2026

Relatório da Pesquisa sobre o Grau de Conhecimento Cultural Mútuo entre Jovens da China e do Brasil

CICG Center for Americas
中国外文局美洲传播中心（北京周报社）

FESPSP
FUNDAÇÃO ESCOLA DE SOCIOLOGIA E POLÍTICA DE SÃO PAULO

Novembro de 2026

Preâmbulo

China e Brasil são, respectivamente, os maiores países em desenvolvimento dos hemisférios oriental e ocidental, além de membros fundadores do BRICS e importantes mercados emergentes. Nos últimos anos, a cooperação bilateral em áreas como comércio, investimento, ciência e tecnologia, educação e cultura vem se expandindo continuamente, enquanto os intercâmbios interpessoais se tornam cada vez mais frequentes, impulsionando de forma constante a construção da comunidade de futuro compartilhado China–Brasil. Os jovens representam o futuro dos dois países e constituem a força mais dinâmica para o diálogo entre civilizações e o fortalecimento da amizade entre os povos. Em um contexto de profundas transformações na conjuntura global, os intercâmbios e o aprendizado mútuo entre civilizações deparam-se simultaneamente com novas oportunidades e desafios. Compreender de maneira aprofundada o nível de conhecimento que os jovens chineses e brasileiros possuem sobre a cultura um do outro, identificar consensos cognitivos e reduzir diferenças de percepção são ações de grande relevância para promover o intercâmbio civilizacional sino-brasileiro, aprofundar a amizade entre os povos e consolidar a base social da cooperação bilateral.

Em 2026, China e Brasil celebram conjuntamente o "Ano Cultural". Nesse novo momento histórico. O Centro das Américas do Grupo de Comunicações Internacionais da China (CICG) e a Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo (FESPSP) realizaram conjuntamente a "Pesquisa sobre o Grau de Conhecimento Cultural Mútuo entre Jovens da China e do Brasil", com o objetivo de compreender a situação atual e as atitudes dos jovens dos dois países em relação à cultura um do outro. Com base nos resultados da pesquisa, busca-se apresentar sugestões para fortalecer a cooperação cultural e os intercâmbios interpessoais entre China e Brasil, oferecendo referências para o aprendizado mútuo entre civilizações, a comunicação cultural e a aproximação entre os povos dos dois países.

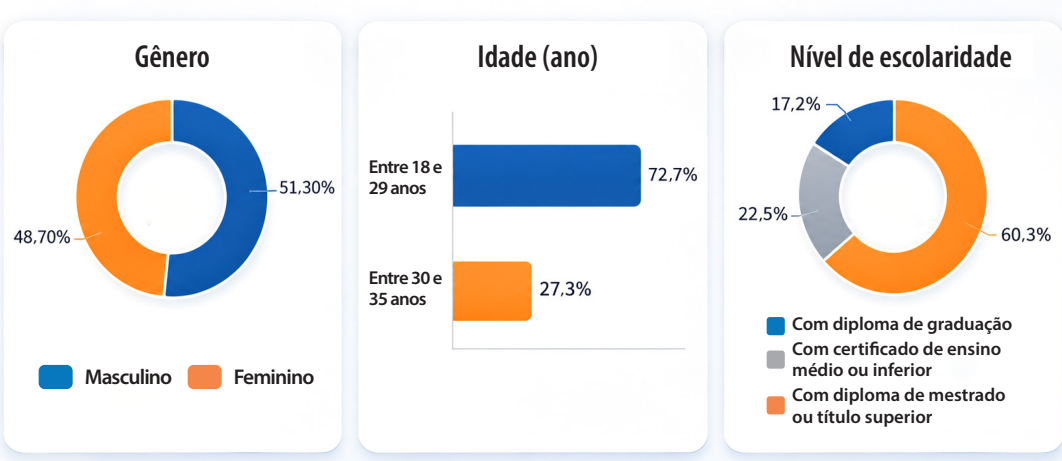
Os resultados da pesquisa mostram que mais de 90% dos entrevistados chineses e brasileiros demonstram interesse pela cultura do outro país. O conhecimento cultural dos jovens de ambos os países já não se limita a símbolos culturais visíveis, expandindo-se gradualmente para dimensões mais profundas, como valores, governança social e práticas de desenvolvimento. A televisão, os vídeos longos, os vídeos curtos e as plataformas de redes sociais tornaram-se os principais canais pelos quais os jovens da China e do Brasil conhecem a cultura do outro país. Conteúdos culturais digitais e audiovisuais, assim como experiências culturais imersivas, são especialmente valorizados pelos jovens. Ao mesmo tempo, a pesquisa mostra que as barreiras linguísticas e a distância geográfica ainda limitam, em certa medida, o contato e a compreensão mútua entre os jovens dos dois países. Os entrevistados também demonstraram elevadas expectativas em relação aos intercâmbios culturais sino-brasileiros: mais de 80% afirmaram estar dispostos a participar futuramente de atividades voltadas à promoção do entendimento mútuo entre China e Brasil, além de acreditarem que os jovens devem desempenhar um papel ainda mais relevante no aprofundamento dos intercâmbios humanos entre os dois países.

Introdução à pesquisa

A pesquisa foi realizada entre jovens da China e do Brasil por meio de questionários online, em levantamento conduzido pela Beijing Dataway Horizon Co., Ltd. O questionário foi estruturado em quatro dimensões: (1) nível de interesse e grau de contato efetivo dos jovens com a cultura do outro país; (2) grau de conhecimento sobre conteúdos culturais específicos; (3) demandas por informações culturais sobre o outro país; e (4) atitudes em relação aos intercâmbios culturais bilaterais. O objetivo foi apresentar, de forma objetiva e abrangente, o panorama contemporâneo do conhecimento cultural mútuo entre os jovens chineses e brasileiros.

A pesquisa foi realizada simultaneamente nos dois países entre setembro e outubro de 2026, tendo como público-alvo jovens de 18 a 35 anos. Foram coletados 2.078 questionários válidos, sendo 1.028 da China e 1.050 do Brasil.

Estrutura da amostra de entrevistados (%)



Principais descobertas

I. Os jovens dos dois países demonstram forte interesse pela cultura um do outro e adotam atitudes ativas em relação ao conhecimento cultural.

O conhecimento cultural se constrói a partir do contato. Esta pesquisa mediu o grau de compreensão cultural dos jovens chineses e brasileiros a partir de três dimensões: circulação de pessoas, participação em atividades culturais e contato cotidiano. Os resultados mostram que os jovens dos dois países demonstram forte interesse pela cultura do outro e adotam uma postura ativa e propositiva na busca por esse conhecimento.

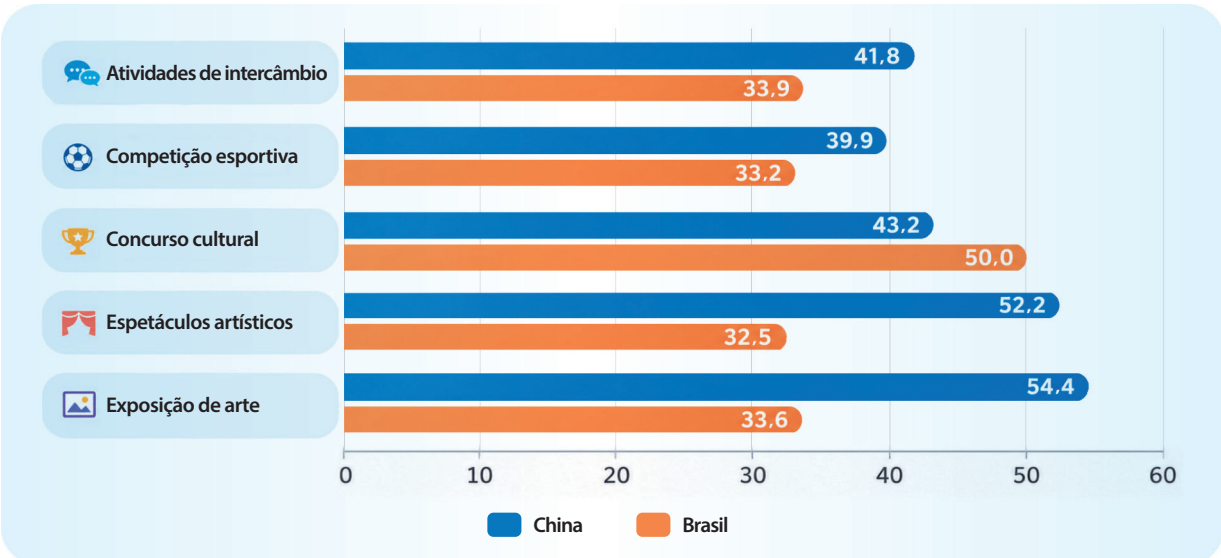
1. A escala dos contatos continua se ampliando, enquanto as formas de intercâmbio apresentam características distintas.

Entre os entrevistados chineses, 18,0% já visitaram o Brasil; entre os brasileiros, 13,5% já estiveram na China. Em comparação com os resultados do "Relatório de Pesquisa sobre o Conhecimento Cultural Mútuo entre as Gerações Z Chinesa e Brasileira" realizado pelo Centro das Américas do CICG em 2023, houve crescimento significativo: naquele momento, apenas cerca de 2% dos jovens chineses haviam visitado o Brasil e aproximadamente 6% dos jovens brasileiros haviam visitado a China.

Entre os que já estiveram no outro país, cerca de 70% dos jovens chineses permaneceram no Brasil por até seis meses, enquanto aproximadamente 90% dos brasileiros permaneceram na China pelo mesmo período. Isso demonstra que as políticas recentes de isenção de visto favoreceram viagens de curta duração, turismo e programas de intercâmbio entre os jovens dos dois países.

Quanto às atividades relacionadas à cultura do outro país realizadas em seus próprios países, os entrevistados chineses participaram principalmente de exposições de arte (54,4%) e apresentações artísticas (52,2%), enquanto os brasileiros participaram majoritariamente de competições culturais (50,0%). Os jovens chineses entram em contato com a cultura brasileira sobretudo por meio de experiências de observação, como exposições e espetáculos, ao passo que os jovens brasileiros conhecem a cultura chinesa principalmente por meio de atividades organizadas e participativas, como concursos e competições culturais.

Figura 1 – Tipos de atividades culturais do outro país das quais os jovens chineses e brasileiros participaram em seus respectivos países (%)



2. O intercâmbio e a difusão cultural contínuos aumentaram a atratividade cultural entre os jovens dos dois países.

Na pergunta sobre o "grau de interesse pela cultura da China/Brasil", em uma escala de 0 a 10 (0 = nenhum interesse; 10 = muito interesse), mais de 90% dos entrevistados brasileiros e chineses atribuíram notas iguais ou superiores a 5. Isso demonstra que os jovens de ambos os países se sentem fortemente atraídos pela cultura do outro, o que está diretamente relacionado à riqueza histórica e cultural das duas nações, bem como aos contínuos intercâmbios culturais realizados nos últimos anos.

Em comparação com a pesquisa de 2023, a proporção de jovens chineses que atribuíram nota igual ou superior a 5 ao interesse pela cultura brasileira aumentou de 56,2% para 96,6%, um crescimento de 40,4 pontos percentuais. Essa mudança está relacionada à ampliação dos canais de difusão da cultura brasileira na China: elementos gastronômicos, como o churrasco brasileiro e o açaí, passaram a integrar cenários urbanos de consumo; o jiu-jitsu brasileiro tornou-se popular em academias e comunidades jovens; esportes como futebol e vôlei mantêm ampla presença midiática; e músicas e danças brasileiras aparecem cada vez mais nas plataformas de vídeos curtos.

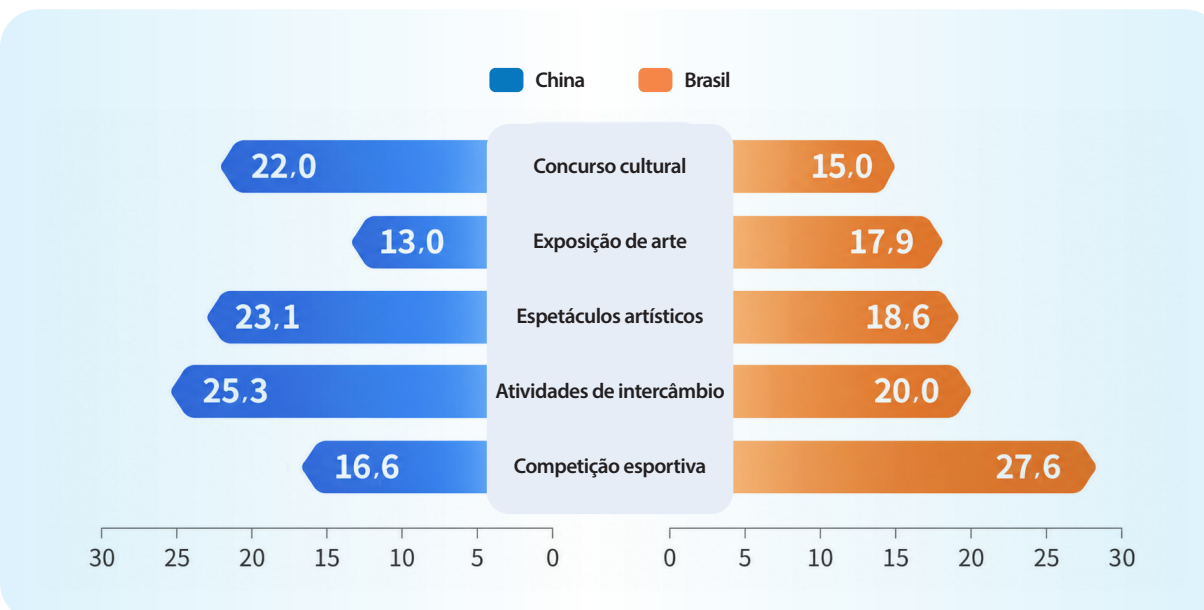
Por outro lado, o interesse dos jovens brasileiros pela cultura chinesa permanece em nível elevado e relativamente estável, concentrando-se especialmente nas notas entre 6 e 8, que somam 52,4%. Isso demonstra uma percepção positiva moderada e consistente. O próximo desafio consiste em transformar essa boa impressão em conhecimento mais profundo e sistemático.

3. As preferências por atividades culturais são complementares; atividades de participação aprofundada representam uma direção comum de expansão.

Em relação aos tipos de atividades culturais de maior interesse, os entrevistados chineses demonstraram maior preferência por exposições de arte (25,3%), apresentações artísticas (23,1%) e competições esportivas (22,0%). Já os entrevistados brasileiros preferem competições culturais (27,6%), seguidas de exposições de arte (20,0%) e apresentações artísticas (18,6%). As preferências dos jovens dos dois países mostram forte complementaridade. Essa diferença está relacionada às experiências prévias de contato cultural. Os jovens chineses costumam conhecer a cultura brasileira por meio de exposições e espetáculos, o que tende a manter o interesse por esses formatos familiares. Os jovens brasileiros, por sua vez, têm experiências culturais mais associadas a concursos, festivais e atividades coletivas, demonstrando preferência por formatos participativos.

Ao mesmo tempo, ambos os países apresentam uma limitação comum: oficinas práticas, experiências imersivas, fóruns e palestras receberam menos interesse do que exposições e apresentações. Isso indica que ainda há espaço para melhorar a organização e a divulgação de atividades culturais que promovam uma participação mais aprofundada.

Figura 2 – Tipos de atividades culturais do outro país das quais os jovens chineses e brasileiros têm maior interesse em participar (%)



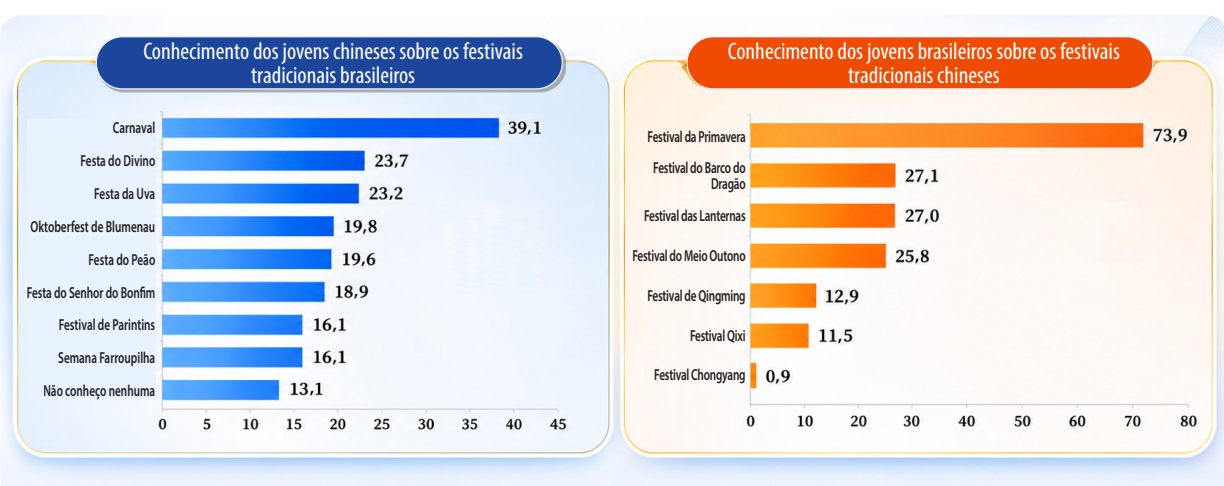
II. O conhecimento cultural dos jovens dos dois países deixou de se limitar a símbolos visíveis e passou a se expandir para dimensões de valores e conceitos.

O interesse é o ponto de partida; a compreensão é o passo seguinte. Esta pesquisa avaliou a profundidade do conhecimento cultural a partir de nove dimensões: festivais, costumes populares, lendas, jogos tradicionais, gastronomia, publicações, produções audiovisuais, símbolos culturais e valores culturais. Os resultados mostram que conteúdos culturais passíveis de experiência direta e consumo cotidiano apresentam maior grau de reconhecimento. O conhecimento dos jovens chineses e brasileiros sobre a cultura um do outro já não se restringe a símbolos evidentes, como gastronomia, festivais e artes, avançando gradualmente para dimensões mais profundas, como valores, governança social e práticas de desenvolvimento.

1. O Festival da Primavera chinês e o Carnaval brasileiro são os símbolos culturais tradicionais mais conhecidos.

Entre os jovens brasileiros, o conhecimento sobre festivais tradicionais chineses apresenta forte concentração no Festival da Primavera: 73,9% dos entrevistados afirmaram conhecê-lo, percentual muito superior ao do Festival do Barco do Dragão (27,1%), Festival das Lanternas (27,0%) e Festival do Meio Outono (25,8%). O nível de conhecimento sobre outros festivais tradicionais chineses foi ainda menor. Como símbolo cultural chinês mais

Figura 3 – Conhecimento dos jovens chineses e brasileiros sobre os festivais tradicionais do outro país (%)



representativo, o Festival da Primavera já alcançou elevado reconhecimento internacional.

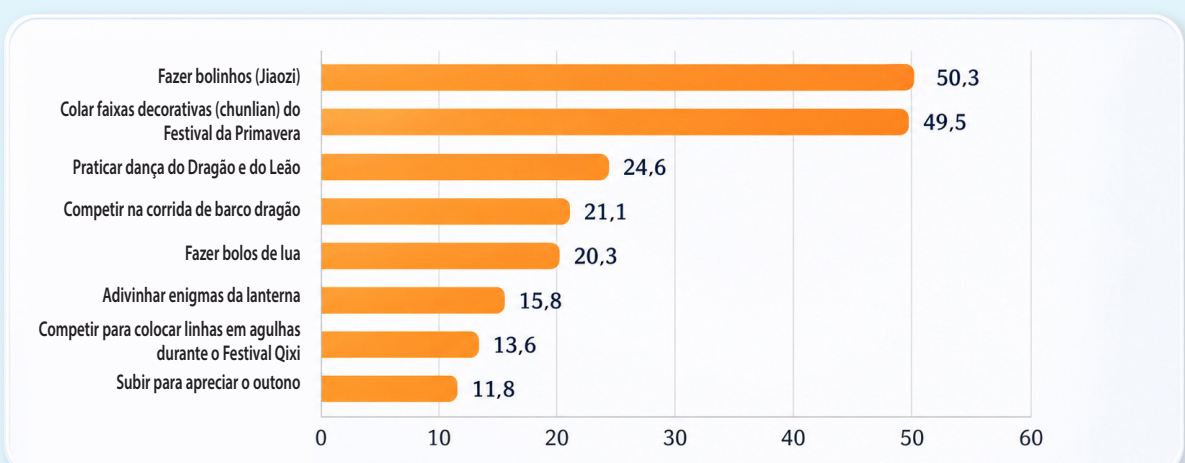
Já entre os jovens chineses, o conhecimento sobre festivais tradicionais brasileiros mostra-se mais disperso. O Carnaval aparece em primeiro lugar, com 39,1%, seguido pela Festa do Divino (23,7%), Festa da Uva (23,2%), Oktoberfest de Blumenau (19,8%), Festa do Peão (19,6%) e Festa do Senhor do Bonfim (18,9%). O grau de reconhecimento desses festivais regionais concentra-se entre 13% e 24%. Além disso, 13,1% dos entrevistados afirmaram não conhecer nenhum festival brasileiro. O sistema festivo brasileiro possui forte caráter regional e étnico; excetuando-se o Carnaval, a maioria das festividades ainda carece de uma narrativa unificada de difusão internacional, o que resulta em um conhecimento fragmentado.

2. O conhecimento sobre costumes populares apresenta diferentes focos; há amplo espaço para coo peração na produção de narrativas culturais.

O conhecimento dos jovens brasileiros sobre costumes tradicionais chineses concentra-se principalmente na gastronomia e nos costumes de Ano Novo: fazer jiaozi (50,3%) e colar faixas decorativas do Festival da Primavera (49,5%) alcançaram cerca da metade dos entrevistados. Em seguida, aparecem as danças do dragão e do leão (24,6%), as corridas de barco-dragão (21,1%) e a preparação de bolos da lua (20,3%).

Entre os jovens chineses, o conhecimento sobre lendas folclóricas brasileiras é moderado. A lenda da Iara (39,3%), o boto-cor-de-rosa (33,8%), o Boitatá (29,6%) e a Cuca (27,3%) apresentam índices de reconhecimento

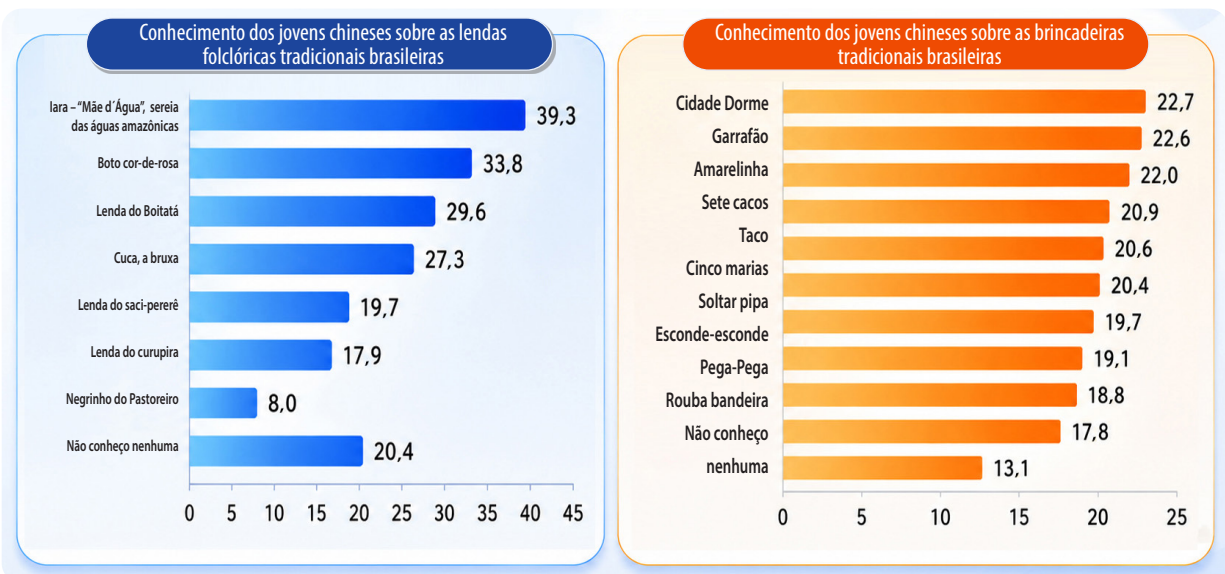
Figura 4 – Conhecimento dos jovens brasileiros sobre os costumes tradicionais chineses (%)



entre 27% e 40%, enquanto o Curupira (17,9%) e o Negrinho do Pastoreio (8,0%) possuem menor reconhecimento. Além disso, 20,4% afirmaram não conhecer nenhuma das lendas apresentadas. O mesmo ocorre com os jogos tradicionais brasileiros. O conhecimento dos jovens chineses sobre os 13 tipos de brincadeiras tradicionais pesquisadas concentra-se de maneira bastante uniforme entre 14,3% e 22,7%, enquanto 13,1% afirmaram não conhecer nenhuma delas.

Lendas e jogos pertencem a categorias culturais com elevada densidade narrativa, cuja difusão depende da oferta contínua de histórias, personagens e cenários. A atual lacuna de conhecimento entre os jovens não decorre essencialmente da falta de interesse, mas da oferta insuficiente de conteúdo: faltam textos acessíveis, obras audiovisuais e produtos interativos relacionados a esses temas. Isso aponta uma direção clara para futuras cooperações entre China e Brasil nos campos editorial, audiovisual, de animação e jogos digitais.

Figura 5 – Conhecimento dos jovens chineses sobre as lendas folclóricas e brincadeiras tradicionais brasileiras (%)



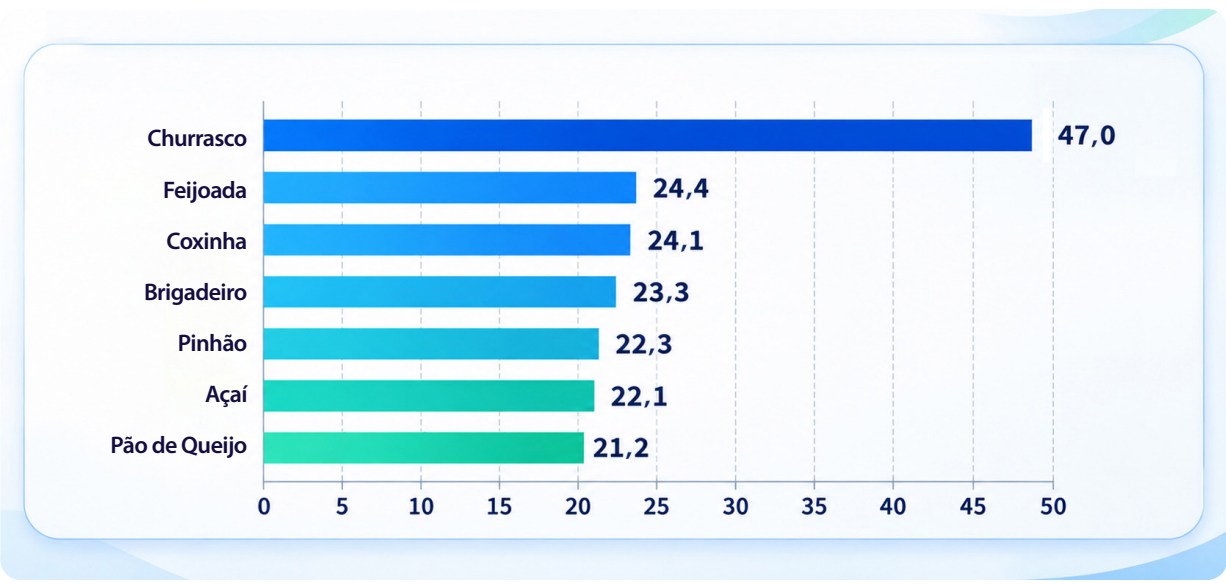
3. A gastronomia constitui importante ponto de contato cultural, e há amplo espaço para aprofundar conteúdos relacionados à cultura alimentar.

A gastronomia é a porta de entrada mais direta para o conhecimento cultural entre os jovens dos dois países. Mais da metade dos entrevistados chineses e brasileiros já experimentou comidas típicas do outro país; entre aqueles que tiveram essa experiência, cerca de 90% atribuíram notas iguais ou superiores a 5 ao grau de apreciação da culinária estrangeira. Isso demonstra que os jovens, como receptores e difusores de novas tendências,

apresentam elevado interesse e forte receptividade às experiências de intercâmbio cultural, o que confere grande valor às atividades culturais voltadas para esse público.

Ao mesmo tempo, ainda existe amplo espaço para aprofundar os conteúdos relacionados à cultura alimentar. Entre os jovens chineses, o conhecimento sobre a culinária brasileira concentra-se fortemente no churrasco brasileiro (47,0%), indicando que a percepção sobre a diversidade gastronômica do Brasil ainda pode ser expandida. A facilidade de acesso e a elevada aceitação fazem da gastronomia um dos primeiros pontos de contato cultural; contudo, para compreender de fato uma cultura alimentar, são necessários conteúdos mais profundos, como narrativas sobre culinária regional, ensino gastronômico e origem dos ingredientes.

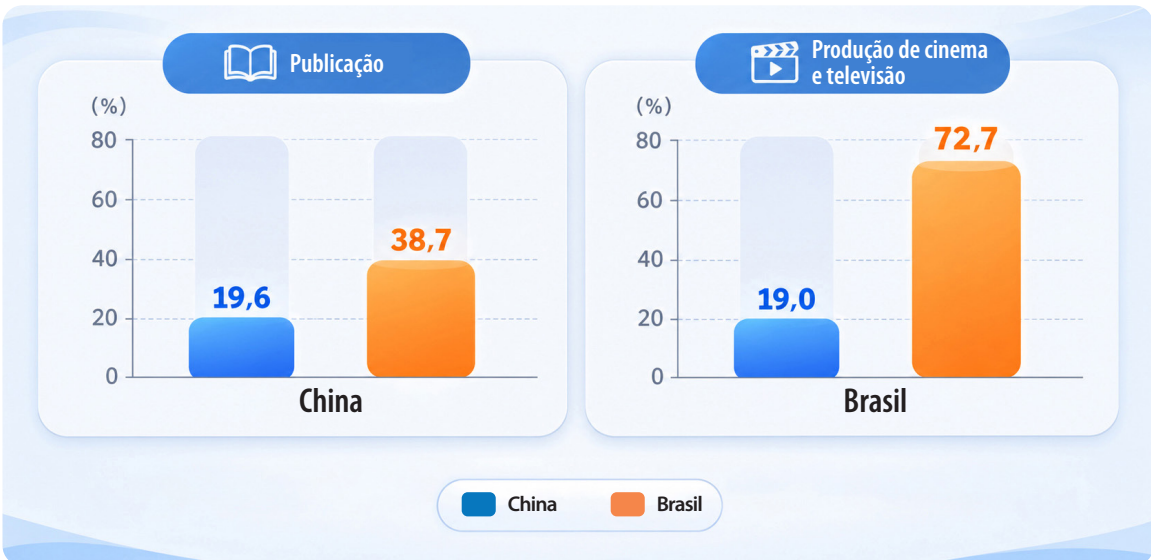
Figura 6 – Comidas ou bebidas típicas brasileiras que mais de 20% dos jovens chineses afirmaram ter experimentado (%)



4. Existem diferenças no contato com publicações e produções audiovisuais; a acessibilidade constitui o principal desafio.

Publicações e produções audiovisuais são importantes veículos de conhecimento cultural, mas os canais de contato utilizados pelos jovens dos dois países apresentam diferenças estruturais. Entre os jovens chineses, menos de 20% tiveram contato com publicações ou obras audiovisuais brasileiras; os índices são próximos e relativamente baixos. Já entre os jovens brasileiros, as produções audiovisuais tornaram-se o principal canal de entrada da cultura chinesa: cerca de 70% afirmaram já ter assistido a produções chinesas. O baixo nível de contato dos jovens chineses com conteúdos brasileiros relaciona-se a fatores como diferenças culturais e baixa visibilidade dos conteúdos brasileiros nas recomendações de plataformas e redes de distribuição na China. Além

Figura 7 – Percentual de jovens chineses e brasileiros que tiveram contato com publicações e produções audiovisuais do outro país (%)



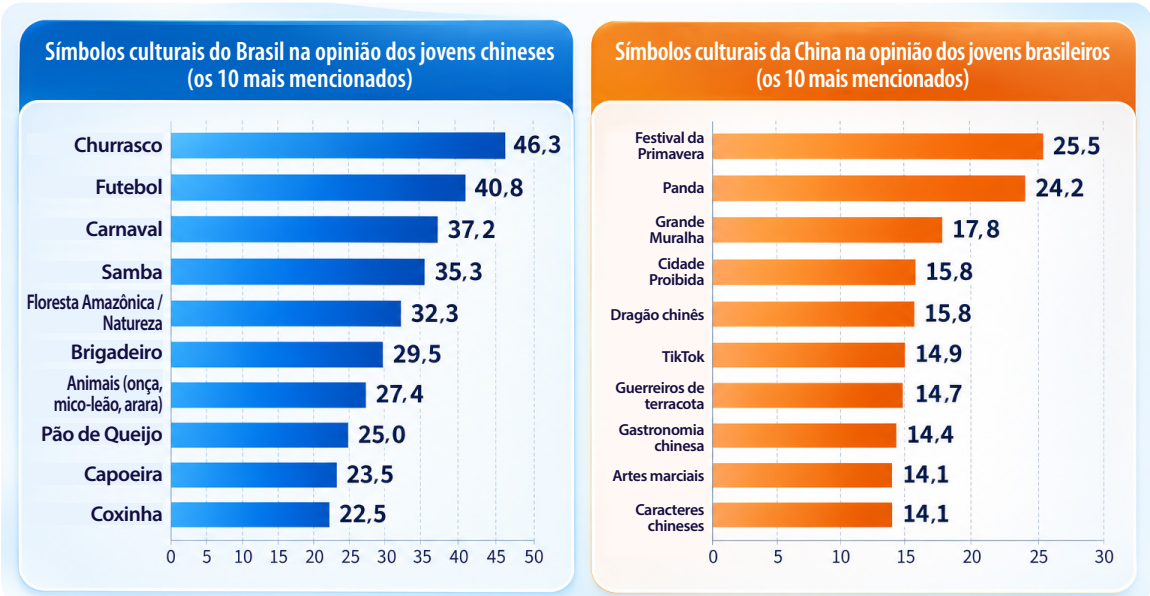
disso, diferenças nos contextos narrativo e histórico, bem como nas formas de expressão elevam os custos de compreensão quando não há legendas, materiais explicativos ou contextualização adequada. Barreiras ligadas à língua, tradução, direitos autorais e distribuição também limitam o acesso. Entretanto, baixo contato não significa baixo interesse. A principal contradição atual parece estar menos na demanda e mais na insuficiência de acessibilidade.

Para ampliar a difusão de publicações e produções audiovisuais, o ponto central consiste em reduzir barreiras de acesso, ampliar a oferta de conteúdo e aumentar a visibilidade nas plataformas. No caso das publicações, prêmios literários, eventos de grande repercussão, programas de apoio à tradução, cooperação em direitos autorais e canais públicos, como bibliotecas, podem desempenhar papel relevante. Já no setor audiovisual, é necessário enfrentar especialmente os desafios de distribuição e divulgação, incluindo acesso às obras, legendagem, janelas de exibição e espaços de recomendação nas plataformas digitais.

5. O aumento dos intercâmbios humanos vem transformando o reconhecimento dos símbolos culturais.

A pesquisa mostra que, na percepção dos jovens chineses, os cinco principais símbolos culturais do Brasil são: churrasco brasileiro (46,3%), futebol (40,8%), Carnaval (37,2%), samba (35,3%) e Floresta Amazônica (32,3%). Em comparação com a pesquisa de 2023, na qual futebol, samba e Carnaval ocupavam as primeiras posições, os símbolos relacionados à gastronomia e à natureza ganharam destaque. Isso indica que a percepção dos jovens chineses sobre o Brasil vem se expandindo de uma imagem centrada em esportes e festividades para uma representação mais ampla, envolvendo gastronomia, natureza e cultura corporal.

Figura 8 – Os dez símbolos culturais do outro país mais mencionados pelos jovens chineses e brasileiros (%)



Já entre os jovens brasileiros, os símbolos associados à China tornaram-se mais cotidianos e contemporâneos. Os dez símbolos mais mencionados foram: Festival da Primavera (25,5%), panda (24,2%), Grande Muralha (17,8%), Cidade Proibida (15,8%), dragão chinês (15,8%), TikTok (14,9%), Guerreiros de Terracota (14,7%), culinária chinesa (14,4%), artes marciais (14,1%) e caracteres chineses (14,1%). Em comparação com a pesquisa de 2023, na qual Grande Muralha, medicina tradicional chinesa e Confúcio ocupavam as primeiras posições, observa-se crescimento da relevância de símbolos ligados à vida cotidiana e à era digital, como Festival da Primavera, panda, TikTok e culinária chinesa, enquanto símbolos culturais tradicionais, como medicina tradicional chinesa (8,3%) e Confúcio (10,4%), perderam destaque relativo.

Essa transformação geral na estrutura de reconhecimento dos símbolos culturais reflete o aumento dos intercâmbios humanos promovido pela política de isenção mútua de vistos entre os dois países, indicando que o conhecimento cultural vem se deslocando gradualmente para dimensões mais acessíveis da vida cotidiana.

6. Os jovens brasileiros demonstram elevado grau de identificação com conceitos globais defendidos pela China.

No plano dos valores culturais, os jovens brasileiros demonstram elevado grau de concordância com conceitos globais promovidos pela China, especialmente aqueles relacionados a bens públicos globais. Os temas mais reconhecidos incluem: promoção de um sistema de governança global mais justo e equilibrado (42,6%), respeito à diversidade das civilizações mundiais e fortalecimento dos intercâmbios e do aprendizado mútuo entre civilizações (38,0%), a ideia de que a humanidade constitui uma comunidade de futuro compartilhado (37,9%) e a defesa de um desenvolvimento global orientado pela prioridade ao desenvolvimento e pela inclusão universal

(37,0%). Essas percepções dialogam diretamente com as expectativas dos jovens brasileiros em relação à multipolaridade e à construção de uma ordem internacional mais justa e equilibrada. As opções com índices inferiores a 25% concentram-se sobretudo em temas relacionados à ética individual e à relação entre ser humano e natureza — precisamente áreas que exigem maior contextualização cultural para serem plenamente compreendidas nos intercâmbios entre culturas. Essa diferenciação sugere que a difusão de valores deve começar por temas nos quais já existe maior consenso entre as duas partes, especialmente questões relacionadas à ordem internacional e ao desenvolvimento, avançando gradualmente para dimensões culturais e valorativas mais profundas.

Figura 9 – Valores ou conceitos culturais chineses com os quais os jovens brasileiros concordam (%)



III. As demandas por informações culturais entre os jovens dos dois países apresentam diferenças, enquanto os canais de acesso se tornam cada vez mais digitalizados e audiovisuais.

O aprofundamento do conhecimento depende de uma oferta contínua de informações. Os resultados desta pesquisa mostram que os jovens da China e do Brasil possuem diferentes prioridades em relação aos conteúdos culturais do outro país, enquanto os canais de acesso convergem para formatos digitais e audiovisuais. As mu-

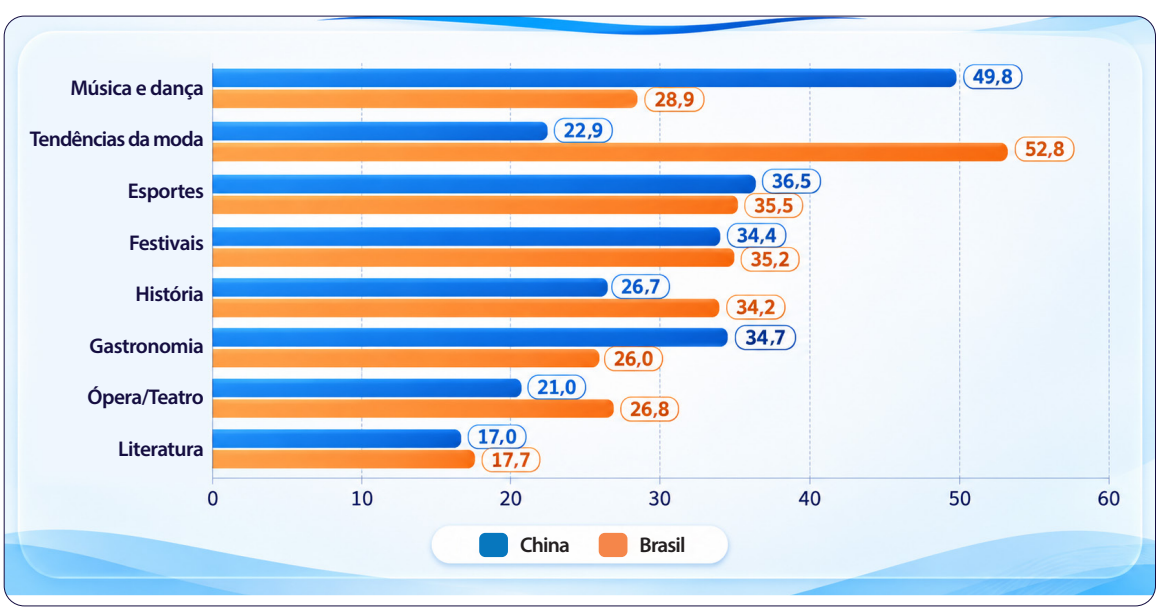
danças estruturais na oferta de informação e a tendência de concentração dos canais constituem importantes referências para o aprofundamento futuro do conhecimento cultural mútuo entre os jovens dos dois países.

1. Os jovens chineses demonstram maior interesse por música e dança, enquanto os brasileiros se interessam mais por moda e arte

Em relação aos conteúdos culturais que gostariam de conhecer melhor no futuro, os temas de maior interesse dos jovens chineses foram música e dança (49,8%), seguidos de esportes (36,5%), gastronomia (34,7%) e festivais e costumes populares (34,4%). Já os temas de maior interesse dos jovens brasileiros foram moda e arte (52,8%), seguidos de esportes (35,5%), festivais e costumes populares (35,2%) e história e patrimônio cultural (34,2%). Do ponto de vista estrutural, os interesses dos jovens chineses concentram-se mais em aspectos cotidianos, sensoriais e participativos da cultura, enquanto os jovens brasileiros demonstram preferência por conteúdos de caráter estético, histórico e artístico.

Vale destacar que a literatura ocupa as últimas posições em ambos os países (17,0% na China e 17,7% no Brasil), configurando uma área de baixo interesse entre os dois lados. Isso também indica que a difusão literária exige ciclos mais longos de formação de público e mecanismos mais fortes de conversão cultural.

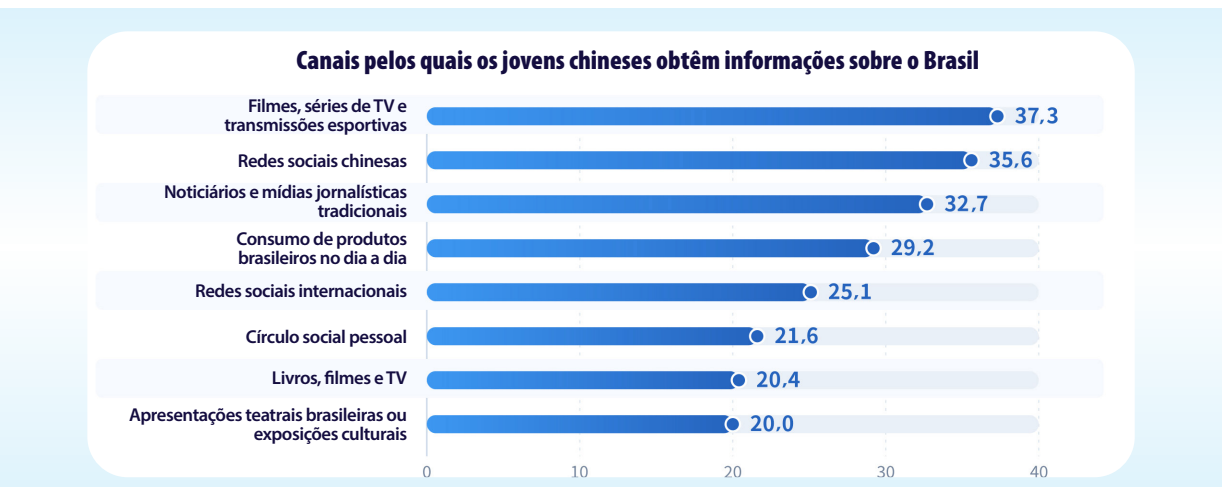
Figura 10 – Tipos de conteúdo cultural do outro país que os jovens chineses e brasileiros gostariam de conhecer melhor (%)

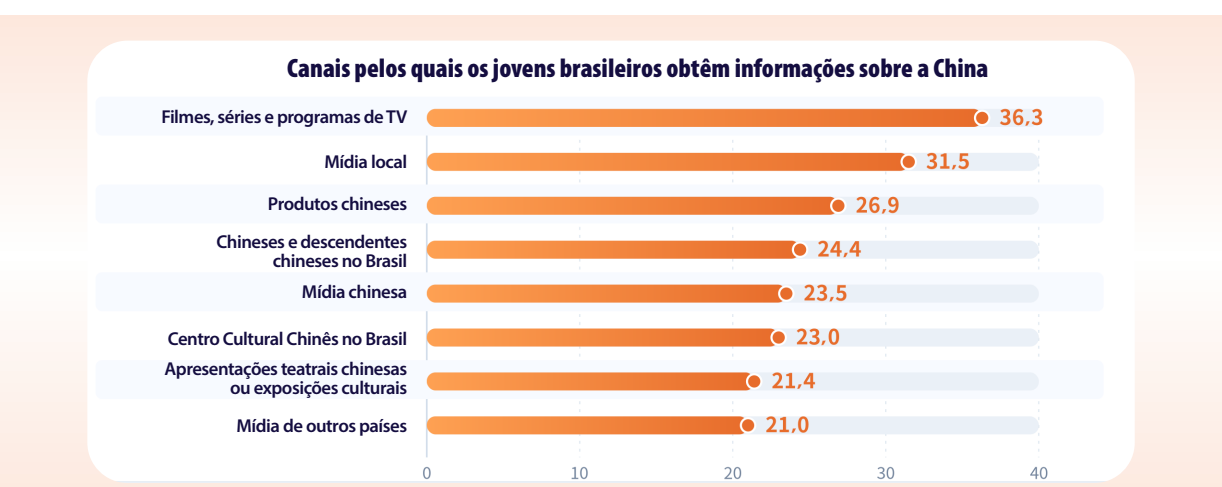


2. O audiovisual constitui o principal canal comum de acesso à cultura do outro país, embora as formas de acesso sejam diferentes

Em relação aos canais utilizados para conhecer a cultura do outro país, os jovens chineses recorrem principalmente a filmes, séries de televisão e transmissões esportivas (37,3%), redes sociais chinesas (35,6%) e notícias e mídias tradicionais (32,7%). Já os jovens brasileiros utilizam sobretudo produções audiovisuais e programas de entretenimento (36,3%), mídia nacional brasileira (31,5%) e produtos chineses (26,9%). Uma mudança importante na estrutura dos canais é o crescimento da influência das conexões humanas. Entre os jovens brasileiros, o contato com chineses e descendentes chineses residentes no Brasil representa 24,4% dos canais de acesso à cultura

Figura 11 – Canais pelos quais os jovens chineses e brasileiros obtêm informações sobre o outro país (os oito mais mencionados, %)





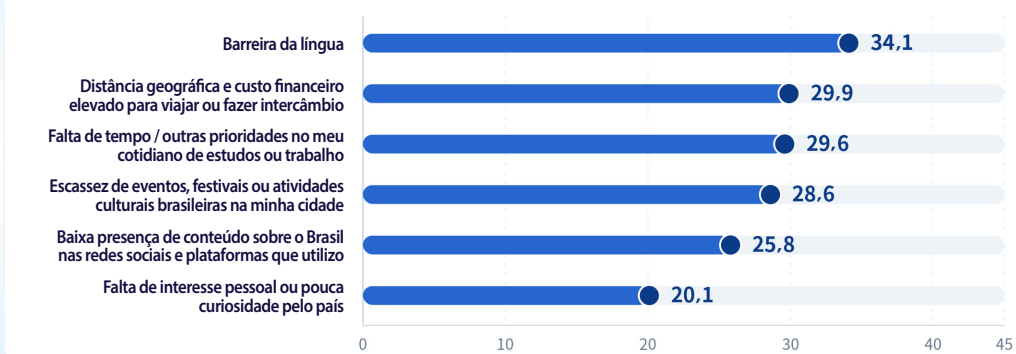
chinesa, percentual já próximo ao da mídia oficial chinesa (23,5%) e dos centros culturais chineses (23,0%). Isso demonstra que as redes interpessoais estão se tornando uma infraestrutura invisível da comunicação intercultural. Em contraste, os jovens chineses conhecem a cultura brasileira principalmente por meio de algoritmos de plataformas digitais e conteúdos comerciais, o que sugere que as instituições culturais públicas precisam aprender a utilizar a linguagem e os mecanismos das plataformas digitais para ampliar sua capacidade de difusão.

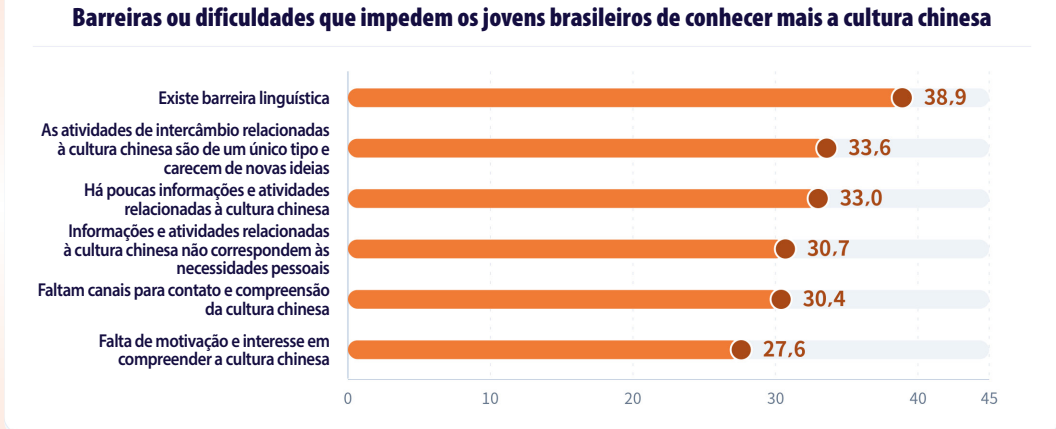
3. A língua continua sendo o principal obstáculo para o intercâmbio mútuo.

Em relação aos fatores que dificultam o conhecimento cultural mútuo, a barreira linguística aparece como o principal obstáculo comum entre os jovens dos dois países. No total, 36,5% dos entrevistados mencionaram problemas relacionados ao idioma nas respostas abertas. Entre os jovens chineses, os principais obstáculos mencionados foram: barreira linguística (34,1%), distância geográfica e altos custos de viagem (29,9%) e falta de tempo (29,6%). Já entre os jovens brasileiros, os principais fatores foram: barreira linguística (38,9%), formatos de atividades pouco diversificados e sem inovação (33,6%) e insuficiência de informações e atividades relacionadas à cultura chinesa (33,0%).

Além disso, 27,6% dos entrevistados brasileiros afirmaram não possuir motivação suficiente para conhecer a cultura chinesa, percentual superior ao registrado entre os chineses (20,1%). Isso indica a existência de um grupo de baixa motivação que precisa ser mobilizado por meio de conteúdos mais atrativos e formas de comunicação mais voltadas à socialização e à interação.

Figura 12 – Principais barreiras que dificultam o conhecimento da cultura do outro país entre jovens chineses e brasileiros (%)





4. As preferências pelas atividades culturais apresentam semelhanças e diferenças; os novos formatos midiáticos tornaram-se predominantes.

Em relação às atividades culturais das quais gostariam de participar, os jovens chineses e brasileiros apresentam semelhanças, mas também diferenças relevantes. As três principais escolhas dos jovens chineses foram: exposições (56,0%), gastronomia e outras atividades relacionadas ao cotidiano (43,0%) e oficinas práticas e experiências imersivas (39,6%). Já entre os jovens brasileiros, as principais escolhas foram: oficinas práticas e experiências imersivas (45,9%), exposições (39,4%) e fóruns e palestras (36,9%). Exposições e oficinas aparecem entre as três opções mais populares nos dois países, embora em ordens diferentes. De modo geral, os jovens chineses demonstram maior preferência por atividades voltadas à observação, à aprendizagem e ao compartilhamento, enquanto os jovens brasileiros valorizam mais formatos participativos, interativos e baseados no diálogo e na troca de experiências. A diferença mais evidente aparece nas atividades gastronômicas: 43,0% dos jovens chineses escolheram essa opção, enquanto apenas 2,9% dos jovens brasileiros fizeram o mesmo. Isso sugere que os dois grupos possuem percepções diferentes sobre o papel da gastronomia nos intercâmbios culturais.

Em relação aos meios de comunicação preferidos, televisão e vídeos longos (China: 70,9%; Brasil: 69,2%) e vídeos curtos e plataformas de redes sociais (China: 68,3%; Brasil: 57,7%) constituem os dois principais formatos de contato cultural. Leituras digitais, websites, livros impressos, áudios e podcasts aparecem como formas complementares. Os vídeos longos oferecem narrativas completas e aprofundadas, enquanto os vídeos curtos funcionam principalmente como instrumentos de alcance inicial e direcionamento de público. A combinação entre formatos longos e curtos já se tornou a configuração básica da comunicação intercultural contemporânea. Vale observar que o uso de vídeos curtos pelos jovens dos dois países já se aproxima da saturação, enquanto o contato com conteúdos narrativos completos permanece relativamente insuficiente. Esse aspecto representa justamente uma importante oportunidade para aprofundar a qualidade do conhecimento cultural.

Figura 13 – Tipos de atividades de intercâmbio cultural do outro país das quais os jovens chineses e brasileiros gostariam de participar futuramente (%)

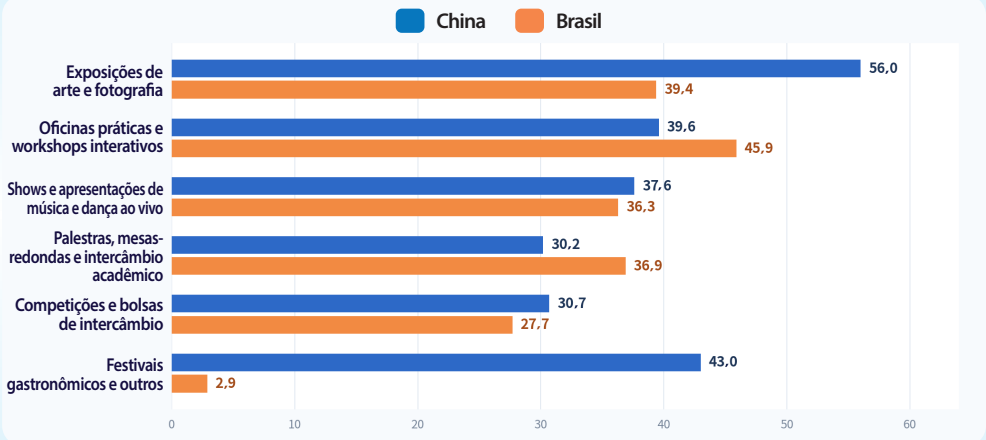
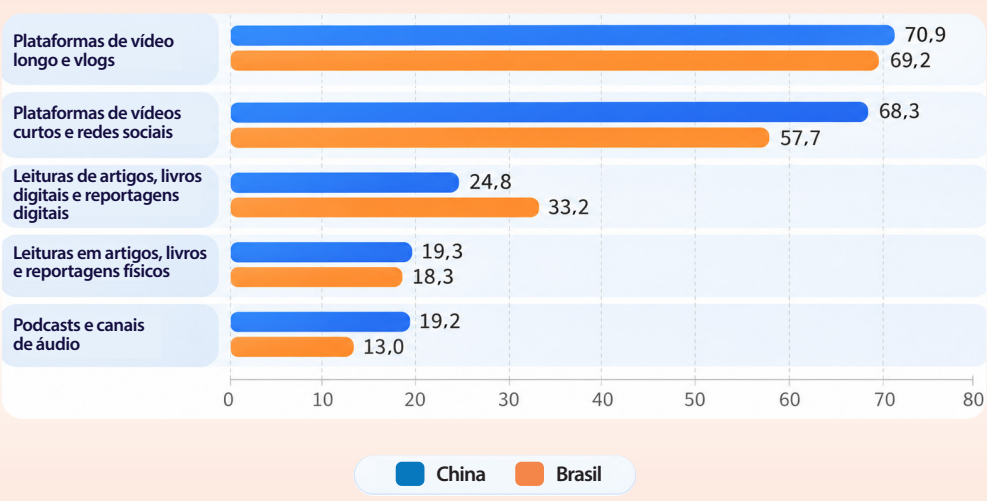


Figura 14 – Formatos de mídia pelos quais os jovens chineses e brasileiros gostariam de ter contato com a cultura do outro país (%)



IV. Os jovens dos dois países demonstram forte senso de responsabilidade e missão em relação à promoção do aprendizado mútuo entre as civilizações chinesa e brasileira.

A disposição é o pré-requisito para a ação. Esta pesquisa avaliou as atitudes dos jovens chineses e brasileiros em relação aos intercâmbios culturais sino-brasileiros a partir de quatro dimensões: aprendizado do idioma, satisfação com a situação atual dos intercâmbios, disposição para participar e percepção do papel da juventude. Os resultados mostram que os jovens dos dois países possuem forte disposição e elevadas expectativas em relação ao aprofundamento dos intercâmbios humanos bilaterais. Eles demonstram também forte senso de responsabilidade e missão na promoção do aprendizado mútuo entre as civilizações chinesa e brasileira, na participação na governança global e na construção de uma comunidade de futuro compartilhado para a humanidade, acreditando que a juventude deve desempenhar papel relevante nesse processo e contribuir com sabedoria e energia.

1. O interesse pelo aprendizado do idioma é elevado, e as expectativas em relação aos intercâmbios humanos bilaterais são fortes.

Mais da metade dos jovens chineses e brasileiros demonstrou interesse em aprender o idioma do outro país. Entre os jovens chineses, 70,7% afirmaram ter interesse em aprender português; entre os brasileiros, 60,3% manifestaram interesse em aprender chinês. Quanto aos benefícios associados ao aprendizado do idioma, ampliar horizontes culturais e fazer novos amigos internacionais figuram entre as respostas mais frequentes, evidenciando as expectativas dos jovens em relação ao fortalecimento dos intercâmbios humanos bilaterais. Em comparação, opções relacionadas ao emprego e à participação em cooperações bilaterais apareceram em posições inferiores. De modo geral, o aprendizado do idioma é percebido mais como uma ponte para o intercâmbio humano e o entendimento mútuo do que como uma ferramenta puramente instrumental. Os benefícios profissionais aparecem em segundo plano porque os ganhos sociais e culturais são mais imediatos e perceptíveis, enquanto oportunidades de emprego e cooperação internacional constituem benefícios de retorno mais tardio e de trajetória menos clara. Isso não significa que os jovens neguem o valor profissional do aprendizado linguístico, mas sugere que a comunicação institucional pode inicialmente enfatizar experiências de intercâmbio cultural, complementando posteriormente com caminhos concretos de formação profissional e participação internacional.

2. Os intercâmbios culturais sino-brasileiros recebem elevado reconhecimento entre os jovens, e o nível de satisfação aumentou significativamente.

Mais de 90% dos entrevistados dos dois países atribuíram notas iguais ou superiores a 5 ao grau de satisfação com a situação atual dos intercâmbios culturais sino-brasileiros. Em comparação com a pesquisa de 2023, a proporção de jovens chineses que atribuíram notas iguais ou superiores a 8 aumentou de 21,3% para 78,1%,

Figura 15 – Percepção dos jovens chineses e brasileiros sobre o que o aprendizado da língua e da cultura do outro país pode proporcionar (%)



crescimento de 56,8 pontos percentuais. Entre os jovens brasileiros, o índice passou de 44,4% para 56,9%, aumento de 12,5 pontos percentuais. De maneira geral, os intercâmbios culturais entre China e Brasil apresentam tendência claramente positiva, com altos níveis de reconhecimento e aumento significativo da satisfação entre os jovens. Isso reflete os resultados obtidos pelos mecanismos institucionais de intercâmbio humano e pela contínua ampliação dos canais de comunicação cultural. O crescimento mais acentuado entre os jovens chineses está relacionado ao baixo nível inicial de conhecimento sobre o Brasil e à rápida expansão recente dos canais de difusão cultural e da oferta de atividades. Já entre os jovens brasileiros, embora o crescimento tenha sido menor, o nível geral de satisfação permanece elevado, indicando que os próximos esforços devem concentrar-se em atividades mais precisas e aprofundadas. Ao mesmo tempo, os resultados mostram que a próxima etapa deve priorizar o aumento da qualidade e da continuidade das atividades, fortalecer o sentimento de participação dos jovens e integrar melhor os intercâmbios culturais ao aprendizado de idiomas, ao desenvolvimento profissional e à comunicação digital.

3. A disposição para visitas mútuas é elevada, mas os meios para concretizá-las precisam permanecer acessíveis e eficientes.

Entre os entrevistados chineses, 84,4% afirmaram estar dispostos a participar futuramente de atividades voltadas à promoção do entendimento mútuo entre China e Brasil; entre os brasileiros, esse percentual alcançou 82,7%. A disposição para viajar ao outro país também é elevada. Entre os jovens chineses, 81,4% manifestaram

interesse em viajar ao Brasil para turismo e lazer, 58,6% demonstraram interesse em ir ao país por motivos profissionais ou oportunidades de negócios, e 55,8% manifestaram interesse em estudar ou participar de intercâmbio universitário. Entre os jovens brasileiros, 73,9% afirmaram desejar futuramente estudar, trabalhar ou viajar para a China. É importante observar, porém, que ainda existe uma distância entre intenção e ação. Embora 81,4% dos jovens chineses desejem viajar ao Brasil e 73,9% dos jovens brasileiros tenham interesse em ir à China, as taxas reais de visitação permanecem significativamente inferiores, indicando amplo espaço para conversão dessa intenção em mobilidade efetiva. Os fatores que limitam essa transformação incluem não apenas questões práticas, como distância geográfica e altos custos de viagem, mas também razões estruturais, como insuficiência de informações e limitações nos canais de acesso. Além disso, os jovens possuem múltiplas opções de viagem, uma vez que destinos domésticos ou países vizinhos frequentemente apresentam custos menores e processos de decisão mais simples. Da mesma forma, oportunidades de trabalho e estudo na China ou no Brasil competem diretamente com destinos tradicionais, especialmente a Europa e os Estados Unidos.

4. Existe consenso sobre o valor dos intercâmbios culturais, e os jovens demonstram disposição para contribuir com o aprendizado mútuo entre civilizações e a governança global.

No que diz respeito aos impactos positivos dos intercâmbios culturais, os jovens dos dois países já apresentam uma base relativamente sólida de consenso. Entre os jovens chineses, a opção mais escolhida foi “promover a circulação e disseminação de elementos civilizacionais em escala global”, seguida de “fortalecer o entendimento mútuo e a amizade entre os povos da China e do Brasil”, “promover o progresso e o desenvolvimento das próprias civilizações” e “injetar força sólida na paz e estabilidade mundial”. A ordem das escolhas dos jovens brasileiros foi basicamente semelhante.

Essa convergência demonstra que os jovens dos dois países compartilham uma compreensão comum sobre as funções dos intercâmbios culturais. Mais da metade dos entrevistados em ambos os países reconhece o valor dos intercâmbios culturais para preservar a riqueza e a diversidade da civilização humana, contribuir para a paz e a estabilidade mundial e servir de exemplo para a convivência harmoniosa entre diferentes civilizações.

Figura 16 – Percepção dos jovens chineses e brasileiros sobre os impactos positivos do fortalecimento dos intercâmbios culturais (%)

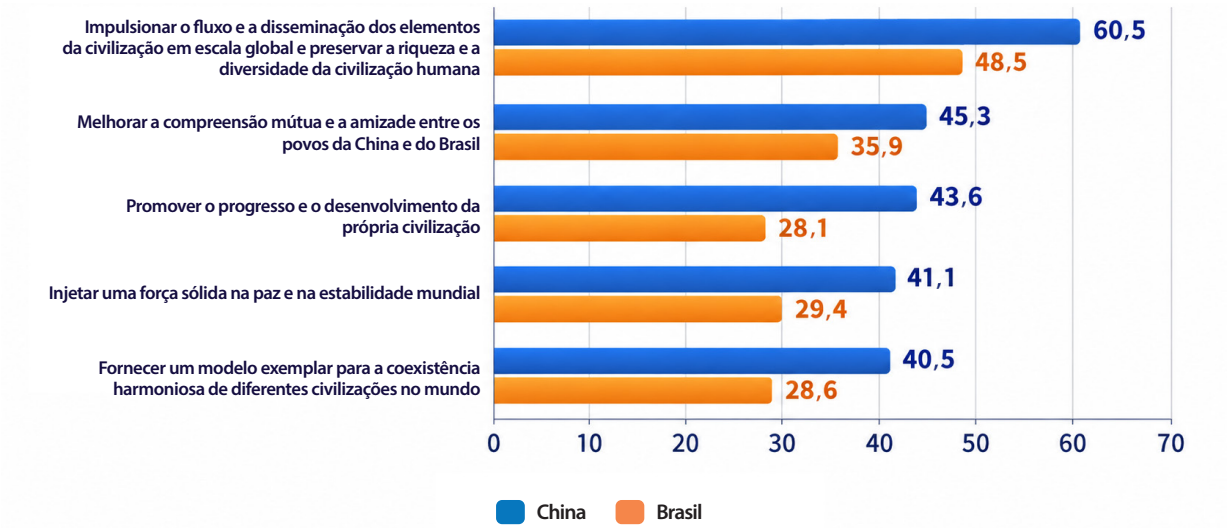
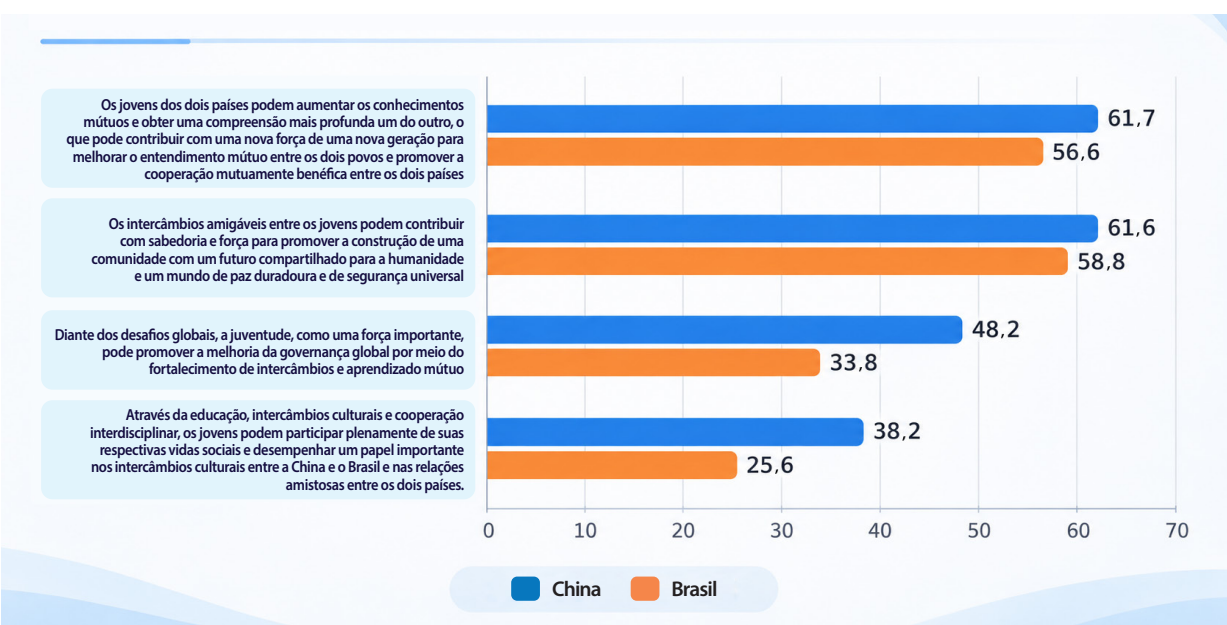


Figura 17 – Percepção dos jovens chineses e brasileiros sobre o papel da juventude na promoção de intercâmbios e do aprendizado mútuo entre as civilizações (%)



Reflexões e sugestões para promover os intercâmbios culturais entre os jovens da China e do Brasil

Atualmente, os intercâmbios culturais entre jovens chineses e brasileiros atravessam um momento favorável, marcado por bases sólidas, elevado entusiasmo e crescente consenso. A confiança política mútua construída sobre igualdade, respeito, sinceridade, pragmatismo e cooperação oferece garantias sólidas para o desenvolvimento dos intercâmbios culturais. A pesquisa também mostra que os jovens dos dois países apresentam percepções convergentes sobre o valor dos intercâmbios culturais, elevada disposição para participar e forte senso de responsabilidade e missão em relação ao aprendizado mútuo entre civilizações, à governança global e à construção de uma comunidade de futuro compartilhado para a humanidade. Nesse contexto, os jovens dos dois países devem avançar do simples reconhecimento de símbolos culturais para o aprendizado mútuo entre civilizações, tornando-se participantes ativos dos intercâmbios culturais e herdeiros da amizade sino-brasileira, promovendo conjuntamente um novo futuro para as relações China–Brasil na nova era. Com base nos resultados desta pesquisa, são apresentadas as quatro sugestões a seguir:

I. Fortalecer, sob liderança governamental, o planejamento estratégico dos intercâmbios culturais juvenis

Os governos são os principais atores e provedores institucionais dos intercâmbios culturais entre os dois países. Recomenda-se que, dentro dos marcos de cooperação já existentes, seja formulado um plano de médio e longo prazo para os intercâmbios culturais entre jovens da China e do Brasil, definindo listas anuais de projetos, órgãos responsáveis e indicadores de avaliação, de modo a evitar a fragmentação e a aleatoriedade das atividades. Podem ser aproveitados marcos e plataformas bilaterais e multilaterais — como aniversários de relações diplomáticas, anos culturais, cúpulas do BRICS e o Fórum China-CELAC — para estabelecer um calendário estável de atividades.

No plano institucional, deve-se priorizar a solução dos desafios relacionados à mobilidade e à permanência dos jovens. A pesquisa mostra que o número de jovens que permanecem por períodos prolongados no outro país ainda é limitado. Recomenda-se ampliar mecanismos que facilitem a circulação de pessoas, promover o reconhecimento mútuo de diplomas e créditos acadêmicos e expandir programas de formação conjunta, intercâmbios de curta duração e estágios, oferecendo oportunidades acessíveis e sustentáveis de mobilidade internacional.

Quanto à alocação de recursos, recomenda-se priorizar grupos com alto interesse, mas baixo nível de contato efetivo. Por meio de planejamento estratégico, garantias institucionais e investimentos direcionados, é possível construir um modelo estável, sustentável e avaliável de intercâmbio cultural juvenil sino-brasileiro.

II. Colocar o conteúdo no centro, promovendo a transição do reconhecimento simbólico para a compreensão da vida cotidiana.

O aprofundamento do conhecimento cultural depende, em última instância, da qualidade da oferta de conteúdo. Atualmente, o conhecimento dos jovens dos dois países ainda se concentra em um número limitado de símbolos culturais representativos. Esses símbolos funcionam como portas de entrada eficazes, mas não são suficientes para sustentar uma compreensão abrangente de sociedades complexas.

Recomenda-se desenvolver conteúdos culturais voltados à vida contemporânea. Considerando o forte interesse dos jovens brasileiros por moda, arte, história e patrimônio cultural, podem ser planejados conteúdos relacionados ao design contemporâneo chinês, à vida urbana e à revitalização do patrimônio cultural. Já em relação ao interesse dos jovens chineses por música, dança e esportes, recomenda-se ampliar a oferta de conteúdos sobre música contemporânea brasileira, dança, futebol e jiu-jitsu brasileiro.

Ao mesmo tempo, é importante deixar de apresentar a gastronomia como um conjunto de produtos isolados e passar a abordá-la como parte de uma narrativa cultural mais completa. Festivais gastronômicos, semanas temáticas em restaurantes e oficinas culinárias podem ser utilizados para apresentar histórias sobre ingredientes, imigração e culturas regionais.

Também é necessário suprir as lacunas relacionadas à literatura e aos conteúdos narrativos. Embora a literatura ocupe posições baixas nas demandas dos jovens dos dois países, ela constitui justamente um dos caminhos mais profundos para compreender o outro. Recomenda-se criar programas de apoio à tradução literária sino-brasileira, incentivar residências de escritores, traduções mútuas e adaptações audiovisuais.

Quanto às lacunas de conhecimento sobre lendas folclóricas e jogos tradicionais, recomenda-se utilizar formatos mais leves — como animação, jogos digitais e vídeos curtos — para criar novas formas de apresentar essas narrativas, reduzindo as barreiras de compreensão.

III. Utilizar as plataformas digitais como principal canal para aumentar a precisão e a acessibilidade da comunicação cultural.

A pesquisa mostra que televisão, vídeos longos, vídeos curtos e plataformas de redes sociais constituem os principais meios pelos quais os jovens dos dois países entram em contato com a cultura do outro país. Recomenda-se fortalecer a cooperação entre grandes veículos de mídia, empresas de plataformas digitais e instituições culturais dos dois países, criando áreas dedicadas a conteúdos do outro país e aumentando a visibilidade de conteúdos de qualidade por meio de recomendações algorítmicas, apoio a criadores de conteúdo e coproduções. Diante da barreira linguística — o principal fator limitador identificado na pesquisa — recomenda-se promover sistematicamente a localização de legendas, dublagens bilíngues e o uso de tecnologias de tradução por inteligência artificial, reduzindo os custos de compreensão cultural. Além disso, considerando as críticas dos jovens brasileiros sobre a monotonia das atividades e a inadequação entre conteúdos e interesses, recomenda-se estabelecer mecanismos permanentes de feedback de demanda, utilizando dados para orientar o planejamento de conteúdos culturais.

Também é importante valorizar o papel da comunicação interpessoal. Os jovens brasileiros conhecem a China principalmente por meio de chineses e descendentes chineses no Brasil, centros culturais e mídia local, indicando que instituições e comunidades continuam sendo canais de alta credibilidade. Nesse sentido, recomenda-se apoiar jovens brasileiros na China e jovens chineses no Brasil para que atuem como narradores culturais em primeira pessoa, criando um efeito combinado entre comunicação em plataformas digitais e validação interpessoal.

IV. Orientar os intercâmbios pelas demandas dos jovens, construindo um ciclo integrado de experiência, participação e cocriação.

Os jovens não são apenas participantes dos intercâmbios culturais, mas também produtores de conteúdo cultural. A pesquisa mostra que oficinas práticas, atividades imersivas, exposições e competições são formatos amplamente valorizados pelos jovens dos dois países, enquanto os brasileiros atribuem importância especial à cooperação universitária, experiências imersivas e programas de bolsas de estudo.

Recomenda-se estruturar projetos culturais em torno de três etapas integradas: experiência, participação e cocriação. Atividades de observação, como exposições e apresentações artísticas, podem reduzir as barreiras iniciais de acesso; oficinas, competições e ações de voluntariado podem fortalecer vínculos mais profundos; e fóruns juvenis, programas de criação conjunta e laboratórios colaborativos podem consolidar relações duradouras. Considerando que os jovens chineses demonstram maior preferência por formatos de observação e os brasileiros por atividades participativas, recomenda-se desenvolver modelos híbridos que combinem apresentações e oficinas, permitindo que uma mesma atividade atenda simultaneamente às demandas dos dois públicos.

Conclusão

A base das relações entre China e Brasil está na cultura, e o futuro dessas relações pertence à juventude. O fortalecimento dos intercâmbios humanos entre as novas gerações não apenas favorece a aproximação entre os povos dos dois países, mas também impulsiona continuamente a construção da comunidade de futuro compartilhado China–Brasil. O aprofundamento do conhecimento cultural mútuo entre os jovens contribui para ampliar a compreensão recíproca, reduzir distâncias e promover a integração harmoniosa entre a civilização chinesa e a civilização brasileira.

Esta pesquisa demonstra que o conhecimento cultural mútuo entre os jovens chineses e brasileiros encontra-se em um momento de crescimento positivo: o interesse pela cultura do outro país permanece elevado, os níveis de satisfação aumentaram significativamente e a disposição para o aprendizado mútuo continua se fortalecendo. No futuro, será necessário acompanhar essa tendência histórica, transformando o elevado interesse em participação efetiva, o reconhecimento simbólico em compreensão profunda e as atividades dispersas em um ecossistema institucionalizado de intercâmbio cultural. Governos, sociedade, meios de comunicação e juventude deverão atuar conjuntamente para converter a visão global e o espírito de cooperação cultivados nesses intercâmbios em força coletiva capaz de enfrentar desafios globais como mudanças climáticas, pobreza e transformações tecnológicas, contribuindo para trazer estabilidade e energia positiva a um mundo em transformação.

Espera-se que os jovens da China e do Brasil possam conhecer a cultura um do outro com maior abertura e inclusão, contribuir de forma mais ativa para a amizade entre os povos e tornar-se agentes dinâmicos da cooperação do Sul Global, impulsionadores da reforma da governança global e praticantes do aprendizado mútuo entre civilizações, contribuindo com energia jovem e duradoura para a construção de uma comunidade de futuro compartilhado China–Brasil voltada a um mundo mais justo e a um planeta mais sustentável.