

PESQUISA DE PERFIL DE PÚBLICO

CIRCUITO SPCINE

CIRCUITO SPCINE - PUBLIC PROFILE

Fonte/ Source: São Paulo Turismo, 2016

Amostragem total/ Total frequencies: 1.103 entrevistados/ interviewed

Entre os dias 7 e 18 de dezembro de 2016, a SPCine - Empresa de Cinema e Audiovisual de São Paulo - realizou uma pesquisa de perfil de público e avaliação do Circuito SPCine, projeto que leva o cinema a todas as regiões da capital paulista em equipamentos públicos, como centros culturais, CEUs e bibliotecas.

A pesquisa foi operacionalizada pelo Observatório de Turismo e Eventos da São Paulo Turismo e teve como objetivo entrevistar 1.103 frequentadores e moradores próximos aos equipamentos públicos que possuem salas de cinema participantes do Circuito SPCine, para traçar seus hábitos relacionados ao consumo de cinema pelos entrevistados, além de avaliar o próprio projeto e os equipamentos destinados à exibição dos filmes.

Dentre os entrevistados, a maioria do público é formada por homens (60,7%), na faixa dos 18 a 24 anos (31,3%), seguida por pessoas de 25 a 29 anos (24,6%).

Between December 7th and 18th, 2016, SPCine - São Paulo Film and Audiovisual Company - conducted a public profile survey and evaluation of the SPCine Circuit, a project that takes the cinema to all regions of the state of São Paulo in equipment such as cultural centers, CEUs and libraries.

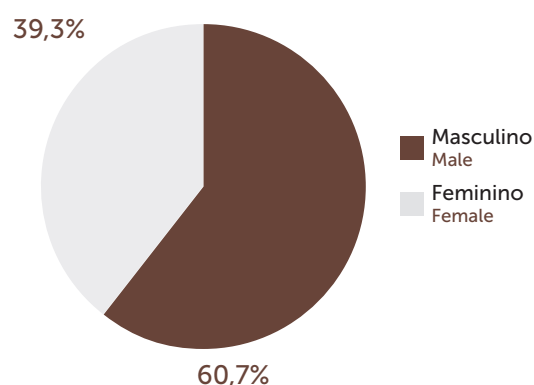
The research was operationalized by the Tourism and Events Observatory of São Paulo Turismo and had the objective of interviewing 1,103 guests and residents near the public facilities that have movie theaters participating in the SPCine Circuit, to outline their habits related to cinema consumption by the interviewees, in addition to evaluate the project itself and the equipment intended for the exhibition of the films.

Among the interviewees, the majority of the public is male (60.7%), between the ages of 18 and 24 (31.3%), followed by people between the ages of 25 and 29 (24.6%).

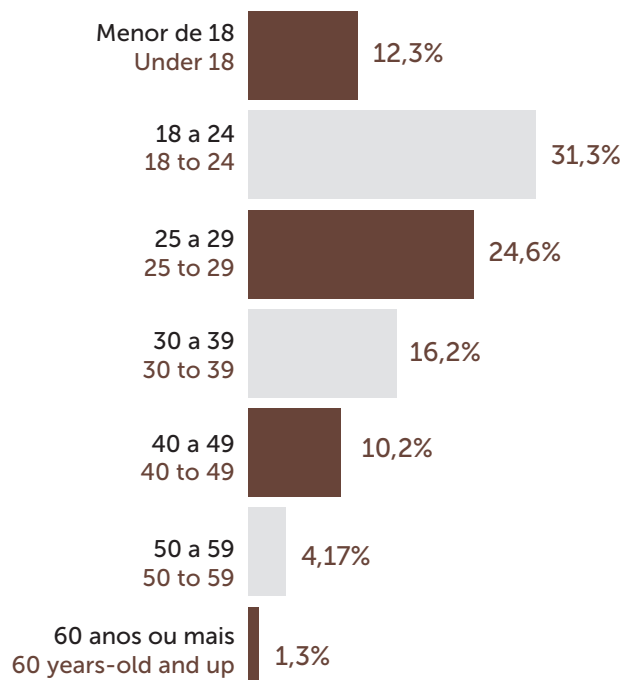


Foto/ Photo: Leon Rodrigues

GÊNERO | GENDER



FAIXA ETÁRIA | AGE RANGE



QUAL A SUA IDENTIDADE DE GÊNERO? | WHAT IS YOUR GENDER IDENTITY?

Item Item	%
Cisgênero Cisgender	100

RAÇA / COR | RACE / ETHNICITY:

Item Item	%
Branca White	55,9
Preta Black	26,0
Parda Brown	17,3
Amarela Yellow	0,5
Indígena Indigenous	0,2
Não resposta No answer	0,1

QUAL A SUA RELIGIÃO? | WHAT IS YOUR RELIGION?

Item Item	%
Católico Catholic	48,9
Protestante ou Evangélico Protestant or Evangelical	21,8
Espírita Spiritist	3,0
Umbanda ou Candomblé Umbanda or Candomblé	1,7
Sem religião Without religion	23,7
Outro Other	0,82
Não resposta No answer	0,09

GRAU DE INSTRUÇÃO | LEVEL OF EDUCATION:

Item Item	%
Básico Basic	2,9
Fundamental Elementary	3,9
Médio incompleto Incomplete Secondary	11,5
Médio completo Secondary	60,6
Superior Incompleto Incomplete Higher Education	11,4
Superior Completo Graduated	9,1
Pós-Graduação Post Graduated	0,6

ESTADO DE RESIDÊNCIA | RESIDENCE STATE:

Item Item	%
São Paulo	99,8
Bahia	0,2

Os dados sócio-demográficos predominantes no perfil coletado demonstram que a maioria dos entrevistados são brancos (55,9%), católicos (48,9%) e com ensino médio completo. O cruzamento das variáveis de faixa etária, grau de instrução e ocupação principal sugerem que os jovens de 18 a 24 anos, principal público do Circuito, em sua maioria trabalham como assalariados e no momento não estão matriculados em cursos superiores, o que pode influenciar na estratégia de montagem de horários de sessões.

A quase totalidade dos entrevistados são residentes no Estado de São Paulo e na própria capital paulista, sendo que apenas 2,1% dos entrevistados afirmaram não residirem na cidade de São Paulo. Destes, ainda, praticamente todos residem em cidades da região metropolitana. Este indicativo mostra que o programa possui apelo forte entre os moradores da capital.

O principal bairro de residência dos entrevistados é Heliópolis (12,7%). O bairro da Zona Sul, que fica na região administrativa do Sacomã, divide o topo da tabela de frequências com o Jardim Paraná (10,4%), Jaçanã (8,0%), Perus (5,6%) e Vila Jaraguá, todos bairros da região norte e noroeste da capital paulista.

The predominant socio-demographic data in the collected profile shows that the majority of respondents

CIDADE DE RESIDÊNCIA |
CITY OF RESIDENCE:

Item Item	%
São Paulo	97,9
Guarulhos	0,6
Diadema	0,2
Salvador	0,2
Sampaio	0,2
Santo André	0,2
São Caetano do Sul	0,1
Mogi das Cruzes	0,1
Campinas	0,1
Cambuci	0,1
Embu das Artes	0,1
Outras cidades Other cities	0,2

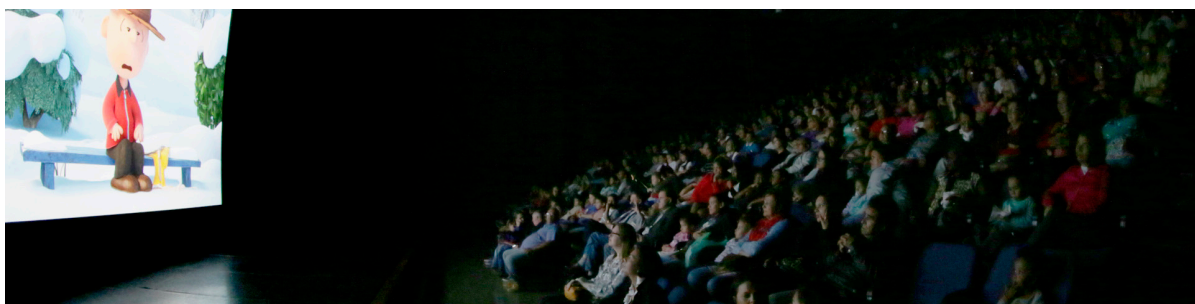
are white (55.9%), Catholic (48.9%) and have completed high school. The cross-referencing of age, education and main occupation variables suggests that young people aged 18 to 24, the main public of the Circuit, are mostly employed as wage earners and are currently not enrolled in higher education courses. Strategy of assembling session times.

Almost all of the interviewees are residents of the State of São Paulo and the city of São Paulo itself, with only 2.1% of respondents saying they do not live in the city of São Paulo. Of these, still, practically all reside in cities of the metropolitan region. This indicative shows that the program has a strong appeal among residents of the capital.

The main neighborhood of residence of the respondents is Heliópolis (12.7%). The district of Zona Sul, located in the administrative region of Sacomã, divides the top of the frequency table with Jardim Paraná (10.4%), Jaçanã (8.0%), Perus (5.6%) and Vila Jaraguá. All neighborhoods of the north and northwest region of the city of São Paulo.

BAIRRO DE RESIDÊNCIA |
NEIGHBORHOOD OF RESIDENCE:

Item Item	%
Heliópolis	12,7
Jardim Paraná	10,7
Jaçanã	8,2
Perus	5,6
Vila Jaraguá	5,1
Jaraguá	4,7
Butantã	4
Vila Silvia	3,8
Jardim Damasceno	2,8
Rio Pequeno	2,5
Jardim Russo	2,4
Vila Hungareza	2,3
Vila Caiúba	2,2
Jardim Ester	1,6
Vila Císper	1,6
Guaianases	1,4
Vila Palopi	1,4
Santa Terezinha	1,1
Jardim Butantã	1
Jardim São Gilberto	1
Outros Others	23,9



Foto/ Photo: César Ogata

RENDAMENTO FAMILIAR MENSAL |
FAMILY INCOME:

Item Item	%
Até R\$ 788 Up to 788 BRL	1,8
De R\$ 789 a R\$ 2.364 From 789 to 2.364 BRL	51,6
De R\$ 2.365 a R\$ 3.940 From 2.365 to 3.940 BRL	38,9
De R\$ 3.941 a R\$ 7.880 From 3.941 to 7.880 BRL	6,8
De R\$ 7.881 a R\$ 11.820 From 7.881 to 11.820 BRL	0,3
De R\$ 11.821 a R\$ 15.760 From 11.821 to 15.760 BRL	0,2
De R\$ 15.761 a R\$ 19.700 From 15.761 to 19.700 BRL	0,1
Acima de R\$ 19.701 Over 19.701 BRL	0,3

A renda familiar mensal dos entrevistados é de 1 a 3 salários mínimos (51,6%) seguido da faixa de 3 a 5 salários mínimos (38,9%). As principais ocupações são "assalariado" (49,9%) e "estudante" (12,1%). Desempregados representam a terceira maior faixa de entrevistados, com 10,7% das respostas.

Quase 88% dos entrevistados mora perto do equipamento público integrante do Circuito SPCine sendo que 7,1% trabalham perto do local. A proximidade com a residência também é um fator importante para a elaboração de horários de programação pois esta condição pode representar uma relação de frequência do entrevistado com o equipamento público.

Passando para os hábitos de lazer do entrevistado, a maioria das pessoas pratica esportes (49,3%) e visita parentes e amigos (47,4%). Além disso, quase 23% do público afirmou utilizar redes sociais e 20,4% realizam passeios pela cidade. É importante ressaltar que 9,1% mencionaram cinema, objeto deste estudo, como atividade no tempo livre.

Sobre pagar por atividades de lazer, quase 70% dos entrevistados não costumam pagar por atividades. Além disso, a maioria dos entrevistados obtém informações sobre cultura e lazer na cidade de São Paulo por meio de indicação (53,4%), redes sociais (48,1%) e cartazes com programação (38,4%). Importante ressaltar o crescimento das redes sociais perante meios de comunicação tradicionais como jornais, revistas e televisão.

OCUPAÇÃO OU ATIVIDADE PRINCIPAL |
OCCUPATION OR MAIN ACTIVITY:

Item Item	%
Assalariado Employment	49,9
Funcionário público Public servant	0,9
Profissional liberal Liberal Professional	1,3
Autônomo Self-employed	6,2
Estudante Student	12,1
Empresário/ Microempresário Business man	0,7
Aposentado/ Pensionista Retired/ Living on Allowance	1,4
Desempregado Unemployed	10,7

* não respostas/ non responses: 16,8%

SOBRE SUA PRESENÇA NO LOCAL DA
ENTREVISTA |
ABOUT YOUR PRESENCE AT THE INTERVIEW
PLACE:

Item Item	%
Moro perto I live near	87,9
Trabalho perto Work near	7,1
Nenhuma das anteriores None of the previous	5,0

The monthly family income of the interviewees is 1 to 3 minimum wages (51.6%) followed by the minimum wage range of 3 to 5 (38.9%). The main occupations are "salaried" (49.9%) and "student" (12.1%). Unemployed people represent the third largest group of respondents, with 10.7% of the answers.

Almost 88% of the respondents live near the public equipment that is part of the SPCine Circuit, with 7.1% working near the site. The proximity to the residence is also an important factor for the elaboration of programming schedules because this condition can

represent a relation of frequency of the interviewee with the public equipment.

Turning to the interviewee's leisure habits, most people practice sports (49.3%) and visit relatives and friends (47.4%). In addition, almost 23% of the public said they use social networks and 20.4% take walks around the city. It is important to note that 9.1% mentioned cinema, object of this study, as activity in free time.

O QUE GOSTA DE FAZER EM SEU TEMPO LIVRE? | WHAT DO YOU LIKE TO DO IN YOUR FREE TIME?

Item Item	%
Praticar esportes Play sports	49,3
Visitar parentes/ amigos Visiting relatives / friends	47,4
Ficar nas redes sociais Stay on social networks	22,8
Passeios pela cidade City Tours	20,4
Navegar na internet Surf the Internet	19,6
Atividades Culturais Cultural activities	16,3
Parques/ Áreas verdes Parks / Green areas	12,4
Cinema Cinema	9,1
Vida Noturna/ bares Nightlife / bars	8,8
Passeio em shoppings Shopping mall rides	8,1
Atividades Religiosas Religious Activities	7,1
Outras atividades Other activities	15,6

* questão de múltipla escolha / multiple choice question

COSTUMA PAGAR POR ATIVIDADES DE LAZER? | DO YOU USUALLY PAY FOR LEISURE ACTIVITIES?

Item Item	%
Não No	69,9
Sim Yes	30,1

About paying for leisure activities, almost 70% of respondents do not usually pay for activities. In addition, most of the interviewees obtain information about culture and leisure in the city of São Paulo through an indication (53.4%), social networks (48.1%) and posters with programming (38.4%). It is important to highlight the growth of social networks with traditional media such as newspapers, magazines and television.

MEIO DE COMUNICAÇÃO UTILIZADO PARA OBTER INFORMAÇÕES SOBRE CULTURA E LAZER EM GERAL NA CIDADE DE SÃO PAULO? QUAIS? | MEDIA USED TO OBTAIN INFORMATION ABOUT CULTURE AND LEISURE IN GENERAL IN THE CITY OF SÃO PAULO? WHICH ARE?

Item Item	%
Indicação Indication	53,4
Rede sociais Social networks	48,1
Cartazes com programação Posters with programming	38,4
Buscas na internet Search the internet	9,2
Jornais/ Revistas Newspapers / magazines	9,1
Televisão TV	8
Rádio Radio	6,4
Sites especializados Specialized sites	3,2
Folhetos Flyers	1,5

* questão de múltipla escolha / multiple choice question

VOCÊ SABE QUEM CRIOU AS SALAS DE CINEMA DO CIRCUITO SPCINE? | DO YOU KNOW WHO CREATED THE MOVIE THEATERS OF THE SPCINE CIRCUIT?

Item Item	%
Prefeitura de São Paulo City Hall of São Paulo	66,7
Governo do Estado de SP Government of the State of São Paulo	19
Cinemark Cinemark	0,1
Outro Other	14,2

SOBRE IR AO CINEMA | ABOUT GOING TO THE MOVIE THEATER:

Item Item	%
Já fui ao cinema alguma vez I already went to the movies sometime	63,7
Vou ao cinema nos CEUs I'm going to the movies at the CEUs	24,7
Costumo frequentar I frequent	10,4
Nenhum dos anteriores None of the above	1,2

COSTUMAVA FREQUENTAR ANTES DO CIRCUITO SPCINE NOS CEUs? | YOU USED TO ATTEND BEFORE THE SPCINE CIRCUIT IN THE CEUs??

Item Item	%
Sim Yes	79,3
Não No	20,7

SE SIM, COM QUAL FREQUÊNCIA? | IF YES, HOW OFTEN?

Item Item	%
Anualmente Annually	0,90
Semestralmente Semiannually	11,3
Trimestralmente Quarterly	16,5
Mensalmente Monthly	60
Semanalmente Weekly	11,30

O comportamento do público entrevistado com foco nos hábitos relacionados ao cinema indicou dados importantes para o planejamento de ações do Circuito SPCine. Sobre ida ao cinema, 63,7% afirmaram já ter ido assistir a algum filme pelo menos uma vez. Cerca de 24% frequentam os cinemas dos CEUs. Dentre as pessoas entrevistadas que não frequentam cinemas, 57,1% citaram falta de costume e 50,0% falta de recursos.

Quase 80% dos entrevistados costumava frequentar cinemas antes do Circuito SPCine nos CEUs. e 60% o fazem mensalmente.

SE SIM, EM QUAIS DIAS DA SEMANA? | IF YES, ON WHAT DAYS OF THE WEEK?

Item Item	%
Segunda à Quarta-feira Monday to Wednesday	30,4
Quinta à Domingo Thursday to Sunday	24,4
Sem dia definido No day set	45,2

SE SIM, QUE TIPO DE SALAS FREQUENTA? | IF YES, WHAT KIND OF ROOMS DO YOU ATTEND?

Item Item	%
Salas de shoppings Shopping mall	57,1
Salas de equip. culturais Cultural equipment rooms	50
Salas dos CEUs CEUs rooms	7,1
Salas de rua Street halls	7,1
Outro Other	7,1

* questão de múltipla escolha / multiple choice question

SE SIM, COM QUE FREQUENTA? | IF YES, HOW OFTEN?

Item Item	%
Amigos Friends	60,9
Cônjuge/ namorado(a) Spouse / Boy(Girl)friend	53
Filhos Sons	28,7
Sozinho Alone	11,3
Parentes Relatives	20,9
Outro Other	0,30

* questão de múltipla escolha / multiple choice question

Mais de 45% não definem dia para ir ao cinema, mas entre os que definem, a preferência é, em maioria, de segunda à quarta-feira (30,4%). Sobre o tipo de sala frequentada, 57,1% dos entrevistados frequenta shoppings e 50% equipamentos culturais. Ainda, 7,1% frequenta salas dos CEUs.

Os acompanhantes, em sua maioria, são amigos (60,9%), cônjuge/ namorado(a) (53,0%) ou filhos (28,7%). As

SE **NÃO**, PODE INFORMAR O MOTIVO? |
IF **NO**, CAN YOU TELL WHY?

Item Item	%
Não tenho costume I have no custom	57,1
Preço Price	50
Dificuldade de encontrar informações Difficulty finding information	7,1
Distância de casa Distance from home	7,1
Outro Other	7,1

* questão de múltipla escolha / multiple choice question

COMO TOMOU CONHECIMENTO DO CIR-
CUITO SPCINE? | HOW TO BECOME AWARE
OF THE SPCINE CIRCUIT? WATCH?

Item Item	%
Próprio CEU In CEU	63,5
Boca a Boca Talking with others people	20
Cartazes com programação Posters with programming	18,3
Buscas na internet Search on the internet	19,1
Rede sociais SPCine Rede sociais SPCine	2,6
Site da SPCine SPCine site	0,90
Rádio Radio	1,7
Jornais/ Revistas Newspapers / magazines	1,7
Folhetos Flyers	1,7
Outros Others	1,7

* questão de múltipla escolha / multiple choice question

** A opção 'Televisão' não foi citada nenhuma vez / The 'TV' option was not quoted

informações sobre o circuito SPCine são obtidas no próprio CEU por 63,5% ou por indicação por 20,0% dos entrevistados.

The behavior of the interviewed public with a focus on cinema-related hints indicated important data for the planning of actions of the SPCine Circuit. About going to the cinema, 63.7% said they had already gone to watch a movie at least once. About 24% attend CEU cinemas. Among those interviewed who did not attend cinemas, 57.1% cited lack of custom and 50.0% lack of resources.

Almost 80% of the interviewees used to attend cinemas before the SPCine Circuit in the CEUs. And 60% do it

EM CASA, ASSISTE A FILMES? | AT HOME, DO
YOU WATCH MOVIES?

Item Item	%
Sim Yes	97,3
Não No	2,7

SE **SIM**, COMO ASSISTE? | IF **YES**, HOW DO
YOU WATCH?

Item Item	%
DVDs DVDs	73,2
TV aberta Open TV	46,8
TV assinatura Cable TV	35,5
Streaming (YouTube, Netflix) Streaming (YouTube, Netflix)	22,1
Blu-ray Blu-ray	2,2
Baixa da internet Download from the internet	1,5
Filmes sob demanda (Net now) Movies on demand	0,30
Outro Other	0,30

* questão de múltipla escolha / multiple choice question

SOBRE A ORIGEM DOS FILMES | ABOUT THE
ORIGIN OF THE FILMS:

Item Item	%
Costumo assistir mais aos filmes ameri- canos I often watch American movies more	79,5
Costumo assistir mais aos filmes alterna- tivos/ estrangeiros I often watch alternative / foreign films	13,2
Costumo assistir mais aos filmes brasileiros I often watch Brazilian films more	7,3

monthly.

More than 45% do not define day to go to the movies, but among those who define, the preference is mostly from Monday to Wednesday (30.4%). About the type of room frequented, 57.1% of the respondents attended malls and 50% of cultural equipment. Still, 7.1% attend CEU rooms.

The companions are mostly friends (60.9%), spouse / boyfriend (53.0%) or children (28.7%). Information about the SPCine circuit is obtained in the CEU itself by 63.5% or by indication by 20.0% of the interviewees.

QUE TIPO DE FILME VOCÊ MAIS GOSTA? | WHAT KIND OF MOVIE DO YOU LIKE BEST?

Quesitos (%)	Gosto muito	Gosto	Indife- rente	Gosto pouco	Não gosto	Não sabe/ Não respondeu
Comédias, com piadas e situações engraçadas Comedies, with jokes and funny situations	52,86	38,35	1,45	5,71	1,63	-
Dramas, com histórias que tratam de temas próximos da nossa realidade cotidiana Dramas, with stories that deal with subjects close to our everyday reality	36,60	22,00	4,20	32,90	4,30	-
Ação, com histórias de heróis e bandidos, explosões, armas e tiros, velocidade etc. Action, with stories of heroes and bad guys, explosions, guns and shots, speed etc.	67,36	22,67	1,00	4,90	3,99	0,09
Filmes para crianças, como os desenhos ou histórias "reais", com personagens adultos ou crianças Children's films, such as "real" drawings or stories, with adult characters or children;	49,77	23,75	1,09	20,85	4,44	0,09
Filmes de terror ou com clima de suspense Horror or suspense movies	62,38	16,50	0,18	6,71	14,05	0,18
Filmes de não-ficção (documentários), que falam da realidade ou do dia-a-dia, semelhantes às reportagens, os programas de notícias, etc. Non-fiction films (documentaries), which speak of reality or day-to-day, similar to reports, news programs, etc.	50,40	24,10	1,00	8,40	16,10	-
Filmes de fantasia, com personagens fantásticos e histórias maravilhosas, filmes baseados em quadrinhos de super-herói Fantasy movies, with fantastic characters and wonderful stories, movies based on superhero comics	58,66	18,68	0,73	6,07	15,87	-
Filmes de temática LGBT, voltados a temas, histórias e personagens da comunidade LGBT LGBT-themed films, focused on themes, stories and characters from the LGBT community	9,16	23,12	4,17	17,32	42,97	3,26
Filmes religiosos, com histórias e personagens baseados e/ou inspirados na Bíblia Religious films with stories and characters based on and / or inspired by the Bible	16,00	32,70	1,50	27,50	22,20	0,10
Filmes antigos como dramas, comédias, romances ou faroestes, filmes em preto e branco, etc. Old films like dramas, comedies, novels or faroestes, black and white films, etc.	17,41	25,29	1,36	33,45	22,48	-
Filmes de "arte", com histórias, diferentes do que vemos no cinema ou na televisão "Art" movies, with stories, different from what we see in the movies or on television	2,50	58,30	2,80	24,80	11,60	-
Não me importo com os tipos de filmes I don't care about the kinds of movies	0,27	0,45	27,20	-	0,18	71,89

SOBRE FILMES BRASILEIROS: QUAL O TIPO DE FILME VOCÊ MAIS GOSTA? | ABOUT BRAZILIAN MOVIES, WHAT KIND OF MOVIE DO YOU LIKE BEST?

Quesitos (%)	Gosto muito	Gosto	Indiferente	Gosto pouco	Não gosto	Não sabe/ Não respondeu
Comédias, com piadas e situações engraçadas Comedies, with jokes and funny situations	51,85	27,16	4,94	12,35	3,70	-
Dramas, com histórias que tratam de temas próximos da nossa realidade cotidiana Dramas, with stories that deal with subjects close to our everyday reality	38,27	19,75	9,88	24,69	7,41	-
Ação, com histórias de heróis e bandidos, explosões, armas e tiros, velocidade etc. Action, with stories of heroes and bad guys, explosions, guns and shots, speed etc.	46,91	37,04	-	8,64	7,41	-
Filmes para crianças, como os desenhos ou histórias "reais", com personagens adultos ou crianças Children's films, such as "real" drawings or stories, with adult characters or children;	48,20	25,90	-	17,30	7,40	1,20
Filmes de terror ou com clima de suspense Horror or suspense movies	56,80	16,10	1,20	18,50	6,20	1,20
Filmes de não-ficção (documentários), que falam da realidade ou do dia-a-dia, semelhantes às reportagens, os programas de notícias, etc. Non-fiction films (documentaries), which speak of reality or day-to-day, similar to reports, news programs, etc.	71,60	12,35	1,23	12,35	2,47	-
Filmes de fantasia, com personagens fantásticos e histórias maravilhosas, filmes baseados em quadrinhos de super-herói Fantasy movies, with fantastic characters and wonderful stories, movies based on superhero comics	45,70	37,00	-	-	17,30	-
Filmes de temática LGBT, voltados a temas, histórias e personagens da comunidade LGBT LGBT-themed films, focused on themes, stories and characters from the LGBT community	11,10	12,40	8,60	32,10	34,60	1,20
Filmes religiosos, com histórias e personagens baseados e/ou inspirados na Bíblia Religious films with stories and characters based on and / or inspired by the Bible	25,90	27,20	3,70	21,00	22,20	-
Filmes antigos como dramas, comédias, romances ou faroestes, filmes em preto e branco, etc. Old films like dramas, comedies, novels or faroestes, black and white films, etc.	18,52	40,74	4,94	24,69	11,11	-
Filmes de "arte", com histórias, diferentes do que vemos no cinema ou na televisão "Art" movies, with stories, different from what we see in the movies or on television	8,64	35,80	1,23	43,21	11,11	-
Não me importo com os tipos de filmes I don't care about the kinds of movies	-	2,50	-	-	-	97,50

* apenas para preferência por filmes brasileiros / only for preference for Brazilian films

SOBRE FILMES ALTERNATIVOS / ESTRANGEIROS: QUAL O TIPO DE FILME VOCÊ MAIS GOSTA? | ABOUT ALTERNATIVE / FOREIGN MOVIES, WHAT KIND OF MOVIE DO YOU LIKE BEST?

Quesitos (%)	Gosto muito	Gosto	Indiferente	Gosto pouco	Não gosto	Não sabe/ Não respondeu
Comédias, com piadas e situações engraçadas Comedies, with jokes and funny situations	37,93	49,66	2,76	7,59	2,07	-
Dramas, com histórias que tratam de temas próximos da nossa realidade cotidiana Dramas, with stories that deal with subjects close to our everyday reality	16,55	35,17	7,59	37,24	3,45	-
Ação, com histórias de heróis e bandidos, explosões, armas e tiros, velocidade etc. Action, with stories of heroes and bad guys, explosions, guns and shots, speed etc.	43,50	40,70	0,70	11,00	4,10	-
Filmes para crianças, como os desenhos ou histórias "reais", com personagens adultos ou crianças Children's films, such as "real" drawings or stories, with adult characters or children;	63,45	11,03	2,07	16,55	6,90	-
Filmes de terror ou com clima de suspense Horror or suspense movies	60,69	16,55	-	2,07	20,69	-
Filmes de não-ficção (documentários), que falam da realidade ou do dia-a-dia, semelhantes às reportagens, os programas de notícias, etc. Non-fiction films (documentaries), which speak of reality or day-to-day, similar to reports, news programs, etc.	81,40	4,80	-	1,40	12,40	-
Filmes de fantasia, com personagens fantásticos e histórias maravilhosas, filmes baseados em quadrinhos de super-herói Fantasy movies, with fantastic characters and wonderful stories, movies based on superhero comics	75,20	12,40	-	7,60	4,80	-
Filmes de temática LGBT, voltados a temas, histórias e personagens da comunidade LGBT LGBT-themed films, focused on themes, stories and characters from the LGBT community	24,10	1,40	0,70	14,50	58,60	0,70
Filmes religiosos, com histórias e personagens baseados e/ou inspirados na Bíblia Religious films with stories and characters based on and / or inspired by the Bible	28,28	40,69	-	15,86	15,17	-
Filmes antigos como dramas, comédias, romances ou faroestes, filmes em preto e branco, etc. Old films like dramas, comedies, novels or faroestes, black and white films, etc.	14,50	42,10	-	37,20	6,20	-
Filmes de "arte", com histórias, diferentes do que vemos no cinema ou na televisão "Art" movies, with stories, different from what we see in the movies or on television	4,80	24,80	-	48,30	22,10	-
Não me importo com os tipos de filmes I don't care about the kinds of movies	-	1,38	15,17	-	-	83,45

* apenas para preferência por filmes alternativos / estrangeiros
only for alternative / foreign films

COMO ESCOLHE O FILME A QUE VAI ASSISTIR? | HOW DO YOU CHOOSE THE MOVIE YOU ARE GOING TO WATCH?

Item Item	%
Elenco Cast	29,3
História do filme Movie history	91,2
Gênero do filme Movie genre	36,5
Nacionalidade do filme Movie nationality	3,6
Diretor Director	1,6
Filme premiado Award winning movie	1,2
Outro Other	1,2

* questão de múltipla escolha / multiple choice question

Os quadros das páginas 8, 9 e 10 detalham as preferências do público entrevistado para cada tipo de gênero elencado, segundo as características dos filmes: americanos, brasileiros ou alternativos/ estrangeiros. A escolha do filme, segundo os entrevistados, dá-se pela história do filme (91,2%) e gênero (36,5%) para a maioria do público.

Praticamente todos os entrevistados frequentariam salas de cinema perto de casa com ingressos a preços populares. O detalhamento deste interesse mostrou que mais de 96% do público estaria interessado em pagar R\$ 2 a R\$ 4 para assistir filmes, bem como incluir o Circuito

FREQUENTARIA UMA SALA DE CINEMA PERTO DA SUA CASA, COM INGRESSOS A PREÇOS POPULARES? | WOULD YOU VISIT A MOVIE THEATER NEAR YOUR HOUSE, WITH TICKETS AT POPULAR PRICES?

Item Item	%
Sim Yes	99,1
Não No	0,9

SPCine como uma atividade permanente de lazer (84%). Contudo, a propensão dos entrevistados em se deslocar para outros bairros para assistir aos filmes do Circuito é menor, mas ainda interessa.

The tables on pages 8, 9 and 10 detail the preferences of the interviewed audience for each type of genre listed, according to the characteristics of the films: American, Brazilian or alternative / foreign. According to the interviewees, the film's choice is based on the film's history (91.2%) and genre (36.5%) for the majority of the audience.

Practically all of the interviewees would attend movie theaters close to home with tickets at popular prices. The detailing of this interest showed that more than 96% of the public would be interested in paying R \$ 2 to R \$ 4 to watch movies, as well as include the SPCine Circuit as a permanent leisure activity (84%). However, the propensity of respondents to move to other neighborhoods to attend Circuit films is minor, but still matters.

AVALIE SEU INTERESSE SEGUNDO OS ITENS ABAIXO | RATE YOUR INTEREST ACCORDING TO THE ITEMS BELOW:

Quesitos (%)	Muito interessado	Interessado	Indiferente	Desinteressado	Muito desinteressado	Não avaliou
Pagar de R\$ 2 a R\$ 4 para assistir a filmes no circuito comercial de cinema Pay from 2 BRL to 4 BRL to watch movies on the commercial movie circuit	65,00	31,40	2,60	0,50	-	0,50
Deslocar-me para outros bairros para assistir aos filmes do Circuito SPCine nos CEUs Move to other neighborhoods to watch the SPCine Circuit films in the CEUs	18,77	27,92	18,31	25,57	1,36	8,07
Incluir o Circuito SPCine nos CEUs como uma atividade permanente de lazer Include the SPCine Circuit in CEUs as a permanent leisure activity	70,44	14,69	8,34	0,73	-	5,80

QUAL O FILME QUE VOCÊ VIU NO CIRCUITO SPCINE QUE MAIS LHE AGRADOU? | WHAT MOVIE DID YOU SEE ON THE SPCINE CIRCUIT THAT YOU LIKED BEST?

Item Item	%
Sete Homens e um Destino	21
A Garota do Trem	14,3
Pequeno Segredo	9,6
Kubo e a Espada Mágica	9,5
Mortadelo e Salaminho	9,3
Mais Forte Que o Mundo - A História de José Aldo	8
Garota do trem	6,6
Aquarius	2,5
Satânico	2,4
Os Dez Mandamentos	2,1
Todos	0,70
Não sabe/Não lembra	9,2
Outros	5,9

* questão de múltipla escolha / multiple choice question

GOSTARIA DE ACRESCENTAR ALGO SOBRE O CIRCUITO SPCINE DE CINEMA? | WOULD YOU LIKE TO ADD SOMETHING ABOUT THE SPCINE CINEMA CIRCUIT?

Item Item	%
Nada a acrescentar Nothing to add	20,4
Mais opções nos filmes em cartaz More options on the movies	10,1
Está satisfeito Are you satisfied	4,7
Mais horários More schedules	0,5
Mais dias More days	1,5
Mais segurança More security	1,2
Mais salas de filmes More movies rooms	1,0
Filmes de lançamento Release movies	0,5
Barraca de pipoca e refrigerante Popcorn and soda shack	0,8
Demora na rotatividade da programação de filmes Delay in film schedule turnover	0,8
Mais filmes infantis More children's movies	0,5
Sessões noturnas Night sessions	0,5
Outros Other	57,5



Foto/ Photo: Fernando Pereira

AVALIE OS SEGUINTE ITENS DO CIRCUITO SPCINE | RATE YOUR INTEREST ACCORDING TO THE ITEMS BELOW:

Quesitos (%)	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não Resposta
Localização Location	35,60	61,50	2,00	-	0,10	0,80
Acesso Access	35,10	62,60	1,60	0,10	-	0,60
Banheiros Bathroom	26,90	61,10	10,20	0,30	0,10	1,40
Segurança Security	27,40	66,60	5,10	0,10	-	0,80
Estrutura da Sala Room structure	48,96	48,05	1,81	-	-	1,18
Qualidade da projeção Quality of projection	53,90	44,20	0,50	-	-	1,40
Programação Programming	30,10	54,90	13,00	0,60	0,10	1,30
Avaliação geral General evaluation	34,70	60,60	4,00	-	0,10	0,60

Dentre os filmes preferidos pelo público, os mais citados foram "Sete Homens e um Destino" (21,0%), "A Garota do Trem" (14,3%), Pequeno Segredo (9,6%) e Kubo e a Espada Mágica (9,5%).

Among the films preferred by the public, the most cited were "Seven Men and a Destination" (21.0%), "The Girl of the Train" (14.3%), Little Secret (9.6%) and Kubo and Magic Sword (9.5%).

A maioria das pessoas entrevistadas optou por não acrescentar nada ao Circuito SPCine de Cinema, mas dentre as solicitações, destacam-se: mais opções de filmes (10,1%), mais dias de exibição (1,5%) e mais segurança (1,2%).

Most people interviewed opted not to add anything to the SPCine Cinema Circuit, but among the requests were: more movie choices (10.1%), more days of display (1.5%) and more security (1.2%).

A avaliação foi positiva em todos os itens incluídos, com destaque para a estrutura da sala (97,0% de avaliações entre ótimo e bom), qualidade da projeção (98,1% de avaliações entre ótimo e bom), e avaliação geral (95,3% de avaliações entre ótimo e bom).

The evaluation was positive in all items included, with emphasis on the structure of the room (97.0% of evaluations between good and good), quality of the projection (98.1% of evaluations between good and good), and general evaluation (95.3% of evaluations between good and good).



Foto/ Photo: Helena Ballarini

CONSIDERAÇÕES FINAIS | FINAL CONSIDERATIONS

De um modo geral, o Circuito SPCine de Cinema é um grande sucesso entre os frequentadores dos equipamentos públicos que integram a iniciativa. As avaliações do projeto são excelentes e o público está satisfeito com a qualidade das exposições.

Avaliações interessantes que devem ser centro de futuras discussões para manutenção ou ampliação do projeto são relacionadas aos hábitos, preferências e perfil dos frequentadores entrevistados. O material é rico e possui inúmeras informações que devem ser utilizadas para formatação de políticas de divulgação e formulação de programação do Circuito, já que itens como preferências de gêneros cinematográficos foram parte integrante das entrevistas realizadas.

Pesquisas de perfil de público relacionadas a projetos como o Circuito SPCine de Cinema, que envolvem frequentadores que residem, em sua maioria, próximos aos locais de exibição, são pouco perecíveis, já que os hábitos e características do público se mantêm por longos períodos. Sendo assim, este estudo pode ser utilizado por até 1 ano, recomendando-se sua atualização após 12 meses ou mesmo eventuais ampliações ou reduções na iniciativa.

In general, the SPCine Cinema Circuit is a great success among the public equipment customers that make up the initiative. The project evaluations are excellent and the public is satisfied with the quality of the exhibits.

Interesting evaluations that should be the focus of future discussions to maintain or expand the project are related to the habits, preferences and profile of the interviewees. The material is rich and has a lot of information that should be used to format the programming policies and programming of the Circuit, since items such as preferences of cinematographic genres were an integral part of the interviews.

Public profile surveys related to projects such as the SPCine Cinema Circuit, which involve visitors who live mostly near the places of exhibition, are not very perishable, since the habits and characteristics of the public are maintained for long periods. Therefore, this study can be used for up to 1 year, recommending its update after 12 months or even possible extensions or reductions in the initiative.

ASPECTOS METODOLÓGICOS | METHODOLOGICAL ASPECTS

A margem de erro relativa considerada na pesquisa foi calculada considerando a média e o erro padrão. Devido a amostra de 1.100 entrevistas foi considerada a aproximação pela normal para calcular os intervalos de 95% de confiança. O erro padrão foi calculado considerando a seguinte fórmula, onde *s* representa o desvio padrão amostral e *n* representa o número total de respondentes:

The margin for error considered in the survey was calculated using the average and standard error. Because the sample of 1,100 interviews was considered by the normal approach to calculate the ranges of 95 % confidence. The standard error was calculated considering the following formula where *s* is the sample standard deviation and *n* represents the total number of respondents:

$$\text{Erro padrão} = \frac{S}{\sqrt{n}}$$

Sendo assim, a margem de erro para esta pesquisa é mínima de 0,91% e máxima de 2,14%.
Thus, the error margin for this research is minimum 0.91% and maximum 2.14% .

ELABORAÇÃO DE RELATÓRIO | REPORT CONSTRUCTION

Prefeito da Cidade de São Paulo | *Mayor of the City of São Paulo: João Dória Jr.*

São Paulo Turismo (SPTuris)

Presidente | *CEO* : David Barioni

OBSERVATÓRIO DE TURISMO E EVENTOS DA CIDADE DE SÃO PAULO

CITY OF SÃO PAULO TOURISM AND EVENTS OBSERVATORY

Gerente de Comunicação e Pesquisa/ *Communication and Research Manager*: Lilian Natal

Coordenador | *Coordinator*: Fabio Montanheiro

Analista Técnica | *Technical Analyst*: Andrezza Serra

Estagiários | *Interns*: Disney Batista, Laís Silva, Milena Moreira e Ruben Domingues

Agradecimento especial | *Special thanks*: SPCine

Elaborado pela Equipe Técnica do Observatório de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo

São Paulo Turismo S/A

observatoriodoturismo.com.br

facebook.com/observatoriodoturismoeeventos

Av. Olavo Fontoura, 1209 – Portão 35 – Anhembi – Santana - São Paulo – SP – 02012-021

Tel.: (11) 2226-0626/0623 pesquisa@spturis.com

Visite: spturis.com / cidadedesaopaulo.com

O objetivo da SPTuris é promover a Cidade de São Paulo de forma independente e sem nenhum vínculo com os estabelecimentos mencionados.

As informações que constam nesse material estão sujeitas a revisões sem aviso prévio.

Research by the City of São Paulo Tourism and Events Observatory

São Paulo Turismo S / A

observatoriodoturismo.com.br

facebook.com/observatoriodoturismoeeventos

Av Olavo Fontoura, 1209 - Portão 35 - Anhembi - Santana - São Paulo - SP - 02012-021

Tel .: (+55 11) 2226-0626/0623 pesquisa@spturis.com

Visit: spturis.com / cidadedesaopaulo.com

The purpose of São Paulo is to promote the city of São Paulo independently and without any link with the mentioned establishments.

The information in this material are subject to revision without notice.