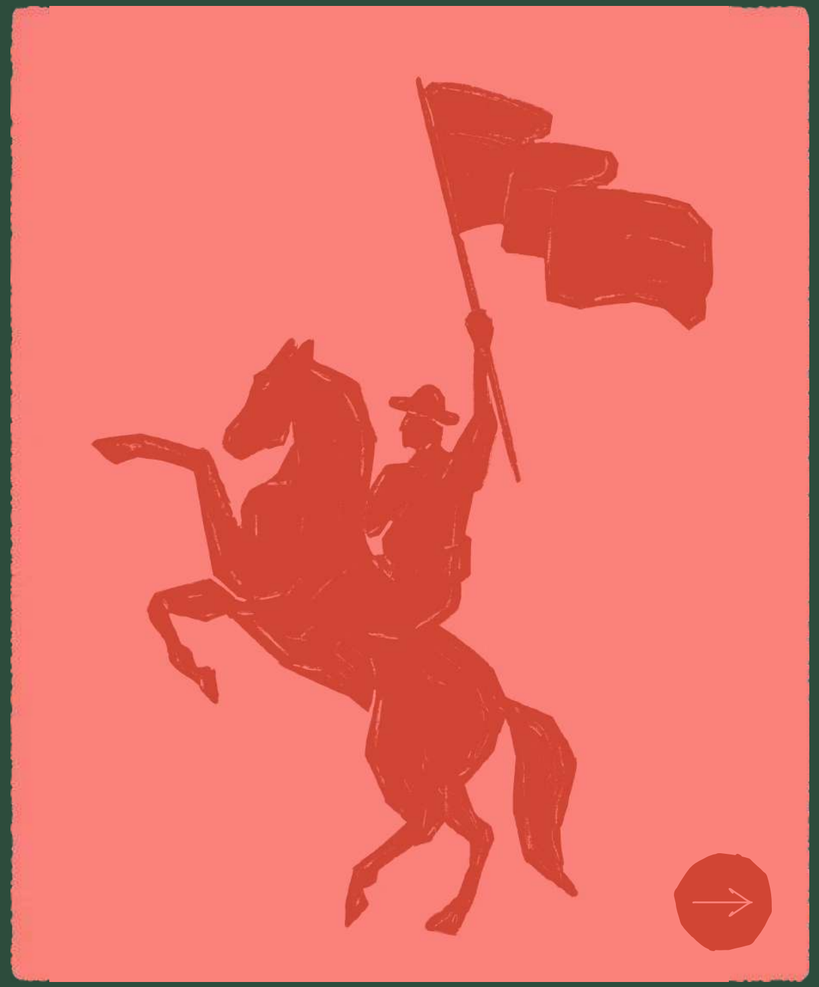
SUL

Festejar? Sim! Quando?

64%

dos sulistas mencionaram que há uma festa ou data comemorativa importante na região.

A Revolução Farroupilha foi a celebração mais citada.



As pessoas do sul são as que mais optam por não fazer nada, apenas reconhecendo a importância da data.

No entanto, quando comemoram, preferem passar com a família e participar de eventos públicos.

O que mais os atrai nessas festividades são a comida, as bebidas, as danças e, por último, o significado religioso/cultural.

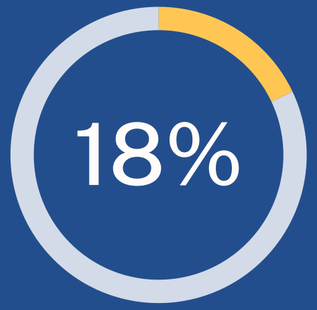
PARTIR
OU FICAR

82%
dos respondentes moram na mesma região que nasceram.

Passar a vida na mesma região na qual nasceu é a realidade da maioria dos brasileiros. Isso não significa, no entanto, que não optaram por mudanças de cidade.

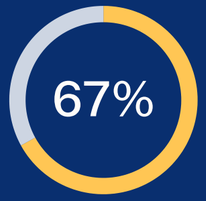
Seria esse um sinal de apego às raízes, seja pela família ou pelo senso de pertencimento?

Mas...



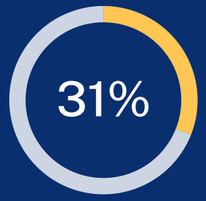
mudaram de região, principalmente por motivos familiares, em busca de uma melhor qualidade de vida ou por novas oportunidades de trabalho.

Dentre os que se mudaram,



afirmam estar felizes com a mudança, enquanto 24% se dizem indiferentes e 9% relatam sentir tristeza.

Para os que se **sentem** tristes, o desafio está na falta de oportunidades; para outros, na distância da família. Há também quem sinta o peso das diferenças culturais e de costumes no novo lugar.



carregam o desejo de, um dia, voltar a morar na região de origem.

BRASILIDADES 2025

FICAR
OU PARTIR

Eis a questão...

61% dos respondentes afirmam que, se tivessem oportunidade, morariam fora do país.

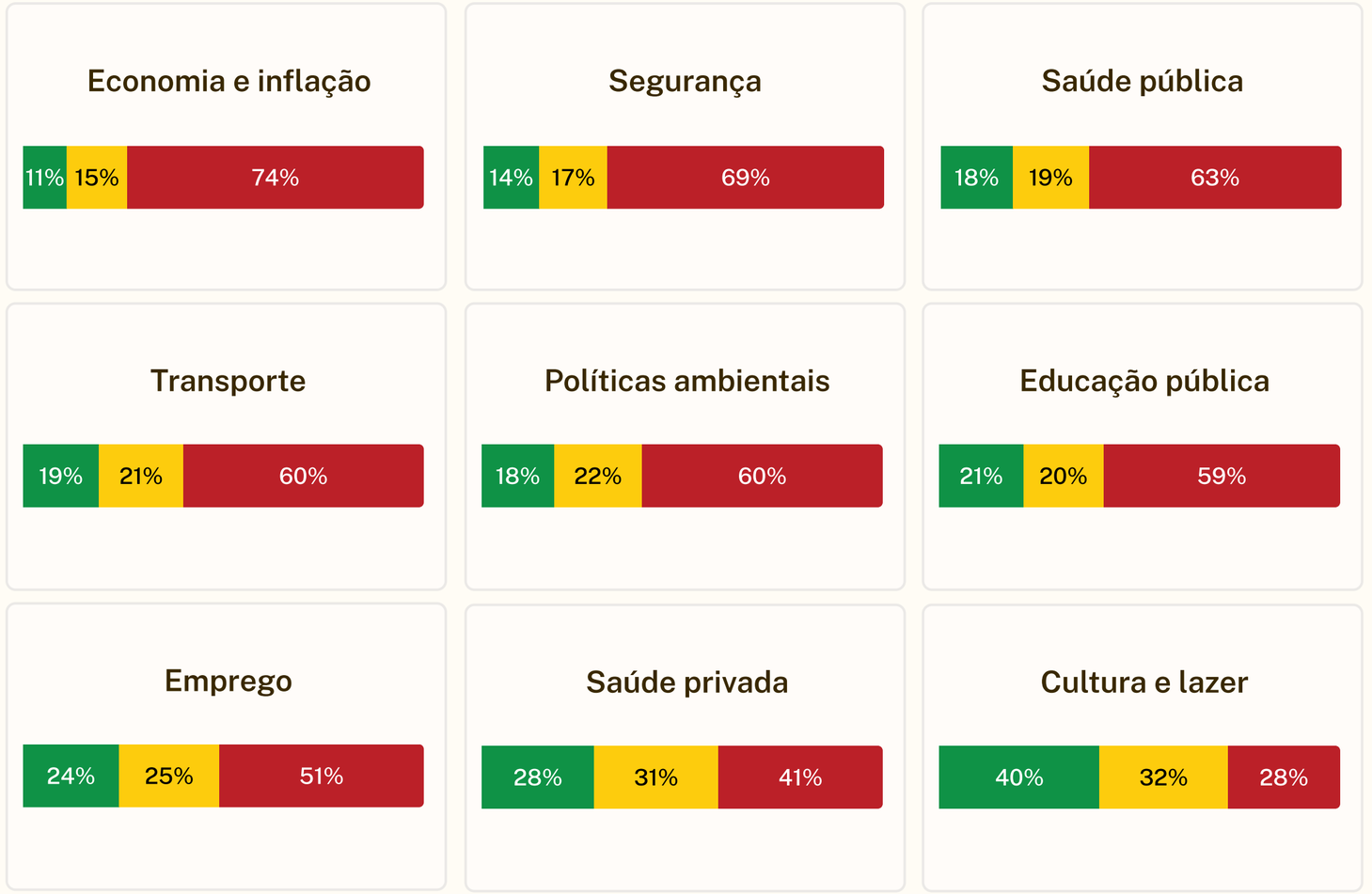
Destes,
81%
mudariam em busca de mais qualidade de vida.

O brasileiro sente orgulho de suas raízes, tem um vínculo forte com sua cultura, mas isso não significa que esteja satisfeito com a realidade do país.

Muitos enxergam oportunidades "lá fora" que parecem inacessíveis aqui. Mas será que a grama do vizinho é realmente mais verde do a que a nossa?

ESTUDO ORIGINAL | MINDMINERS

O que tem gerado mais insatisfação para os brasileiros:



BRASILIDADES 2025

ESTUDO ORIGINAL | MINDMINERS

O BRASIL PARA O BRASIL

Para além da criatividade, do bom humor
e da felicidade, quem é o brasileiro?

- O que faz?
- O que come?
- O que veste?
- Como ganha e gasta?
- O que espera das marcas?
- Como enxerga o futuro do país?

JÁ ESTOUROU A PIPOCA?

56%

dos respondentes costumam assistir algum filme brasileiro.

Esse é o tipo de conteúdo audiovisual nacional que as pessoas mais têm o hábito de assistir.

Filme nacional que você mais gostam

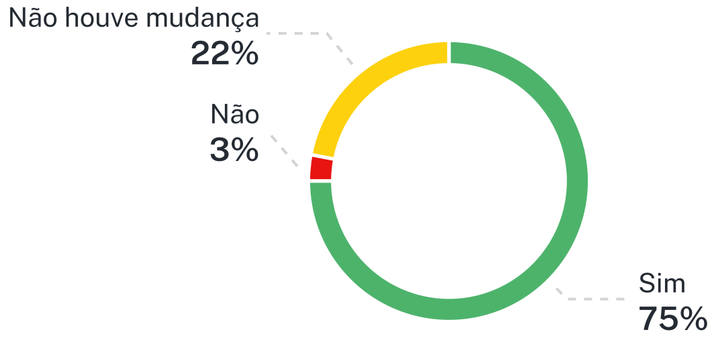
Não lembro
Se eu fosse você
Central do Brasil
Bacurau
Não sei
Nenhum
Ainda Estou Aqui
O Auto da Compadecida
Tropa de Elite
Cidade de Deus
Minha mãe é uma peça
Todos
Até que a sorte nos separe
Os Farofeiros
O homem que copiava

27%

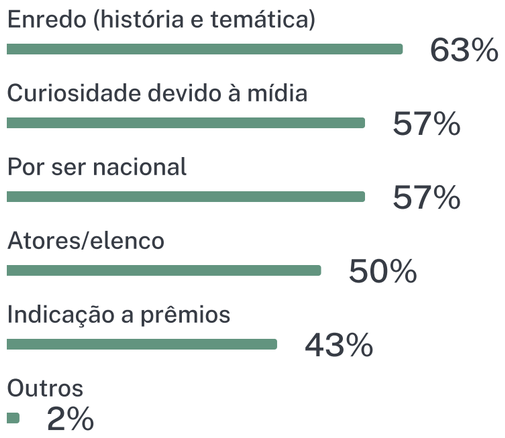
dos respondentes que costumam ver filmes nacionais assistiram ao filme "Ainda Estou Aqui", estrelado por Fernanda Torres.

▲ Gen Z

Após assistir "Ainda Estou Aqui", você passou a se interessar mais por obras brasileiras, como filmes e séries?



O que motivou a assistir ao filme:



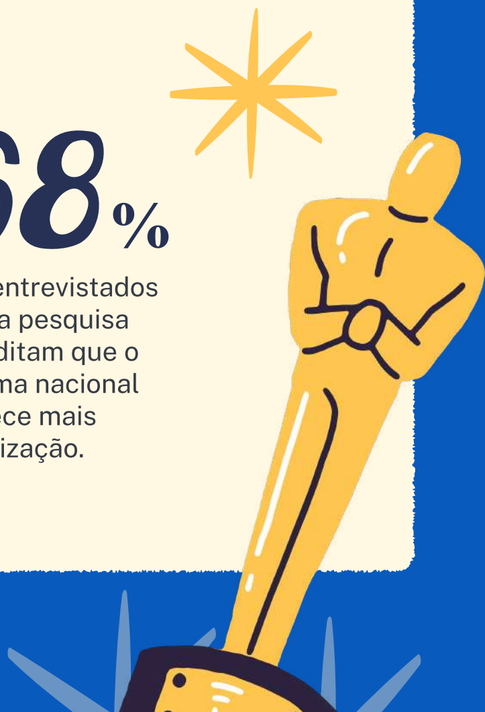
Uma boa história tem o poder de prender, emocionar e fazer pensar.

É ela que cria conexões, provoca sorrisos, arrepios ou até aquele silêncio reflexivo.

Para além do cinema, como as marcas têm contado suas histórias? Aliás, as histórias do povo brasileiro?

68%

dos entrevistados dessa pesquisa acreditam que o cinema nacional merece mais valorização.



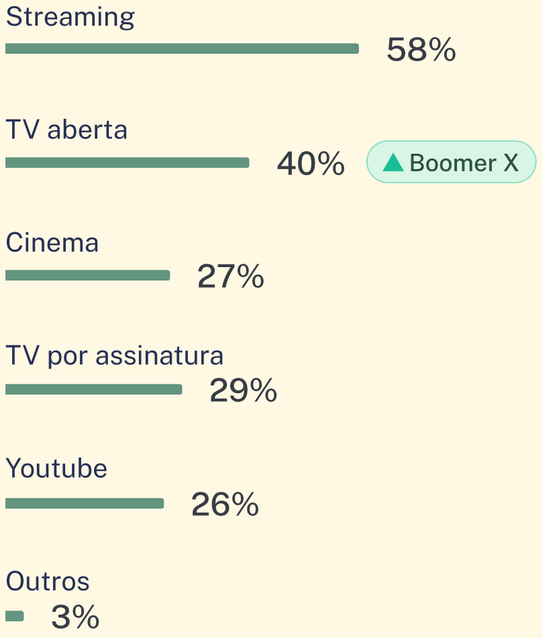
O QUE FAZ?

BRASILIDADES 2025

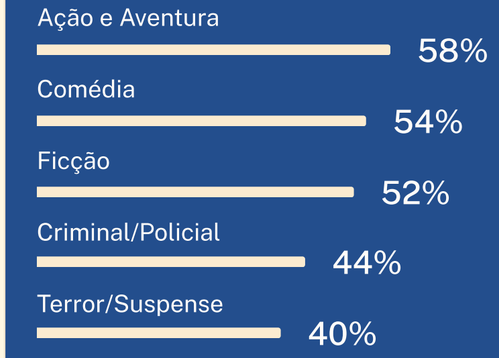
ESTUDO ORIGINAL | MINDMINERS

A ERA DO STREAMING

Onde assistiram aos filmes brasileiros nos últimos 12 meses:



Conteúdos favoritos em serviços de streaming:



Clusters | Base: MeSeems

Entre adrenalina, emoção e boas risadas, fica claro que muita gente quer não só se entreter, mas também fugir da rotina e esvaziar a mente.

O bom humor é uma das marcas da nossa cultura, e isso se reflete no que consumimos. No fim, rir ainda é um dos melhores jeitos de esquecer, nem que seja por um tempo, as preocupações do dia a dia.

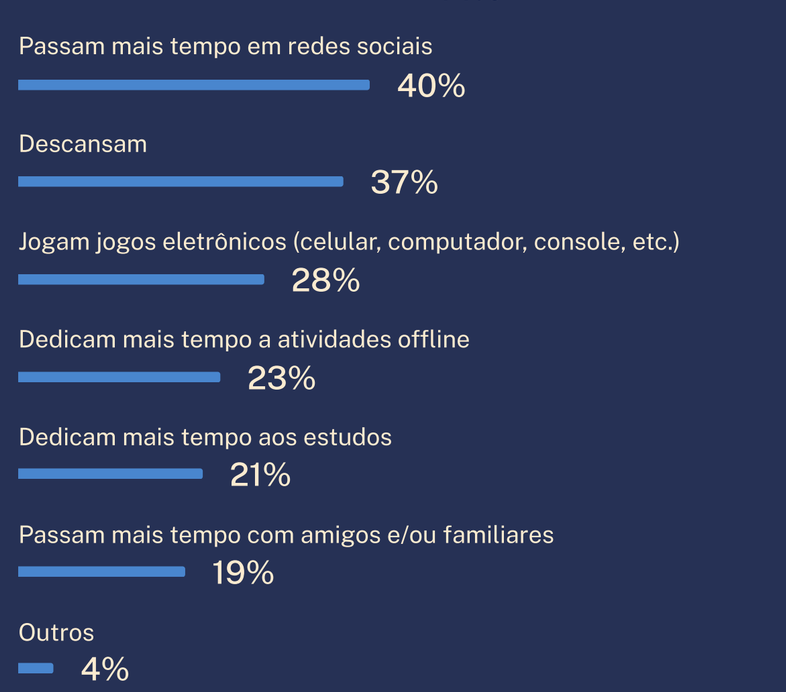
30% dos brasileiros afirmaram ter reduzido, de forma geral, o consumo de TV nos últimos 12 meses

Gen Z

18% aumentaram | **52%** Permaneceu da mesma forma

O que eles têm feito com esse tempo livre?

Além de assistirem mais ao streaming, outras atividades também ganharam espaço na rotina.



O BRASIL AINDA É O PAÍS DAS NOVELAS?

44% dos respondentes costumam assistir séries brasileiras

35% costumam ver novelas brasileiras

▲ Mulheres

Mesmo com o crescimento das séries, as novelas ainda conseguem deixar uma marca mais forte na memória dos brasileiros. E nenhuma delas brilhou tanto quanto Avenida Brasil, que parou o país em seu último capítulo.

Novela ou série brasileira favorita:

O Arcanjo Renegado
O Clone
Rei do Gado
Tieta
Não sei
Beleza Fatal
Nenhuma
Avenida Brasil
Garota do Momento
Bom dia Verônica
Sintonia
Mania de você
Pantanal
O Cravo e a Rosa
Volta por Cima

Quando falamos de novelas e séries, o repertório é extenso - bem diferente do cenário dos filmes.

O QUE FAZ?

BRASILIDADES 2025 | ESTUDO ORIGINAL | MINDMINERS

VAMOS DAR UM PLAY

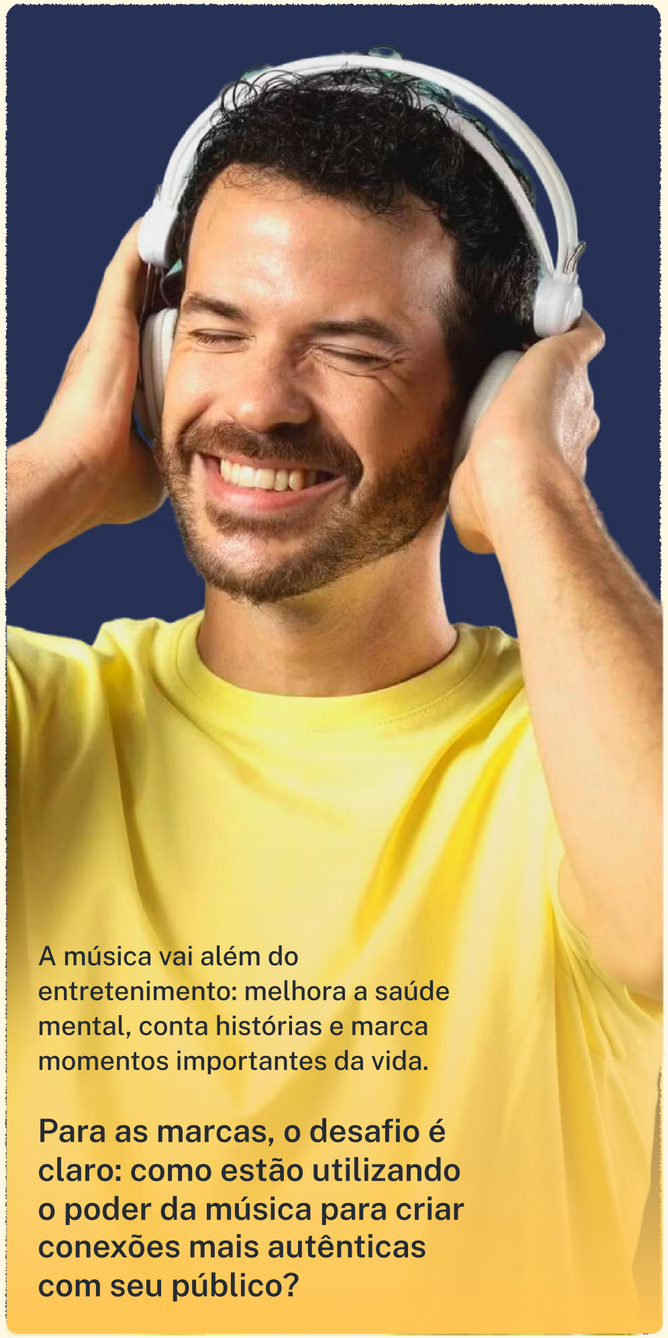
89% dos respondentes costumam ouvir música.

Destes, **89%** também têm o hábito de ouvir músicas brasileiras.

TOP 5

Gêneros musicais que mais gostam de ouvir:

- Rock — 31% — ▲ Homens
- Sertanejo — 31% — ▲ Mulheres
- Pop — 29% — ▲ Sul | Sudeste
- Gospel — 27%
- MPB — 21% — ▲ Boomer X



A música vai além do entretenimento: melhora a saúde mental, conta histórias e marca momentos importantes da vida.

Para as marcas, o desafio é claro: como estão utilizando o poder da música para criar conexões mais autênticas com seu público?

Cantores/bandas que mais gostam de ouvir

Sorriso Maroto

Marília Mendonça

Jota Quest

Fernandinho

Roberto Carlos

Marisa Monte

Henrique & Juliano

Gusttavo Lima

Legião Urbana

Anitta

Djavan

Caetano Veloso

Luan Santana

Roupa Nova

Ivete Sangalo

O QUE FAZ?

BRASILIDADES 2025

ESTUDO ORIGINAL | MINDMINERS

MEMÓRIAS DA LITERATURA BRASILEIRA

55%
disseram que costumam ler livros.

▲ Mulheres

Desses, **4% não leram nenhum no último ano**. Já **76% revelaram ter lido até 6 livros,** com a maioria (42%) ficando entre 1 e 2.

Machado de Assis é o rei da leitura nacional

De modo que tanto seu nome quanto os nomes de seus livros são os termos mais citados por nossos(as) respondentes.

Livros brasileiros que mais gostaram de ler

Monteiro Lobato
O Alquimista
O Cortiço
Paulo Coelho
Nenhum
Machado de Assis
Jorge Amado
Dom
Vidas Secas
Casmurro
Memórias Póstumas de Brás Cubas
Augusto Cury
O Auto da Compadecida
A Hora da Estrela
Turma da Mônica
Sítio do Pica Pau Amarelo

O BRASIL ESTÁ ON

TOP 5

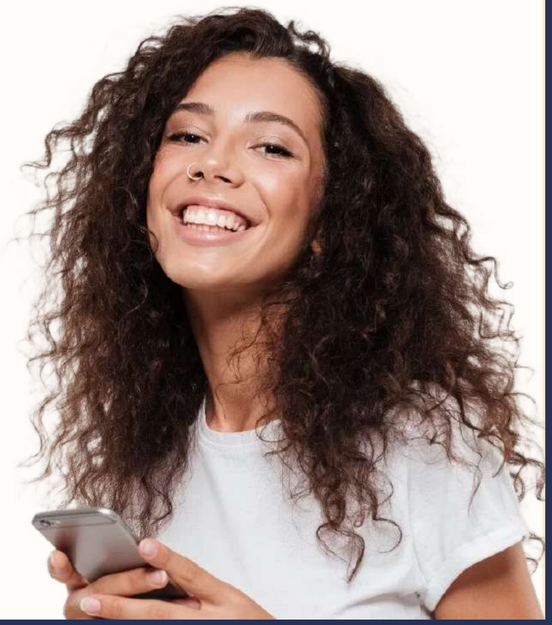
O que mais fazem quando estão conectados à internet:

- Ouvir música — 65%
- Ver filmes, séries ou novelas — 64%
- Fazer compras — 63% ▲ Mulheres
- Conversar com amigos e/ou familiares — 61%
- Consultar e fazer transações bancárias — 57%

Marca preferida de e-commerce:

- Shopee — 33%
- mercado livre — 19%
- amazon — 16%
- SHEIN — 9%
- americanas — 5%

Clusters | Base: MeSeems



O marketplace parece ser um modelo mais atraente para o consumidor.

Pergunta: 48) Quando se trata de internet e vida conectada, o que você costuma fazer?

DIGA ONDE VOCÊ VAI...

80%

já viajaram dentro do Brasil.
Enquanto isso, **21%** viajaram para fora do país.

Quem já viajou dentro ou fora do Brasil gosta de ir para...

Litoral

Campo/interior

Lugares históricos, pontos turísticos, museus e atividades culturais

Lugares com atividade urbana, bares, restaurantes, festas, etc.

▲ Gen Z | Y

Cidades do Brasil que mais gostaram de visitar

Belo Horizonte
Maceió
Salvador
Curitiba
Recife
Bahia
Rio de Janeiro
São Paulo
Ouro Preto
João Pessoa
Gramado
Porto Seguro
Florianópolis
Natal
Minas Gerais
Fortaleza

Quem nunca viajou, mas tem vontade de viajar também disse quais são os lugares dos seus sonhos.

33%

dos respondentes disseram que querem viajar apenas dentro do Brasil. Enquanto 48% gostariam de viajar pelo país e fora dele também.

Os lugares que mais chamam a atenção desses grupos são: Estados Unidos, Bahia, Fortaleza, Rio de Janeiro e Japão.

O QUE TEM PRA JANTAR?

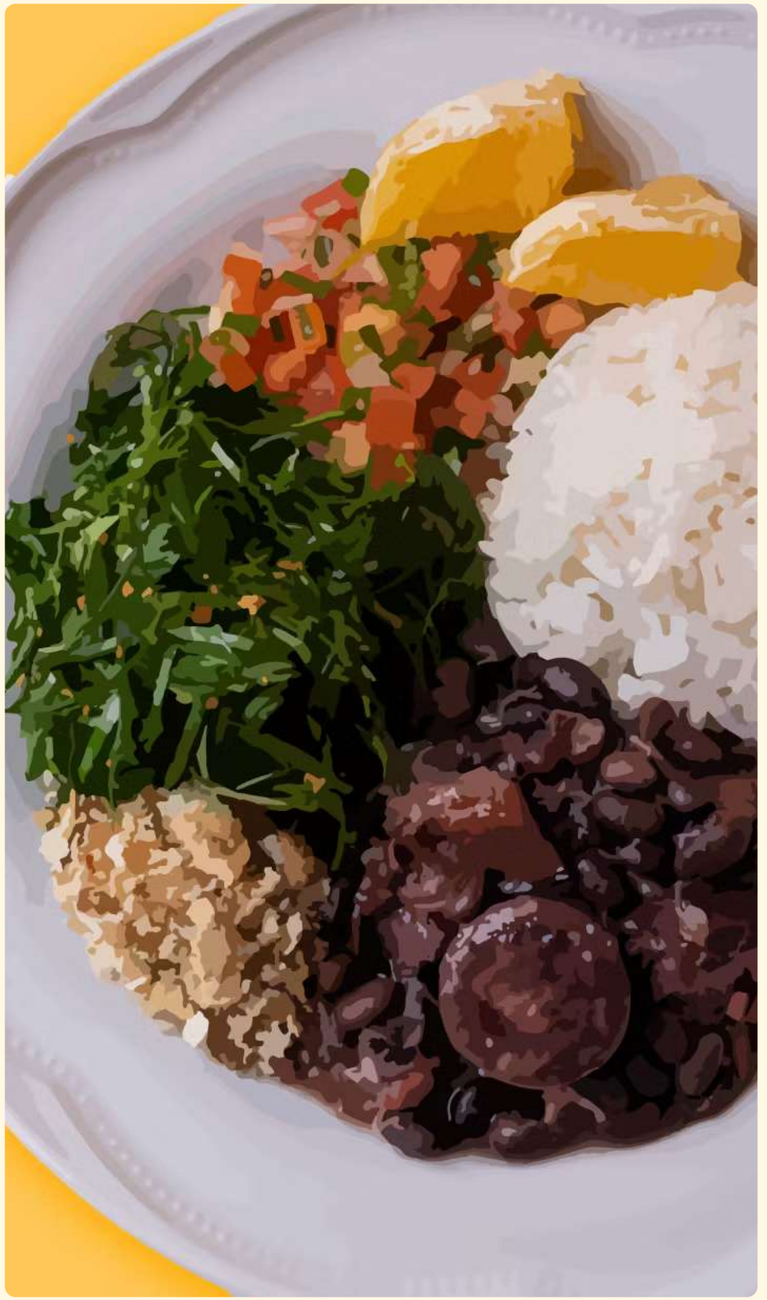
É possível falar do Brasil sem falar de comida?

Nossa culinária é um dos melhores exemplos para explicar a nossa diversidade cultural.

Quando perguntamos aos respondentes da pesquisa **qual seria o alimento que mais representa o que é o Brasil**, o arroz e o feijão são quase campeões. Quase porque o feijão é o protagonista do maior representante culinário do imaginário brasileiro: a feijoada!

Refeição que melhor representa o Brasil

Nenhuma
Não sei
Cuscuz
Pizza
Churrasco
Baião de dois
Feijoada
Arroz e feijão
Prato feito
Acarajé
Arroz
Feijão tropeiro
Feijão
Lasanha
Pão de queijo



COMIDA = AFETO

73%
dos respondentes têm uma comida preferida.

E não é só pelo sabor: felicidade, prazer e satisfação são os sentimentos mais citados ao degustá-las.

Comida também é memória: muitos associam seus pratos favoritos ao aconchego da infância e a momentos especiais.

Comida favorita

Nhoque
Massas
Batata frita
Macarronada
Churrasco
Hambúrguer
Lasanha
Feijoada
Prato feito
Macarrão
Strogonoff
Pizza
Arroz e feijão
Camarão
Sushi

*A lasanha foi o prato mais citado em todas as regiões, mas no Sul, o churrasco quase empatou.

ALIMENTOS MAIS CONSUMIDOS

TOP 5

Arroz 88%

Frango 85%

Feijão 85%

Frutas 82%

Pães 81%

Clusters | Base: MeSeems

O top 5 é praticamente o mesmo em quatro regiões, com exceção do Centro-Oeste, onde o pão dá lugar à carne vermelha.

HORA DO CAFEZINHO

O consumo de bebidas muda bastante de região para região.

O chá está entre os cinco mais consumidos em quase todo o país, principalmente no Sul. Mas, no Norte, ele cede lugar para as bebidas achocolatadas.

É também no Norte que o refrigerante tem a menor adesão.

Já o suco de frutas é um favorito no Nordeste, enquanto no Sul aparece com menos força.

TOP 5

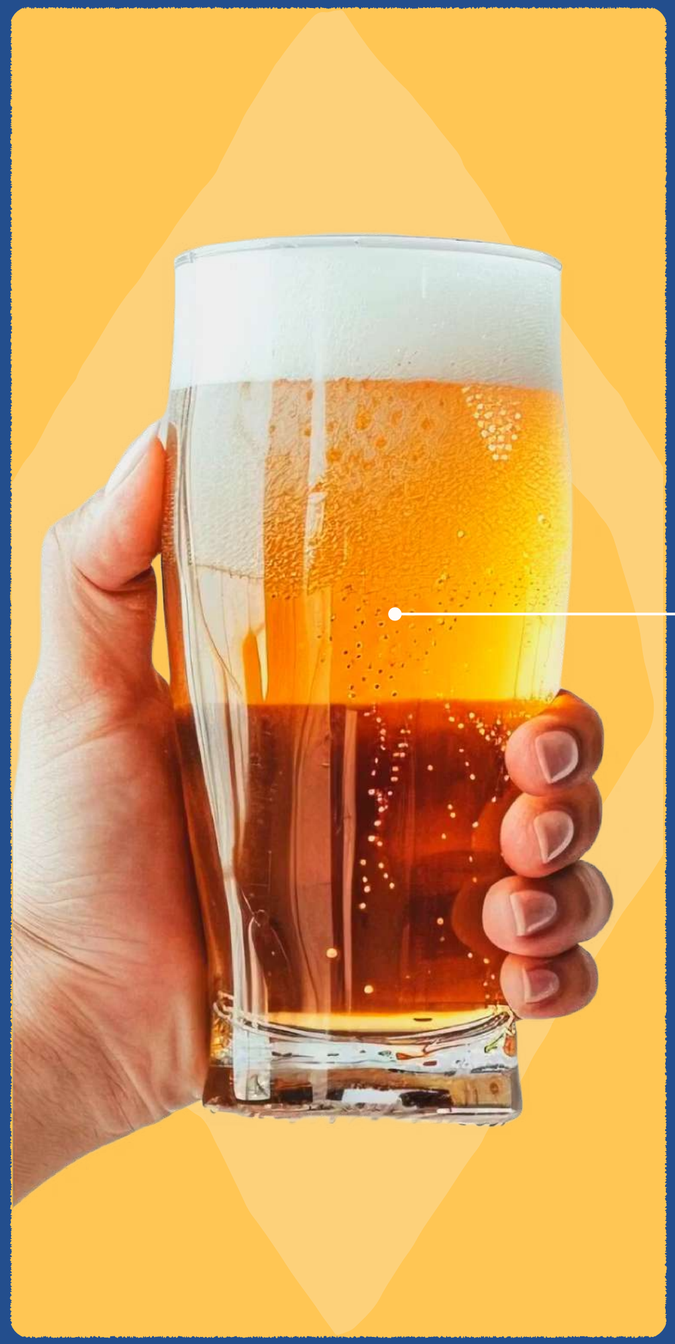
Bebidas não alcoólicas mais consumidas:

	Base MeSeems	Nordeste	Sul	Centro-Oeste	Norte	Sudeste
1º	72% Café	75% Suco de frutas	75% Café	72% Suco de frutas	74% Café	71% Café
2º	69% Leite	72% Café	68% Leite	71% Leite	71% Suco de frutas	69% Leite
3º	67% Suco de frutas	70% Leite	67% Refrigerantes	70% Café	71% Leite	66% Suco de frutas
4º	65% Refrigerantes	62% Refrigerantes	57% Suco de frutas	68% Refrigerantes	56% Refrigerantes	66% Refrigerantes
5º	49% Chá	48% Chá	56% Chá	52% Chá	41% Achocolatados	49% Chá

Clusters | Base: MeSeems

ALCOÓLICOS FAVORITOS

Enquanto no Norte há mais pessoas que afirmam não beber, no Sul o cenário é o oposto.



Mesmo assim, os tipos de bebidas preferidos seguem um padrão parecido em todas as regiões.

TOP 5

Bebidas alcoólicas mais consumidas

Clusters | Base: MeSeems

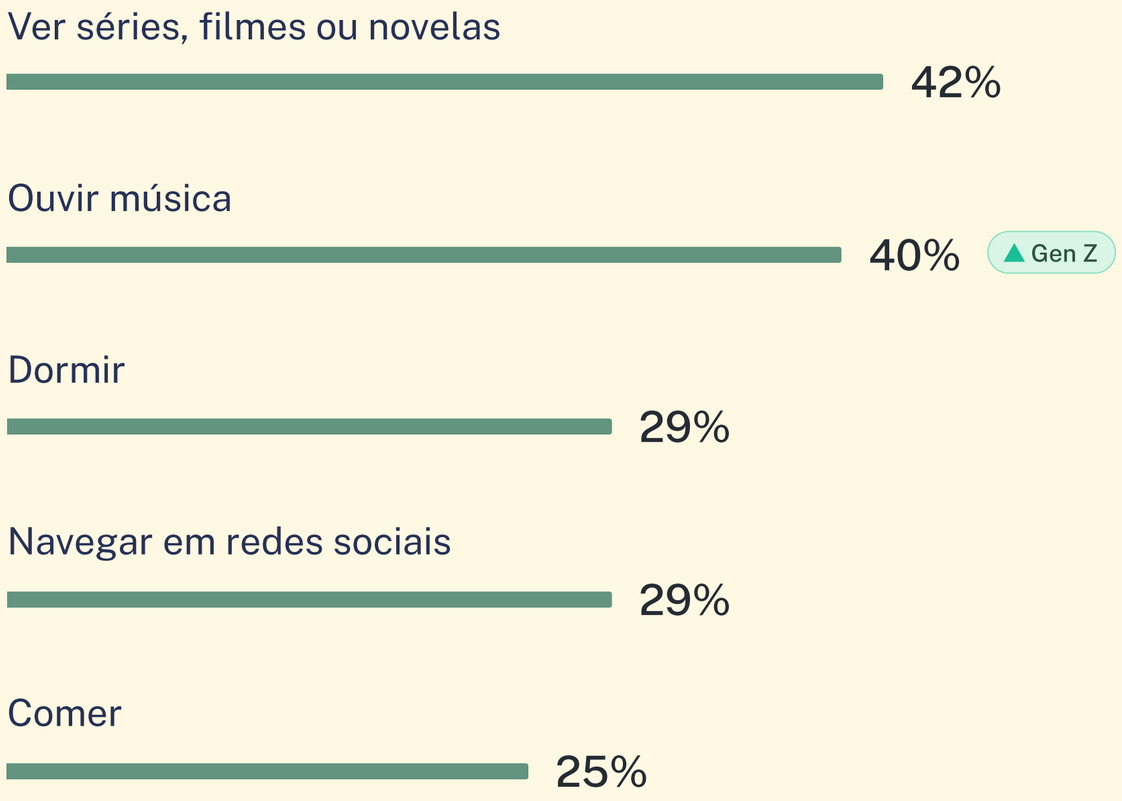
PAUSA PARA RELAXAR

O descanso é fundamental para cuidar da nossa saúde física, mental e emocional.

Mas como os brasileiros têm aproveitado seu tempo livre? Quais atividades mais os atraem?

TOP 5

O que mais gostam de fazer no tempo livre:



NEM SÓ DE PÃO E FESTA VIVE O BRASILEIRO

52%

dos respondentes possuem emprego fixo, enquanto:

- **12%** trabalham em posições temporárias
- **36%** estão desempregados

1/3 dos entrevistados que trabalham estão satisfeitos com o salário que recebem.

Vamos entender melhor o que o brasileiro tem pensado sobre seu ambiente de trabalho, salário e carreiras?

Gosto da carreira que estou seguindo

53% Concorda

Realizo outras atividades para complementar minha renda

52% Concorda

Com meu salário, consigo pagar minhas contas com tranquilidade

47% Concorda

Atualmente, tenho vontade de mudar de emprego

45% Concorda ▲ Gen Z

Diferente de outras gerações, a Z tende a valorizar mais a satisfação pessoal no trabalho.

Meu trabalho me proporciona uma boa qualidade de vida

45% Concorda

Sinto que meu trabalho prejudica minha saúde mental

32% Concorda

FAZ O PIX

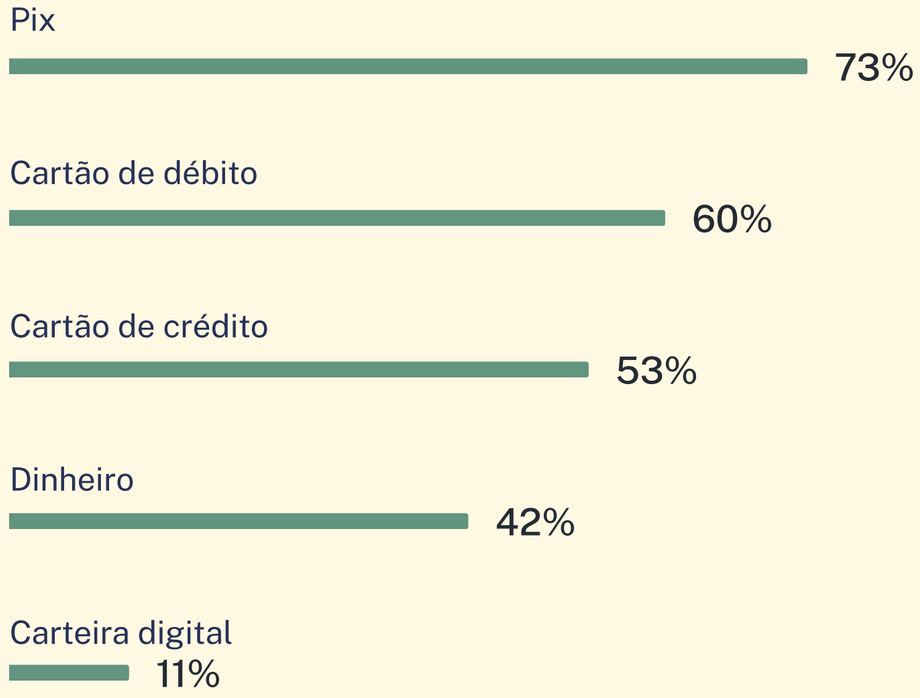
O Pix dominou de vez as transações no Brasil, refletindo um comportamento cada vez mais digital e imediato.

Já o débito, em segundo lugar, sugere que muitas pessoas ainda preferem ter um melhor controle sobre o dinheiro, evitando surpresas na fatura.

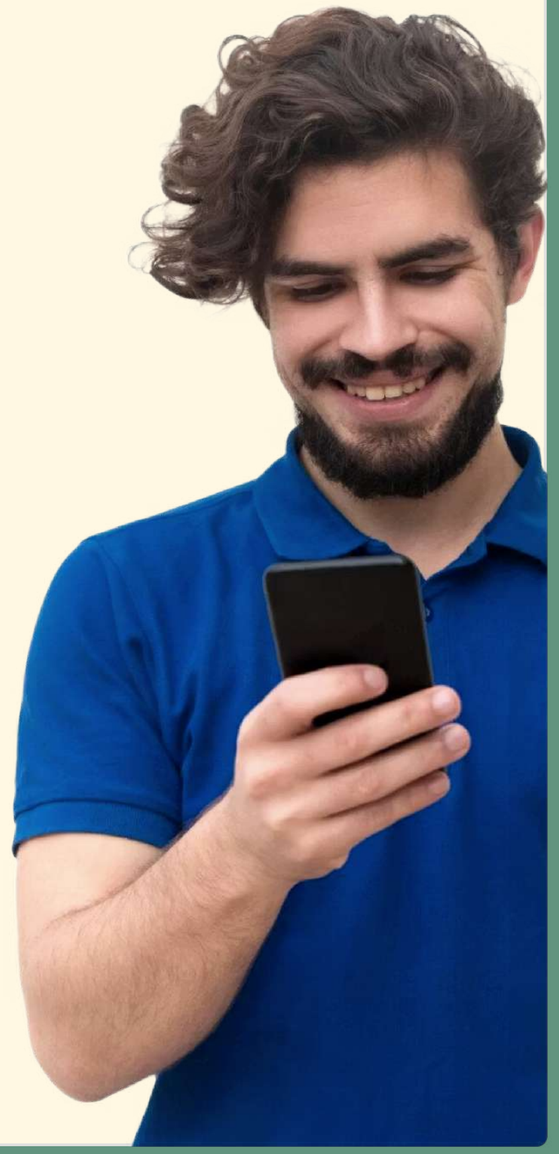
Vale destacar que o crédito, que figura na terceira posição, pode não ser só uma questão de escolha, mas também de acesso.

TOP 5

Formas de pagamento mais utilizadas:



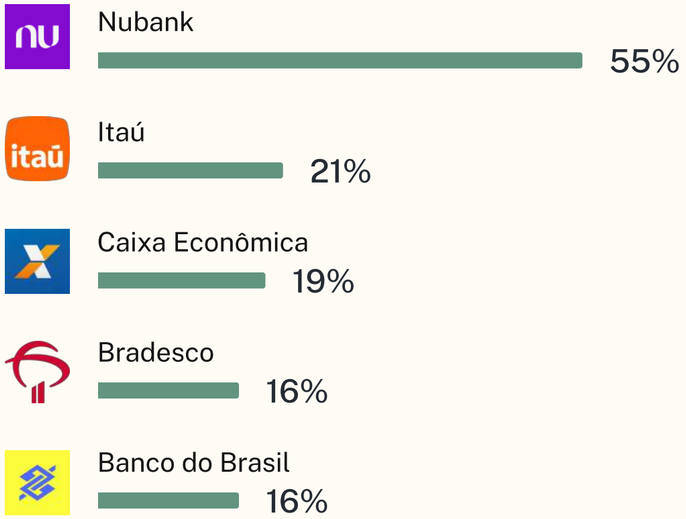
Clusters | Base: MeSeems



76% dos respondentes da **base dos Clusters** afirmam possuir um cartão de crédito. Destes, 37% fazem parte de algum programa de fidelidade.

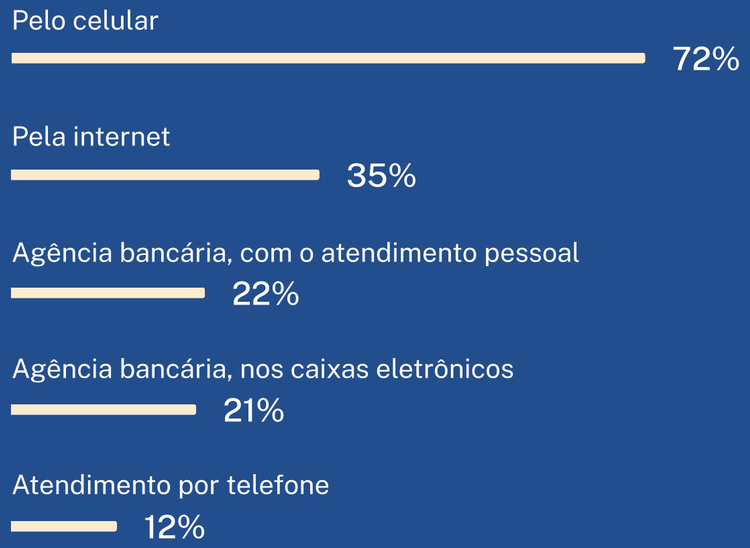
TOP 5

Emissoras mais populares de cartão de crédito:



Clusters | Base: MeSeems

Meios para se relacionar com banco/empresa onde possui conta:



Clusters | Base: MeSeems

A preferência por resolver tudo pelo app ou pela internet mostra que praticidade e autonomia são cada vez mais valorizadas.

O Nubank lidera o ranking em todas as regiões. Já os demais bancos variam de posição, com o Banco Inter ocupando alguns lugares no top 5.

A PESSOA BRASILEIRA

BRASILIDADES 2025

ESTUDO ORIGINAL | MINDMINERS

A PESSOA BRASILEIRA

TRABALHADORA

fã de cinema e música

MULHER

veste roupas leves, despojadas, casuais

ADULTA

CRIATIVA

FELIZ

orgulhosa de ser brasileira e de suas raízes

ama lasanha, nunca falta café nem a cervejinha

RESILIENTE

pele parda

cabelo escuro, comprido e cacheado

GUERREIRA

conectada ao mundo digital

DIVERTIDA

GENTE BOA

amante da natureza

*No questionário de imagens, buscamos entender quais características físicas os entrevistados mais associam ao brasileiro. Para isso, perguntamos sobre cabelos, roupas, calçados, tons de pele, idade e gênero.

** Imagem gerada por IA a partir dos resultados do questionário.

ALÉM DAS APARÊNCIAS

46%

dos respondentes disseram que em algum momento da vida sofreram algum tipo de discriminação ou preconceito.

▼ Homens

TOP 5

Tipos de discriminação ou preconceito enfrentados:

A xenofobia foi mencionada por **12%** dos participantes, com a maioria dessas pessoas vindas das regiões Nordeste.

Apesar de existir uma ideia do que seria uma "pessoa brasileira", ser brasileiro é muito mais complexo do que isso.

Somos um mosaico de peles, corpos e estilos - e essa diversidade vai muito além da aparência.

O grande problema é que, por mais que muitos falem sobre respeitar as diferenças, o preconceito, seja velado ou não, ainda está por aí.

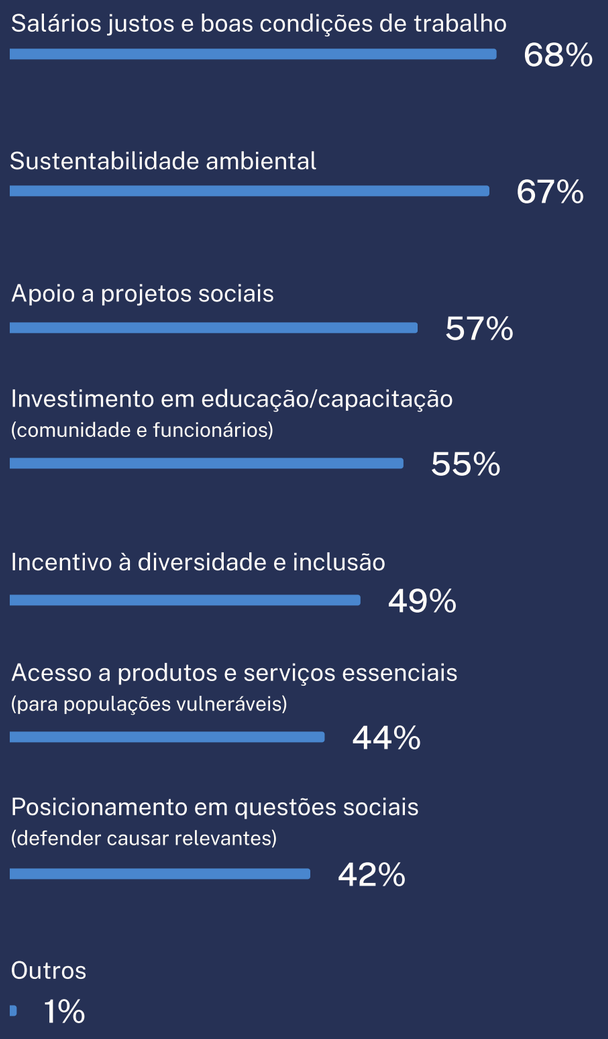
Como as marcas podem ser mais atuantes nesse cenário, mostrando que o Brasil é um país rico justamente pela mistura de povos e culturas?

MARCAS CONSCIENTES

67%

dos respondentes acham que as marcas deveriam ter mais responsabilidades na sociedade.

Quais dessas iniciativas você acha que as empresas deveriam ter?



TOP 5 Menções espontâneas

Marcas que mais impactam o Brasil com projetos culturais, sociais e ambientais:

21% dos entrevistados não souberam responder, e **11%** disseram "nenhuma".

COMO TER REPERTÓRIO?

48%
comprariam mais produtos de marcas que representassem melhor suas regiões e culturas

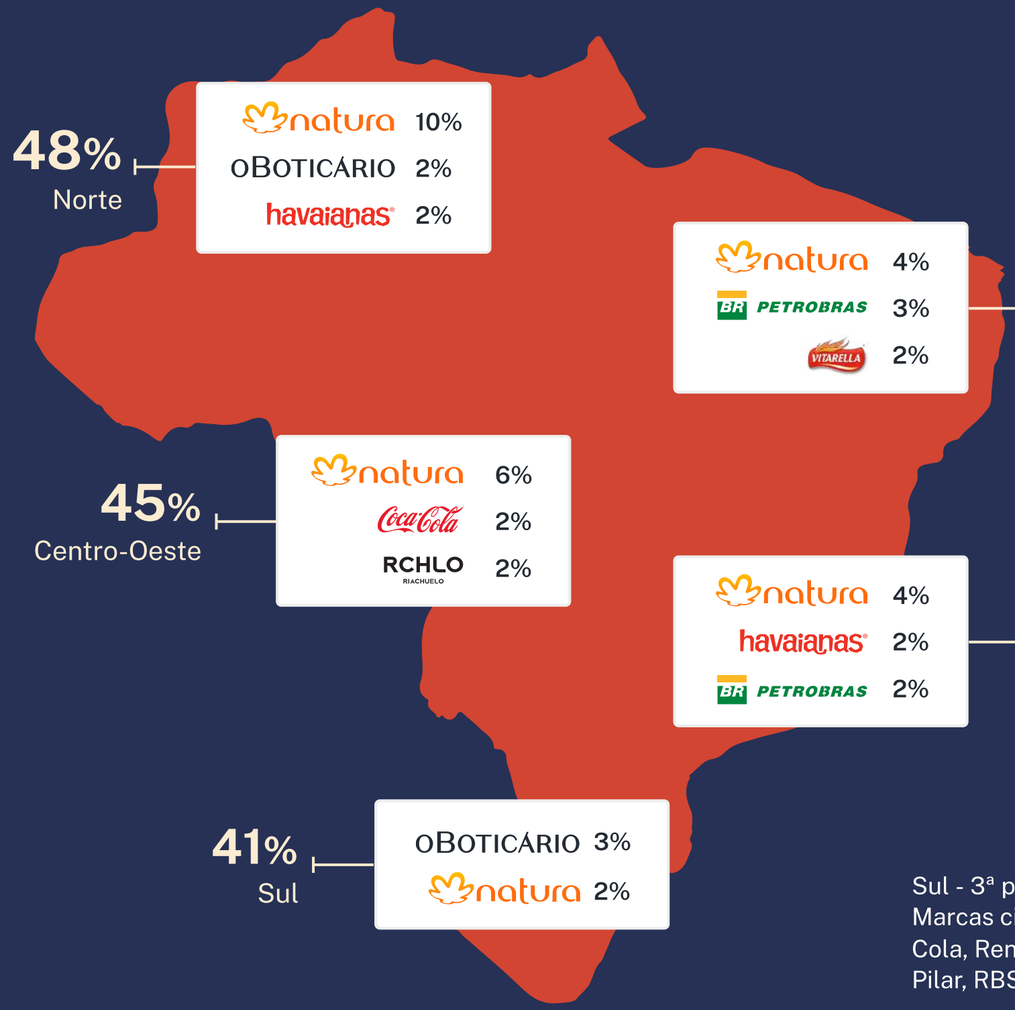
40%
dos respondentes afirmam acreditar que exista uma marca que represente bem a região em que moram.

A Natura é a marca mais citada pela maioria das regiões.

natura

Existe alguma marca que você acredita que representa bem a região em que você mora?

*% **que concorda** que existe alguma marca que representa bem a região em que mora
*Top3 Marcas que melhor representam as regiões - menções espontâneas



Sul - 3ª posição com 1%:
Marcas citadas: Petrobrás, Coca-Cola, Renner, Sadia, Tramontina, Pilar, RBS TV, Coamo.

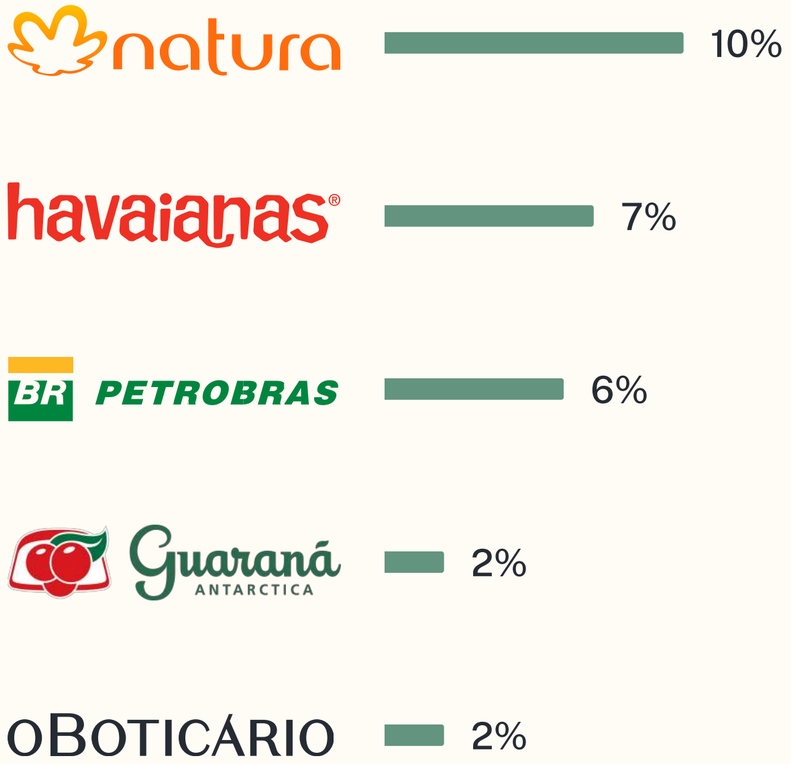
A MARCA DO BRASIL

51%

acreditam que existe uma marca que representa bem todo o Brasil.

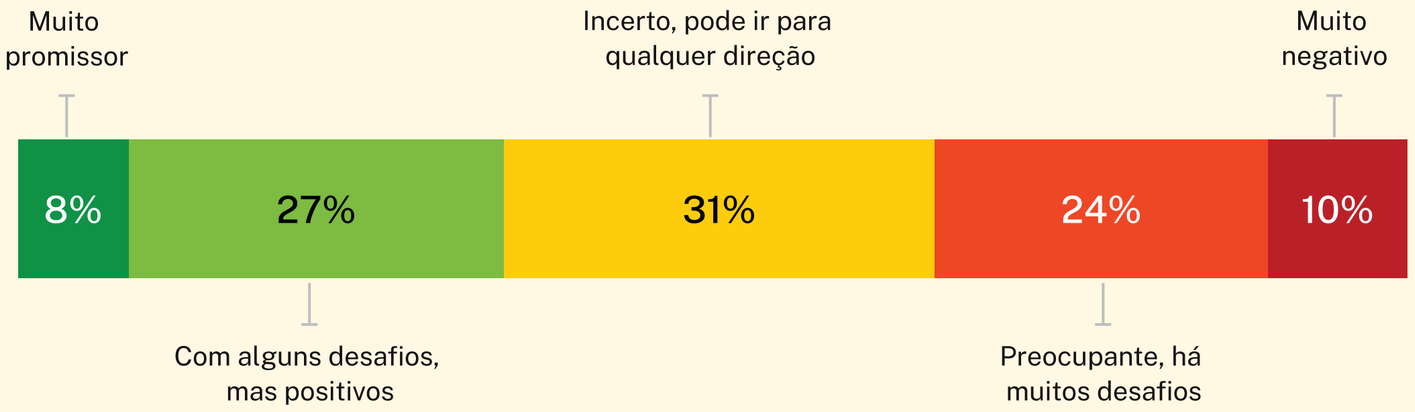
TOP 5 Menções espontâneas

Marcas que representam bem a identidade nacional



FUTURO DA NAÇÃO

Como os brasileiros enxergam o futuro do Brasil nos próximos 10 anos?



As percepções estão bem divididas. Enquanto **35% se mostram otimistas**, acreditando que as coisas podem melhorar, **31% permanecem em dúvida**, sem saber exatamente o que esperar. Já **34% se mostram preocupados ou pessimistas**, talvez devido aos desafios econômicos, sociais e políticos que ainda enfrentamos.

O país precisa ter um olhar mais atento às verdadeiras necessidades da população.

Como marcas e governos podem se envolver de maneira profunda nas questões mais sensíveis da nossa sociedade, criando soluções que realmente façam do Brasil um lugar melhor para se viver?

PRINCIPAIS INSIGHTS DA PESQUISA:

Brasilidade é...

A força, a resiliência e a alegria que atravessam o país de norte a sul, sempre guiadas pela fé e pela esperança.

É também o orgulho pelas raízes, pelos costumes, pela cultura vibrante e pela riqueza natural e gastronômica - que fazem do Brasil um lugar único.

É a essência de um povo criativo, acolhedor, divertido e solidário, que se reconhece como honesto e batalhador.

Um povo apaixonado por boas histórias — reais ou não —, pelas festas e pelas músicas que celebram sua diversidade e reafirmam, a cada encontro, o que significa ser brasileiro.

Identidade nacional

Compreender os diversos Brasis é essencial, mas conectar-se verdadeiramente com a identidade nacional é o que faz a diferença.

As marcas estão realmente atentas a essa essência e prontas para dialogar com a verdadeira brasilidade?

Juntos por um Brasil melhor

As inquietações sobre economia, saúde e meio ambiente mostram que o orgulho de ser brasileiro também vem acompanhado de desafios.

Como as marcas podem ir além da conexão emocional e contribuir, de forma concreta, para melhorar essa realidade?

Múltiplas essências

Cada região tem sua própria identidade. Para as marcas, entender essas **particularidades** é essencial para se tornarem mais relevantes.

Adaptar a comunicação, valorizar vozes locais, criar produtos inspirados na cultura regional e apoiar iniciativas comunitárias são passos para fortalecer essa conexão. Afinal, respeito e representatividade são fundamentais para construir uma relação autêntica com todo o país.

Para se conectar de verdade com os brasileiros,

sua marca precisa sentir o que eles sentem.

Quer construir uma marca forte e verdadeiramente brasileira? Comece entendendo como o brasileiro te vê.

Saiba mais

MindMiners. Questione mais.

MINDMINERS

Para conhecer mais sobre a plataforma e soluções da MindMiners, **acesse o nosso site**. Você também pode ficar de olho em tendências e estudos comportamentais de diversas categorias por meio do **nosso blog**.

www.mindminers.com

A MindMiners é a solução de consumer insights mais eficiente para orientar decisões de negócio e transformar dados confiáveis em ações. Combinamos expertise em pesquisa, tecnologia e inteligência de dados para ajudar empresas a entenderem o comportamento dos consumidores e venderem mais.

Responsáveis por esse estudo:

Danielle Almeida
Coordenação

Flávia Rodrigues
Pesquisa, análise e conteúdo

Edno Colferai
Direção de arte e diagramação

Apoio técnico:

Diego Rosa | Camila Alves | Ananda Araújo

Siga a MindMiners nas redes sociais: