



NATAL NA USINA 2025

Métricas, Evidências e Indicadores Consolidados
do Impacto Socioeconômico e Cultural do Festival

ATUA COMUNICAÇÃO CRIATIVA & OBSERVACULT/UFPB

RELATÓRIO EXECUTIVO ABERTO À SOCIEDADE

• JOÃO PESSOA, 2026 •

A CULTURA COMO VETOR DE PERFORMANCE E RENDA



O Natal na Usina transcende o entretenimento sazonal e atua como um autêntico **laboratório de desenvolvimento endógeno** na Paraíba.

Realizado há 12 anos consecutivos, na Usina Cultural Energisa, através da Lei Rouanet, Ministério da Cultura e Governo Federal, com apoio do Instituto Energisa, patrocínio do Grupo Energisa e com curadoria e produção da Atua Comunicação Criativa, o festival é fundamentado em governança e responsabilidade social (ESG), e prova empiricamente que o investimento em **Economia Criativa** mitiga a informalidade laboral e retém capital de forma qualificada no território paraibano.

Eixos de Análise Investigados



Macroeconomia e Retorno Fiscal



Acessibilidade e Inclusão Protagonista



Demografia e Identidade do Público



Mobilidade Urbana e Direito à Cidade

METODOLOGIA E AMOSTRAGEM



Público Geral (N=402)

Amostra probabilística casual simples com base no universo de 20.000 circulantes (cobertura de 2,01%).
95% de Confiança | Erro: 4,8%



Cadeia Artística (N=21)

Aplicação de protocolo de *Data Cleansing* sobre 24 submissões originais para validação estatística de 21 grupos/profissionais.



Validação Institucional

Balizado pelos parâmetros globais do **Culture Counts** e protegido pela Lei Estadual nº 13.466/2024 como **Patrimônio Cultural Imaterial da Paraíba**.

Fotos: Roan Nascimento/Atua Comunicação Criativa



O RETORNO DO INVESTIMENTO (ROI)

Foto: Roan Nascimento/Atua Comunicação Criativa



R\$ 16,68

ROI SOCIAL E SISTÊMICO
DEVOLVIDOS À SOCIEDADE

Para cada **R\$ 1,00** de incentivo fiscal recebido (R\$ 550 mil), o Natal na Usina devolveu **R\$ 16,68** em valor à sociedade.

Este índice reflete o Índice de Produtividade Global do festival, mensurando a atração de investimentos, o consumo direto gerado e o valor de visibilidade de mídia agregada ao patrimônio público.

VALOR GLOBAL INDUZIDO: R\$ 9.173.243,56

DINÂMICA DE CONSUMO E INJEÇÃO COMERCIAL

Gasto Bruto Declarado por Segmento (Amostra)



73,9%

Do público realizou consumo ativo dentro do evento.

A movimentação financeira líquida estimada na base da cadeia produtiva local e do entorno foi de **R\$ 1.455.235,82.**

Fotos: Roan Nascimento/Atua Comunicação Criativa



DEVOLUÇÃO TRIBUTÁRIA AOS COFRES PÚBLICOS

O Natal na Usina opera com uma taxa de autofinanciamento tributário de **42,5%**

Significa que quase metade de todo o incentivo público captado retorna de forma direta e imediata sob a forma de tributos estaduais e municipais induzidos pela dinâmica de produção e consumo.

Origem do Imposto	Valor Gerado (R\$)
ICMS Induzido (Consumo)	R\$ 202.588,56
ISS Municipal Induzido (Consumo)	R\$ 609,45
ICMS Direto (Insumos)	R\$ 13.232,22
ISS Municipal Direto (Fornecedores)	R\$ 17.168,81
Arrecadação Total Estimada	R\$ 233.599,04

Fotos: Roan Nascimento/Atua Comunicação Criativa



VALOR DE EXPOSIÇÃO INSTITUCIONAL (MEDIA VALUE)

Fotos: Roan Nascimento/Atua Comunicação Criativa



R\$ 4.107.743,56

VALORAÇÃO TOTAL DE MÍDIA

O festival converteu sua presença urbana e digital em um expressivo patrimônio de visibilidade espontânea e programada:

-  Painéis de LED de alto fluxo e Busdoors na Grande JP.
-  Ativação massiva em mídias OOH e plataformas digitais.
-  Ampla cobertura da imprensa tradicional (mídia espontânea).

GERAÇÃO DE TRABALHO (ODS 8)

600

POSTOS DE TRABALHO

100%

PAGAMENTO PONTUAL

95%

FORNECEDORES LOCAIS

60%

DESTINADO A MICROEMPREENDEDORES
INDIVIDUAIS (MEIs)

Ao injetar 60% do orçamento de fornecedores diretamente em Microempreendedores Individuais locais, o Natal na Usina combate o subemprego e garante a fixação interna da riqueza econômica na Paraíba.

Fotos: Roan Nascimento/Atua Comunicação Criativa



INCLUSÃO COMO PILAR E GESTÃO DA ACESSIBILIDADE

-  **Sala de Regulação Sensorial:** Ambiente acolhedor inédito criado para pessoas neurodiversas em momentos de sobrecarga.
-  **Acessibilidade Comunicacional:** Libras em 100% dos palcos, audioguia, audiodescrição e folhetos em braille distribuídos.
-  **Nada Sobre Nós Sem Nós:** Curadoria compartilhada e presença ativa de mulheres surdas na coordenação do Sarau Florescer das Mãos.

9,5%

Da força de trabalho técnica e artística do festival foi composta por **Pessoas com Deficiência (PCD)**, além de presença das Mães Atípicas da FUNAD na Feirinha, estimulando a geração de renda.

4,5%

Do público frequentador do Natal na Usina declarou-se PCD/Neurodivergente.

Foto: Roan Nascimento/Atua Comunicação Criativa



QUEM CONSOME O FESTIVAL?



Gênero

49,8% Mulheres Cis
39,1% Homens Cis
2,2% Não-bináries



Estado Civil

49,8% Solteiros sem filhos
18,2% Casados com filhos



Geografia

80% são moradores
de João Pessoa

Faixa Etária Predominante

25 a 35 anos

37,8%

36 a 49 anos

27,1%

50 a 60 anos

12,7%

18 a 24 anos

2,4%

Fotos: Roan Nascimento/Atua Comunicação Criativa



DIVERSIDADE, ESCOLARIDADE E RENDA DO PÚBLICO

Raça e Orientação

- Branca: 39,3%
- Parda: 36,3%
- Preta: 17,9%

A comunidade **LGBTQIAPN+** representa **34,2%** da audiência.

Capital Intelectual

- Ensino Superior: 47,5%
- Pós-Graduação: 32,1%
- Ensino Médio: 14,2%

Alto índice de letramento e engajamento crítico.

Renda Bipolarizada

- Acima de 5 S.M.: 27,9%
- Até 2 Salários Mínimos: 27,4%
- De 2 a 4 S.M.: 24,9%

7,5% recebem Bolsa Família/CadÚnico.

Foto: Roan Nascimento/Atua Comunicação Criativa



PERFIL E CONTEXTO SOCIAL DOS ARTISTAS

O perfil dos artistas contratados (N=21) revela uma importante inversão demográfica e um forte indicador de inclusão social por meio do festival:

 **Raça:** 52,4% brancos, 23,8% pretos e 19,0% pardos.

A representação preta é **3x maior** do que a identificada no público geral

 **Território:** 90,5% residem na capital paraibana

A Fratura Laboral Crônica

- 23,8% dependem diretamente do Bolsa Família/CadÚnico
- 42,9% possuem a arte como sua única fonte de sustento
- 23,8% ganham menos de 1 salário mínimo por mês com cultura
- 19,0% não possuem nenhuma regularidade anual de renda na arte

33,3% da faixa de pagamentos do Natal na Usina foi entre R\$ 3.001,00 e R\$ 5.000,00 (33,3%)

Foto: Roan Nascimento/Atua Comunicação Criativa



O case do ICMS Cultural de 2025, impactou negativamente as faixas de pagamentos dos cachês artísticos. Ainda assim, o Natal na Usina injetou, R\$ 215.820,78 de ICMS nos cofres públicos do Estado, mais do dobro do que os R\$ 100.000,00 que não recebeu.

INFRAESTRUTURA E O IMPULSIONAMENTO DE CARREIRAS

Critério Avaliado pelos Artistas	Classificação "Excelente" (%)
Suporte Geral de Produção	90,5%
Comunicação Pré-Evento com Elenco	81,0%
Infraestrutura Técnica (Som e Luz)	66,7%
Importância para Visibilidade Profissional	100% (Nota 10)

91,7%

Dos artistas que passaram em outras edições do Natal na Usina afirmam, com convicção, que sua participação no festival atuou como vitrine e gerou **novos contratos e convites comerciais** no mercado pós-evento.

Foto: Roan Nascimento/Atua Comunicação Criativa



HÁBITOS CULTURAIS E A USINA CULTURAL ENERGISA



Porta de Entrada

18,2% dos entrevistados raramente ou nunca participam de atividades culturais. O festival é seu canal exclusivo de acesso anual.



Valoração Espacial

36,1% veem a Usina Cultural como um espaço essencial e **39,8%** como muito importante. **9,4%** pisaram no local pela primeira vez no Natal na Usina.



Olhos da Rua

68,2% conferiram **Nota 10 (Totalmente Seguro)** à segurança. O alto fluxo humano e iluminação pública inibem naturalmente delitos urbanos.

MOBILIDADE URBANA E CIDADANIA LIMITADA

O deslocamento até ao festival evidencia traços nítidos de desequilíbrio entre o modo de chegar, o gênero e raça na cidade de João Pessoa:

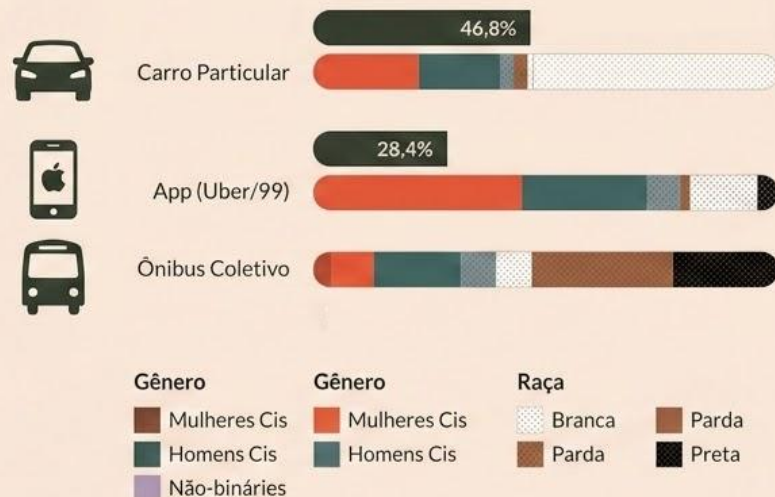


Foto: Roan Nascimento/Atua Comunicação Criativa



! Racialização da mobilidade: O uso do carro particular é amplamente dominado pelo público branco; pessoas pardas e pretas chegam ao Natal na Usina por meio de ônibus ou caminhando. Demonstra a desigualdade socioeconômica brasileira.

Infraestrutura de Proteção: Mulheres e minorias LGBTQIAPN+ utilizam o transporte por app majoritariamente como medida de autoproteção noturna. **Custo de segurança** já é uma premissa de consumo pré-evento.

UNIVERSO DIGITAL VS. MÍDIA FÍSICA

Fotos: Roan Nascimento/Atua Comunicação Criativa



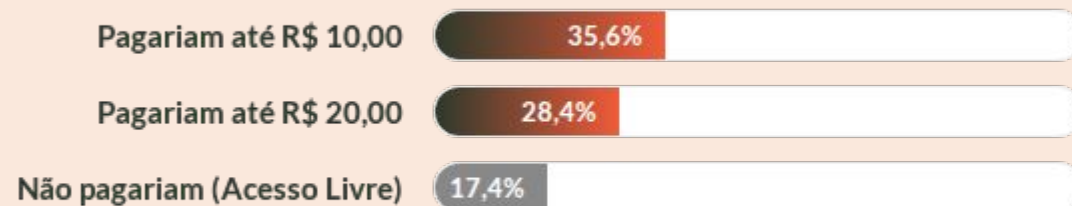
77,9%

Dos visitantes afirmam que utilizariam um aplicativo voltado à divulgação da cultura em João Pessoa.

Como o Natal na Usina chegou ao público:

- ❌ **Materiais Impressos:** 72,4% do público não teve absolutamente nenhum contato com materiais físicos (cartazes/panfletos).
- 👍 **Protagonismo Digital:** 64,4% descobriram e acompanharam a programação exclusivamente através das redes sociais.

DISPOSIÇÃO A PAGAR (WTP) VS DEMOCRATIZAÇÃO



- Ticket Médio Estimado por WTP: **R\$ 13,71**
- Potencial Abstrato de Bilheteria Oculta: **R\$ 209.378,00**
(o que financiaria de forma autônoma 31,6% de toda a infraestrutura do festival).

*A manutenção da gratuidade é uma assertiva escolha política do
Natal na Usina, em cumprimento integral do
Artigo 215 da Constituição Federal.*

Fotos: Roan Nascimento/Atua Comunicação Criativa



CONSOLIDAÇÃO INSTITUCIONAL

O Fator Confiança da Marca

12,9%

Do público compareceu ao Natal na Usina sem sequer consultar previamente a grade de atrações.

Eles foram porque confiam na curadoria, na segurança e na experiência oferecida.

O festival tornou-se uma certeza afetiva e geográfica integrada ao patrimônio urbano.

DIRETRIZES ESTRATÉGICAS - VISÃO 2026

Infraestrutura Urbana

Pactuar "Linhas Corujão" temporárias com a SEMOB e estabelecer bolsões iluminados e sinalizados de embarque para transporte por aplicativos.

Transição Digital Integrada

Desenvolver jornadas Omnichannel via QR Codes espalhados nas mesas de alimentação e feiras artesanais, atrelando descontos diretos ao download do App.

Captação ESG e Retenção

Utilizar o ROI Sistêmico irrefutável de 16,68 como principal ativo em rodadas de negócios com grandes empresas para retenção de IRPJ e ICMS locais.

Curadoria Ativa e Mapeamento para a Diversidade

- Continuar a “Busca Ativa” como política de curadoria: utilizando a inteligência de rede e o banco de talentos de projetos parceiros (como o Viva Usina) para guiar os convites diretos do festival.
- **A Força da Tradição:** manter o modelo atual de convites já garante que **30% da grade** seja focada em Cultura Popular e saberes ancestrais.
- **Acessibilidade no Palco:** em 2025, a curadoria ativa permitiu que **9,5% da força de trabalho** técnico e artístico fosse composto por Pessoas com Deficiência (PCDs) ou com mobilidade reduzida - manter ou melhorar.
- **Enegrecimento e Descentralização:** O olhar atento da curadoria resultou na contratação de **23,8% de artistas autodeclarados pretos** (um índice três vezes maior que a média demográfica do estado), além de interiorizar o festival trazendo nomes de cidades como Conde, Bayeux, Santa Rita, Campina Grande, Cabedelo e Alagoa Grande, entre outros.

A Cultura é uma Matriz de Alta Performance

“Ao longo de suas 12 edições, o festival se tornou um vetor de irradiação social e um marco no calendário da capital paraibana. Com acesso gratuito e foco na acessibilidade, ele celebra nossa identidade, acolhe a diversidade, defende tradições populares e abre espaço para o novo, sempre com respeito e afeto.”

Delânia Azevedo

Gerente de Investimento Social da Energisa

“Os dados comprovam de forma categórica: o fomento à cultura na Paraíba não é um subsídio assistencial ou fundo perdido. Trata-se de uma estratégia de alto rendimento socioeconômico e fiscal para o Estado.”

Dina Faria

Diretora Geral

Atua Comunicação Criativa / Natal na Usina



Assine gratuitamente nossa newsletter e receba a pesquisa na íntegra, em primeira mão

www.substack.com/@atuacomunicaocriativa

Acompanhe a Atua Comunicação Criativa

www.atuacomunicacao.online | [@atuacomunicaocriativa](https://www.instagram.com/atuacomunicaocriativa)

Acompanhe o Natal na Usina

www.natalnausina.com.br | [@natalnausina](https://www.instagram.com/natalnausina)