



EMPRESA DE CINEMA E AUDIOVISUAL DE SÃO PAULO - SPCINE

ESTUDO DE IMPACTO DO CIRCUITO SPCINE

**PRODUTO 3
RELATÓRIO FINAL**

**SÃO PAULO
JUNHO/2025**



RESUMO

O "Estudo de Impacto do Circuito Spcine", conduzido pela Fipe, oferece uma análise aprofundada da maior rede de cinemas públicos do Brasil, composta por 32 salas, que se destaca significativamente no mapeamento nacional e demonstra relevância mesmo em comparações internacionais. Este estudo sublinha o papel crucial do Circuito na democratização do acesso à cultura cinematográfica na cidade de São Paulo, alcançando especialmente territórios de maior vulnerabilidade social.

A pesquisa de perfil de público revelou uma audiência diversa, com notável participação feminina e infanto-juvenil (45,30% dos espectadores contados eram menores de 18 anos), e identificou com clareza dois segmentos principais de frequentadores. As salas localizadas nos CEUs atendem majoritariamente a uma população de menor renda (média individual mensal de R\$ 2.517,00) e escolaridade (61,75% até ensino médio), com uma parcela expressiva de beneficiários de programas sociais (21,26%), enquanto os Centros Culturais atraem um público com maior capital social, renda (média individual mensal de R\$ 4.253,00) e escolaridade (67,87% com ensino superior). Para ambos os grupos, o cinema figura como uma das principais atividades de lazer. A satisfação dos usuários com o Circuito Spcine é extremamente alta; a qualidade da experiência, incluindo infraestrutura e programação, é considerada tão boa quanto a dos cinemas comerciais pela grande maioria (88,19%), sendo a gratuidade ou baixo custo e a facilidade de acesso os principais motivadores de frequência.

A principal sugestão de melhoria apontada foi a inclusão de venda de comidas e bebidas nas salas. Um desafio central identificado é o baixo reconhecimento da marca "Circuito Spcine" por parte significativa dos próprios frequentadores (29,03% não conheciam) e, de forma ainda mais acentuada, pelos habitantes do entorno das salas (70,67% desconheciam). Essa desconexão contrasta fortemente com a ampla aprovação da política pública, evidenciada pelo fato de que 99,11% dos frequentadores e 94,52% dos habitantes do entorno acreditam que vale a pena continuar o investimento público no Circuito, mesmo entre aqueles que não o utilizam ou não sabiam de sua existência. O custo por espectador, embora superior ao de cinemas privados, é contextualizado pelo fundamental papel de inclusão social, acesso em áreas carentes e estímulo ao consumo legal de cultura.



As conclusões gerais apontam para o inegável sucesso do Circuito Spcine como ferramenta de inclusão e difusão cultural, ao mesmo tempo que indicam oportunidades para otimizar sua operação e impacto, como o fortalecimento da identidade da marca e a ampliação da atratividade para públicos específicos, como pessoas com mais de 50 anos e o público masculino, que atualmente são sub-representados. As entrevistas com especialistas do setor audiovisual reforçam a percepção do Circuito como uma iniciativa complementar e importante para a formação de público e para a valorização do cinema nacional, não sendo visto majoritariamente como um concorrente direto do circuito exibidor comercial.

CÓDIGOS JEL: Z11, L82, H41, I38, R58.



EQUIPE TÉCNICA

Wilson Abrahão Rabahy (Coordenador)

Kamila Ferreira Luna

Karina Ferrara Barros

Moisés Diniz Vassallo

Tatiana Saade Repetto



APRESENTAÇÃO INSTITUCIONAL

A Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe) é uma organização de direito privado, sem fins lucrativos, criada em 1973 para apoiar o Departamento de Economia da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo (FEA-USP), com destacada atuação nas áreas de ensino, projetos, pesquisa e desenvolvimento de indicadores econômicos e financeiros.

A Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe) analisa os fenômenos econômicos e sociais com base no instrumental teórico e metodológico da economia, com o propósito de contribuir para:

- O debate dos problemas econômicos e sociais do Brasil;
- A expansão do conhecimento econômico;
- O desenho de contratos públicos e privados mais eficientes;
- A produção de conhecimento, dados e soluções de alto valor agregado;
- A formulação de políticas econômicas e outras políticas públicas voltadas para o aumento do bem-estar;
- O crescimento econômico, o fortalecimento do sistema produtivo, o aumento da competitividade do país, a melhor distribuição da renda e a eliminação da pobreza;
- A formação complementar de profissionais de alto nível por meio de cursos de extensão, de aperfeiçoamento e de pós-graduação.

Para alcançar seus objetivos, a Fundação Instituto Pesquisas Econômicas (Fipe) conta com uma equipe de profissionais especializados, com larga experiência nas áreas de ensino, projetos e pesquisas e uma estrutura adequada para:

- Colaborar com instituições públicas e privadas, nacionais e estrangeiras, na elaboração, gestão e avaliação de programas de desenvolvimento econômico e social;
- Promover cursos, simpósios, seminários, conferências e estudos que estimulem o ensino e o debate sobre teoria econômica e contribuam para o aprimoramento de profissionais liberais, de empresas, da Administração Pública e demais entidades da sociedade civil;



- Apoiar a divulgação de conhecimentos econômicos e correlatos por meio de publicações técnicas, periódicos, monografias e outros canais de comunicação;
- Realizar projetos e pesquisas demandados pelos setores público e privado, dentro de padrões acadêmicos que permitam simultaneamente a produção de informações e a capacitação de pessoal especializado.

Além de permitir a constante atualização das informações sobre a economia brasileira e de suas relações com o sistema econômico internacional, o conhecimento adquirido coloca a Fipe na condição de participante privilegiada nas discussões sobre as questões nacionais, na formulação de políticas públicas e na proposição de soluções, produção de conhecimentos e de dados de alto valor agregado. Muitos de seus pesquisadores têm sido convocados para desempenhar funções públicas ou para atuar como consultores de empresas e instituições da sociedade civil.

Desde a sua fundação, a Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe) já realizou mais de quatro mil projetos e pesquisas para contratantes do setor público e do setor privado.



SUMÁRIO

1.	APRESENTAÇÃO DO ESTUDO	1
1.1	OBJETIVOS	1
1.2	MÉTODO	2
1.3	EQUIPE TÉCNICA	5
1.4	CRONOGRAMA GERAL DE ATIVIDADES	6
2.	DESENVOLVIMENTO DO ESTUDO	8
2.1	ETAPA 1 – MAPEAMENTO DE REDES PÚBLICAS DE SALAS DE CINEMA NACIONAIS E INTERNACIONAIS	8
2.1.1	Etapa 1 – Mapeamento de Redes Públicas de Salas de Cinema Nacionais	8
2.1.2	Etapa 1 – Mapeamento de Redes Públicas de Salas de Cinema Internacionais	10
2.2	ETAPA 2 – PESQUISA DE PERFIL DE PÚBLICO DO CIRCUITO SPICINE	11
2.2.1	Amostra e Locais de Aplicação da Pesquisa de Campo	11
2.2.2	Função e Recrutamento da Equipe de Campo	14
2.2.3	Treinamento da Equipe de Campo	15
2.2.4	Instrumentos de Coleta	16
2.2.5	Dinâmica da Pesquisa de Campo	17
2.2.6	Monitoramento e Distribuição da Equipe de Campo	21
2.2.7	Programação e Ocorrências	25
2.2.8	Produção de Questionários	38
2.2.9	Plano de Tabulação de Dados	41
3.	RESULTADOS POR ETAPA	45
3.1	ETAPA 1 – MAPEAMENTO DE REDES PÚBLICAS DE SALAS DE CINEMA NACIONAIS E INTERNACIONAIS	45
3.2	ETAPA 2 – PESQUISA DE PERFIL DE PÚBLICO DO CIRCUITO SPICINE	53
3.2.1	Perfil Demográfico do Público do Circuito Spicine	56
3.2.2	Perfil de Hábitos Culturais e de Lazer do Público do Circuito Spicine	63
3.2.3	Avaliação do Público do Circuito Spicine	76



3.2.4	Outros Resultados sobre o Público do Circuito Spcine _____	86
3.2.5	Resultados sobre os Habitantes ou Pessoas que Costumam Frequentar o Entorno das Salas do Circuito Spcine _____	95
3.3	ETAPA 3 – ESTUDO DE IMPACTO SOCIOECONÔMICO E CULTURAL DO CIRCUITO SPICINE ____	113
4.	ANÁLISE INTEGRADA _____	121
5.	ENTREVISTAS DE FEEDBACK _____	124
5.1	AGENDAMENTOS DA DINÂMICA DE ENTREVISTAS _____	124
5.2	INSTRUMENTO DAS ENTREVISTAS E PROCEDIMENTO DE ANÁLISE _____	125
5.3	ANÁLISE DAS ENTREVISTAS _____	126
6.	CONSIDERAÇÕES FINAIS _____	132
7.	APÊNDICES _____	134
	APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DE PERFIL DE FREQUENTADORES _____	134
	APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO DE PERFIL DE HABITANTES _____	136
	APÊNDICE C – FICHA DE CONTAGEM _____	137
	APÊNDICE D – OFÍCIO PARA MAPEAMENTO DE CINEMAS PÚBLICOS NACIONAIS _____	138
	APÊNDICE E – E-MAIL PARA MAPEAMENTO DE CINEMAS PÚBLICOS INTERNACIONAIS _____	139
	APÊNDICE F – ROTEIRO PARA ENTREVISTAS DE FEEDBACK _____	142



LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Salas de cinemas públicas mapeadas, por UF	48
Figura 2 – Salas de cinemas públicas mapeadas, por UF, excluindo o Circuito Spcine	50
Figura 3 – Salas de cinemas públicas mapeadas com gratuidade de ingresso, por UF	52
Figura 4 – Questionários aplicados com frequentadores, por sala de cinema	54
Figura 5 – Questionários aplicados com habitantes/pessoas que circulam no entorno das salas de cinema	55
Figura 6 – Gênero dos participantes (frequentadores)	57
Figura 7 – Raça ou etnia dos participantes (frequentadores)	57
Figura 8 – Escolaridade dos participantes (frequentadores)	58
Figura 9 – Escolaridade dos participantes nos Centros Culturais (frequentadores)	58
Figura 10 – Escolaridade dos participantes nos CEUs (frequentadores)	59
Figura 11 – Ocupação dos participantes (frequentadores)	60
Figura 12 – Religião dos participantes (frequentadores)	61
Figura 13 – Benefícios recebidos pelos participantes (frequentadores)	62
Figura 14 – Benefícios recebidos pelos participantes nos Centros Culturais (frequentadores)	62
Figura 15 – Benefícios recebidos pelos participantes nos CEUs (frequentadores)	62
Figura 16 – Atividades praticadas fora de casa (frequentadores)	64
Figura 17 – Outras atividades praticadas fora de casa (frequentadores)	65
Figura 18 – Atividades praticadas em casa (frequentadores)	66
Figura 19 – Outras atividades praticadas em casa (frequentadores)	66
Figura 20 – Filmes assistidos no cinema	67
Figura 21 – Preferência de filmes	69
Figura 22 – Filmes legendados	70
Figura 23 – Motivos para não assistir a filmes legendados	70
Figura 24 – Motivos para frequentar mais o cinema público	72
Figura 25 – Outros motivos para frequentar mais o cinema público	72
Figura 26 – Frequência no cinema comercial – parte 1	73
Figura 27 – Frequência no cinema comercial – parte 2	75
Figura 28 – Avaliação de aspectos do Circuito Spcine (bloco I)	78
Figura 29 – Avaliação de aspectos do Circuito Spcine nos Centros Culturais (bloco I)	79
Figura 30 – Avaliação de aspectos do Circuito Spcine nos CEUs (bloco I)	80
Figura 31 – Avaliação de aspectos do Circuito Spcine (bloco II)	81
Figura 32 – Sugestões de melhorias	82
Figura 33 – Outras sugestões de melhorias	82
Figura 34 – O que mais gostam no cinema	85



Figura 35 – Contagem por sala do Circuito Spcine _____	87
Figura 36 – Contagem por dia da semana _____	88
Figura 37 – Contagem por período _____	88
Figura 38 – Menores e maiores de 18 anos por período _____	88
Figura 39 – Acompanhantes na sessão _____	89
Figura 40 – Motivos de menores entre 10 e 17 anos não irem sozinhos ao cinema _____	89
Figura 41 – Outros motivos de menores entre 10 e 17 anos não irem sozinhos ao cinema _____	90
Figura 42 – Fontes sobre informações das sessões _____	91
Figura 43 – Impacto dos cinemas públicos _____	94
Figura 44 – Esteve no CEU/Centro Cultural _____	95
Figura 45 – Esteve no CEU/Centro Cultural mais de uma vez _____	96
Figura 46 – Motivo para não frequentar o CEU/Centro Cultural _____	96
Figura 47 – Motivo para frequentar o CEU/Centro Cultural _____	97
Figura 48 – Desconhecimento sobre o cinema no CEU/Centro Cultural _____	99
Figura 49 – Esteve no cinema do CEU/Centro Cultural _____	99
Figura 50 – Esteve no cinema do CEU/Centro Cultural mais de uma vez _____	100
Figura 51 – Motivo para frequentar o cinema do CEU/Centro Cultural _____	100
Figura 52 – Outros motivos para frequentar o cinema do CEU/Centro Cultural _____	100
Figura 53 – Nunca esteve no cinema do CEU/Centro Cultural por sala _____	101
Figura 54 – Motivo para não frequentar o cinema do CEU/Centro Cultural _____	102
Figura 55 – Outros motivos para não frequentar o cinema do CEU/Centro Cultural _____	102
Figura 56 – Motivo para frequentar o cinema de outro CEU/Centro Cultural _____	103
Figura 57 – Gênero dos participantes (habitantes) _____	104
Figura 58 – Escolaridade dos participantes (habitantes) _____	105
Figura 59 – Raça ou etnia dos participantes (habitantes) _____	105
Figura 60 – Religião dos participantes (habitantes) _____	105
Figura 61 – Ocupação dos participantes (habitantes) _____	106
Figura 62 – Benefícios recebidos pelos participantes (habitantes) _____	107
Figura 63 – Atividades praticadas fora de casa (habitantes) _____	108
Figura 64 – Outras atividades praticadas fora de casa (habitantes) _____	108
Figura 65 – Atividades praticadas em casa (habitantes) _____	109
Figura 66 – Outras atividades praticadas em casa (habitantes) _____	110
Figura 67 – Faixa etária dos frequentadores das sessões pesquisadas _____	116
Figura 68 – Faixa etária dos frequentadores das sessões pesquisadas nos CEUs Elaboração: Equipe Fipe. _____	117
Figura 69 – Faixa etária dos frequentadores das sessões pesquisadas nos Centros Culturais Elaboração: Equipe Fipe. _____	118



LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Etapas do estudo e objetivos relacionados _____	3
Quadro 2 – Cronograma geral de atividades _____	7
Quadro 3 – Resumo de produção _____	12
Quadro 4 – Salas com ocorrência de pesquisa de campo _____	13
Quadro 5 – Cronograma de campo 2025 _____	19
Quadro 6 – Equipe de Campo – 2025 _____	23
Quadro 7 – Programação das Salas Abordadas _____	25
Quadro 8 – Registro de Frequência _____	33
Quadro 9 – Quadro de produção de habitantes 2025 _____	39
Quadro 10 – Redes e salas de cinema públicas nacionais _____	47



1. APRESENTAÇÃO DO ESTUDO

O Circuito Spcine é uma ação da Empresa de Cinema e Audiovisual de São Paulo (Spcine) que consiste em uma rede de salas públicas de cinema¹ e integra um total de 32 salas de cinemas em Centros Educacionais Unificados (CEUs) e Centros Culturais. O objetivo do Circuito é democratizar o acesso da população ao entretenimento audiovisual, expandindo a barreira geográfica do centro em direção a todas as regiões da capital paulista.

Considerando a importância da política de formação de público praticada pelo Circuito Spcine e seus impactos socioeconômicos no consumo de cinema e audiovisual especialmente em territórios mais afastados e/ou frequentados por pessoas de baixa renda, entende-se essencial a realização de um estudo a fim de obter um panorama atualizado sobre os resultados e desafios existentes na execução de tal política, colaborando para o seu aprimoramento através de novas ações e garantindo a longevidade da existência do Circuito.

Nesse contexto está o desenvolvimento do Estudo de Impacto do Circuito Spcine, que é uma realização da Spcine por meio de contratação da Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe). O estudo contém três etapas e prevê aplicação de uma pesquisa de campo. Os tópicos a seguir descrevem o delineamento do estudo.

1.1 OBJETIVOS

O estudo tem como objetivo obter um panorama atualizado sobre os resultados e desafios existentes na execução do Circuito Spcine, colaborando para o seu aprimoramento através de novas ações e garantindo a longevidade da existência do Circuito, além de:

- Complementar e contribuir para o mapeamento de redes públicas de salas de cinema nacionais e internacionais;

¹ Por rede de salas públicas de cinema entende-se que se trata de uma única administração de salas de cinema mantidas com investimento público.



- Obter o perfil demográfico do público do Circuito Spcine, incluindo, mas não se limitando a: gênero, faixa etária, classe social, escolaridade, identidade de gênero, raça ou etnia, área de atuação profissional e religião;
- Obter o perfil de hábitos culturais e de lazer do público do Circuito Spcine, incluindo, mas não se limitando a: frequência que vai ao cinema, preferência de atividades culturais, preferência de atividades de lazer e entretenimento e tipo de filmes que mais assiste;
- Coletar a avaliação do público do Circuito Spcine em relação à qualidade e às características do Circuito (qualidade da projeção, preços de ingresso, qualidade e variedade da programação, localização e acessibilidade, comunicação e divulgação), assim como opiniões sobre a relevância, benefícios, defeitos e sugestões de melhorias em geral;
- Compreender se o público que frequenta o Circuito Spcine também frequenta as salas comerciais, reunindo motivos para preferência do Circuito e/ou de salas comerciais;
- Analisar especificamente o quanto o público do Circuito Spcine passou a frequentar o Centro Cultural ou Centro Educacional Unificado (CEU) e vice-versa;
- Entender junto aos habitantes da região em um raio de até 2 km das salas do Circuito Spcine o quanto aquela população conhece ou desconhece a sala ali presente;
- A partir de base de dados interna da Spcine, obter indicadores da importância da existência do Circuito Spcine para a sociedade civil, para a produção audiovisual brasileira e para a formação de público para obras brasileiras, entre outros.

1.2 MÉTODO

Os objetivos do estudo estão concentrados em torno de três etapas de realização:

- Etapa 1: Mapeamento de Redes Públicas de Salas de Cinema Nacionais e Internacionais;
- Etapa 2: Pesquisa de Perfil de Público do Circuito Spcine;



- Etapa 3: Estudo de Impacto Socioeconômico e Cultural do Circuito Spcine.

O quadro a seguir relaciona os objetivos a cada etapa mencionada:

Quadro 1 – Etapas do estudo e objetivos relacionados

ETAPAS DO ESTUDO	OBJETIVOS RELACIONADOS
Etapa 1: Mapeamento de Redes Públicas de Salas de Cinema Nacionais e Internacionais	<ul style="list-style-type: none"> • Analisar o mapeamento de redes públicas de salas de cinema nacionais e internacionais.
Etapa 2: Pesquisa de Perfil de Público do Circuito Spcine	<ul style="list-style-type: none"> • Obter o perfil demográfico do público do Circuito Spcine, incluindo, mas não se limitando a: gênero, faixa etária, classe social, escolaridade, identidade de gênero, raça ou etnia, área de atuação profissional e religião; • Obter o perfil de hábitos culturais e de lazer do público do Circuito Spcine, incluindo, mas não se limitando a: frequência que vai ao cinema, preferência de atividades culturais, preferência de atividades de lazer e entretenimento e tipo de filmes que mais assiste; • Coletar a avaliação do público do Circuito Spcine em relação à qualidade e às características do Circuito (qualidade da projeção, preços de ingresso, qualidade e variedade da programação, localização e acessibilidade, comunicação e divulgação), assim como opiniões sobre a relevância, benefícios, defeitos e sugestões de melhorias em geral; • Compreender se o público que frequenta o Circuito Spcine também frequenta as salas comerciais, reunindo motivos para preferência do Circuito e/ou de salas comerciais; • Analisar especificamente o quanto o público do Circuito Spcine passou a frequentar o Centro Cultural ou Centro Educacional Unificado e vice-versa; • Entender junto aos habitantes da região em um raio de até 2 km das salas do Circuito Spcine o quanto aquela população conhece ou desconhece a sala ali presente.
ETAPAS DO ESTUDO	OBJETIVOS RELACIONADOS
Etapa 3: Estudo de Impacto Socioeconômico e Cultural do Circuito Spcine	<ul style="list-style-type: none"> • A partir de base de dados interna da Spcine, obter indicadores da importância da existência do Circuito Spcine para a sociedade civil, para a produção audiovisual brasileira e para a formação de público para obras brasileiras, entre outros.

Elaboração: Equipe Fipe.

A Etapa 1: Mapeamento de Redes Públicas de Salas de Cinema Nacionais e Internacionais se baseia na análise de materiais fornecidos pela Spcine, que, à medida do possível, foram complementados com levantamento realizado pela equipe técnica da Fipe. Essa etapa resultou em um mapeamento de salas de cinema públicas encontradas a nível nacional e internacional.



A Etapa 2: Pesquisa de Perfil de Público do Circuito Spcine se trata de uma pesquisa de campo nas salas do Circuito Spcine junto a:

- Frequentadores das sessões;
- Habitantes da região ou pessoas que circulam habitualmente nos arredores da sala², em um raio de até 2 km das salas do Circuito.

Nos locais de aplicação, foram alocadas equipes de campo distribuídas entre três funções:

- Contagem de todos os frequentadores da sessão, identificando menores (acompanhados e desacompanhados) e maiores de 18 anos;
- Aplicação de questionário de perfil com os frequentadores maiores de 18 anos;
- Aplicação de questionário de perfil junto aos habitantes da região ou pessoas que circulam habitualmente nos arredores da sala, em um raio de até 2 km das salas do Circuito.

A contagem dos frequentadores visou registrar a presença de crianças desacompanhadas dos responsáveis, uma vez que, segundo as normas éticas em pesquisa, não devem ser abordados para participação menores de 18 anos sem a autorização dos responsáveis e, portanto, o questionário de perfil só foi aplicado com adultos.

Nesse sentido, a contagem complementou os dados provenientes da aplicação do questionário a fim de obter um perfil mais realista dos frequentadores.

Por fim, na Etapa 3: Estudo de Impacto Socioeconômico e Cultural do Circuito Spcine foi analisada a base de dados interna da Spcine em conjunto com os resultados das etapas anteriores.

Após a análise global das três etapas do estudo, foram conduzidas, ainda, entrevistas de *feedback* com empresas ou entidades representativas do setor audiovisual indicadas pela Spcine, com o objetivo de apresentar os dados obtidos e receber *feedbacks* sobre a importância do Circuito Spcine.

² Em acordo com a Spcine, também serão contempladas pessoas que circulam habitualmente em um raio de até 2 km das salas, visando entender de forma mais abrangente o motivo de não frequentarem as salas.



1.3 EQUIPE TÉCNICA

A equipe técnica da Fipe tem vasta experiência nas áreas de ensino, projetos e pesquisas. Para a realização do estudo, a equipe técnica constituída é composta por renomados docentes com conhecimentos em Economia e Estatística, além de profissionais especialistas em Gerenciamento de Campo e Processamento de Dados.

Os currículos resumidos de alguns dos integrantes da equipe técnica são apresentados a seguir:

- **Prof. Dr. Wilson Abrahão Rabahy:** Livre docente, doutor e mestre em Ciências da Comunicação pela ECA-USP. É graduado e pós-graduado em Economia. Foi professor titular da ECA-USP nos cursos de graduação (disciplinas de Economia do Turismo, Microeconomia, Macroeconomia, Estatística Aplicada ao Turismo e Teorometria) e pós-graduação (Métodos e Técnicas de Estudos Econômicos de Turismo). Economista homenageado no 41º prêmio Economista do Ano (2019) da Ordem dos Economistas do Brasil. É pesquisador da Fipe desde 1975, coordenando os principais projetos de turismo desta instituição.
- **Prof. Dr. Moisés Diniz Vassallo:** Doutor em Teoria Econômica pela FEA-USP, mestre em Engenharia de Infraestrutura Aeronáutica pelo ITA e graduado em Economia pela FEA-USP. Atua nas áreas de Economia dos Transportes, Organização Industrial, Turismo e Análise de Impactos Econômicos. É professor adjunto no Instituto de Engenharia de Produção e Gestão da UNIFEI. Já foi professor das disciplinas de Economia, Estatística e Teorometria do curso de Turismo da ECA-USP. É pesquisador da Fipe desde 2000.
- **Tatiana Saade Repetto:** Cursou a graduação em Lazer e Turismo pela EACH-USP. Possui vasta experiência de trabalhos e coordenação de campo em pesquisas relacionadas ao Turismo. Atua desde 2011 em projetos da Fipe. Tem profundos conhecimentos da aplicação de questionários, gestão de equipes de pesquisadores e organização de campo.
- **Karina Ferrara Barros:** Mestre em Ciências pela ECA-USP e graduada em Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas pela ECA-USP. Cursa MBA em *Business Analytics & Intelligence*, em andamento. Atua junto à Fipe



desde 2015, na Análise de Resultados a partir do emprego de conhecimentos em estatística, *softwares* (SPSS) e linguagem R.

- **Kamila Ferreira Luna:** Coordenadora de campo e planejamento, com amplo conhecimento em liderança de equipe, treinamentos e planejamento de campo. Formada em gestão de projetos, pela Faculdade Metropolitanas Unidas (FMU).

Além da equipe técnica, o estudo contou com pesquisadores e supervisores da equipe de campo.

1.4 CRONOGRAMA GERAL DE ATIVIDADES

O desenvolvimento do estudo contemplou as atividades programadas no cronograma a seguir:



Quadro 2 – Cronograma geral de atividades

Mês	2024										2025																											
	Nov		Dez				Jan				Fev				Mar				Abr				Mai				Jun											
Semana	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	2	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4		
Assinatura do contrato	22																																					
Reunião de Kick-Off		26																																				
Desenvolvimento de questionários	23/11	04/12																																				
Planejamento de cronogramas	23/11	04/12																																				
Desenvolvimento de manuais	23/11	04/12																																				
Entrega de Relatório de Planejamento							3																															
Reunião sobre o relatório de Planejamento												21																										
Revisão dos questionários antes do pré-teste											20																											
Pré-teste dos questionários												23																										
Revisão dos questionários após o pré-teste												23	27																									
Envio de questionários finais													27																									
Obtenção de materiais para pesquisa de campo											13	24																										
Análise dos dados da etapa 1 - mapeamento						16	31											17	28																1	30		
Pesquisa etapa 1 - mapeamento			9	31										06	21			10	26																1	30		
Recrutamento da equipe de campo							16/12	21/01																														
Treinamento da equipe de campo												21																										
Contato com órgãos responsáveis pela autorização do campo											10	24																										
Aplicação de pesquisa de campo																		02/02	23/03																			
Visitas técnicas para monitoramento do campo																		02/02	23/03																			
Checagem e digitação dos questionários																		02/02	30/03																			
Desenvolvimento de scripts de programação para resultados								01	17																													
Entrega de relatório parcial																			7																			
Reunião sobre o relatório parcial														17	27			10	14																			
Obtenção de resultados da pesquisa de campo																																					1	20
Análise dos resultados da etapa 2 - pesquisa de campo																																					1	20
Análise dos dados da etapa 3 - impacto econômico																																					1	30
Análise dos resultados integrados das três etapas																																					1	30
Elaboração de roteiro de entrevistas de feedback																																					1	07
Pré-teste do roteiro de entrevistas de feedback																																					1	07
Revisão do roteiro de entrevistas de feedback																																					1	11
Agendamento de entrevistas de feedback																																					14	09
Aplicação das entrevistas de feedback																																					28	09
Análise das entrevistas de feedback																																					28	23
Elaboração de apresentação (ppt) do estudo																																					1	20
Entrega de relatório final prévia e oficial																																					30	06
Entrega de ppt para apresentação																																						20
Apresentação em evento da Spcine																																						26

Elaboração: Equipe Fipe.



2. DESENVOLVIMENTO DO ESTUDO

2.1 ETAPA 1 – MAPEAMENTO DE REDES PÚBLICAS DE SALAS DE CINEMA NACIONAIS E INTERNACIONAIS

A Etapa 1: Mapeamento de Redes Públicas de Salas de Cinema Nacionais e Internacionais se baseava em uma análise de dados secundários disponibilizados pela Spcine, com o objetivo de apenas complementar e contribuir para o mapeamento de redes públicas de salas de cinema nacionais e internacionais. Entretanto, foram realizados diversos esforços pela equipe técnica da Fipe para consolidar uma base de dados de salas de cinemas públicas nacionais e internacionais, dado que o material se mostrou insuficiente para compor um mapeamento.

Nesse sentido, foram realizados levantamentos, buscando iniciativas similares ao Circuito Spcine no Brasil e no mundo. Para tanto, foram contempladas redes públicas de salas de cinema, que se caracterizam como uma única administração de salas de cinema mantidas com investimento público.

2.1.1 Etapa 1 – Mapeamento de Redes Públicas de Salas de Cinema Nacionais

Inicialmente, esta etapa estava prevista para ocorrer no mês de dezembro de 2024, o que não foi possível por se tratar de fim de ano e recesso da Spcine entre os dias 11 de dezembro e 16 de janeiro. Além disso, a análise a ser realizada se baseava em dados secundários, a partir dos quais seria composto um mapeamento. Entretanto, os materiais se mostraram insuficientes e um delineamento de coleta foi estabelecido e exposto para a equipe da Spcine em reunião no dia 21 de janeiro de 2025. Esse delineamento de coleta envolvia a necessidade de um ofício assinado pela Spcine, que foi recebido pela equipe técnica da Fipe no dia 4 de fevereiro de 2025.

A partir deste dia foram iniciadas as coletas a nível nacional. Devido às consequentes sobreposições de cronograma com a Etapa 2: Pesquisa de Perfil de Público do Circuito



Spicine, a equipe técnica da Fipe se dedicou à pesquisa de campo, além de seguir com o mapeamento a nível nacional.

Para o mapeamento nacional, foi elaborado um *mailing*³ com as possíveis redes de cinemas públicas, cujos contatos foram obtidos anteriormente via *websites* e telefone. O mapeamento a nível nacional visou coletar as seguintes informações:

- Confirmar se é investimento público que mantém a sala.
- Quantas salas são?
- Qual o número de assentos das salas?
- Qual é a instituição responsável pela gestão da sala?
- Qual o valor do ingresso?
- Quem costuma frequentar a sala? (ex.: estudantes, moradores da periferia, pessoas do meio audiovisual etc.).
- Qual o tipo de filme mais exibido? (ex.: documentário, curta-metragem, filmes brasileiros etc.).
- Qual a frequência das sessões? (ex.: diárias, semanais, mensais, semestrais etc.).
- Como as pessoas acessam as informações sobre as sessões?
- Há o número de público anual que frequenta a sala?
- Qual o custo anual aproximado para manter a sala?

Para a coleta destas informações, foi redigido um ofício (Apêndice D) solicitando as informações, expondo os objetivos do estudo e afirmando o compromisso com a divulgação. O ofício assinado pela Spicine foi enviado à equipe técnica da Fipe no dia 4 de fevereiro de 2025 e no mesmo dia foi iniciada a coleta junto aos contatos do *mailing*. Foram necessárias diversas tentativas e insistências para a participação.

³ Banco de dados com lista de contatos dos locais encontrados no levantamento.



2.1.2 Etapa 1 – Mapeamento de Redes Públicas de Salas de Cinema Internacionais

Acerca do mapeamento de cinemas públicos a nível internacional, a Spcine realizou envio de material constando possíveis iniciativas similares ao Circuito Spcine na América Latina.

Além da análise dos dados fornecidos pela Spcine, houve um esforço da equipe técnica da Fipe para mapear iniciativas semelhantes em diversos países, com o objetivo de complementar o estudo e aprofundar o levantamento sobre cinemas públicos em diferentes regiões do mundo, já que os dados secundários se mostraram insuficientes.

No dia 19 de março de 2025, foi realizada uma reunião entre as equipes, na qual ficou acordado que a Spcine entraria em contato com profissionais do setor audiovisual nos países considerados estratégicos para o mapeamento. A Spcine se responsabilizaria por encaminhar *e-mails*, colocando esses especialistas em contato direto com a Fipe, que daria seguimento à pesquisa. Para esses interlocutores, a Fipe solicitou as seguintes informações:

- Há salas de cinema mantidas com investimento público no seu país?
- Caso existam, quantas salas são e quantos assentos por sala?
- Qual seria a frequência de exibição de filmes nestas salas?
- Caso não saiba responder às perguntas anteriores, poderia indicar alguém que possa informar?

Na mesma reunião, foram definidos os países-alvo para a coleta de dados, a saber: Nigéria, África do Sul, Canadá, México, Cuba, República Dominicana, Panamá, Argentina, Colômbia, Uruguai, Chile, Índia, Coreia do Sul, China, Rússia, Holanda, França, Alemanha, Reino Unido, Irlanda, Espanha, Portugal, Dinamarca e Noruega.

Até o momento da elaboração deste relatório, sete países haviam sido efetivamente contatados: Nigéria, África do Sul, Índia, Coreia do Sul, Colômbia, México e República Dominicana. Destes, mesmo após insistência no contato, responderam às solicitações: Nigéria, África do Sul, Índia e República Dominicana.



O modelo do *e-mail* enviado, disponível em três idiomas, encontra-se no Apêndice E deste relatório.

2.2 ETAPA 2 – PESQUISA DE PERFIL DE PÚBLICO DO CIRCUITO SPSCINE

Conforme explicado anteriormente, o estudo contempla três etapas:

- Etapa 1: Mapeamento de Redes Públicas de Salas de Cinema Nacionais e Internacionais;
- Etapa 2: Pesquisa de Perfil de Público do Circuito Spcine;
- Etapa 3: Estudo de Impacto Socioeconômico e Cultural do Circuito Spcine.

O presente capítulo se dedica à pesquisa de campo relacionada à Etapa 2: Pesquisa de Perfil de Público do Circuito Spcine.

2.2.1 Amostra e Locais de Aplicação da Pesquisa de Campo

Na pesquisa de campo foram realizadas três coletas:

- Contagem de todos os frequentadores da sessão, identificando menores (acompanhados e desacompanhados) e maiores de 18 anos;
- Aplicação de questionário de perfil com os frequentadores maiores de 18 anos;
- Aplicação de questionário de perfil junto aos habitantes da região ou pessoas que circulam habitualmente nos arredores da sala, em um raio de até 2 km das salas do Circuito.

Na contagem, foram registrados todos os frequentadores da sessão presentes no período de aplicação. E junto a uma amostra de adultos foram aplicados os questionários de perfil.

As quantidades de questionários previstas foram calculadas com base no número de frequentadores das salas no ano de 2024⁴. O total previsto de 3.200 questionários foi realizado e a amostra havia sido distribuída proporcionalmente entre as 32 salas, levando em

⁴ Material obtido junto à Spcine.



consideração a frequência do ano anterior 2024⁵. Contudo, com a interrupção das sessões em alguns CEUs, conforme informação cedida no dia 18/02 pela Coordenadoria de Difusão da Spcine, a amostra foi revista e realocada para os Centros Culturais e CEUs ativos, nos quais foi possível realizar a pesquisa de campo. O total da amostra prevista foi contemplada, no entanto as amostras previstas por locais e tipo de questionários sofreram alterações durante a coleta devido à interrupção de funcionamento de salas, indisponibilidade do número de frequentadores programado e alteração na programação das sessões.

Quadro 3 – Resumo de produção

Tipo de Questionário	Total de questionários
Habitantes	2.300
Frequentadores	900
Total	3.200

Elaboração: Equipe Fipe.

A descontinuidade ou alteração das sessões de cinema do Circuito Spcine impossibilitou a realização da pesquisa de campo nas localidades planejadas inicialmente e, por consequência, as amostras foram realocadas para os Centros Culturais e CEUs onde as sessões continuaram ocorrendo⁶.

Em algumas salas⁷ não foi possível realizar a coleta no mês de fevereiro e março, por motivos de manutenção e fechamento das sessões.

Até o encerramento, a pesquisa de campo ocorreu ao menos uma vez nos seguintes locais:

⁵ Material obtido junto à Spcine.

⁶ O cronograma atualizado será apresentado no item 2.2.5. Dinâmica da Pesquisa de Campo.

⁷ CEU Arthur Alvin, CEU Caminho do Mar e Biblioteca Roberto Santos.

Quadro 4 – Salas com ocorrência de pesquisa de campo

Locais de Pesquisa
CEU Jambeiro
CEU Parque Veredas
CEU Quinta do Sol
CEU Vila Atlântica
CEU Parque Do Carmo
CEU Vila Alpina / Vila Prudente
CEU São Pedro / José Bonifácio
CEU Jaçanã
CEU Paz
CEU Perus
CEU Pinheirinho D'Água - Luiz Gama
CEU Parque Novo Mundo - Leônidas da Silva
CEU Barro Branco / Cidade Tiradentes
CEU Taipas
CEU Butantã
CEU Aricanduva
CEU Feitiço da Vila
CEU Meninos
CEU São Rafael
CEU São Miguel - Luiz Melodia
CEU Freguesia do Ó
CEU Tremembé
CEU Carrão
Centro Cultural Olido
Centro de Formação Cultural Cidade Tiradentes
CCSP Paulo Emílio

Elaboração: Equipe Fipe.



2.2.2 Função e Recrutamento da Equipe de Campo

A execução da coleta de dados no campo foi conduzida por profissionais previamente selecionados e treinados, de acordo com os procedimentos estabelecidos, para assegurar a qualidade da pesquisa.

Foram recrutados profissionais para desempenhar as seguintes funções:

- Supervisor de Campo: Responsável pelo controle das amostras, conferência dos questionários, verificação da correta aplicação e fornecimento de suporte à equipe de campo;
- Pesquisador de Campo: Responsável pela coleta de dados, realização das abordagens e aplicação dos questionários de perfil com habitantes e frequentadores, bem como da ficha de contagem de fluxo de frequentadores, seguindo procedimentos estabelecidos.

O recrutamento ocorreu a partir de banco de dados de profissionais que já participaram de pesquisas da Fipe e a partir do estabelecimento de parcerias com instituições de ensino para divulgação das vagas para candidatos qualificados e interessados em atuar como pesquisadores de campo.

Após a divulgação da vaga, o processo de seleção seguiu com a análise de currículos e entrevistas dos candidatos. Durante essa etapa, foram avaliadas as competências essenciais para o desenvolvimento do trabalho, considerando:

- Responsabilidade e organização;
- Experiência prévia em pesquisa de campo;
- Comunicação eficaz e habilidade para lidar com diferentes públicos;
- Capacidade de adaptação e resolução de problemas;
- Facilidade de locomoção até os locais de aplicação da pesquisa;
- Disponibilidade para cumprir os horários e escalas previstas;
- Entendimento e compreensão do projeto e metodologia.



Após o recrutamento, todos os profissionais passaram por um treinamento específico, que abordou as diretrizes metodológicas e os procedimentos operacionais da pesquisa de campo, garantindo a uniformidade e a qualidade na coleta dos dados.

2.2.3 Treinamento da Equipe de Campo

O treinamento das equipes de campo foi organizado de acordo com as funções que cada profissional desempenhou:

- Perfil de frequentadores;
- Perfil de habitantes;
- Contagem de fluxo de frequentadores;
- Supervisores de campo.

Todos os profissionais que atuaram no campo participaram do treinamento. Os pesquisadores de campo tiveram acesso aos três primeiros módulos, enquanto os supervisores de campo participaram de todos os treinamentos, abrangendo as quatro funções mencionadas.

O treinamento ocorreu no dia 21/01/2025 na Escola de Ensino Superior da Fipe (ESS-Fipe), localizada na Avenida Paulista, em São Paulo/SP, e foi ministrado por membros da equipe técnica da Fipe, Tatiana Saade Repetto, Karina Ferrara Barros e Kamila Ferreira Luna, tendo sido abordados os seguintes tópicos:

- Apresentação da metodologia da pesquisa;
- Procedimentos de campo;
- Estudo detalhado dos questionários;
- Discussão de situações hipotéticas que poderiam surgir durante a coleta de dados;
- Esclarecimento de dúvidas;
- Simulação de aplicação de entrevistas.



2.2.4 Instrumentos de Coleta

O questionário foi elaborado conforme os objetivos específicos do estudo. Em acordo com a Spcine, foi definido o questionário provisório, o qual constou no Produto 1 – Relatório de Planejamento. Este questionário provisório foi diagramado em *layout* de impressão e submetido a pré-teste, que ocorreu no dia 23 de janeiro no CEU Cidade Tiradentes.

O pré-teste foi aplicado por três integrantes da equipe técnica da Fipe, além de quatro supervisores de campo. Com isso, foram aplicados ao menos sete questionários de cada tipo (frequentadores/habitantes), o que possibilitou observações em relação aos seguintes aspectos:

- Questões redundantes: Algumas questões solicitavam os mesmos dados ou tipos de resposta. Assim, foi possível agrupar e/ou excluir algumas perguntas;
- Questões de difícil compreensão: Foram identificadas questões cujas respostas cedidas não correspondiam ao que era realmente solicitado. Para resolver isso, a linguagem foi ajustada, e em alguns casos alternativas foram excluídas;
- Ordem das questões: Foi possível melhorar a fluidez da aplicação da pesquisa e ritmo natural de respostas reposicionando algumas questões e seus temas;
- Duração/extensão do questionário: Foi observado que o tamanho do questionário poderia prejudicar a dinâmica do campo. Com as revisões feitas, foi possível reduzir a duração do tempo de aplicação.

No pré-teste também foi experimentada a ficha de contagem, que passou por pequena adaptação na disposição das informações.

O pré-teste também contribuiu para que a equipe técnica e supervisores conhecessem o campo antes da coleta, para identificar desafios e assim evitar dificuldades no momento da coleta.

Os instrumentos revisados, que foram utilizados na aplicação, se encontram nos Apêndices A, B e C.



2.2.5 Dinâmica da Pesquisa de Campo

Os profissionais de campo foram organizados em equipes de três a seis integrantes por sala do Circuito, com pesquisadores e um supervisor. Entre as atribuições do supervisor estão: controle das amostras, conferência dos questionários, verificação da correta aplicação e fornecimento de suporte à equipe de campo. Além disso, o supervisor teve a responsabilidade de manter contato direto com a equipe técnica da Fipe, fornecendo atualizações sobre o andamento da pesquisa e elucidando quaisquer dúvidas que surgiram durante o processo de coleta.

Dessa forma, a equipe técnica da Fipe realizou o monitoramento da aplicação. Importante ressaltar, também, que membros da equipe técnica da Fipe estiveram presentes no campo para realizar visitas aos locais onde a pesquisa estava sendo conduzida, garantindo o acompanhamento contínuo.

Após a coleta de dados, os supervisores de campo entregaram todos os instrumentos preenchidos e materiais à equipe técnica. Também preencheram e enviaram um relatório detalhado, no qual foram registrados aspectos relevantes sobre a execução da pesquisa, bem como qualquer observação pertinente ao trabalho de campo. Esse relatório incluiu uma avaliação do cumprimento dos procedimentos, permitindo identificar possíveis ajustes, alterações ou aprimoramentos necessários durante processo de coleta.

Foi designada uma equipe composta por um supervisor e dois a quatro pesquisadores para cada dia de aplicação. Conforme programação disponibilizada pela Spcine, as sessões ocorreram nos CEUs⁸:

- Às quartas-feiras: 15h, 17h e 19h;
- Às quintas-feiras: 15h, 17h e 19h;
- Aos domingos: 11h, 13h e 15h.

⁸ Disponibilização da programação dos Centros Culturais pendente.



As sessões também seguiam um padrão de gêneros de filmes:

- 15h (quartas-feiras e quintas-feiras) e 11h (domingos): infantil;
- 17h (quartas-feiras e quintas-feiras) e 13h (domingos): classificação livre ou até 12 anos, e filmes brasileiros;
- 19h (quartas-feiras e quintas-feiras) e 15h (domingos): *blockbusters*⁹.

Os Centros Culturais seguem uma lógica diferente de programação, apresentando sessões de quarta a domingo no período da tarde com início entre 14h e 19h; os horários das sessões, dias de apresentação e tipo de filmes programados variam de acordo com a semana e local.

Foram previstos dois dias de aplicação em cada local: em um dia da semana (quarta ou quinta-feira no caso dos CEUs) e em um domingo. Isso visou o alcance da quantidade de questionários proposta e também a obtenção do perfil de frequentadores tanto em dias úteis quanto em fins de semana. Entre todos os locais abordados pela pesquisa, apenas dois tiveram apenas um dia de campo; nos demais, a aplicação ocorreu em dois ou mais turnos, garantindo maior representatividade dos diferentes públicos atendidos. Além disso, a aplicação também contemplou as três sessões diárias para coletar dados do perfil de frequentadores nos diferentes horários e interesses nos gêneros de filmes.

As equipes de campo foram organizadas em turnos de 6 horas diárias, nos quais ocorrem:

- Contagem de frequentadores e aplicação de pesquisa de perfil dos frequentadores antes da primeira sessão;
- Aplicação de questionário com habitantes da região (presentes e ausentes no CEU ou Centro Cultural) durante a primeira sessão;
- Contagem de frequentadores e aplicação de pesquisa de perfil dos frequentadores antes da segunda sessão;
- Aplicação de questionário com habitantes da região (presentes e ausentes no CEU ou Centro Cultural) durante a segunda sessão (se necessário);

⁹ Termo utilizado em referência a produtos culturais com grande repercussão e alcance comercial.



- Contagem de frequentadores e aplicação de pesquisa de perfil dos frequentadores antes da terceira sessão.

Membros da equipe técnica da Fipe visitaram o campo, a fim de preservar o bom desenvolvimento da pesquisa.

A descrição dos locais e datas de coleta de campo realizadas obedeceram ao cronograma a seguir:

Quadro 5 – Cronograma de campo 2025

Locais de Pesquisa	FEV										MAR									
	2	5	6	9	12	13	16	19	20	23	12	13	14	15	16	19	20	21	22	23
CEU Jambeiro	X	X																		
CEU Parque Veredas		X															X			X
CEU Quinta do Sol	X		X														X			
CEU Vila Atlântica								X												
CEU Parque Do Carmo		X																		

Elaboração: Equipe Fipe.

Quadro 5 – Cronograma de campo 2025 (continuação)

Locais de Pesquisa	FEV											MAR										
	2	5	6	9	12	13	16	19	20	23	12	13	14	15	16	19	20	21	22	23		
CEU Vila Alpina		X													X	X						
CEU São Pedro					X																	
CEU Jaçanã					X				X													
CEU Paz					X																	
CEU Perus							X															
CEU Pinheirinho D'Água								X														
CEU Parque Novo Mundo			X													X						
CEU Barro Branco						X									X							
CEU Arthur Alvim	INATIVO																					
CEU Taipas						X				X												
CEU Butantã							X													X		
CEU Aricanduva				X													X			X		
CEU Caminho do Mar	INATIVO																					
CEU Feição da Vila										X												
CEU Meninos				X																X		
CEU São Rafael									X													
CEU Três Lagos																						
CEU Vila do Sol																						
CEU São Miguel									X			X				X						
CEU Freguesia do Ó							X									X						
CEU Tremembé							X								X							
CEU Carrão	X		X								X				X							
CC Olido				X					X		X	X	X	X				X				
CFC Cidade Tiradentes									X	X	X	X	X	X					X			
Biblioteca Roberto Santos	INATIVO																					
CCSP Lima Barreto	NÃO TEM EXCLUSIVIDADE SPCINE																					
CCSP Paulo Emílio										X	X	X	X	X								

Elaboração: Equipe Fipe.



2.2.6 Monitoramento e Distribuição da Equipe de Campo

A pesquisa de campo foi realizada às quartas-feiras, quintas-feiras e domingos nos CEUs e nos Centros Culturais, adicionando visitas às sextas e aos sábados, com mais de uma localidade visitada por dia. Ao todo, a equipe de campo foi composta por duzentos e setenta pessoas, sendo sessenta e quatro supervisores e duzentos e seis pesquisadores, que contemplaram os 64 turnos de pesquisa com abordagem a três sessões por turno. Dos 64 turnos realizados durante toda a pesquisa de campo, 19 foram realizados em Centros Culturais e 45 nos CEUs que abrigam salas de cinema do Circuito Spcine.

A dinâmica de campo se deu da seguinte forma: a equipe escalada se deslocava até o CEU ou Centro Cultural para o qual foi escalada, realizava o contato com a equipe da Spcine presente para verificar se estava tudo em conformidade para a realização da abordagem, checava a retirada de ingressos e confirmava a ocorrência de todas as sessões. Após a obtenção dessas informações, a abordagem era iniciada, sempre retornando à sala de cinema antes do início de cada sessão para abordar os frequentadores.

Durante todo o processo, a coordenação manteve contato direto com a equipe de campo, seja *online* ou presencialmente, para tirar dúvidas, fornecer orientações e registrar todas as informações necessárias. Após o turno de trabalho, além da conferência e registro da produção, o supervisor preenchia um relatório detalhado sobre o andamento do turno.

Foram realizadas 64 visitas a Centros Educacionais Unificados (CEUs) ou Centros Culturais. Durante o processo, alguns problemas com o acesso e a permanência da equipe nos locais de pesquisa foram identificados, mas todos foram prontamente solucionados por meio de colaboração entre a coordenação da equipe Fipe e a equipe do Circuito Spcine.

Os questionários foram aplicados seguindo rigorosamente a metodologia da pesquisa, sendo facilmente compreendidos pelos entrevistados e de aplicação fluida pelos pesquisadores. Cada equipe de pesquisa contou com um supervisor de campo, responsável por orientar sobre a abordagem e a amostra, além de realizar a checagem dos questionários e da aplicação, assegurando a qualidade dos dados coletados.



Esse acompanhamento contínuo e a supervisão direta garantiram que os procedimentos fossem seguidos conforme o planejado, minimizando erros e garantindo que as informações obtidas sejam precisas e representativas. A presença do supervisor de campo também permitiu uma resposta rápida a todos os imprevistos e ajuste necessário durante o processo de coleta, promovendo a consistência e a integridade dos dados.

O detalhamento da equipe de campo que atuou na pesquisa de campo em cada turno pode ser observado no quadro seguinte:

Quadro 6 – Equipe de Campo – 2025

Locais de Pesquisa	Dia 1	Dia 2	Dia 3	Dia 4	Dia 5	Dia 6	Dia 7
CEU Jambeiro	1 supervisor e 3 pesquisadores	1 supervisor e 3 pesquisadores					
CEU Parque Veredas	1 supervisor e 3 pesquisadores	1 supervisor e 3 pesquisadores	1 supervisor e 3 pesquisadores				
CEU Quinta do Sol	1 supervisor e 3 pesquisadores	1 supervisor e 3 pesquisadores	1 supervisor e 3 pesquisadores				
CEU Vila Atlântica	1 supervisor e 3 pesquisadores						
CEU Parque Do Carmo	1 supervisor e 3 pesquisadores						
CEU Vila Alpina	1 supervisor e 3 pesquisadores	1 supervisor e 3 pesquisadores	1 supervisor e 3 pesquisadores				
CEU São Pedro	1 supervisor e 3 pesquisadores						
CEU Jaçanã	1 supervisor e 3 pesquisadores	1 supervisor e 4 pesquisadores					
CEU Paz	1 supervisor e 3 pesquisadores						
CEU Perus	1 supervisor e 3 pesquisadores						
CEU Pinheirinho D'Água	1 supervisor e 3 pesquisadores						
CEU Parque Novo Mundo	1 supervisor e 3 pesquisadores	1 supervisor e 3 pesquisadores					
CEU Barro Branco	1 supervisor e 3 pesquisadores	1 supervisor e 3 pesquisadores					
CEU Taipas	1 supervisor e 3 pesquisadores	1 supervisor e 3 pesquisadores					

Quadro 6 – Equipe de Campo – 2025 (continuação)

Locais de Pesquisa	Dia 1	Dia 2	Dia 3	Dia 4	Dia 5	Dia 6	Dia 7
CEU Butantã	1 supervisor e 3 pesquisadores	1 supervisor e 3 pesquisadores					
CEU Aricanduva	1 supervisor e 3 pesquisadores	1 supervisor e 3 pesquisadores	1 supervisor e 3 pesquisadores				
CEU Feitiço da Vila	1 supervisor e 3 pesquisadores						
CEU Meninos	1 supervisor e 3 pesquisadores	1 supervisor e 3 pesquisadores					
CEU São Rafael	1 supervisor e 3 pesquisadores						
CEU São Miguel	1 supervisor e 3 pesquisadores	1 supervisor e 4 pesquisadores	1 supervisor e 3 pesquisadores				
CEU Freguesia do Ó	1 supervisor e 3 pesquisadores	1 supervisor e 3 pesquisadores					
CEU Tremembé	1 supervisor e 3 pesquisadores	1 supervisor e 3 pesquisadores					
CEU Carrão	1 supervisor e 4 pesquisadores	1 supervisor e 3 pesquisadores	1 supervisor e 3 pesquisadores	1 supervisor e 3 pesquisadores			
CC Olido	1 supervisor e 4 pesquisadores	1 supervisor e 4 pesquisadores	1 supervisor e 4 pesquisadores	1 supervisor e 4 pesquisadores	1 supervisor e 4 pesquisadores	1 supervisor e 3 pesquisadores	1 supervisor e 4 pesquisadores
CFC Cidade Tiradentes	1 supervisor e 4 pesquisadores	1 supervisor e 2 pesquisadores	1 supervisor e 3 pesquisadores	1 supervisor e 3 pesquisadores	1 supervisor e 4 pesquisadores	1 supervisor e 4 pesquisadores	1 supervisor e 3 pesquisadores
CCSP Paulo Emílio	1 supervisor e 3 pesquisadores	1 supervisor e 3 pesquisadores	1 supervisor e 4 pesquisadores	1 supervisor e 4 pesquisadores	1 supervisor e 4 pesquisadores		

Elaboração: Equipe Fipe.



2.2.7 Programação e Ocorrências

Durante todo o trabalho de campo, as equipes da Spcine e da Fipe atuaram de forma conjunta no planejamento dos turnos de pesquisa. A Spcine encaminhava a programação semanalmente, permitindo que o cronograma de atividades e a escala das equipes fossem organizados. As salas eram informadas previamente sobre a presença da equipe de pesquisa, assim como os gestores dos respectivos centros.

No quadro a seguir consta a programação apresentada nas salas onde a pesquisa foi realizada.

Quadro 7 – Programação das Salas Abordadas

Sala	Dia	Horário	Filme
CEU Carrão	02/fev	11h00	Arca de Noé
		13h00	Wicked
		16h00	Wicked
CEU Jambeiro	02/fev	11h00	Arca de Noé
		13h00	Arca de Noé
		16h00	Wicked
CEU Quinta do Sol	02/fev	11h00	A Arca de Noé
		13h00	Wicked
		16h00	Wicked
CEU Jambeiro	05/fev	14h00	A Arca de Noé
		15h50	Wicked
		19h30	Dessa arte eu sei um pouco
CEU Vila Alpina	05/fev	13h40	A Arca de Noé
		15h30	Wicked
		18h30	Wicked
CEU Parque Do Carmo	05/fev	14h00	A Arca de Noé
		16h00	Wicked
		18h00	Wicked
CEU Parque Veredas	05/fev	14h00	Arca de Noé
		15h50	Wicked
		18h40	Wicked

Quadro 7 – Programação das Salas Abordadas (continuação)

Sala	Dia	Horário	Filme
CEU Carrão	06/fev	15h00	Arca de Noé
		17h00	Viva a Vida
		19h00	Nosferatu
CEU Parque Novo Mundo	06/fev	13h40	A Arca de Noé
		15h40	Wicked
		18h40	Nosferatu
CEU Quinta do Sol	06/fev	14h40	Arca de Noé
		16h30	Wicked
		19h25	Nosferatu
Centro Cultural Olido	09/fev	13h30	Wicked
		16h20	Queer
		19h00	Meu nome é Bagdá
CEU Aricanduva	09/fev	10h40	Arca de Noé
		12h30	Wicked
		15h25	Nosferatu
CEU Meninos	09/fev	10h40	Arca de Noé
		12h30	Wicked
		15h25	Nosferatu
CEU São Pedro	12/fev	14h40	Arca de Noé
		16h30	Wicked
		19h25	Nosferatu
CEU Paz	12/fev	14h40	A Arca de Noé
		16h30	Wicked
		19h25	Nosferatu
CeU Jaçanã	12/fev	14h40	Arca de Noé
		16h30	Wicked
		19h25	Nosferatu
CEU Barro Branco	13/fev	15h00	Fabulosos João e Maria
		17h00	Sonic 3
		19h00	Sonic 3
CEU Taipas	13/fev	15h00	Os Fabulosos João e Maria
		17h00	Sonic 3
		19h00	Sonic 3

Quadro 7 – Programação das Salas Abordadas (continuação)

Sala	Dia	Horário	Filme
CEU Perus	16/fev	11h00	Os Fabulosos João e Maria
		13h00	Sonic 3
		15h00	Sonic 3
CEU Butantã	16/fev	10h00	Os Fabulosos João e Maria
		13h00	Sonic 3
		15h00	Sonic 3
CEU Tremembé	16/fev	11h00	Os Fabulosos João e Maria
		13h00	Sonic 3
		15h00	Sonic 3
CEU Freguesia do Ó	16/fev	11h00	Os Fabulosos João e Maria
		13h00	Sonic 3
		15h00	Sonic 3
CEU Vila Atlântica	19/fev	15h00	Os Fabulosos João e Maria
		17h00	Sonic 3: O Filme
		19h00	Sonic 3: O Filme
CEU Pinheirinho D'Água	19/fev	15h00	Os Fabulosos João e Maria
		17h00	Sonic 3
		19h00	Sonic 3
CEU São Rafael	20/fev	15h00	Os Fabulosos João e Maria
		17h00	Os Fabulosos João e Maria
		19h00	Ainda Estou Aqui
Centro Cultural Olido	20/fev	13h30	Ainda Estou Aqui
		16h00	Damas em Espera
		18h00	Atalaku
CEU São Miguel	20/fev	15h00	Os Fabulosos João e Maria
		17h00	Luiz Melodia - No coração do Brasil
		19h00	Ainda estou aqui
CFC Cidade Tiradentes	20/fev	14h00	Os Fabulosos João e Maria
		16h10	Os Fabulosos João e Maria
		18h20	Ainda Estou Aqui

Quadro 7 – Programação das Salas Abordadas (continuação)

Sala	Dia	Horário	Filme
CCSP Paulo Emílio	23/fev	15h00	Os 80 Gigantes
		17h00	Homens de Barro
		19h00	Ainda Estou Aqui
CFC Cidade Tiradentes	23/fev	11h00	O Homem Cão
		13h00	Os Fabulosos João e Maria
		15h10	Ainda Estou Aqui
CEU Feitiço da Vila	23/fev	11h00	O Homem Cão
		13h00	Os Fabulosos João e Maria
		15h00	Ainda Estou Aqui
CEU Jaçanã	23/fev	11h00	O Homem Cão
		13h00	Os Fabulosos João e Maria
		15h00	Ainda Estou Aqui
CEU Taipas	23/fev	11h00	O Homem-Cão
		13h00	Os Fabulosos João e Maria
		15h00	Ainda Estou Aqui
Centro Cultural Olido	12/mar	14h00	A voz que resta
		16h00	Bem-vinda, Violeta!
		18h10	As cores e amores de Lore
CEU Carrão	12/mar	15h00	Moana 2
		17h00	Moana 2
		19h00	Kasa Branca
CFC Cidade Tiradentes	12/mar	14h00	Moana 2
		16h00	Moana 2
		18h00	Lobisomem
CCSP Paulo Emílio	12/mar	15h00	Bem-vinda, Violeta!
		17h00	Luiz Melodia
		19h00	Maria Callas
CEU São Miguel	13/mar	15h00	Moana 2
		17h00	Moana 2
		19h00	Flow
CCSP Paulo Emílio	13/mar	15h00	As Cores e Amores de Lore
		17h00	Flow
		19h00	Sing Sing

Quadro 7 – Programação das Salas Abordadas (continuação)

Sala	Dia	Horário	Filme
CFC Cidade Tiradentes	13/mar	14h00	Moana 2
		16h00	Flow
		18h00	Covil de Ladrões 2
Centro Cultural Olido	13/mar	14h00	Flow
		16h00	As Cores e Amores de Lore
		18h00	Covil de Ladrões 2
CFC Cidade Tiradentes	14/mar	14h00	Moana 2
		16h00	Flow
		18h00	Covil de Ladrões
Centro Cultural Olido	14/mar	14h00	Flow
		16h00	As Cores e Amores de Lore
		18h00	Covil de Ladrões 2
CCSP Paulo Emílio	14/mar	15h00	As cores e amores de Lore
		17h00	Flow
		19h00	Sing Sing
CCSP Paulo Emílio	15/mar	15h00	As Cores e Amores de Lore
		17h00	Flow
		19h00	13ª Mostra Tiradentes
CFC Cidade Tiradentes	15/mar	14h00	Moana 2
		16h00	Flow
		18h00	Covil de Ladrões
Centro Cultural Olido	15/mar	14h00	Flow
		16h00	A Vida e os Amores de Lore
		18h00	Covil de Ladrões
CEU Carrão	16/mar	11h00	Moana 2
		13h00	Moana 2
		15h00	Flow
CEU Vila Alpina	16/mar	11h00	Moana 2
		13h00	Moana 2
		15h00	Flow
CEU Barro Branco	16/mar	11h00	Moana 2
		13h00	Moana 2
		15h00	Flow

Quadro 7 – Programação das Salas Abordadas (continuação)

Sala	Dia	Horário	Filme
CeU Tremembé	16/mar	11h00	Moana 2
		13h00	Moana 2
		15h00	Flow
CEU Vila Alpina	19/mar	15h00	Moana 2
		17h00	Moana 2
		19h00	Flow
CEU Freguesia do Ó	19/mar	15h00	Moana 2
		17h00	Moana 2
		19h00	Flow
CEU Parque Novo Mundo	19/mar	15h00	Moana 2
		17h00	Moana 2
		19h00	Flow
CEU São Miguel	19/mar	15h00	Moana 2
		17h00	Moana 2
		19h00	Flow
CEU Quinta do Sol	20/mar	15h00	Flow
		17h00	Moana 2
		19h00	Flow
CEU Aricanduva	20/mar	15h00	Moana 2
		17h00	Moana 2
		19h00	Flow
CEU Parque Veredas	20/mar	15h00	Moana 2
		17h00	Moana 2
		19h00	Flow
CFC Cidade Tiradentes	22/mar	14h00	Flow
		16h00	Moana 2
		18h00	Covil de Ladrões 2
CEU Aricanduva	23/mar	11h00	Moana 2
		13h00	Moana 2
		15h00	Flow
CEU Meninos	23/mar	11h00	Moana 2
		13h00	Moana 2
		15h00	Flow

Quadro 7 – Programação das Salas Abordadas (continuação)

Sala	Dia	Horário	Filme
CEU Parque Veredas	23/mar	11h00	Moana 2
		13h00	Moana 2
		15h00	Flow
CEU Butantã	23/mar	11h00	Moana 2
		13h00	Moana 2
		15h00	Flow

Elaboração: Equipe Fipe.

A abordagem e aplicação das pesquisas junto aos habitantes locais se mostrou eficaz, tanto nos CEUs e Centros Culturais quanto nos arredores desses locais. Os habitantes locais são receptivos e o nível de recusa é irrisório. Dentro dos Centros, a pesquisa foi realizada em todos os locais onde foi possível encontrar pessoas abordáveis, como parques, recepção, piscina, quadras, corredores e escadas. No entorno, a pesquisa foi aplicada em qualquer ambiente com fluxo de pessoas, como praças, comércios, ruas, pistas de caminhada, pontos de ônibus e calçadas.

A única dificuldade para a abordagem de habitantes durante a pesquisa foi a ocorrência de chuvas durante o período da etapa, mas, mesmo com esse impasse, a quantidade de questionários aplicados a esse público superou o planejamento na maioria das localidades.

No entanto, em relação aos frequentadores, a produção de questionários se mostrou mais difícil. Em muitos dos locais abordados, o fluxo de público se apresentou inferior ao esperado, principalmente no mês de fevereiro, resultando em uma produção abaixo da planejada. Em alguns dias de coleta, nenhuma das exposições do local teve frequentadores. É importante destacar alguns pontos que têm dificultado a coleta de dados entre frequentadores. Estes incluem:

- Sessões com baixa frequência de público, cujos motivos variam: chuvas fortes, frequência de menores de idade (que não podem ser abordados), filmes que estão em cartaz por longos períodos e, por isso, apresentam baixa demanda, além de salas novas ou que voltaram a funcionar recentemente;



- Frequentadores que chegam com atraso, já após o início da sessão;
- Sessões canceladas;
- A presença de grupos escolares, que são grandes e compostos exclusivamente por menores de idade.

Esses pontos críticos estão devidamente registrados no quadro de acompanhamento de frequência.



Quadro 8 – Registro de Frequência

Sala	Dia	Horário	Filme	Registro
CEU Carrão	02/fev	11h00	Arca de Noé	Nenhum frequentador maior de idade
		13h00	Wicked	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
		16h00	Wicked	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
CEU Jambeiro	02/fev	11h00	Arca de Noé	Um frequentador maior de idade
		13h00	Arca de Noé	Nenhum frequentador maior de idade
		16h00	Wicked	Nenhum frequentador maior de idade
CEU Quinta do Sol	02/fev	11h00	A Arca de Noé	Nenhum frequentador maior de idade
		13h00	Wicked	Nenhum frequentador maior de idade
		16h00	Wicked	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
CEU Jambeiro	05/fev	14h00	A Arca de Noé	Nenhum frequentador maior de idade
		15h50	Wicked	Nenhum frequentador maior de idade
CEU Vila Alpina	05/fev	13h40	A Arca de Noé	Nenhum frequentador maior de idade
		15h30	Wicked	Nenhum frequentador maior de idade
		18h30	Wicked	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
CEU Parque Do Carmo	05/fev	14h00	A Arca de Noé	Um frequentador maior de idade
		16h00	Wicked	Um frequentador maior de idade
		18h00	Wicked	Um frequentador maior de idade
CEU Parque Veredas	05/fev	14h00	Arca de Noé	Sessão cancelada - Evento escolar - Reunião de Pais
		15h50	Wicked	Sessão cancelada - Evento escolar - Reunião de Pais
		18h40	Wicked	Menos de cinco frequentadores maiores de idade

Quadro 8 – Registro de Frequência (continuação)

Sala	Dia	Horário	Filme	Registro
CEU Quinta do Sol	06/fev	14h40	Arca de Noé	Grupo escolar
		16h30	Wicked	Nenhum frequentador maior de idade
CEU Carrão	07/fev	17h00	Viva a Vida	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
		19h00	Nosferatu	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
CEU Parque Novo Mundo	06/fev	13h40	A Arca de Noé	Nenhum frequentador maior de idade
		15h40	Wicked	Nenhum frequentador maior de idade
		18h40	Nosferatu	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
Centro Cultural Olido	09/fev	13h30	Wicked	Nenhum frequentador maior de idade
CEU Aricanduva	09/fev	10h40	Arca de Noé	Nenhum frequentador maior de idade
		12h30	Wicked	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
CEU Meninos	09/fev	10h40	Arca de Noé	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
		12h30	Wicked	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
		15h25	Nosferatu	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
CEU São Pedro	12/fev	14h40	Arca de Noé	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
		16h30	Wicked	Nenhum frequentador maior de idade
		19h25	Nosferatu	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
CEU Paz	12/fev	14h40	A Arca de Noé	Nenhum frequentador maior de idade
		16h30	Wicked	Nenhum frequentador maior de idade
CeU Jaçanã	12/fev	14h40	Arca de Noé	Nenhum frequentador maior de idade
		16h30	Wicked	Menos de cinco frequentadores maiores de idade

Quadro 8 – Registro de Frequência

Sala	Dia	Horário	Filme	Registro
CEU Barro Branco	13/fev	15h00	Os Fabulosos João e Maria	Grupo escolar
		17h00	Sonic 3	Nenhum frequentador maior de idade
		19h00	Sonic 3	Nenhum frequentador maior de idade
CEU Taipas	13/fev	15h00	Os Fabulosos João e Maria	Nenhum frequentador maior de idade
		17h00	Sonic 3	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
		19h00	Sonic 3	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
CEU Perus	16/fev	11h00	Os Fabulosos João e Maria	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
CEU Butantã	16/fev	10h00	João e Maria	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
CEU Tremembé	16/fev	11h00	Os Fabulosos João e Maria	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
CEU Freguesia do Ó	16/fev	11h00	Os Fabulosos João e Maria	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
CEU Vila Atlântica	19/fev	15h00	Os Fabulosos João e Maria	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
		17h00	Sonic 3: O Filme	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
		19h00	Sonic 3: O Filme	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
CEU Pinheirinho D'Água	19/fev	15h00	Os Fabulosos João e Maria	Nenhum frequentador maior de idade
		17h00	Sonic 3	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
		19h00	Sonic 3	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
CEU São Rafael	20/fev	15h00	Os Fabulosos João e Maria	Nenhum frequentador maior de idade
		17h00	Os Fabulosos João e Maria	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
CEU São Miguel	20/fev	15h00	Os Fabulosos João e Maria	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
		17h00	Luiz Melodia - No Coração do Brasil	Menos de cinco frequentadores maiores de idade

Quadro 8 – Registro de Frequência

Sala	Dia	Horário	Filme	Registro
CFC Cidade Tiradentes	20/fev	14h00	Os Fabulosos João e Maria	Sessão Cancelada - Fortes chuvas, picos de luz
		16h00	Os Fabulosos João e Maria	Nenhum frequentador maior de idade
CCSP Paulo Emílio	23/fev	15h00	Os 80 Gigantes	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
Centro Cultural Olido	12/mar	14h00	A voz que resta	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
		16h00	Bem-vinda, Violeta!	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
		18h10	As cores e amores de Lore	Sessão cancelada, forte chuvas e goteira na sala
CEU Carrão	12/mar	15h00	Moana 2	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
CFC Cidade Tiradentes	12/mar	14h00	Moana 2	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
		16h00	Moana 2	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
		18h00	Lobisomem	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
CCSP Paulo Emílio	12/mar	15h00	Bem-vinda, Violeta!	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
		17h00	Luiz Melodia	Queda de energia devido à chuva
CEU São Miguel	13/mar	15h00	Moana 2	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
		19h00	Flow	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
CCSP Paulo Emílio	13/mar	19h00	Sing Sing	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
CFC Cidade Tiradentes	13/mar	18h00	Covil de Ladrões 2	Nenhum frequentador maior de idade
CFC Cidade Tiradentes	14/mar	14h00	Moana 2	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
		16h00	Flow	Nenhum frequentador maior de idade
		18h00	Covil de Ladrões 2	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
Centro Cultural Olido	14/mar	18h00	Covil de Ladrões 2	Menos de cinco frequentadores maiores de idade

Quadro 8 – Registro de Frequência

Sala	Dia	Horário	Filme	Registro
CEU Barro Branco	16/mar	11h00	Moana 2	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
		13h00	Moana 2	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
		15h00	Flow	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
CEU Vila Alpina	19/mar	15h00	Moana 2	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
CEU Parque Novo Mundo	19/mar	15h00	Moana 2	Grupo escolar
		17h00	Moana 2	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
		19h00	Flow	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
CEU São Miguel	19/mar	15h00	Moana 2	Grupo escolar
CEU São Miguel	19/mar	19h00	Flow	Queda de energia no CEU, sessão cancelada
CEU Quinta do Sol	20/mar	15h00	Flow	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
		17h00	Moana 2	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
Ceu Aricanduva	20/mar	15h00	Moana 2	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
Ceu Aricanduva	20/mar	19h00	Flow	Menos de cinco frequentadores maiores de idade
CEU Parque Veredas	20/mar	17h00	Moana 2	Grupo escolar
CEU Parque Veredas	20/mar	19h00	Flow	Menos de cinco frequentadores maiores de idade

Elaboração: Equipe Fipe.



2.2.8 Produção de Questionários

Durante a aplicação da pesquisa, algumas medidas foram tomadas com o objetivo de minimizar dificuldades exploradas no tópico anterior e algumas alterações foram implementadas na dinâmica de campo. Entre essas alterações, destacam-se:

- A adaptação dos horários dos turnos, de maneira a contemplar de forma mais abrangente as sessões que costumam atrair maior público;
- O aumento no número de pesquisadores em locais com filmes novos, assegurando uma cobertura mais eficiente;
- A ampliação da abordagem, passando a ser realizada não apenas no início, mas também no término das sessões, com o intuito de captar informações de um número maior de frequentadores.

Caso seja necessária alguma nova adaptação ou redistribuição para garantir a contemplação da amostra, a Spcine será consultada para os devidos alinhamentos e ajustes.

As medidas tomadas visaram otimizar a coleta de dados, mantendo a flexibilidade necessária para ajustes necessários durante os turnos. A amostra total planejada inicialmente de 3.200 questionários foi alcançada, bem como a realização dos 64 turnos de coleta de dados.

As quantidades de questionários coletados podem ser consultadas nos quadro de produção, respectivamente de habitantes e frequentadores:

Quadro 9 – Quadro de produção de habitantes 2025

Locais de Pesquisa	HABITANTES							
	Dia 1	Dia2	Dia 3	Dia 4	Dia 5	Dia 6	Dia 7	Total
CEU Jambeiro	58	58	-	-	-	-	-	116
CEU Parque Veredas	60	41	31	-	-	-	-	132
CEU Quinta do Sol	49	63	45	-	-	-	-	157
CEU Vila Atlântica	50	-	-	-	-	-	-	50
CEU Parque Do Carmo	26	-	-	-	-	-	-	26
CEU Vila Alpina	39	21	33	-	-	-	-	93
CEU São Pedro	38	-	-	-	-	-	-	38
CEU Jaçanã	52	25	-	-	-	-	-	77
CEU Paz	41	-	-	-	-	-	-	41
CEU Perus	30	-	-	-	-	-	-	30
CEU Pinheirinho D'Água	39	-	-	-	-	-	-	39
CEU Parque Novo Mundo	53	45	-	-	-	-	-	98
CEU Barro Branco	30	21	-	-	-	-	-	51
CEU Taipas	23	27	-	-	-	-	-	50
CEU Butantã	39	22	-	-	-	-	-	61
CEU Aricanduva	34	52	47	-	-	-	-	133
CEU Feitiço da Vila	33	-	-	-	-	-	-	33
CEU Meninos	30	44	-	-	-	-	-	74
CEU São Rafael	28	-	-	-	-	-	-	28
CEU São Miguel	40	28	48	-	-	-	-	116
CEU Freguesia do Ó	25	34	-	-	-	-	-	59
CEU Tremembé	21	25	-	-	-	-	-	46
CEU Carrão	50	60	25	26	-	-	-	161
CC Olido	43	50	24	23	22	20	44	226
CFC Cidade Tiradentes	44	28	20	25	21	24	39	201
CCSP Paulo Emílio	56	26	31	26	25	-	-	164
TOTAL								2300

Elaboração: Equipe Fipe.

Quadro 9 – Quadro de Produção de Frequentadores 2025

Locais de Pesquisa	FREQUENTADORES							Total
	Dia 1	Dia 2	Dia 3	Dia 4	Dia 5	Dia 6	Dia 7	
CEU Jambeiro	1	12	-	-	-	-	-	13
CEU Parque Veredas	3	12	31	-	-	-	-	46
CEU Quinta do Sol	4	3	12	-	-	-	-	19
CEU Vila Atlântica	6	-	-	-	-	-	-	6
CEU Parque Do Carmo	2	-	-	-	-	-	-	2
CEU Vila Alpina	1	28	10	-	-	-	-	39
CEU São Pedro	2	-	-	-	-	-	-	2
CEU Jaçanã	8	31	-	-	-	-	-	39
CEU Paz	3	-	-	-	-	-	-	3
CEU Perus	16	-	-	-	-	-	-	16
CEU Pinheirinho D'Água	2	-	-	-	-	-	-	2
CEU Parque Novo Mundo	0	6	-	-	-	-	-	6
CEU Barro Branco	4	13	-	-	-	-	-	17
CEU Taipas	6	26	-	-	-	-	-	32
CEU Butantã	17	28	-	-	-	-	-	45
CEU Aricanduva	8	4	23	-	-	-	-	35
CEU Feitiço da Vila	24	-	-	-	-	-	-	24
CEU Meninos	7	16	-	-	-	-	-	23
CEU São Rafael	5	-	-	-	-	-	-	5
CEU São Miguel	18	13	11	-	-	-	-	42
CEU Freguesia do Ó	13	16	-	-	-	-	-	29
CEU Tremembé	7	28	-	-	-	-	-	35
CEU Carrão	12	7	16	32	-	-	-	67
CC Olido	19	19	7	10	20	24	12	111
CFC Cidade Tiradentes	9	26	7	15	5	26	16	104
CCSP Paulo Emílio	25	16	38	26	33	-	-	138
TOTAL								900

Elaboração: Equipe Fipe.



2.2.9 Plano de Tabulação de Dados

O processamento de dados da pesquisa de campo envolveu as etapas de:

- Digitação dos questionários e fichas de contagem preenchidas, e composição de bancos de dados;
- Tratamento de dados (preparação);
- Obtenção de resultados e representações gráficas.

O processo de obtenção dos resultados foi orientado com base em um plano de tabulação de dados, segundo o tipo de variável.

Para as variáveis numéricas foram calculadas médias. As variáveis numéricas do questionário de frequentadores são produtos das seguintes perguntas:

- Qual a sua idade?
- Qual é a idade destas pessoas que estão te acompanhando?
- Em média quantas vezes ao ano costuma ir aos cinemas comerciais?
- Quanto costuma gastar nos cinemas comerciais?
- É a primeira vez que você vem ao cinema deste CEU/Centro Cultural? (frequência de visitas)
- Qual é a sua renda mensal aproximada?

Já as variáveis numéricas do questionário de habitantes são produtos das seguintes perguntas:

- Qual a sua idade?
- Você já foi neste CEU? (frequência de visitas)
- Você já foi assistir a algum filme lá? (frequência de visitas)
- Qual é a sua renda mensal aproximada?



Para as variáveis cujo conteúdo é textual (variáveis categóricas), foram geradas frequências ou porcentagens. No questionário de frequentadores, essas variáveis estão relacionadas às perguntas:

- Quem está te acompanhando na sessão de hoje?
- Os menores entre 10 e 17 anos poderiam vir assistir ao filme sozinhos?
- Caso não possa vir sozinho qual o motivo?
- Você conhece o Circuito Spcine?
- Como você descobriu que existia este cinema?
- Onde você busca informações sobre os filmes e horários que estão em cartaz?
- Você já foi a salas de cinemas comerciais (*Shoppings, Cinemark, UCI, Cinepolis*)?
- Você costuma frequentar mais os cinemas públicos (como o daqui) ou de salas comerciais?
- Quais os motivos para frequentar mais os cinemas públicos (como o daqui)?
- Você tem direito a algum benefício de meia entrada nas salas comerciais?
- Você acredita que a experiência de ir ao cinema do CEU/Centro Cultural é tão boa quanto ir ao cinema de salas comerciais (*Shoppings, Cinemark, UCI, Cinepolis*)?
- Quais são as atividades que você gosta de praticar no seu tempo livre fora de casa?
- Quais são as atividades que você gosta de praticar no seu tempo livre em casa?
- Qual é o tipo de filme que você mais assiste no cinema?
- Você prefere assistir no cinema filmes nacionais ou estrangeiros?
- Você assiste a filmes legendados (filmes no idioma original com as falas escritas na tela em português)?
- É a primeira vez que você vem a este CEU/Centro Cultural?
- É a primeira vez que você vem ao cinema deste CEU/Centro Cultural?
- Como você avalia os seguintes aspectos da sala deste CEU/Centro Cultural?
- O que poderia melhorar neste CEU/Centro Cultural para atender às sessões de cinema?



- Você já foi ao cinema em algum outro CEU ou Centro Cultural?
- O que você mais gosta neste cinema?
- Você pretende continuar assistindo a sessões de cinema nos CEUs/Centros Culturais?
- Você recomendaria este cinema para outras pessoas?
- Você acha que vale a pena continuar investindo nos cinemas públicos mesmo com todos os gastos importantes para a cidade?
- Poderia comentar o impacto dos cinemas públicos na sua vida?
- Qual seu gênero?
- Qual o seu nível completo de escolaridade?
- Qual sua raça ou etnia?
- Você é devoto de alguma religião ou crença?
- Qual é a sua religião ou crença?
- Qual o CEP e bairro da sua residência?
- Qual é a sua ocupação principal?
- Recebe benefício de algum programa social?

E no questionário de habitantes, as variáveis textuais estão relacionadas às perguntas:

- Você mora a menos de 30 min de caminhada ou 2 km do CEU/Centro Cultural?
- Você circula habitualmente por essa região?
- Você já foi neste CEU?
- Por que você já foi a este CEU/Centro Cultural?
- Por que você não vai ao CEU/Centro Cultural?
- Você sabe que existe uma sala de cinema pública no CEU/Centro Cultural?
- Você já foi assistir a algum filme lá?
- Por que você frequenta o cinema do CEU/Centro Cultural?
- Por que você não frequenta o cinema do CEU/Centro Cultural?
- Você tem acesso a redes sociais/*WhatsApp*?
- Você já foi a algum outro CEU/Centro Cultural?



- Você já foi ao cinema de algum outro CEU/Centro Cultural?
- Por qual motivo você foi ao cinema de outro CEU/Centro Cultural?
- Você acha que vale a pena continuar investindo nos cinemas públicos mesmo com todos os gastos importantes para cidade?
- Você conhece o Circuito Spcine?
- Quais são as atividades que você gosta de praticar no seu tempo livre fora de casa?
- Quais são as atividades que você gosta de praticar no seu tempo livre em casa?
- Qual seu gênero?
- Qual o seu nível completo de escolaridade?
- Qual sua raça ou etnia?
- Você é devoto de alguma religião ou crença?
- Qual é a sua religião ou crença?
- Qual o CEP e bairro da sua residência?
- Qual é a sua ocupação principal?
- Recebe benefício de algum programa social?

Dentre as questões, algumas eram de múltiplas respostas, ou seja, perguntas que permitiam indicar mais de uma opção como resposta. Além disso, as perguntas abertas (ou seja, perguntas com ampla liberdade de resposta, pois não são fornecidas alternativas) passaram por padronização. Também foram criadas nuvens de palavras para representar resultados de perguntas abertas específicas. As nuvens de palavras são representações visuais em que as palavras são organizadas em formato de nuvem. As palavras mais frequentes aparecem em tamanhos maiores, enquanto as menos frequentes aparecem em tamanhos menores. Com isso, são compostas nuvens com as diversas palavras mencionadas pelos entrevistados ao responder a determinada pergunta, e o tamanho da palavra reflete a relevância (frequência) em que ela apareceu nas respostas.



3. RESULTADOS POR ETAPA

Os resultados do estudo serão apresentados nos tópicos a seguir, separados por etapa.

3.1 ETAPA 1 – MAPEAMENTO DE REDES PÚBLICAS DE SALAS DE CINEMA NACIONAIS E INTERNACIONAIS

Foi composto um *mailing* com redes de cinemas públicos e realizado contato. Houve 29 respostas ao contato. Entretanto, 8 redes foram desconsideradas do mapeamento pelos seguintes motivos:

- Não eram mantidas por investimento público;
- Uma rede está fechada, sem previsão de retorno;
- Um espaço não é utilizado mais como cinema (somente locação para eventos).

Restaram por fim 21 redes de cinema públicos, que somam 28 salas de cinema. Destas salas, apenas 7 têm o ingresso gratuito. As demais têm um valor entre R\$ 5,00 e R\$ 30,00.

Em relação aos tipos de filmes exibidos nestas salas foram mencionados:

- Filmes brasileiros e internacionais;
- Filmes autorais e independentes;
- Filmes de diversos gêneros e formatos (curtas, médias e longas-metragens);
- Filmes clássicos;
- Documentários;
- Cinema de arte e alternativo;
- *Blockbusters* nacionais e internacionais;
- Filmes latino-americanos;
- Filmes europeus e asiáticos;
- Filmes exibidos em festivais e mostras especiais;
- Filmes educativos e universitários;
- Produções locais e regionais;



- Filmes infantis e juvenis.

E acerca do perfil de frequentadores, foram citados pelas redes:

- Estudantes (universitários, ensino fundamental e médio);
- Profissionais liberais;
- Pessoas da terceira idade;
- Moradores dos bairros próximos;
- Cinéfilos e críticos de cinema;
- Pessoas do meio audiovisual (realizadores, produtores, atores e técnicos);
- Professores da rede pública e universitários;
- Servidores de universidades;
- Público geral e diversificado (abrangendo diferentes perfis sociais, econômicos e culturais);
- Aposentados;
- População em situação de rua;
- Trabalhadores em geral (bancários e profissionais de diversas áreas);
- Turistas (dependendo da localização do cinema);
- Cineclubistas;
- Moradores de periferias e comunidades;
- Crianças e adolescentes (sessões específicas para escolas e projetos educativos).

O acesso à informação sobre os filmes em exibição ocorre das seguintes formas:

- Redes sociais (Instagram, Facebook, Twitter X, WhatsApp);
- Sites oficiais dos cinemas e instituições;
- Newsletters enviadas por e-mail;
- Cartazes e panfletos (afixados em campi universitários, cinemas e espaços culturais);
- Programação impressa e digital disponível nos complexos culturais e bilheterias;
- Divulgação por jornais locais (nas páginas de cultura);



- Roteiros e agendas culturais mantidos por jornais e prefeituras;
- Displays eletrônicos nos halls de entrada dos cinemas;
- Blog do cinema e sites de sindicatos;
- Mailing para imprensa e jornalistas;
- Programação divulgada por TVs internas nos próprios cinemas;
- Eventos presenciais e banners na fachada dos cinemas.

Foram mapeadas as seguintes redes e salas:

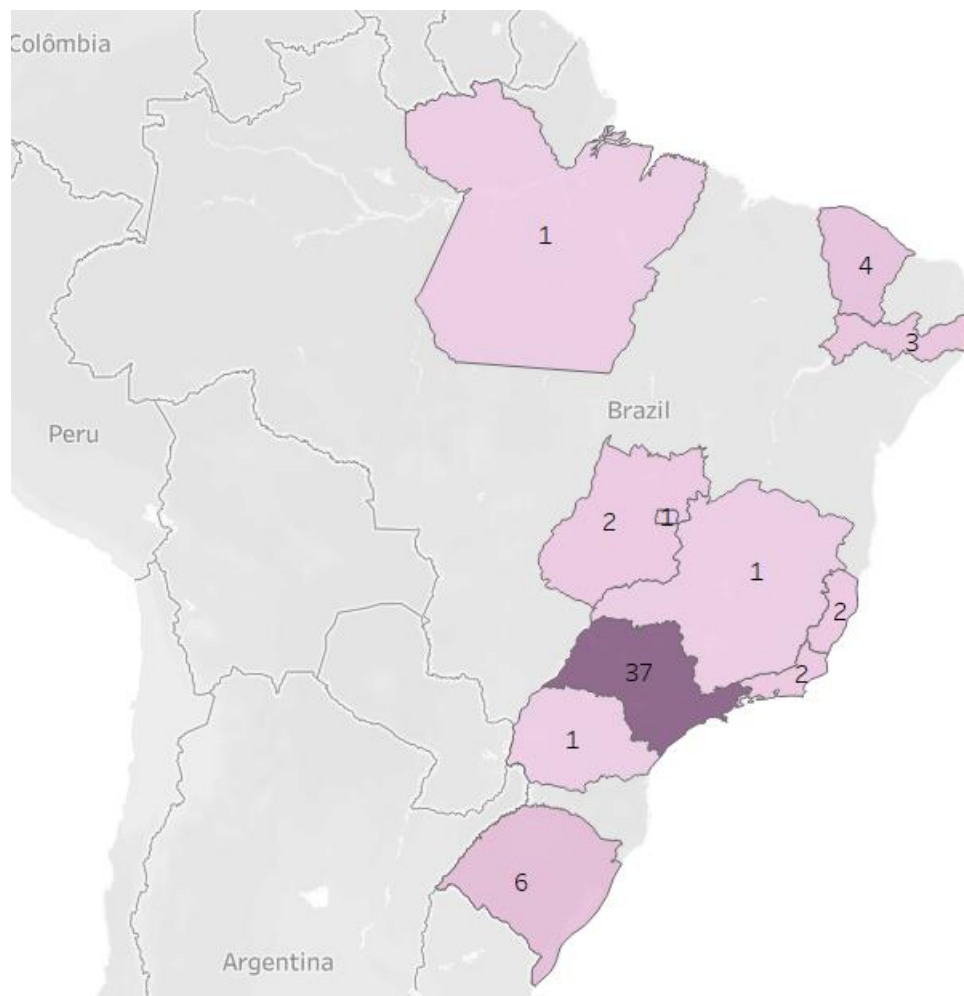
Quadro 10 – Redes e salas de cinema públicas nacionais

Rede	Sala
Centro Dragão do Mar	Sala 1
	Sala 2
Cine Brasília	Cine Brasília
Cine Carioca Nova Brasília	Cine Carioca Nova Brasília
Cine Cultura	Cine Cultura
Cine Humberto Mauro	Cine Humberto Mauro
Cine Metrópolis	Cine Metrópolis
Cine Queimado	Cine Queimado
Cinearte UFF	Cinearte UFF
Cinema Olympia	Cinema Olympia
Cinema Universitário	Cinema Universitário
Cinemateca	Sala Groff
Cinemateca Capitólio	Cinemateca Capitólio
Cinemateca Paulo Amorim	Sala Paulo Amorim
Cineteatro São Joaquim	Cine Teatro São Joaquim
Cineteatro São Luiz	Sala Luiz Severiano Ribeiro
	Sala Seu Vavá
Cinusp	Cinusp
	Maria Antonia
FUNDAJ	Derby
	Museu
	Porto
Norberto Lubisco	Norberto Lubisco
Sala de Cinema Ulysses Geremia	Sala de Cinema Ulysses Geremia
Sala Eduardo Hirtz	Sala Eduardo Hirtz
Universidade Federal de São Carlos	Anfiteatro Bento Prado Jr
	Teatro de Bolso
	Teatro Florestan Fernandes

Elaboração: Equipe Fipe.

Ao incluir as salas do Circuito Spcine em visualização em formato de mapa, é possível observar que São Paulo se destaca com um total de 37 salas de cinemas públicas mapeadas:

Figura 1 – Salas de cinemas públicas mapeadas, por UF



Elaboração: Equipe Fipe.

Nas demais Unidades Federativas foram encontradas:

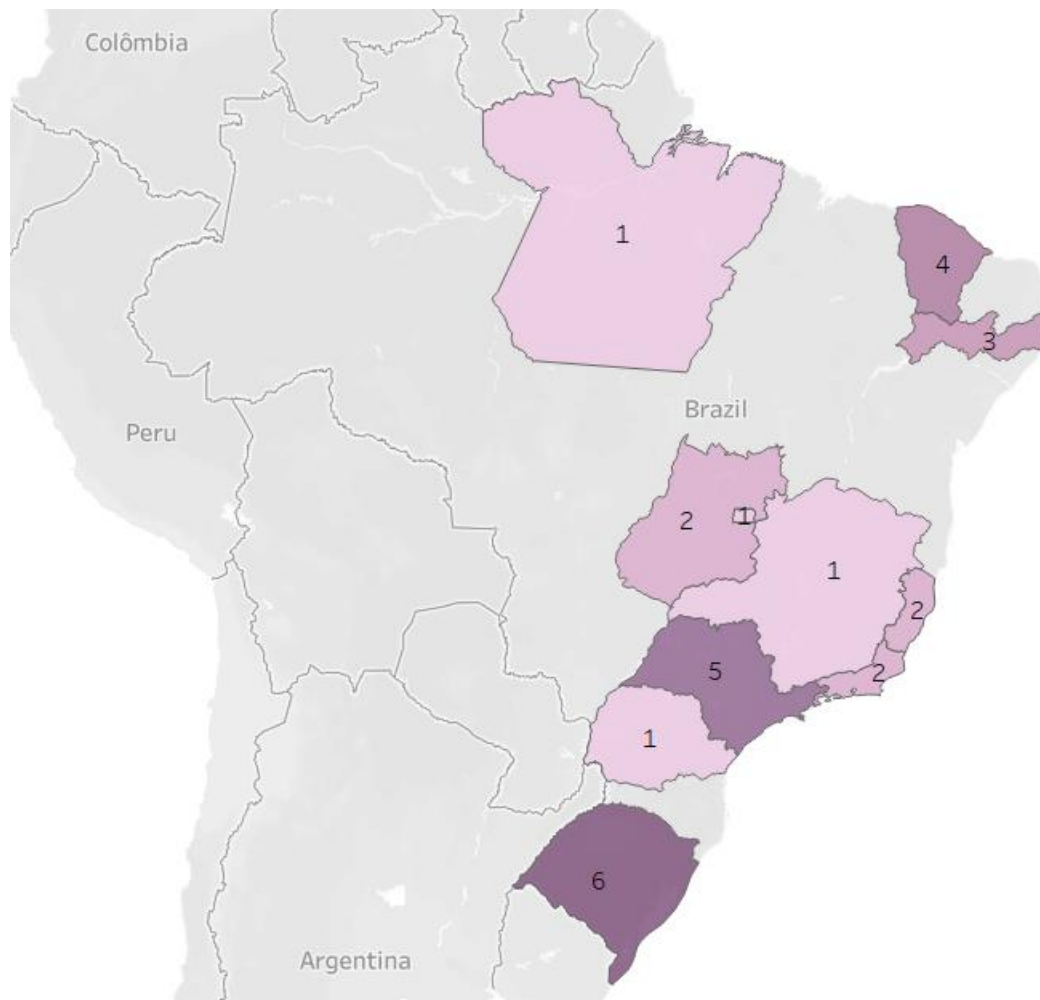
- Rio Grande do Sul: 6 salas;
- Ceará: 4 salas;
- Pernambuco: 3 salas;
- Espírito Santo: 2 salas;



- Goiás: 2 salas;
- Rio de Janeiro: 2 salas;
- Pará: 1 sala;
- Minas Gerais: 1 sala;
- Paraná: 1 sala;
- Distrito Federal: 1 sala.

Importante observar que, das 37 salas de cinemas públicas mapeadas em São Paulo, 32 salas são do Circuito Spcine. Ao observar o mapa sem as salas do Circuito Spcine, verifica-se que Rio Grande do Sul apresenta o maior número de salas (6) e em São Paulo constam outras 5 salas de cinema públicas:

Figura 2 – Salas de cinemas públicas mapeadas, por UF, excluindo o Circuito Spcine



Elaboração: Equipe Fipe.

Em São Paulo, há, portanto, outras 5 salas de cinema públicas. Trata-se de duas salas do Cinema Público da Universidade de São Paulo (Cinusp) e três salas do Cinema da Universidade Federal de São Carlos (Cine UFSCar), ou seja, são cinemas universitários. Segundo as referidas redes, os perfis de frequentadores são estudantes e servidores das universidades em questão, além de cinéfilos ou pessoas do meio audiovisual.

Em relação aos filmes, no Cinusp são exibidos longas-metragens de ficção, curtas-metragens, documentários e predominantemente filmes brasileiros. No Cine UFSCar também são



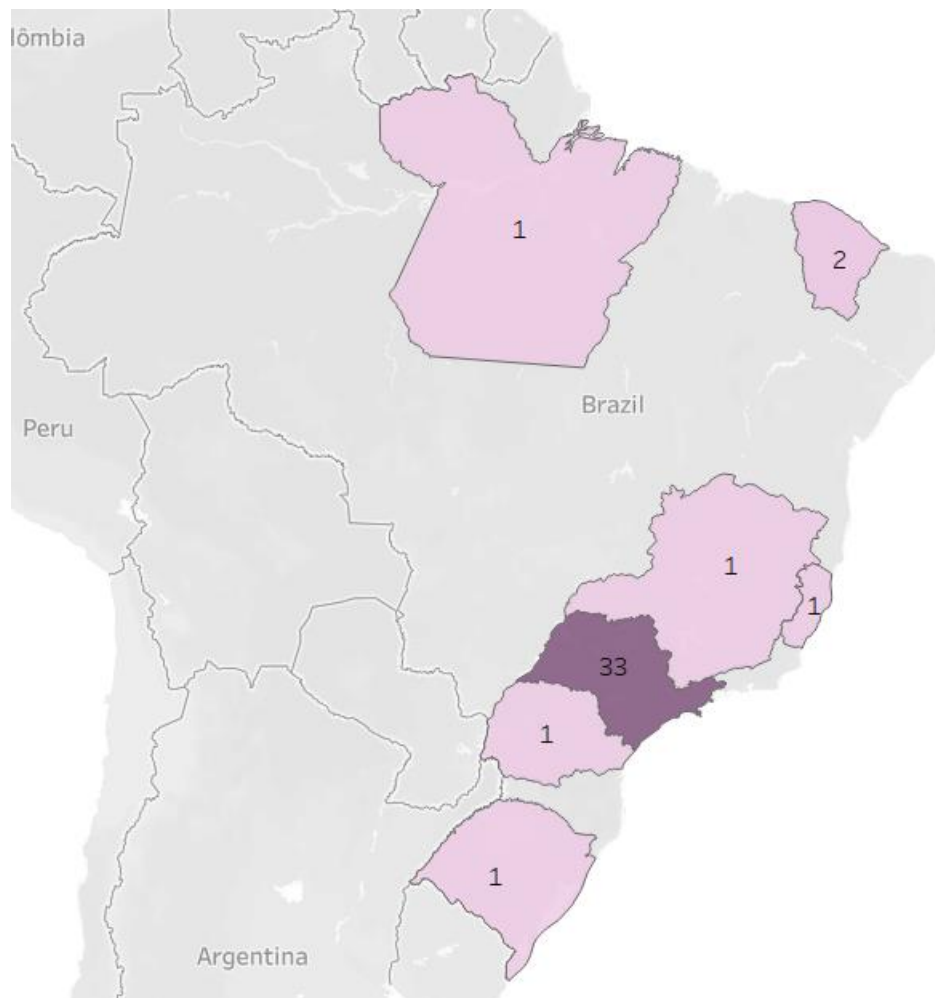
exibidos filmes brasileiros, assim como latino-americanos, e curtas-metragens produzidas na referida universidade.

Nesse sentido, é possível notar uma diferença entre o perfil de frequentadores e filmes exibidos nos cinemas universitários mencionados em relação ao Circuito Spcine, que tem como foco a população que habita em regiões distantes da zona central da cidade de São Paulo e exhibe diferentes gêneros, incluindo filmes nacionais, estrangeiros, documentários, animações e *blockbusters*, entre outros.

Tanto no Cinusp quanto no Cine UFSCar os ingressos são gratuitos. Somando estas cinco salas de cinema aos 28 CEUs do Circuito Spcine, há 33 salas de cinemas com ingresso gratuito em São Paulo.

Dentre as demais salas de cinema públicas mapeadas, há duas salas com gratuidade de ingresso no Ceará e uma nas seguintes UFs: Pará, Minas Gerais, Paraná, Espírito Santo e Rio Grande do Sul. A seguir é apresentada a quantidade de salas gratuitas, por UF:

Figura 3 – Salas de cinemas públicas mapeadas com gratuidade de ingresso, por UF



Elaboração: Equipe Fipe.

Em relação ao mapeamento de salas de cinema públicas internacionais, o material cedido pela Spcine informava a inexistência deste tipo de iniciativa nos EUA, Inglaterra, Irlanda, Venezuela e Costa Rica, e possibilidade de existência na Alemanha, Áustria, Holanda, França, Espanha e em Portugal. O material também demonstrava confirmação da existência de salas de cinema públicas no México, Argentina e Colômbia, com:

- México: 42 salas no país todo, das quais 22 são de uma única rede de cinemas chamada *Circuito Cineteca*;
- Argentina: 18 salas;



- Colômbia: uma sala.

Com isso, a Spcine iniciou contatos com representantes do setor audiovisual no exterior, que pudessem confirmar a existência ou não de salas de cinema públicas. Em relação às informações já obtidas com os materiais cedidos, foi planejada confirmação acerca:

- Da inexistência de salas no Reino Unido e Irlanda; Holanda e Alemanha;
- Da verificação da possibilidade de existência na França, Espanha e Portugal;
- Da confirmação de existência ou atualização das informações sobre Argentina, Colômbia e México.

Ademais, os seguintes países também constavam no planejamento de investigações: Nigéria, África do Sul, Canadá, Cuba, República Dominicana, Panamá, Uruguai, Chile, Índia, Coreia do Sul, China, Rússia, Dinamarca e Noruega.

Da investigação, foi obtido retorno de quatro países: Nigéria, República Dominicana, África do Sul e Índia. Destes países, houve confirmação da inexistência de salas de cinema públicas na Nigéria e África do Sul. Na República Dominicana foi indicada a existência da *Cinemateca Dominicana*, na qual há uma sala em operação e outra em desenvolvimento, além de contar com uma tela inflável. A média de exibições na Cinemateca Dominicana é de 28 ao mês. Já na Índia, há a empresa estatal *Kerala State Film Development Corporation*, que possui uma rede de cinemas no Estado de Kerala, com sessões regulares (de 3 a 4 por dia), em 10 salas.

3.2 ETAPA 2 – PESQUISA DE PERFIL DE PÚBLICO DO CIRCUITO SPCINE

Na Etapa 2: Pesquisa de Perfil de Público do Circuito Spcine, foram aplicados 900 questionários com frequentadores das salas de cinema e 2.300 junto aos habitantes da região ou pessoas que circulam habitualmente nos arredores da sala, em um raio de até 2 km das salas do Circuito. Nestas pesquisas só foram abordados maiores de 18 anos.



Além disso, ocorreu a contagem dos frequentadores das sessões nos dias de aplicação da pesquisa, totalizando 163 sessões coletadas. A contagem inclui maiores e menores de 18 anos.

Em relação à aplicação com frequentadores das salas de cinema, 72,33% foram em CEUs e 27,67% foram em Centros Culturais. A figura a seguir mostra o número de questionários aplicados em cada sala:

Figura 4 – Questionários aplicados com frequentadores, por sala de cinema

CCSP Paulo Emílio	138
CEU Aricanduva	35
CEU Barro Branco	17
CEU Butantã	45
CEU Carrão	67
CEU Feitiço Da Vila	24
CEU Freguesia Do Ó	29
CEU Jaçanã	39
CEU Jambeiro	13
CEU Meninos	23
CEU Parque Novo Mundo	6
CEU Parque Veredas	46
CEU Paz	3
CEU Perus	16
CEU Pinheirinho D'Água	2
CEU Pq. Do Carmo	2
CEU Quinta Do Sol	19
CEU São Miguel	42
CEU São Pedro	2
CEU São Rafael	5
CEU Taipas	32
CEU Tremembé	35
CEU Vila Alpina	39
CEU Vila Atlântica	6
CFC Cidade Tiradentes	104
Galeria Olido	111
Total geral	900

Elaboração: Equipe Fipe.

As amostras de questionários por sala de cinema do Circuito Spcine foram calculadas com base no fluxo de visitantes do ano anterior à pesquisa (2024), tanto para os questionários com frequentadores do Circuito quanto para a aplicação junto aos habitantes da região ou pessoas



que costumam circular pelas áreas próximas às salas. A figura a seguir contém os números de questionários por sala para a aplicação com habitantes ou pessoas que circulam habitualmente no entorno:

Figura 5 – Questionários aplicados com habitantes/pessoas que circulam no entorno das salas de cinema

Galeria Olido	226
CFC Cidade Tiradentes	201
CCSP Paulo Emílio	164
CEU Carrão	161
CEU Quinta Do Sol	157
CEU Aricanduva	133
CEU Parque Veredas	132
CEU São Miguel	116
CEU Jambeiro	116
CEU Parque Novo Mundo	98
CEU Vila Alpina	93
CEU Jaçanã	77
CEU Meninos	74
CEU Butantã	61
CEU Freguesia Do Ó	59
CEU Barro Branco	51
CEU Vila Atlântica	50
CEU Taipas	50
CEU Tremembé	46
CEU Paz	41
CEU Pinheirinho D'Água	39
CEU São Pedro	38
CEU Feitiço Da Vila	33
CEU Perus	30
CEU São Rafael	28
CEU Pq Do Carmo	26
Total geral	2.300

Elaboração: Equipe Fipe.

Durante os dias de aplicação, também foram contados todos os frequentadores das sessões, identificando-os entre maiores e menores de idade (acompanhados ou desacompanhados). Foram contados 4.092 espectadores nas sessões.



Os resultados da Etapa 2 serão apresentados, segundo os objetivos do Estudo de Impacto do Circuito Spcine, nos tópicos a seguir.

3.2.1 Perfil Demográfico do Público do Circuito Spcine

Em relação ao perfil demográfico do público do Circuito Spcine, foram obtidos os seguintes resultados:

- Idade média;
- Gênero;
- Raça ou étnica;
- Escolaridade;
- Ocupação principal;
- Religião;
- Renda média, individual e familiar, e número médio de dependentes da renda familiar;
- Recebimento de benefícios de programas sociais.

A idade média dos participantes é de 42,1 anos. Entretanto, dos 4.092 espectadores das sessões nos períodos de aplicação da pesquisa, 45,30% eram menores de 18 anos, indicando uma forte presença de público infantojuvenil nas sessões e, destes, 75,67% estavam acompanhados de adultos, sugerindo que o comparecimento de jovens está majoritariamente vinculado à mediação ou incentivo de responsáveis.

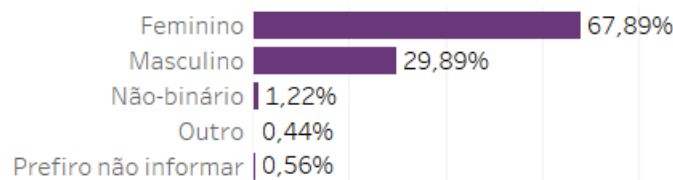
Acerca do gênero dos respondentes, 67,89% se identificam com o gênero feminino, 29,89% com o gênero masculino e 1,22% como não binário. Houve ainda 0,44% que se identificam com outros gêneros e 0,56% que preferiram não informar.

Com grande maioria dos respondentes se identificando com o gênero feminino, há forte presença de mulheres, que também aparecem entre os principais grupos ligados aos cuidados (10,6% do total se dedicam às tarefas do lar e da família).

Esse dado, cruzado com a alta escolaridade em parte do público, indica um protagonismo feminino tanto na fruição quanto na mediação cultural, o que deve ser considerado em estratégias de comunicação e curadoria.

A programação cultural e as políticas de acesso podem considerar as múltiplas jornadas femininas, valorizando narrativas sobre o cuidado, maternidade e trabalho informal/doméstico – especialmente nos CEUs, onde esse perfil é mais visível. Os dados relacionados a gênero estão a seguir:

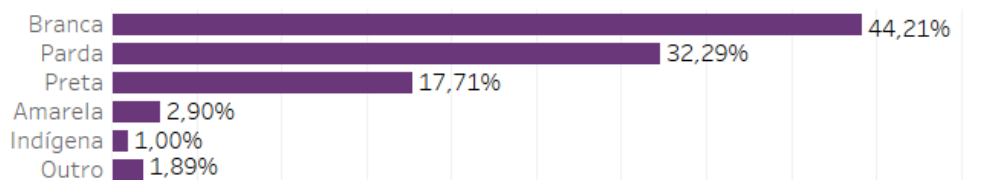
Figura 6 – Gênero dos participantes (frequentadores)



Elaboração: Equipe Fipe.

Sobre a raça ou etnia, a maioria dos participantes (44,21%) se declarou branca, seguida de 32,29% pardos e 17,71% pretos, totalizando 50% de autodeclarados não brancos. Continuando com 2,90% amarela, 1,00% indígena e 1,89% se declararam de outras raças/etnias, sendo: afro-indígena, brasileiro, latino, mestiço, miscigenado, moreno e negro, o que sugere que a identidade racial é vivida de forma complexa e não necessariamente enquadrada nas categorias do IBGE, fato que pode apontar para a importância de flexibilizar instrumentos para atrair cada vez mais esse tipo de público, utilizando nuances indenitárias. Os dados revelam uma diversidade racial significativa, ainda que ligeiramente abaixo da composição demográfica nacional, especialmente nas autodeclarações pretas e pardas.

Figura 7 – Raça ou etnia dos participantes (frequentadores)

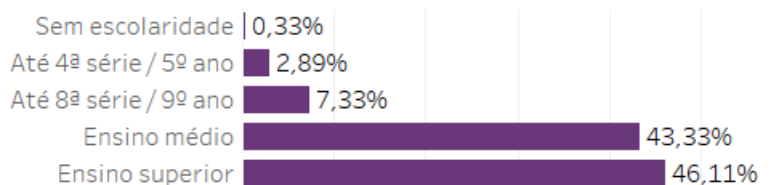


Elaboração: Equipe Fipe.

Dos participantes, 0,33% afirmou não ter escolaridade (ensino formal), 2,89% concluíram o ensino fundamental I (até a 4ª série/5º ano), 7,33% concluíram o ensino fundamental II (até a 8ª série/9º ano), 43,33% possuem ensino médio completo e 46,11% superior completo. Esses dados apontam de forma geral, alta escolaridade.

Quando comparados os respondentes dos CEUs e Centros Culturais, constata-se a diferença entre os públicos: nos Centros Culturais constata-se maior escolarização (67,87% com superior completo) e, nos CEUs, maior proporção com escolaridade até ensino médio (61,75%), como apresentado nos gráficos que estão a seguir.

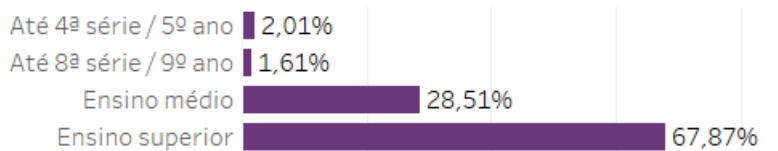
Figura 8 – Escolaridade dos participantes (frequentadores)



Elaboração: Equipe Fipe.

Outras diferenças podem ser verificadas nos resultados de escolaridade na comparação dos dois equipamentos: nos Centros Culturais não houve indicação de não ter escolaridade (instrução formal) e os resultados de ensino fundamental (I ou II) somam 3,62%. O equivalente a 28,51% têm ensino médio completo e 67,87% concluíram cursos de ensino superior, conforme a figura:

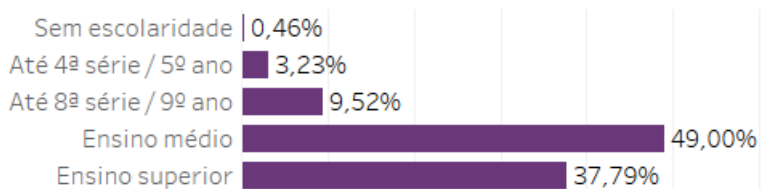
Figura 9 – Escolaridade dos participantes nos Centros Culturais (frequentadores)



Elaboração: Equipe Fipe.

Já nos CEUs, houve 0,46% de indicação de sem escolaridade (ensino formal) e os resultados até o ensino fundamental (I ou II) somam 12,75%. Os resultados para ensino médio completo e ensino superior completo são, respectivamente, 49,00% e 37,79%.

Figura 10 – Escolaridade dos participantes nos CEUs (frequentadores)



Elaboração: Equipe Fipe.

A diferença entre equipamentos culturais revela que os Centros Culturais atraem um público mais escolarizado, enquanto os CEUs têm papel mais inclusivo, alcançando perfis com menor escolaridade. Isso pode ser reflexo da localização periférica dos CEUs e seu vínculo com políticas públicas de acesso.

Cruzando os dados de raça/etnia com escolaridade e renda, percebe-se que a população preta e parda (50%) representa uma parcela significativa dos respondentes, especialmente nos CEUs – onde há maior concentração de pessoas com escolaridade até o ensino médio (61,75%) e renda média mais baixa.

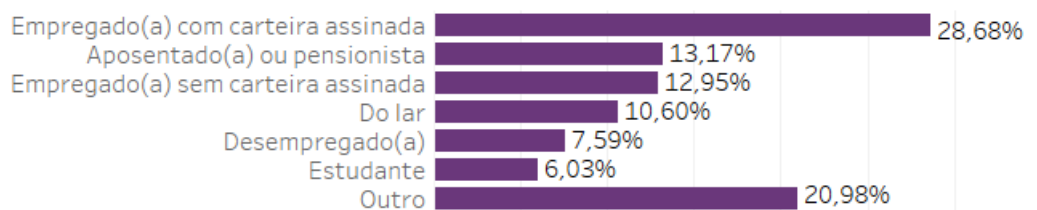
A política cultural voltada aos CEUs pode ter um potencial de redução de desigualdades raciais e sociais. Deve-se, portanto, pretender investir em ações afirmativas e programações que representem as culturas negras, periféricas e populares, valorizando identidades historicamente sub-representadas.

Considerando o total de questionários aplicados (900) em CEUs e Centros Culturais, como ocupação principal 28,68% dos participantes estavam empregados com carteira assinada, 13,17% eram aposentados ou pensionistas, 12,95% estavam empregados sem carteira assinada, 10,60% afirmaram se dedicar às tarefas domésticas e cuidados da família (do lar), 7,59% estavam desempregados e 6,03% estudavam. Ainda 20,98% indicaram outras ocupações, a saber: afastado, autônomo, concursado, contratado, empresário, estagiário, estatutário, *freelancer*, funcionário público, policial, professor, responsável por ONG, terapeuta holístico e voluntário. Houve também aqueles que não conseguiram indicar uma ocupação principal e afirmaram ter mais de uma ocupação.

A ocupação dos participantes é bastante heterogênea. O perfil ocupacional indica forte presença de trabalhadores formais e informais, além de uma diversidade de situações de trabalho autônomo ou múltiplas ocupações, sinalizando um público economicamente ativo, mas também afetado por informalidade e instabilidade.

Nos CEUs, onde há menor renda média e maior informalidade, a cultura pode representar uma oportunidade de mobilização social. Os programas culturais nesses territórios são necessários e podem atuar como ferramentas de fortalecimento comunitário.

Figura 11 – Ocupação dos participantes (frequentadores)



Elaboração: Equipe Fipe.

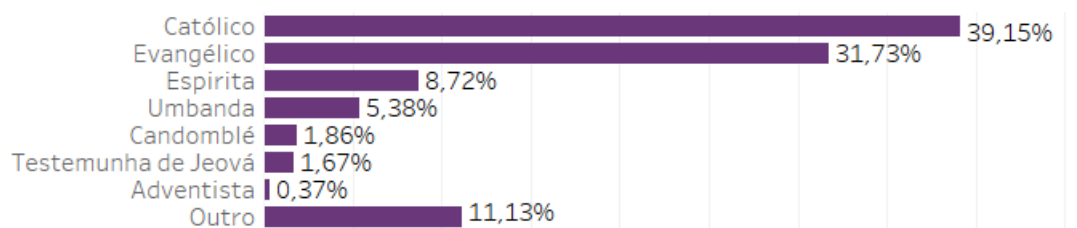
O equivalente a 60,00% dos participantes afirmaram serem devotos de alguma religião ou crença, revelando um perfil majoritariamente religioso, o que está alinhado com os dados nacionais. A predominância esteve com os 39,15% que se declararam católicos e os 31,73% que se declararam evangélicos. Houve ainda 8,72% com religião/crença espírita, 5,38% umbanda, 1,86% candomblé, 1,67% testemunha de Jeová e 0,37% adventista, além de 11,13% devotos de outras religiões ou crenças, cujas respostas indicadas foram: acredita em Deus, agnóstico, bruxaria, budismo, budismo *nichiren*, cardecista, crê em algo superior, crente, cristão, cristão progressista, cristocêntrico, energias, espiritualidade, espiritualista, igreja messiânica, politeísta, sem especificidade, mais de uma religião e *wicca*.

Existe diversidade religiosa e de crenças sugere uma pluralidade de visões de mundo e práticas culturais que transcendem as categorias religiosas tradicionais. É um indicador relevante sobre como o público se relaciona com o simbólico, com o espiritual e com narrativas transcendentais – elementos frequentemente presentes no cinema, especialmente nas obras nacionais de matriz afro-brasileira, indígena ou latino-americana. Essa informação

é significativa para uma curadoria com conteúdo diverso e inclusivo no que tange à espiritualidade.

Os dados sobre religião estão apresentados na figura seguinte:

Figura 12 – Religião dos participantes (frequentadores)



Elaboração: Equipe Fipe.

Os participantes têm uma renda média mensal individual de R\$ 2.985,00 e mensal familiar de R\$ 4.856,00, com número médio de dependentes de 2,7. A renda também demonstrou diferença na comparação entre salas de cinema de CEUs e Centros Culturais, sendo:

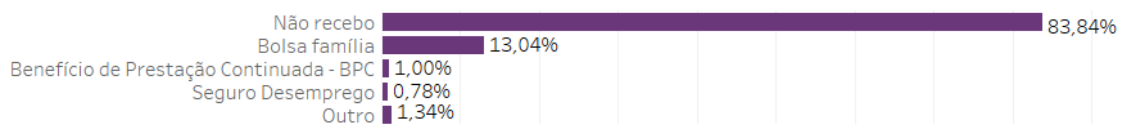
- Renda média mensal individual nos CEUs de R\$ 2.517,00 e de R\$ 4.253,00 em Centros Culturais;
- Renda média mensal familiar nos CEUs de R\$ 4.198,00 e de R\$ 6.775,00 em Centros Culturais.

A disparidade de renda reforça o papel dos CEUs como equipamentos de possível acesso e inclusão social, enquanto os Centros Culturais são frequentados por um público com perfil socioeconômico mais alto. O número médio de dependentes também pode indicar responsabilidades familiares significativas.

Considerando tanto CEUs quanto Centros Culturais, 16,16% recebem benefício de programas sociais. Detalhes são verificados na figura seguinte:



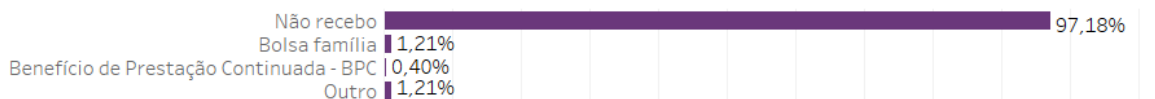
Figura 13 – Benefícios recebidos pelos participantes (frequentadores)



Elaboração: Equipe Fipe.

Também é verificada diferença neste resultado na comparação entre CEUs e Centros Culturais. Nos Centros Culturais, apenas 2,82% recebem benefícios de programas sociais, conforma a figura:

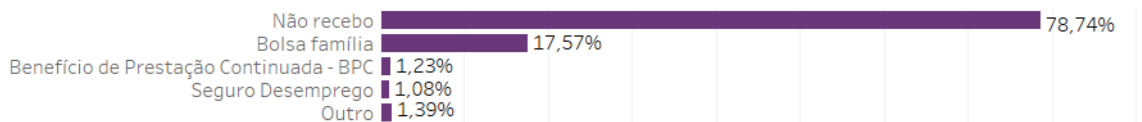
Figura 14 – Benefícios recebidos pelos participantes nos Centros Culturais (frequentadores)



Elaboração: Equipe Fipe.

Já nos CEUs, 21,26% recebem benefícios de programas sociais:

Figura 15 – Benefícios recebidos pelos participantes nos CEUs (frequentadores)



Elaboração: Equipe Fipe.

A diferença de acesso a benefícios sociais (21,26% nos CEUs vs. 2,82% nos Centros Culturais) reforça a segmentação socioeconômica identificada anteriormente. Essa diferença também dialoga com os dados de renda, escolaridade e informalidade no trabalho.

Os dados relacionados a benefícios sociais mostram que uma parcela relevante da população atendida está em situação de vulnerabilidade, evidenciando a importância de políticas culturais com recorte social. Os CEUs se confirmam como equipamentos de impacto social direto, atendendo prioritariamente a públicos em vulnerabilidade.



O levantamento revela dois perfis socioeconômicos distintos, que se manifestam com clareza ao comparar os frequentadores dos CEUs com os dos Centros Culturais. Frequentadores dos CEUs são, em sua maioria, de baixa renda (renda média mensal individual: R\$ 2.517,00), baixa escolaridade e com grande presença de beneficiários de programas sociais (21,26%). Já os Centros Culturais apresentam público com maior escolarização (67,87% com ensino superior), renda mais elevada (R\$ 4.253,00 individual) e baixa dependência de programas sociais (2,82%).

Essa clivagem revela que os CEUs cumprem um papel importante de democratização cultural, enquanto os Centros Culturais, apesar de abertos ao público, acabam atendendo majoritariamente a um público já capitalizado socialmente.

As informações apresentadas até o momento deixam alguns pontos de atenção que podem ser considerados para o aprimoramento do Circuito, focados nos CEUS que representam a grande maioria das salas:

- Na acessibilidade cultural (ex.: barreiras de linguagem nos filmes legendados);
- No potencial educativo, já que os CEUs funcionam como pontos de inclusão;
- Atenção ao público que mais se destaca, feminino e infantojuvenil;
- Diversidade cultura e religiosa.

A política pública pode se ajustar ao território, mantendo um núcleo comum (gratuidade e programação de qualidade), mas diferenciando ações em função do perfil local.

3.2.2 Perfil de Hábitos Culturais e de Lazer do Público do Circuito Spcine

Para investigar os hábitos culturais e de lazer do público do Circuito Spcine, foram abordados no questionário os seguintes temas:

- Atividades praticadas fora de casa e em casa;
- Hábitos relacionados a filmes: gêneros, produções nacionais ou estrangeiras, e legenda;
- Hábitos de frequência a salas de cinema comerciais;

- Hábitos de frequência ao CEU/Centro Cultural.

Em relação às atividades de lazer (em casa ou fora de casa), foi solicitado que os respondentes indicassem todas as alternativas praticadas e, se necessário, indicassem outras atividades não listadas. Trata-se, portanto, de perguntas de múltiplas respostas.

Dentre as atividades praticadas fora de casa, as mais frequentes foram: atividades ao ar livre (421), ir ao cinema (366) e praticar esportes (324) – todas ligadas ao uso do espaço público. Em seguida, houve mais indicações a diversas atividades não contempladas na listagem (274), encontrar amigos e /ou parentes (251), ir a bares e restaurantes (177) e, ainda, praticar atividades nos CEUs/Centros Culturais (159), o que corresponde então a 17,67% de participantes da pesquisa que frequentam o Circuito Spcine e também realizam atividades nos CEUs/Centros Culturais, sugerindo intensa convivência comunitária nesses equipamentos. Por fim, foram indicadas as atividades de ir à igreja ou templo (152), passear em *shoppings* (141) e ir a festas e bailes (70). Isso indica uma demanda cultural mais ampla que a tradicional binarização entre cinema *versus* televisão. Esses dados estão na figura seguinte:

Figura 16 – Atividades praticadas fora de casa (frequentadores)

Atividades ao ar livre	421	46,78%
Ir ao cinema	366	40,67%
Praticar esportes	324	36,00%
Encontrar amigos e/ou parentes	251	27,89%
Ir a bares e restaurantes	177	19,67%
Praticar atividades nos CEUs/Centro Culturais	159	17,67%
Ir à igreja ou templo	152	16,89%
Passear em <i>shoppings</i>	141	15,67%
Ir a festas e bailes	70	7,78%
Outro	274	30,44%

Elaboração: Equipe Fipe.



O espaço cultural público (especialmente os CEUs) está sendo usado como plataforma de múltiplas experiências culturais. Há potencial para convergência de linguagens artísticas e criação de ambientes multiexperienciais nesses espaços – cruzando cinema com literatura, teatro e dança, por exemplo.

Dentre as 274 indicações a atividades praticadas fora de casa que não constavam na listagem, as mais frequentes foram ir ao teatro (37), ler (20), ir a eventos (13), ir ao museu (13) e dançar (11), conforme a figura:

Figura 17 – Outras atividades praticadas fora de casa (frequentadores)

Ir ao teatro	37	13,50%
Ler	20	7,30%
Ir a eventos	13	4,74%
Ir ao museu	12	4,38%
Dançar	11	4,01%
Outros	181	66,06%

Elaboração: Equipe Fipe.

As demais outras atividades foram indicadas menos que 10 vezes e são: ir à biblioteca, viajar, ir ao parque, atividades artísticas, caminhada, ir a exposições, ouvir música, ir ao SESC, artesanato, ir à piscina, ir à praia, tocar instrumentos, academia, andar de bicicleta, andar de patins, coral, escrever, exercício físico, fazer compras, frequentar a praça, frequentar cafeterias, frequentar feira de livros, frequentar feiras de artesanato, frequentar feiras de antiguidades, frequentar o centro esportivo, ir ao clube, jogar sinuca, natação, pintura e trabalhar.

Acerca das atividades praticadas em casa, as mais frequentes foram assistir à TV a cabo ou *streamings* pagos (420), assistir à TV aberta ou na *internet* (grátis) (301) e usar redes sociais no celular (278). Em seguida estão: conversar pelo celular/*WhatsApp* (171), receber amigos e parentes (115), praticar atividade física (91) e, por último, assistir à TV *Box* ou de *download* (35). A figura ilustra estas informações:

Figura 18 – Atividades praticadas em casa (frequentadores)

Assistir a TV a cabo ou <i>streamings</i> pagos	420	46,67%
Assistir a TV aberta ou na internet (grátis)	301	33,44%
Redes sociais no celular	278	30,89%
Conversar pelo celular/ <i>WhatsApp</i>	171	19,00%
Receber amigos e parentes	115	12,78%
Atividade física	91	10,11%
Assistir a TV <i>Box</i> ou de <i>download</i>	35	3,89%
Outro	414	46,00%

Elaboração: Equipe Fipe.

Foram indicadas diversas outras atividades não listadas, com maior frequência para a prática de leitura (171). Em menores frequências estão: ouvir música (31), jogar videogame/aplicativo de jogos (28), artesanato (26), dormir (22), ocupações relacionadas a afazeres domésticos (18), cozinhar (17), estudar (17) e brincar com crianças (13). Estas outras atividades constam na figura:

Figura 19 – Outras atividades praticadas em casa (frequentadores)

Ler	171	41,30%
Ouvir música	31	7,49%
Videogame/aplicativo de jogos	28	6,76%
Artesanato	26	6,28%
Dormir	22	5,31%
Afazeres domésticos	18	4,35%
Cozinhar	17	4,11%
Estudar	17	4,11%
Brincar com crianças	13	3,14%
Outros	71	17,15%

Elaboração: Equipe Fipe.

Com frequências menores que 10, foram sinalizadas as seguintes atividades: jogos, tocar instrumento musical, atividades na *internet*, brincar/cuidar de *pets*, dançar, descansar, jardinagem, desenho, escrever, assistir a dvd, atividades no computador, comer, cuidar de crianças, assistir a canais do *Youtube*, assistir a filmes, atividades com a família, atividades



esportivas, beber, conversar com familiares, jogar xadrez, jogos de tabuleiro, montar quebra-cabeças, ouvir rádio, palavras-cruzadas, pintura e ver notícias.

Ainda que o *streaming* domine o consumo passivo, a leitura continua forte, sugerindo um público que valoriza o conhecimento e o tempo de qualidade. O Circuito pode explorar mais experiências cruzadas, como clubes de leitura de roteiros, oficinas de crítica e eventos de debate sobre filmes.

O gênero de filmes ao qual mais assiste no cinema também foi questionado, com a possibilidade de indicar mais de uma alternativa, isto é, trata-se de mais uma pergunta com respostas múltiplas. O gênero mais assistido é infantil (327), seguido de comédia (256), drama (243) e ação (227). Na sequência estão: animação (186), romance (161), suspense (134), documentário (126), ficção científica (125) e terror (121). Após, estão filmes nacionais (105) e outros gêneros não contemplados na listagem (95). Por fim, estão os filmes religiosos (36). A figura mostra estas informações:

Figura 20 – Filmes assistidos no cinema

Infantil	327	36,33%
Comédia	256	28,44%
Drama	243	27,00%
Ação	227	25,22%
Animação	186	20,67%
Romance	161	17,89%
Suspense	134	14,89%
Documentários	126	14,00%
Ficção Científica	125	13,89%
Terror	121	13,44%
Filmes nacionais	105	11,67%
Religiosos	36	4,00%
Outro	95	10,56%

Elaboração: Equipe Fipe.

Os outros gêneros não contemplados na listagem e que foram indicados pelos participantes são: aventura, musical, arte, fantasia, biografia, histórico, cultural, baseado em fatos reais,



heróis, cinema de autor, premiado, policial, guerra, faroeste, série, médico, lançamentos, independente, *geeks*, francês, épico, diversos, de diretores específicos, curta-metragem, comédia romântica e clássico.

Os dados da pesquisa revelam um ecletismo significativo nas preferências de gênero, indicando que os gêneros mais populares seguem o padrão de consumo cultural de massa observado em diversos contextos urbanos no Brasil. O destaque do gênero infantil – em primeiro lugar – aponta para um dado importante: a rede pública de cinemas cumpre não apenas uma função de difusão cultural, mas também de lazer familiar e educação audiovisual infantil. Isso é especialmente relevante considerando que muitos dos espaços do Circuito estão em CEUs, os quais já são frequentados por famílias e crianças em idade escolar. A preferência reforça a importância de manter e ampliar sessões voltadas ao público infantil, acompanhadas eventualmente de mediação pedagógica ou atividades complementares caso haja interesse na consolidação desse público.

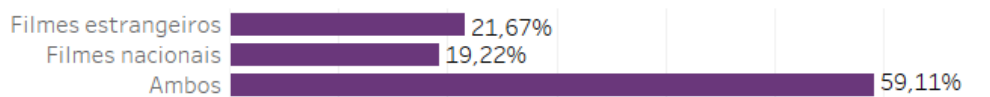
Por sua vez, o interesse por comédia e drama reforça o apelo por narrativas emocionais e identificáveis com a realidade do público, enquanto gêneros como ação, suspense e ficção científica indicam uma abertura a linguagens mais comerciais e globalizadas. Chama atenção, também, a presença de documentários (126) e filmes nacionais (105), o que sugere que, mesmo que em menor volume, há demanda por produções com caráter informativo, social ou de valorização da cultura brasileira. Esse dado pode ser trabalhado para fortalecer a programação de conteúdos brasileiros e independentes, especialmente se conectados a temáticas que interessam ao público local (memória, território, identidade, juventude etc.).

A resposta “outros gêneros” traz um repertório muito rico – desde cinema de autor, curtas, filmes premiados e clássicos, até produções francesas, culturais, baseadas em fatos reais ou independentes – o que demonstra uma diversificação crescente no gosto cinematográfico, mesmo entre públicos de territórios tradicionalmente subatendidos pelo mercado. Isso indica que há espaço e curiosidade para ofertas mais segmentadas e curadorias ousadas, desde que bem contextualizadas e divulgadas.

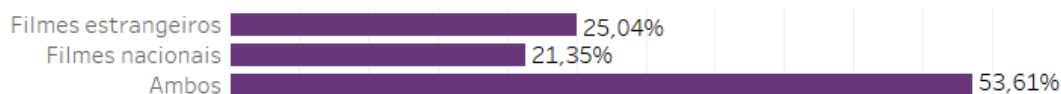
Na indicação de preferência por filmes nacionais ou estrangeiros (pergunta de resposta única), apenas 21,67% do público do Circuito participante indicaram que preferem apenas filmes estrangeiros, enquanto 19,22% preferem apenas filmes nacionais. O correspondente a 59,11% indicou que não tem preferência entre filmes nacionais ou estrangeiros. Essas informações indicam forte abertura para o cinema nacional. Os dados apontam no sentido de não existir rejeição às produções internas e de que há espaço para promover produções brasileiras, especialmente se conectadas à realidade local ou com temas de fácil identificação. É observável diferença na comparação entre CEUs e Centros Culturais, com o aumento de percentual daqueles que não têm preferência entre filmes nacionais ou estrangeiros nos Centros Culturais (73,49%), conforme os gráficos:

Figura 21 – Preferência de filmes

CEUs e Centros Culturais



CEUs



Centros Culturais



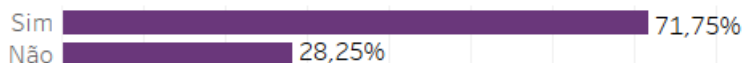
Elaboração: Equipe Fipe.

Em relação aos filmes legendados, o equivalente a 28,25% do público do Circuito Spcine que participou do estudo afirmou que não assiste a filmes com legendas. Nos CEUs, esse percentual aumenta para 36,31%, enquanto nos Centros Culturais é de 7,23% apenas.

A resistência à legenda aponta barreiras idiomáticas, de letramento e fluência na leitura rápida, o que deve ser considerado na curadoria de filmes legendados em regiões periféricas.

Figura 22 – Filmes legendados

CEUs e Centros Culturais



CEUs



Centros Culturais



Elaboração: Equipe Fipe.

Aos 28,25% que não assistem a filmes legendados, foi questionado o porquê. As respostas indicadas foram: não gostar (57), é mais difícil acompanhar o filme (47), falta de paciência (36), a legenda é muito rápida (23) e hábito de assistir a filmes dublados (21). Houve também outros motivos abaixo da frequência de 20 indicações. Os resultados completos estão a seguir:

Figura 23 – Motivos para não assistir a filmes legendados

Não gosta	57	22,53%
Mais difícil de acompanhar o filme	47	18,58%
Falta de paciência	36	14,23%
Legenda é muito rápida	23	9,09%
Hábito de assistir a filmes dublados	21	8,30%
Dificuldade na leitura	13	5,14%
Não soube responder	11	4,35%
Assiste a filmes com crianças	10	3,95%
Problema de visão	9	3,56%
Desatenção	6	2,37%
Incentivar a dublagem	3	1,19%
Excesso de informação	2	0,79%
Assiste a mais filmes infantis	2	0,79%
Prefere assistir a filmes nacionais	2	0,79%

Prefere anime	1	0,40%
Por dislexia	1	0,40%
Não consegue ler	1	0,40%
Não consegue concentrar	1	0,40%
Dublado é mais acessível	1	0,40%
Dificuldade na leitura (PCD)	1	0,40%
Dá tontura	1	0,40%
Dá sono	1	0,40%
Outros	3	1,19%

Elaboração: Equipe Fipe.

Entre os objetivos do estudo, buscou-se responder à pergunta de pesquisa: se o público que frequenta o Circuito Spcine também frequenta as salas comerciais. Dos participantes da pesquisa que frequentam o Circuito Spcine, apenas 6,33% nunca haviam ido ao cinema comercial, o que evidencia que o público do Circuito Spcine não é exclusivamente formado por iniciantes ou pessoas totalmente excluídas do consumo cinematográfico, mas por indivíduos que circulam entre diferentes circuitos de exibição. Aos demais 93,67% foi perguntado qual cinema frequentam mais entre cinemas públicos ou cinemas comerciais. Houve pouca diferença neste resultado, com 420 indicações de frequentar mais os cinemas públicos e 417 indicações de frequentar mais os cinemas comerciais, o que mostra um equilíbrio quase perfeito entre os dois tipos de oferta. Isso sugere que o Circuito Spcine não é apenas uma alternativa gratuita, mas uma escolha legítima de consumo cultural para muitos usuários.

Aos que afirmaram frequentar mais os cinemas públicos, foi solicitado o motivo, permitindo que o participante indicasse quantas respostas desejasse. Os resultados mais frequentes foram ser de graça/baixo custo (311) e facilidade de acesso (205). Em seguida, houve indicações de outros motivos que não estavam na listagem (114). E, após, já frequentar o CEU/Centro Cultural (76) e preço do transporte e comida nos cinemas comerciais (25). A seguir estão os dados mencionados:

Figura 24 – Motivos para frequentar mais o cinema público

Ser de graça/baixo custo	311	74,05%
Facilidade de acesso (mora perto)	205	48,81%
Já frequenta o CEU/Centro Cultural	76	18,10%
Preço do transporte e comida nos cinemas comerciais	25	5,95%
Outro	114	27,14%

Elaboração: Equipe Fipe.

Dentre os 114 outros motivos para frequentar mais os cinemas públicos, a lista de filmes teve 56 indicações, das quais 47 são nos Centros Culturais. Em seguida, está a qualidade do cinema (15) e demais motivos abaixo de 10 indicações. A ilustração seguinte contém os resultados completos:

Figura 25 – Outros motivos para frequentar mais o cinema público

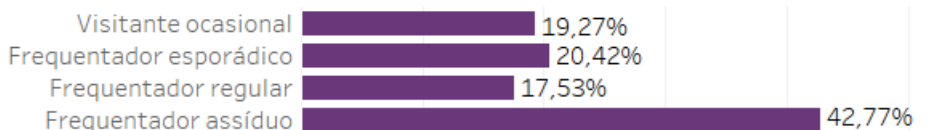
Lista de filmes	56	49,12%
Qualidade do cinema	15	13,16%
Incentivar a iniciativa	5	4,39%
É vazio	5	4,39%
Horários das sessões	3	2,63%
Gosta do cinema	3	2,63%
Sente-se mais à vontade	2	1,75%
Qualidade do atendimento	2	1,75%
Lista de filmes atualizada	2	1,75%
Lazer	2	1,75%
Valor do ingresso dos cinemas comerciais	1	0,88%
Tem muitos filhos para levar ao cinema	1	0,88%
Sessões para crianças	1	0,88%
Proximidade	1	0,88%
Mostras de cinema	1	0,88%
Lista de filmes acompanha os cinemas comerciais	1	0,88%
Lista com filmes nacionais	1	0,88%
Experiência no espaço	1	0,88%
É viável	1	0,88%
É adaptado para terceira idade	1	0,88%
Bom para crianças	1	0,88%
Bom para apreciadores de cinema	1	0,88%
Acompanhar estudantes	1	0,88%
Outro	6	5,26%

Elaboração: Equipe Fipe.

Já em relação aos 417 participantes que indicaram frequentar mais os cinemas comerciais, o grupo se caracteriza por: 42,77% de frequentadores assíduos, 17,53% de frequentadores

regulares, 20,42% de frequentadores esporádicos e 19,27% de visitantes ocasionais, conforme o gráfico:

Figura 26 – Frequência no cinema comercial – parte 1



Elaboração: Equipe Fipe.

Além disso, 60,44% consomem ingressos de meia entrada (para si ou acompanhantes, como filhos e idosos). Os gastos médios em uma ida ao cinema considerando todos os pagantes são: R\$ 36,59 na entrada, R\$ 17,98 com o transporte e R\$ 51,29 com alimentação. E o gasto total médio informado pelos participantes foi de R\$ 92,92.

Ainda que esta parcela frequente mais os cinemas comerciais do que os públicos, 88,19% afirmaram que a experiência de ir ao cinema do CEU/Centro Cultural é tão boa quanto ir ao cinema comercial. Das demais 43 respostas que afirmaram que a experiência não é mesma, 16 não souberam explicar o porquê. Os demais motivos foram abaixo da frequência de 5 respostas, sendo: infraestrutura, qualidade da imagem, poderia ser mais confortável, não é permitido consumir alimentos, falta ar-condicionado, inferior de forma geral, há opções de alimentação, sala é maior, filmes diferentes, falta sabonete no banheiro, falta divulgação, falta organização, desconforto térmico (calor), barulho de pessoas conversando ou no celular e ambiente.

Os dados mostram, de forma resumida, que entre os frequentadores do cinema comercial o gasto médio por visita chega a R\$ 92,92. Já os que frequentam cinemas públicos o fazem, principalmente, por ser gratuito (ou de baixo custo) e de fácil acesso.

Por outro lado, 88,19% dos que conhecem ambos afirmam que a experiência dos cinemas públicos é tão boa quanto a dos comerciais – e mesmo entre os que discordam, os argumentos críticos são pouco recorrentes e fragmentados. O cinema público não é visto como inferior.



Isso reforça a ideia de que barreiras econômicas territoriais e não simbólicas colaboram no impedimento do acesso ao cinema.

A gratuidade é um ponto destacável, mas a qualidade da curadoria, das condições físicas e do acolhimento também são diferenciais valorizados.

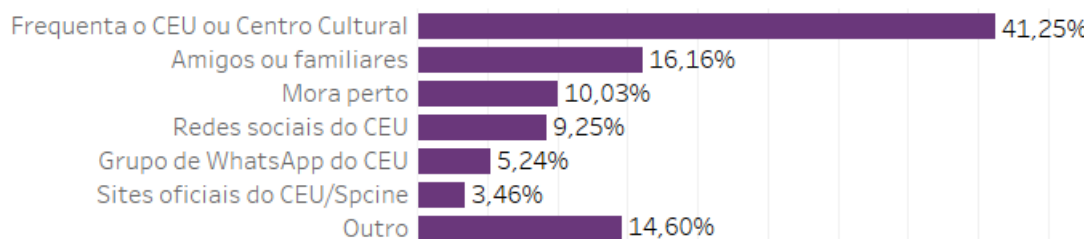
Esses dados dialogam com pesquisas nacionais sobre barreiras de acesso ao cinema. Segundo o levantamento “Retratos da Leitura no Brasil” (2022) e dados da ANCINE (2021), os principais fatores que impedem o consumo de cinema no Brasil são preço do ingresso, distância das salas e falta de tempo/disponibilidade, especialmente nas periferias urbanas. O Circuito Spcine, ao oferecer gratuidade, capilaridade geográfica e integração com equipamentos públicos multifuncionais (como CEUs), responde diretamente a esses entraves.

Outra pergunta de interesse que estava dentre os objetivos do estudo era o quanto o público do Circuito Spcine passou a frequentar o CEU/Centro Cultural. Dos participantes do estudo, 18,46% estavam no CEU/Centro Cultural pela primeira vez para assistir a uma sessão do Circuito Spcine.

Inversamente, também era interesse nos objetivos da pesquisa responder o quanto o público CEU/Centro Cultural passou a frequentar o Circuito Spcine. O equivalente a 78,66% dos participantes já havia frequentado o CEU/Centro Cultural e estava pela primeira vez em uma sessão do Circuito Spcine.

Além disso, 41,25% descobriram o cinema do CEU/Centro Cultural porque já frequentavam o local, conforme o gráfico:

Figura 27 – Frequência no cinema comercial – parte 2



Elaboração: Equipe Fipe.

Os outros meios de descoberta tiveram frequência abaixo de 6 indicações e são: escola, trabalho, pesquisa aplicada pela Fipe no CEU, *internet*, filho(s) é estudante no CEU, esteve na região, em outro CEU, panfleto, na faculdade, *Google*, curso, Biblioteca Roberto Santos, Virada Cultural, Uol, trabalha no CEU, trabalha no Centro de Educação Infantil (CEI), trabalha na produtora do filme, trabalha na escola, trabalha na área de cinema, trabalha em CEU, site *Vizpinho*, site Uol, Secretaria de Cultura e Economia Criativa, reunião de pais, recreio nas férias, recomendação, por meio da produtora, pesquisa que ocorreu entre professores, pelo parque, pelo CEU Arthur Alvim, no trabalho (Prefeitura), no CEU Caminho do Mar, *Instagram*, habitava em abrigo e levaram, Guia São Paulo, grupo de *WhatsApp* da hidroginástica, grupo de *WhatsApp* da EMEI, grupo de mães de autistas, gerência do Serviço de Acolhimento Institucional para Crianças e Adolescentes (SAICA), foi estudante no CEU, filho faz parte da gestão, esteve em um show no Centro Cultural, equipe do PD, divulgação no trabalho, cartazes, busca pelo filme de interesse na *internet*, Biblioteca São Miguel, Biblioteca Municipal Narbal Fontes, atividades no CEU, aplicativo da Spicine e ao fazer a inscrição do neto.

Pode-se vislumbrar o impacto do Circuito ao analisar os seguintes dados conforme expostos anteriormente:

Do total de participantes:

- 18,46% estavam no CEU/Centro Cultural pela primeira vez por conta da sessão do Circuito;



- 78,66% já conheciam o CEU/Centro Cultural, mas estavam assistindo ao Circuito pela primeira vez;
- 41,25% descobriram o cinema porque já frequentavam o espaço.

As informações podem indicar o duplo papel do Circuito no âmbito de atrair novos visitantes ao espaço e na expansão da experiência cultural dos frequentadores habituais. Esse dado reforça a ideia de que o cinema pode ser a porta de entrada para o equipamento cultural – e vice-versa. Fortalecer essa relação de mutualismo é chave para fidelização de público e crescimento da relevância territorial.

Como estratégia para continuidade e aprimoramento o Circuito, podem-se considerar alguns pontos:

- Criar curadorias segmentadas: CEUs com foco em acessibilidade, educação e pertencimento; Centros Culturais com aprofundamento temático e experimentação artística;
- Investir em atividades paralelas aos filmes (debates, oficinas e mediação cultural), especialmente para aqueles que descobrem o espaço por meio do Circuito;
- Incentivar atividades transversais (teatro, leitura, música e dança) já oferecidas nos mesmos espaços, reforçando o papel do cinema como vetor de cultura integrada;
- Utilizar dados de descoberta e primeira visita para desenhar campanhas de retorno e engajamento recorrente, como clubes de cinema ou programas de pontos.

3.2.3 Avaliação do Público do Circuito Spcine

Na aplicação junto aos frequentadores do Circuito Spcine, foi solicitada a avaliação de aspectos das salas, em dois blocos.

O primeiro bloco foi questionado aos participantes que já haviam ido às salas pelo menos uma vez, e contemplou os seguintes aspectos:

- Infraestrutura (espaço, banheiros e cadeiras);
- Qualidade da imagem e som;



- Conforto das salas;
- Limpeza do ambiente;
- Acessibilidade.

Estes aspectos foram perguntados apenas para aqueles que já haviam assistido a filmes anteriormente nas salas do Circuito Spcine, pois a entrevista ocorria antes das sessões e para avaliar estes aspectos era necessária experiência prévia nas salas.

Conforme a ilustração a seguir, no bloco de avaliações da infraestrutura, qualidade técnica e conforto das salas, as avaliações dos participantes foram predominantemente positivas (Bom ou Muito bom), com baixos percentuais de avaliações negativas (Péssimo ou Ruim) ou regulares, havendo um ligeiro aumento de críticas nos Centros Culturais, com aumento de menções “Ruim” e “Regular”:

Figura 28 – Avaliação de aspectos do Circuito Spcine (bloco I)

Infraestrutura



Qualidade da imagem e som



Conforto das salas



Limpeza do ambiente



Acessibilidade



Elaboração: Equipe Fipe.

Os Centros Culturais têm público de maior renda e escolaridade e suas avaliações foram mais exigentes – possivelmente por expectativas mais altas ou por comparação direta outras experiências devido à maior possibilidade de acesso.

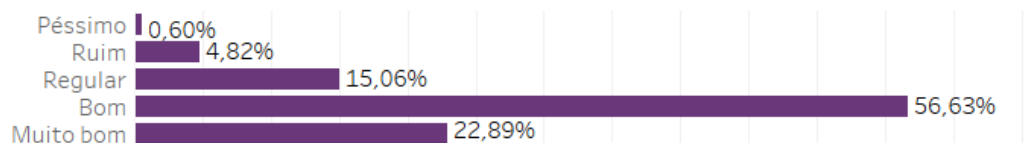
Os CEUs, que apresentam maior homogeneidade positiva, parecem gerar maior sensação de acolhimento, sugerindo que o impacto social e comunitário compensa eventuais limitações



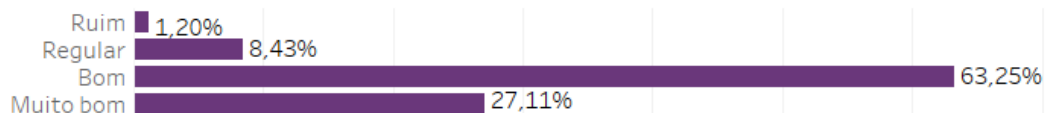
estruturais. As críticas à infraestrutura se apresentaram muito pontuais, como podem ser observadas nos gráficos apresentados a seguir:

Figura 29 – Avaliação de aspectos do Circuito Spcine nos Centros Culturais (bloco I)

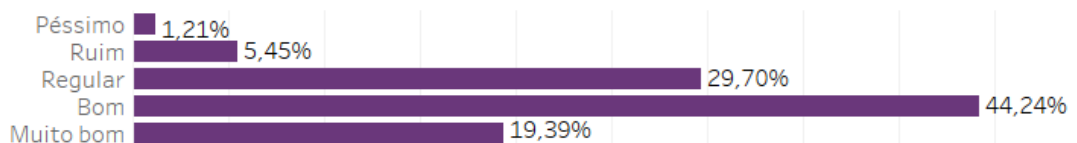
Infraestrutura



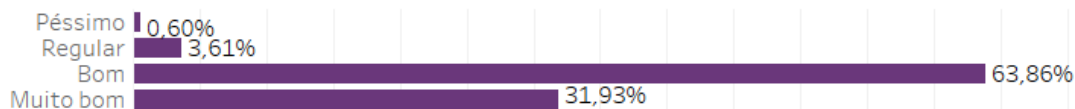
Qualidade da imagem e som



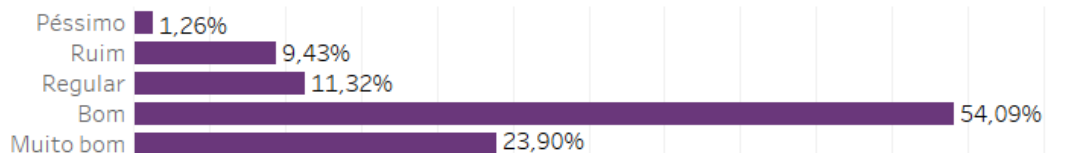
Conforto das salas



Limpeza do ambiente



Acessibilidade



Elaboração: Equipe Fipe.



Figura 30 – Avaliação de aspectos do Circuito Spcine nos CEUs (bloco I)

Infraestrutura



Qualidade da imagem e som



Conforto das salas



Limpeza do ambiente



Acessibilidade



Elaboração: Equipe Fipe.

No segundo bloco de avaliações, foi perguntado a todos os frequentadores participantes do estudo sobre os seguintes aspectos:

- Lista de filmes;
- Facilidade de encontrar informações sobre as sessões;
- Horário das sessões;
- Local ou endereço da sala;



- Segurança.

Estes aspectos foram questionados mesmo aos participantes que estavam pela primeira vez no Circuito Spcine, pois não era necessária experiência prévia assistindo a sessões para avaliá-los.

No segundo bloco de avaliação (programação, localização e segurança), os dados indicam alta satisfação generalizada.

Figura 31 – Avaliação de aspectos do Circuito Spcine (bloco II)

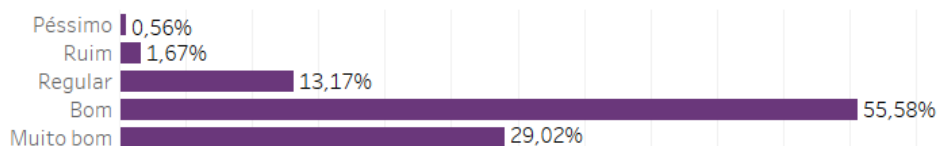
Lista de filmes



Facilidade de encontrar informações sobre as sessões



Horários das sessões



Local ou endereço da sala



Segurança



Elaboração: Equipe Fipe.



Em relação a este bloco de avaliações, não foram encontradas diferenças consideráveis entre os CEUs e Centros Culturais. O Circuito acerta em transparência, clareza e confiabilidade de acesso às sessões – pontos críticos para públicos que já enfrentam barreiras de mobilidade e renda.

A ausência de críticas a itens como segurança ou localização nos CEUs reforça sua importância como espaços culturais territorializados e seguros. Os participantes foram questionados sobre sugestões de melhorias, possibilitando mais de uma resposta. Os resultados estão no quadro:

Figura 32 – Sugestões de melhorias

Vendas de comida e bebidas (pipocas e combos)	320	35,56%
Mais sessões aos finais de semana	304	33,78%
Mais sessões fora do horário comercial	269	29,89%
Listas de filmes	146	16,22%
Acesso a informações	129	14,33%
Acessibilidade para portadores de necessidades especiais	116	12,89%
Ambiente da sala	65	7,22%
Outros	231	25,67%

Elaboração: Equipe Fipe.

As outras respostas mencionadas mais frequentes foram:

Figura 33 – Outras sugestões de melhorias

Considerou satisfatório / nada a melhorar	45	19,48%
Climatização	34	14,72%
Acesso a informações	30	12,99%
Permitir o consumo de alimentos na sala	21	9,09%
Segurança	9	3,90%
Infraestrutura	8	3,46%
Outro	84	36,36%

Elaboração: Equipe Fipe.

Além dessas respostas, também foram indicadas com menos de 5 menções: segurança, infraestrutura, qualidade do som, presença de profissional da equipe durante a sessão para apoio, poltronas, mais sessões do mesmo filme, lista de filmes, aumento do número de dias



com sessões, reexibição de filmes, mais opções de horários, inclusão de opções de alimentação, iluminação, horário das sessões, cadeiras de espera, aumento do número de sessões, ampliação do tamanho da sala, ampliação da lista de filmes, sessões nas férias, qualidade da projeção, possibilidade de adquirir o ingresso *online* (inclusive meia entrada), permanência do filme em cartaz por mais tempo, organização, necessidade de corrimão, luz no chão e placas para identificação, não haver cancelamento de sessões, modernização, manutenção, menos filmes infantis, mais sessões em horário comercial, mais eventos, mais desenhos na lista de filmes, inclusão de filmes 3D, guia rebaixada e corrimão mais baixo para cadeirante, finalização das obras, abertura do estacionamento do CEU, entrada gratuita, divulgação nas escolas, criação de espaço apropriado para espera, banheiros, aumento da quantidade de salas, melhor atendimento, solução para goteiras, ar-condicionado, melhoria no aplicativo para mostrar a agenda da semana, apagar a luz das escadas, ampliar o tamanho da tela, ampliar o número de sessões, ampliar o espaço e as sessões, evitar variação nos horários pela administração, adicionar luz nas escadas e melhorar a acústica da sala para impedir ruído externo.

A coleta de sugestões abertas permite traçar um mapa de desejos e dores reais do público, e revela:

- Alto nível de engajamento: o público pensa criticamente sobre a experiência cultural;
- Demandas distribuídas em três grandes áreas:
 1. Operacional/logística: venda de comidas e bebidas, mais sessões, horários variados, mais tempo em cartaz e evitar cancelamentos;
 2. Infraestrutura física e conforto: ar-condicionado, manutenção, goteiras, acústica, luzes e cadeiras;
 3. Acessibilidade e inclusão: ingressos *online*, sinalização, corrimão, luz no chão e guias rebaixadas.

Apesar da avaliação positiva geral, há microinconformidades que impactam o cotidiano do público. Resolver essas questões incrementais tem potencial de melhorar exponencialmente



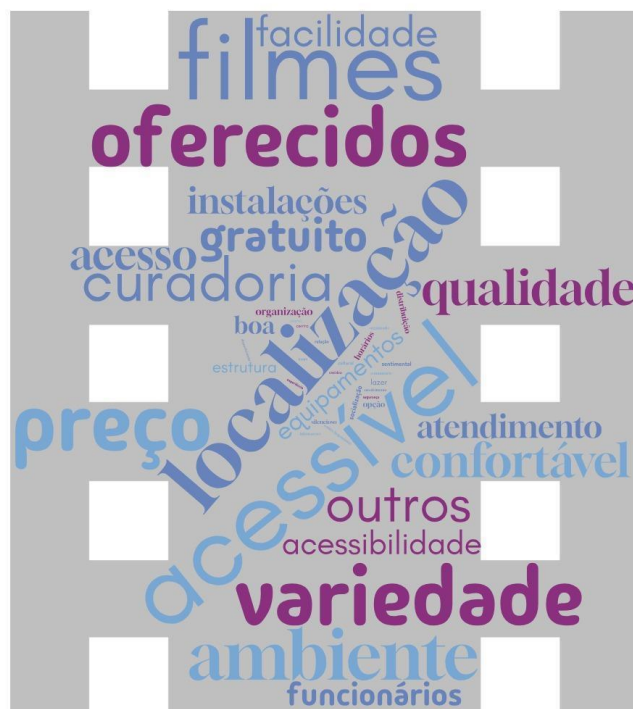
a experiência. Muitas das sugestões envolvem soluções de baixo ou médio custo, como ajustes operacionais e melhorias na comunicação visual.

O correspondente a 99,78% dos frequentadores participantes recomendaria o cinema para outras pessoas. Ou seja, apenas dois respondentes afirmaram que não recomendariam. Estes questionários dos dois respondentes foram aplicados no CEU São Miguel e na Galeria Olido o que pode, mas não necessariamente, indicar problemas pontuais que merecem atenção individualizada.

O índice de recomendação positiva é massivo e revela um potencial latente de *marketing* boca a boca. O Circuito Spcine é, para quase a totalidade do público, uma experiência que merece ser compartilhada. A experiência nas salas públicas é tão marcante positivamente quanto ir ao cinema comercial. O público é altamente fidelizável e pode ser mobilizado como rede de multiplicadores locais, sobretudo via escolas, grupos de *WhatsApp* e bibliotecas comunitárias (como citado nos dados de descoberta do Circuito).

A seguir estão ilustradas as palavras mais mencionadas pelos respondentes quando questionados sobre o que mais gostavam no cinema do CEU/Centro Cultural:

Figura 34 – O que mais gostam no cinema



Elaboração: Equipe Fipe.

Para pensar o futuro do Circuito, investimentos e novas ações de forma estratégica, é importante considerar os seguintes aspectos:

- Perfil de público altamente diverso, com participação significativa de mulheres, população negra, pessoas de baixa renda e diversidade religiosa. CEUs alcançam público mais vulnerável;
- A motivação de frequência passa principalmente pelo preço acessível e gratuidade, acesso territorial e acolhimento comunitário. A lista de filmes também é decisiva para Centros Culturais;
- A experiência percebida quase unanimemente é tão boa quanto a de cinemas pagos. Público elogia som, imagem e conforto;



- A infraestrutura e manutenção apresentam um bom desempenho de maneira geral, mas há oportunidades de melhoria pontual, especialmente em detalhes funcionais como luzes e conforto térmico;
- O potencial de mobilização é promissor e há forte tendência à recomendação e engajamento, que pode ser explorada por campanhas comunitárias, educativas e participativas;
- A formação de público pode ser explorada no sentido convergente entre o CEU e o Circuito. O Circuito é uma porta de entrada para o equipamento cultural e vice-versa, favorecendo a formação de novos hábitos culturais.

3.2.4 Outros Resultados sobre o Público do Circuito Spcine

Neste tópico se concentram resultados que não estavam relacionados a objetivos específicos do estudo, mas que foram considerados de contribuição para o estudo de impacto do Circuito Spcine, a saber:

- Contagem de público;
- Acompanhantes na sessão;
- Idade dos acompanhantes;
- Se menores entre 10 e 17 anos poderiam ir sozinhos ao cinema e, em caso negativo, por que não;
- Fontes de informação sobre as sessões;
- Conhecimento sobre a marca Spcine em meio ao público do Circuito;
- Opinião do público do Circuito se o investimento público vale a pena;
- E a opinião sobre o impacto dos cinemas públicos na vida dos frequentadores participantes.

Foram contados 4.092 espectadores nas sessões pesquisadas. O número de frequentadores por sala do Circuito está a seguir:

Figura 35 – Contagem por sala do Circuito Spcine

CCSP Paulo Emílio	345
CEU Aricanduva	144
CEU Barro Branco	160
CEU Butantã	379
CEU Carrão	341
CEU Feitiço Da Vila	78
CEU Freguesia Do Ó	163
CEU Jaçanã	88
CEU Jembeiro	42
CEU Meninos	147
CEU Parque Novo Mundo	129
CEU Parque Veredas	284
CEU Paz	32
CEU Perus	122
CEU Pinheirinho D'Água	38
CEU Pq. Do Carmo	3
CEU Quinta Do Sol	187
CEU São Miguel	239
CEU São Pedro	12
CEU São Rafael	42
CEU Taipas	153
CEU Tremembé	135
CEU Vila Alpina	173
CEU Vila Atlântica	23
CFC Cidade Tiradentes	316
Galeria Olido	317
Total geral	4.092

Elaboração: Equipe Fipe.

A equipe de campo esteve presente em 163 sessões do Circuito Spcine, das quais 64 foram aos domingos, 42 foram às quartas-feiras, 41 foram às quintas-feiras, 6 foram às sextas-feiras e 10 foram aos sábados. O número de espectadores contados por dia da semana consta a seguir:

Figura 36 – Contagem por dia da semana

Domingo	2.070
Quarta-feira	581
Quinta-feira	943
Sexta-feira	53
Sábado	445
Total geral	4.092

Elaboração: Equipe Fipe.

Considerando os horários das 10h às 12h, das 12h30 às 17h e das 18h às 19h30, a contagem de público por período foi:

Figura 37 – Contagem por período

Manhã	283
Tarde	3.243
Noite	566
Total geral	4.092

Elaboração: Equipe Fipe.

Finalizando os resultados da contagem, a contagem especificando maiores e menores de 18 anos por período foi:

Figura 38 – Menores e maiores de 18 anos por período

Período	Maior de 18 anos	Menor de 18 anos
Manhã	139	144
Tarde	1.668	1.575
Noite	431	135

Elaboração: Equipe Fipe.

Os acompanhantes foram indicados pelos respondentes, com possibilidade de mais de uma resposta. Além das 266 pessoas que foram à sessão sozinhas, indicando um perfil autônomo relevante no público, as respostas mostram alto índice de comparecimento com filhos (337 respostas), seguido de cônjuges (145) e amigos/colegas (111). As demais opções foram indicadas com menores frequências. A idade média dos acompanhantes foi de 21,1 anos, o que sugere presença significativa de jovens e adolescentes.

Figura 39 – Acompanhantes na sessão

Filhos	337	37,44%
Marido/esposa	145	16,11%
Amigos ou colegas	111	12,33%
Outros parentes que residem em casa diferente	81	9,00%
Outros parentes que residem na mesma casa	80	8,89%
Namorado(a)	43	4,78%
Sozinho	266	29,56%
Outros	33	3,67%

Elaboração: Equipe Fipe.

Houve 33 respostas de outros acompanhantes não listados, que foram: alunos, grupo social e outros parentes sem especificação de mesma moradia ou diferente.

O Circuito é espaço multigeracional, acolhendo tanto usuários individuais quanto famílias e redes comunitárias. A presença de filhos evidencia um uso afetivo e formativo do espaço, com potencial educativo e de socialização.

Em relação aos menores de idade entre 10 e 17, 53,51% não poderiam ir ao cinema sozinhos, apesar das regras do Circuito Spcine permitirem que maiores de 10 anos frequentem as sessões desacompanhados. Nesses casos, foi solicitado o porquê, com possibilidade de indicação de mais de uma resposta, e os resultados estão no quadro:

**Figura 40 – Motivos de menores entre 10 e 17 anos
não irem sozinhos ao cinema**

Insegurança no trajeto	69	53,91%
Distante de casa	26	20,31%
Insegurança na sala de cinema	9	7,03%
Outros	33	25,78%

Elaboração: Equipe Fipe.

Como outros motivos listados, a resposta mais indicada foi muito jovem para estar desacompanhado (17). As demais constam a seguir:

**Figura 41 – Outros motivos de menores entre 10 e 17 anos
não irem sozinhos ao cinema**

Muito jovem para estar desacompanhado	17	51,52%
Não tem permissão para sair desacompanhado	3	9,09%
Prefere acompanhar	2	6,06%
Não fica desacompanhado	2	6,06%
Professora responsável pela turma de alunos	1	3,03%
Passeio que realizam juntos	1	3,03%
Não tem confiança	1	3,03%
Moram em uma instituição e não podem sair desacompanhados	1	3,03%
Horário não era indicado para estar desacompanhado	1	3,03%
Está no espectro autista	1	3,03%
Definições da guarda	1	3,03%
As regras do cinema não permitem	1	3,03%
Outros	1	3,03%

Elaboração: Equipe Fipe.

A barreira é menos normativa e mais cultural/afetiva. A percepção de risco, mesmo em espaços considerados seguros, pode estar associada ao entorno. Reforça a necessidade de campanhas educativas, de fortalecimento da confiança no ambiente cultural e de revisão nos horários da programação dos locais em que a insegurança do entorno é mais evidente.

Os frequentadores participantes também foram questionados sobre as fontes para obtenção de informações sobre as sessões, permitindo quantas respostas desejassem fornecer. O grupo de *WhatsApp* é a fonte mais utilizada (342), seguida de *sites* oficiais (224) e redes sociais (201). Há, ainda, a busca por informações de forma presencial (152), via amigos ou familiares (61) ou frequentando o CEU/Centro Cultural para outras atividades (32). Ademais, houve indicações de respostas não contempladas na listagem (67).

A comunicação do Circuito é altamente territorializada e colaborativa, com grande capilaridade comunitária.

Figura 42 – Fontes sobre informações das sessões

Grupo de <i>WhastApp</i>	342	38,00%
Sites oficiais	224	24,89%
Redes sociais	201	22,33%
Presencialmente	152	16,89%
Amigos ou familiares	61	6,78%
Frequenta o CEU/Centro Cultural	32	3,56%
Outro	67	7,44%

Elaboração: Equipe Fipe.

Dentre as outras indicações que não estavam contempladas na listagem, a mais mencionada foi *Google* (11). As demais respostas tiveram menos de 6 menções, a saber: *WhatsApp* da Spcine, aplicativo do Circuito Spcine, panfleto, *internet*, aplicativo, grupo de *WhatsApp* do Centro de Educação Infantil (CEI), televisão, *QR Code*, *Youtube*, *WhatsApp*, tela no elevador do CEU, quadro de avisos de outro CEU, portaria, junto à coordenação escolar, *Instagram*, grupo de *WhatsApp* do CEU, grupo de *WhatsApp* da hidroginástica, grupo de mães de autistas, gerência do Serviço de Acolhimento Institucional para Crianças e Adolescentes (SAICA), escola de idiomas, escola, *e-mail* da Secretaria Municipal de Educação (SME), *e-mail*, coordenação, circular informativo, celular, biblioteca e aplicativo do CEU.

Aos frequentadores foi questionado se conheciam o Circuito Spcine, a fim de verificar quão conhecida é a marca. O correspondente a 29,03% afirmou não conhecer o Circuito Spcine. É importante destacar que este resultado se refere ao público que estava presente em sessões para assistir a filmes em CEUs ou Centros Culturais.

O reconhecimento da marca Circuito Spcine ainda apresenta fragilidades importantes. Entre os frequentadores que estavam em sessões do próprio Circuito, uma porcentagem significativa afirmou não conhecer a marca, mesmo estando no espaço e participando diretamente da experiência. Esse dado, por si só, já aponta um problema de identificação simbólica com a política pública. Mais preocupante ainda é o cenário entre moradores do entorno das salas: 70,67% desconhecem a marca, o que revela baixa penetração da identidade institucional nas comunidades atendidas.



Esse distanciamento entre a marca e o público tem implicações práticas: quanto menor o reconhecimento da política cultural, menor tende a ser a mobilização pública em sua defesa e valorização. Em outras palavras, se o cidadão não sabe que determinado benefício cultural é fruto de uma política pública, ele não o associa ao investimento coletivo, tampouco o reivindica ou protege.

Ainda que os canais de descoberta da programação incluam plataformas digitais, a diversidade e pulverização das fontes de informação, é possível observar que o Circuito Spcine é consumido, mas não necessariamente identificado, como marca pública. Isso dificulta a construção de pertencimento e engajamento contínuo.

Por que é importante o público saber que está participando de uma política pública?

- Transparência e prestação de contas: reconhecer a marca permite que o público saiba como os recursos públicos estão sendo aplicados;
- Valorização do bem comum: amplia o senso de que cultura é um direito e está sendo garantido por políticas públicas efetivas;
- Defesa coletiva: quanto mais o público reconhece o que é público, mais tende a defendê-lo em contextos de cortes ou ameaças;
- Engajamento ampliado: reconhecer a marca aumenta a chance de participação em outras iniciativas da Spcine e da Secretaria Municipal de Cultura e Economia Criativa.

Algumas estratégias podem ser utilizadas para fortalecimento da marca Circuito Spcine:

- Identidade visual mais presente e padronizada;
- Cartelas iniciais nos filmes exibidos com a mensagem: “Você está participando de uma política pública de acesso ao cinema – Circuito Spcine.”;
- Campanhas de comunicação com foco em pertencimento;
- Frases como: “Este cinema é seu. É público. É da cidade. É Circuito Spcine.”;
- Estímulo ao reconhecimento da marca nas redes sociais e em materiais impressos;
- Material educativo e institucional;



- Distribuição de *folders* e cartilhas simples explicando o que é o Circuito, quem financia e por que ele existe;
- Criação de vídeos curtos de 30 segundos para redes sociais e antes das sessões, explicando a política pública;
- Interação com o público;
- Criação de um selo simbólico para “defensores do Circuito”, envolvendo agentes culturais locais;
- Convite ao público para sugerir filmes e votações populares que associem a marca à escuta ativa;
- Formação de recepcionistas, monitores e funcionários da equipe da Spcine, dos CEUs e Centros Culturais para explicarem o que é o Circuito Spcine e incentivarem o reconhecimento da marca.

O fortalecimento da marca Circuito Spcine não é apenas uma questão de visibilidade institucional, mas sim de construção de cidadania cultural. A marca deve ser reconhecida como sinal de presença do Estado, como direito conquistado e como política pública a ser protegida pela população. Investir em comunicação estratégica e educação simbólica é tão importante quanto manter os equipamentos funcionando.

Mesmo com o baixo reconhecimento da marca (sobretudo no entorno), o apoio ao investimento público em cinemas é massivo: para 99,11% dos frequentadores participantes vale a pena continuar investindo nos cinemas públicos mesmo com todos os outros gastos importantes para a cidade. Entre os que não conheciam o cinema local ou nunca o utilizaram, mais de 90% ainda defendem o investimento. A seguir, a figura ilustra as palavras mais mencionadas quando perguntados sobre o impacto dos cinemas públicos:

3.2.5 Resultados sobre os Habitantes ou Pessoas que Costumam Frequentar o Entorno das Salas do Circuito Spcine

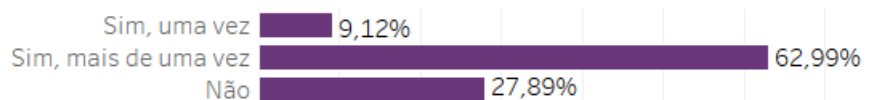
A aplicação junto aos habitantes ou pessoas que costumam frequentar o entorno das salas do Circuito Spcine tinha como requisito:

- Que o respondente morasse a menos de 30 minutos de caminhada ou 2 km do CEU/Centro Cultural onde ocorria a pesquisa;
- Ou que circulasse habitualmente na região do CEU/Centro Cultural onde ocorria a pesquisa.

Dos 2.300 participantes, 76,16% moravam no entorno e 23,84% circulavam habitualmente pela região. Os questionários foram aplicados dentro dos CEUs/Centros Culturais (68,09%) ou nas proximidades dos CEUs/Centros Culturais (31,91%), como em pontos de ônibus, praças e em comerciais locais.

Dos participantes que responderam ao questionário nas proximidades dos CEUs/Centros Culturais, 9,12% haviam estado apenas uma vez no CEU/Centro Cultural, 62,99% haviam estado mais de uma vez e 27,89% nunca haviam frequentado. Isso é demonstrado a seguir:

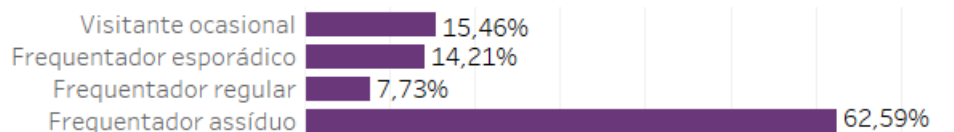
Figura 44 – Esteve no CEU/Centro Cultural



Elaboração: Equipe Fipe.

Dentre aqueles que informaram já ter frequentado o CEU/Centro Cultural mais de uma vez, 15,46% eram visitantes ocasionais, 14,21% eram frequentadores esporádicos, 7,73% eram frequentadores regulares e 62,59% eram frequentadores assíduos, conforme evidenciado na sequência:

Figura 45 – Esteve no CEU/Centro Cultural mais de uma vez



Elaboração: Equipe Fipe.

Já em relação aos 27,89% que nunca haviam ido o CEU/Centro Cultural, os motivos mais indicados para não frequentar foram a falta de tempo (83) e falta de interesse (52), além de outros motivos não listados (75). A falta de segurança dentro do local teve apenas 3 indicações. Nesta pergunta foi permitido indicar mais de uma alternativa e as respostas encontram-se a seguir:

Figura 46 – Motivo para não frequentar o CEU/Centro Cultural

Falta de tempo	83	40,49%
Falta de interesse	52	25,37%
Falta de segurança dentro do local	3	1,46%
Outros	75	36,59%

Elaboração: Equipe Fipe.

Os 75 casos de outros motivos informados são: não conhece a estrutura/atividades, falta divulgação/informação, não sabia que existia, mudança recente, falta de oportunidades, trabalha no CEU, muito distante, frequenta o SESC, sofre de depressão e não sai de casa, pensou que era apenas uma escola, os horários das atividades não se encaixam na rotina, nunca foi, não tem interesse, não sabia que também era para adultos, frequenta outros CEUs, frequenta o parque, frequenta o parque com o cachorro, falta de vagas nas atividades de interesse. afirmou não possuir a carteirinha e outros.

Há uma lacuna entre o potencial de acesso e o uso efetivo. Mesmo com a estrutura disponível, falta de informação, desinteresse ou rotina incompatível ainda afastam parte da população do entorno. Quanto àqueles que já haviam ido ao CEU/Centro Cultural pelo menos uma vez, os motivos mais citados para frequentar foram:

Figura 47 – Motivo para frequentar o CEU/Centro Cultural

Acompanhar familiares ou amigos	54	10,19%
Filho(s) é estudante no CEU	47	8,87%
Cinema	36	6,79%
Atividades físicas/esportivas	27	5,09%
Atividades	24	4,53%
Passear	24	4,53%
Estudar	19	3,58%
Jogar bola	14	2,64%
Teatro	14	2,64%
Ir à piscina	12	2,26%
Proximidade	11	2,08%
Eventos	11	2,08%
Conhecer o local	11	2,08%
Biblioteca	10	1,89%
Show	9	1,70%
Gosta de frequentar	9	1,70%
Curso	9	1,70%
Aulas	9	1,70%
Aula de dança	8	1,51%
Hidroginástica	8	1,51%
Descansar	8	1,51%
Caminhar	7	1,32%
Natação	7	1,32%
Atividades culturais	7	1,32%
Trabalho	6	1,13%
Utilizar a quadra	5	0,94%
Outros	124	23,40%

Elaboração: Equipe Fipe.

Abaixo de 5 indicações também foram mencionados: exposição, pilates, lazer, jogar futebol, assistir ao futebol, vacinação, reunião, local é agradável, jogar vôlei, formatura, fazer entrega, escola, dança, curiosidade, centro de apoio ao trabalho e empreendedorismo, apresentação de dança, apresentação, *workshop*, votar, vai à piscina, utiliza diversos equipamentos do CEU, Unidade Básica de Saúde (UBS), treinamento, tomar cerveja, reunião sobre moradia, reunião de pais, reunião de condomínio, recreação, peça circense, palestra sobre cultura



negra, palestra, oficina de carnaval, música, mostra de cinema, karatê e capoeira, jogar *ping pong*, jogar handebol, jogar futevôlei, jogar basquete, ir ao banheiro, grupo de dança, futebol, frequentar os projetos, formação pedagógica, fisioterapia, festa junina, festa de rap, festa, faz academia, estágio, espaços LGBT, encontrar com amigos, dava aula, dança de salão, curso de libras, corrida, conversar, centro de referência de assistência social, castração gratuita de cães e gatos, brincar com crianças, Bolsa Família, bebeteca, aula de percussão, aula de ioga, aula de canto, aula de *black*, aula de alongamento, atividades esportivas, atividades escolares, atividades de lazer, atividade política, apresentação de teatro, apresentação de musical, andar de skate e almoçar.

A aplicação junto aos habitantes ou pessoas que costumam circular pela região das salas de cinema do Circuito Spcine buscou responder a um objetivo específico: o quanto aquela população conhece ou desconhece a sala ali presente. A pesquisa constatou que 27,09% não sabiam da existência do cinema no CEU/Centro Cultural, cujos resultados por sala são apresentados a seguir:

Figura 48 – Desconhecimento sobre o cinema no CEU/Centro Cultural

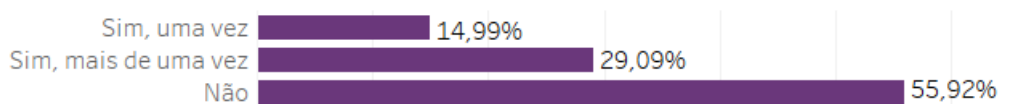
CCSP Paulo Emílio	26,22%
CEU Aricanduva	19,55%
CEU Barro Branco	17,65%
CEU Butantã	32,79%
CEU Carrão	47,20%
CEU Feitiço Da Vila	21,21%
CEU Freguesia Do Ó	27,12%
CEU Jaçanã	25,97%
CEU Jambeiro	30,17%
CEU Meninos	33,78%
CEU Parque Novo Mundo	26,53%
CEU Parque Veredas	20,45%
CEU Perus	16,67%
CEU Pinheirinho D'Água	33,33%
CEU Pq Do Carmo	23,08%
CEU Quinta Do Sol	21,02%
CEU São Miguel	20,69%
CEU São Pedro	23,68%
CEU São Rafael	32,14%
CEU Taipas	34,00%
CEU Tremembé	50,00%
CEU Vila Alpina	35,48%
CEU Vila Atlântica	12,00%
CFC Cidade Tiradentes	12,94%
Galeria Olido	39,38%

Elaboração: Equipe Fipe.

No CEU Paz, 100,00% dos participantes sabiam que existia uma sala de cinema no local.

Em relação aos 72,91% que sabiam da existência do cinema no CEU/Centro Cultural, 14,99% já haviam assistido a filmes apenas uma vez, 29,09% já haviam assistido a filmes mais de uma vez e 55,92% nunca haviam assistido a filmes no local, conforme segue:

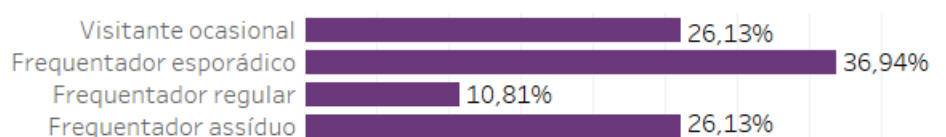
Figura 49 – Esteve no cinema do CEU/Centro Cultural



Elaboração: Equipe Fipe.

Daqueles que já haviam assistido a filmes mais de uma vez no local, 26,13% eram visitantes ocasionais, 36,94% eram frequentadores esporádicos, 10,81% eram frequentadores regulares e 26,13% eram frequentadores assíduos, segundo os dados do gráfico:

Figura 50 – Esteve no cinema do CEU/Centro Cultural mais de uma vez



Elaboração: Equipe Fipe.

Os motivos para frequentar o cinema do CEU/Centro Cultural foram indicados permitindo mais de uma resposta, e os resultados foram: ser de graça/baixo custo (334), facilidade de acesso (315), já frequenta o CEU/Centro Cultural (225) e outros motivos (265). O quadro a seguir mostra estes dados:

Figura 51 – Motivo para frequentar o cinema do CEU/Centro Cultural

Ser de graça/baixo custo	334	45,07%
Facilidade de acesso (mora perto)	315	42,51%
Já frequenta o CEU/Centro Cultural	225	30,36%
Outros	265	35,76%

Elaboração: Equipe Fipe.

Os seguintes outros motivos para frequentar o cinema do CEU/Centro Cultural foram citados:

Figura 52 – Outros motivos para frequentar o cinema do CEU/Centro Cultural

Lista de filmes	62	23,40%
Acompanhar familiares ou amigos	62	23,40%
Gosta do cinema	26	9,81%
Qualidade do cinema	23	8,68%
Incentivo da escola	13	4,91%
Assistir a filme específico	12	4,53%
Outro	67	25,28%

Elaboração: Equipe Fipe.

Além disso, com indicações abaixo de 10 estão: lazer, mostra de cinema, recebeu recomendação, proximidade, incentivar a iniciativa, gosta de ir ao cinema, excursão, conhecia o local, trabalho, trabalha no Centro para Crianças e Adolescentes (CCA), público que frequenta, filas menores, evento, apresentação da ETEC e acesso à cultura.

Sobre os participantes que nunca haviam assistido a filmes no local, foi obtido o resultado por sala do Circuito Spcine. Com isso, é possível verificar qual a porcentagem em cada CEU/Centro Cultural dos participantes que nunca assistiram a filmes no local:

Figura 53 – Nunca estive no cinema do CEU/Centro Cultural por sala

CEU Pinheirinho D'Água	88,46%
CEU Tremembé	86,96%
CEU Pq Do Carmo	80,00%
CEU São Pedro	75,86%
CEU Carrão	72,09%
CEU Barro Branco	71,43%
CEU São Miguel	69,57%
CEU Parque Novo Mundo	64,38%
CEU Vila Alpina	59,68%
CEU Freguesia Do Ó	58,14%
CEU São Rafael	57,89%
CEU Jaçanã	57,89%
CEU Taipas	57,58%
CEU Vila Atlântica	56,82%
CEU Meninos	55,10%
CCSP Paulo Emílio	54,55%
CEU Feitiço Da Vila	50,00%
CEU Aricanduva	50,47%
CFC Cidade Tiradentes	50,29%
CEU Parque Veredas	49,52%
CEU Quinta Do Sol	49,19%
CEU Butantã	48,78%
Galeria Olido	48,91%
CEU Jambuí	45,68%
CEU Perus	40,00%
CEU Paz	26,83%

Elaboração: Equipe Fipe.

Com possibilidade de indicar mais de uma resposta, os motivos para não frequentar o CEU resultaram em: falta de tempo (515), falta de interesse nos filmes (159) e outros (297).

Novamente foram poucas indicações para falta de segurança dentro do local (6). É possível observar a seguir:

Figura 54 – Motivo para não frequentar o cinema do CEU/Centro Cultural

Falta de tempo	515	54,79%
Falta de interesse nos filmes	159	16,91%
Falta de segurança dentro do local	6	0,64%
Outros	297	31,60%

Elaboração: Equipe Fipe.

Os outros motivos mais indicados estão na sequência:

Figura 55 – Outros motivos para não frequentar o cinema do CEU/Centro Cultural

Falta de acesso a informações	68	22,90%
Conheceu recentemente	46	15,49%
Horários das sessões não são convenientes	33	11,11%
Não gosta de cinema	21	7,07%
Não tem interesse	14	4,71%
Distância	14	4,71%
Faz outras atividades	11	3,70%
Outro	90	30,30%

Elaboração: Equipe Fipe.

Ainda houve outros motivos com menos de 10 indicações: não tem o hábito de frequentar, falta de oportunidade, esquecimento, não tem companhia, mudança recente, localização, pretende ir futuramente, prefere assistir a filmes em casa, não teve interesse na lista de filmes, frequenta outros cinemas, falta de segurança no trajeto, dificuldade de locomoção, apenas trabalha na região, valor do ingresso, tentou assistir mas houve problemas técnicos, tem filho muito pequeno, questões de saúde, problema de visão, prefere filmes japoneses, não tem disponibilidade nos horários das sessões, não sabia que era aberto ao público, não consegue chegar com 1 hora de antecedência para retirada do ingresso, mais fácil assistir a filmes em casa, lista de filmes com foco em crianças, já assistiu aos filmes que estão em cartaz, infraestrutura ruim, está começando a frequentar o CEU, dificuldade de acesso e condição de saúde impossibilita.



Do total de habitantes do entorno e pessoas que circulam habitualmente na região, e que participaram do estudo, 45,35% já foram a outro CEU ou Centro Cultural. Observando este resultado em conjunto com os resultados sobre frequentar o CEU/Centro Cultural da aplicação, foi obtido que:

- Das pessoas que frequentaram mais de uma vez o CEU/Centro Cultural, 42,98% também já foram em outro CEU/Centro Cultural;
- Das pessoas que frequentaram apenas uma vez o CEU/Centro Cultural, 44,78% também já foram em outro CEU/Centro Cultural;
- Das pessoas que nunca haviam ido ao CEU/Centro Cultural, 42,44% já foram em outro CEU/Centro Cultural.

Retomando o total de 45,35% participantes que já foram em outro CEU/Centro Cultural, 21,88% já foram também no cinema de outro CEU/Centro Cultural. Destes, 37 não sabiam da existência do cinema no CEU onde ocorria a pesquisa e 87 nunca assistiram a algum filme no local. Ou seja, existe uma parcela de pessoas que habitam ou circulam na região dos CEUs/Centros Culturais que já foi a outros CEUs/Centro Culturais, ou já foram a salas de cinema de outros CEUs/Centro Culturais.

Como motivos para ir ao cinema de outro CEU/Centro Cultural estão:

Figura 56 – Motivo para frequentar o cinema de outro CEU/Centro Cultural

Proximidade	40	17,70%
Assistir a filme específico	23	10,18%
Lista de filmes	20	8,85%
Trabalho	17	7,52%
Acompanhar familiares ou amigos	16	7,08%
Interesse em conhecer outro local	11	4,87%
Valor do ingresso	10	4,42%
Outro	89	39,38%

Elaboração: Equipe Fipe.

E com menos de 10 indicações também foram citados: estava no local por outras atividades, evento, mais fácil encontrar informações, sem motivação específica, lazer, ir ao teatro,

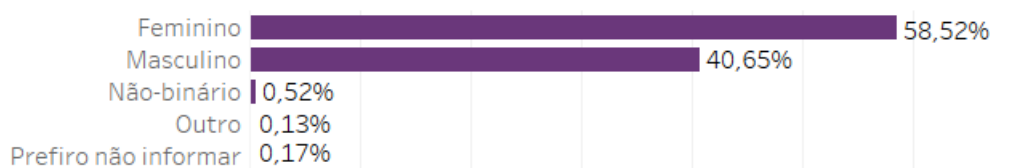


frequenta outros CEUs, festival de cinema, facilidade de acesso com transporte público, excursão, mostra de cinema, recomendação de conhecidos, horários de exibição, foi estudante no local, atividades, atividade infantil/escolar, apreciador de cinema, treinamento, programação do Centro Cultural, outras atividades, o CEU que frequenta estava fechado, não havia cinema no CEU mais próximo, infraestrutura melhor, frequenta fábrica de cultura, estuda no local, ambiente e agendamento em grupo.

Do total de participantes do entorno, 45,35% já haviam frequentado outros CEUs ou Centros Culturais, destes, 21,88% já tinham ido ao cinema em outro CEU/Centro Cultural. Existe mobilidade cultural regionalizada – parte da população circula entre equipamentos, buscando programação, acessibilidade ou experiências diferenciadas. Alguns preferem outro CEU/Centro Cultural ao do bairro por razões como infraestrutura melhor, conhecimento prévio, eventos ou transporte facilitado.

Acerca do perfil dos participantes na aplicação junto aos habitantes do entorno ou pessoas que costumam circular pela região dos CEUs/Centros Culturais, a idade média obtida foi de 42,6 anos. O correspondente a 58,52% se identifica com o gênero feminino, 40,65% com o gênero masculino, 0,52% se identifica como não binário, 0,13% com outros gêneros e 0,17% preferiu não informar, conforme apresentado no gráfico:

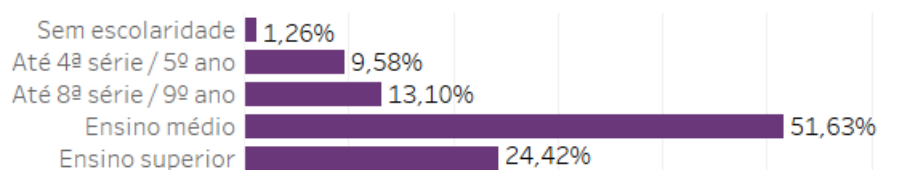
Figura 57 – Gênero dos participantes (habitantes)



Elaboração: Equipe Fipe.

Quanto à escolaridade, 1,26% não tem instrução formal, 9,58% concluíram até a 4ª série/5º ano, 13,10% completaram até a 8ª série/9º ano, 51,63% têm ensino médio completo e 24,42% finalizaram cursos de ensino superior, como pode ser verificado a seguir:

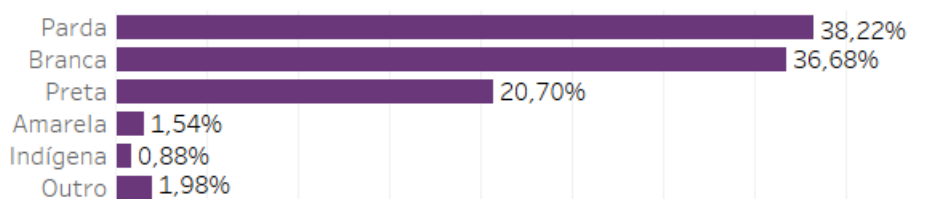
Figura 58 – Escolaridade dos participantes (habitantes)



Elaboração: Equipe Fipe.

Acerca da raça ou etnia, 38,22% se identificaram como pardos, 36,68% como brancos, 20,70% como pretos, 1,54% como amarelos, 0,88% como indígenas e 1,98% afirmou ser de outras raças ou etnias não listadas, a saber: africano, boliviano, canela/boliviana, caucasiano, colorido, judeu, latino, libanês, miscigenado, moreno, mulato e negro. O gráfico a seguir contém os dados:

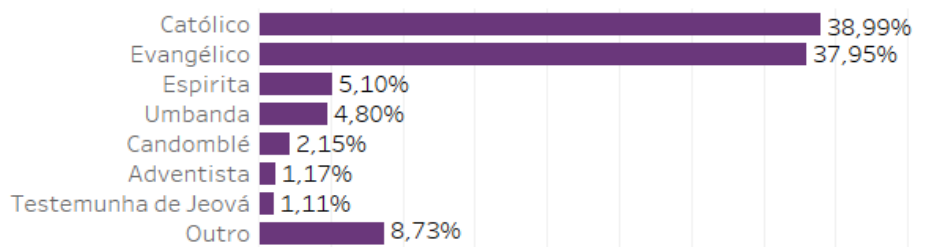
Figura 59 – Raça ou etnia dos participantes (habitantes)



Elaboração: Equipe Fipe.

Dos participantes, 71,35% são devotos de alguma religião ou crença. Destes, 38,99% são católicos, 37,95% são evangélicos, 5,10% são espíritas, 4,80% são umbandistas, 2,15% são candomblecistas, 1,17% são adventistas, 1,11% são testemunhas e Jeová e 8,73% são de outras religiões ou crenças, como mostrado na sequência:

Figura 60 – Religião dos participantes (habitantes)



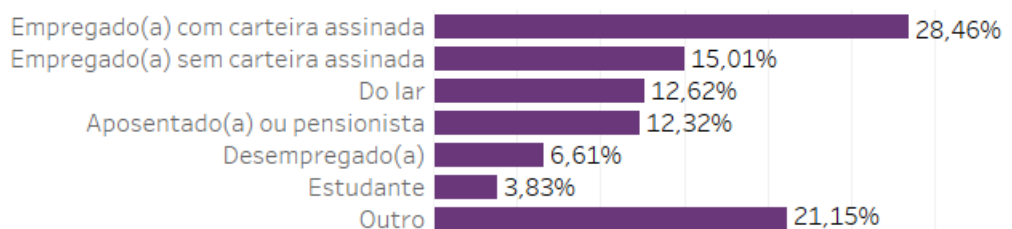
Elaboração: Equipe Fipe.



As outras religiões ou crenças informadas são: cristão, acredita em Deus, budismo, Igreja Messiânica, sem especificidade, quimbanda, muçulmano, espiritualista, congregação cristã, cardecista, agnóstico, acredita em Jesus, universalista, tem mais de uma religião, religiões de matriz africana, protestante, ortodoxo, espiritualidade, ecumênica/seicho-no-ie, batista, *wicca*, satanismo, presbiteriano, politeísta, pentecostal, paganismo, neopaganismo, lê a bíblia, judaísmo, hindu, fé cristã, espiritualizado, cristão não praticante, cristão-evangélico, cristã reformada, crê em um criador, budismo *nichiren*, bahai, ateu, assembleia de deus, apostólico e anglicano.

Sobre a ocupação dos participantes, 28,46% estavam empregados com carteira assinada, 15,01% estavam empregados sem carteira assinada, 12,62% se dedicavam ao lar, 12,32% eram aposentados ou pensionistas, 6,61% estavam desempregados e 3,83% estudavam, conforme a seguir ilustrado:

Figura 61 – Ocupação dos participantes (habitantes)



Elaboração: Equipe Fipe.

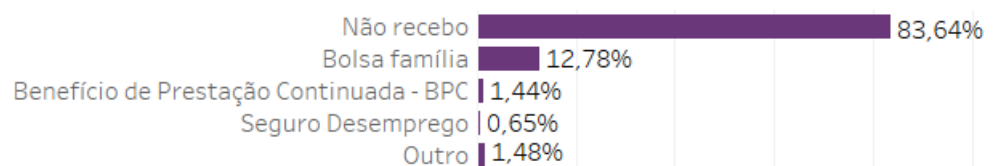
Houve ainda 21,15% de indicação de outras ocupações: autônomo, empresário, funcionário público, estagiário, concursado, comerciante, professor, cooperado, terapias integrativas, técnico de rede, músico, estatutário, detento, desempregado, dentista, cuidadora de pessoa no espectro autista, contratado, *chef* de cozinha, cantor, artista ilustrativo independente e advogado.

O equivalente a 16,36% dos participantes recebia benefício de algum programa social, dos quais: 12,78% recebiam Bolsa Família, 1,44% recebia Benefício de Prestação Continuada (BPC), 0,65% contava com seguro desemprego e 1,48% recebia outros benefícios. Os outros benefícios informados foram: auxílio financeiro estudantil, auxílio financeiro para pais



solteiros, auxílio habitacional, auxílio por incapacidade, benefício assistencial, benefício para jovens, benefício previdenciário por dependência, benefícios trabalhistas, Bolsa Família, Bolsa Família e auxílio aluguel, Cadastro Único, Previdência Social, programa alimentar, programa cultural e programa de incentivo à permanência escolar. Os dados de recebimento de benefícios estão a seguir:

Figura 62 – Benefícios recebidos pelos participantes (habitantes)



Elaboração: Equipe Fipe.

A renda média mensal individual obtida foi de R\$ 3.024,00 e a média familiar de R\$ 4.431,00, com média de 2,8 dependentes.

Foram questionadas as atividades praticadas dentro e fora de casa, com possibilidade de indicação de mais de uma resposta. As atividades praticadas fora de casa são: praticar esportes (954), atividades ao ar livre (846), encontrar amigos e/ou parentes (544), praticar atividades no CEU (530), ir ao cinema (528), ir à igreja ou templo (470), passear em *shoppings* (407), ir a bares e restaurantes (383), ir a festas e bailes (203) e outros (500). O quadro contém os dados mencionados:

Figura 63 – Atividades praticadas fora de casa (habitantes)

Praticar esportes	954	41,48%
Atividades ao ar livre	846	36,78%
Encontrar amigos e/ou parentes	544	23,65%
Praticar atividades no CEU	530	23,04%
Ir ao cinema	528	22,96%
Ir à igreja ou templo	470	20,43%
Passear em <i>shoppings</i>	407	17,70%
Ir a bares e restaurantes	383	16,65%
Ir a festas e bailes	203	8,83%
Outros	500	21,74%

Elaboração: Equipe Fipe.

As outras atividades mais praticadas fora de casa são:

Figura 64 – Outras atividades praticadas fora de casa (habitantes)

Ir ao teatro	51	10,20%
Dançar	42	8,40%
Ler	32	6,40%
Ir a eventos	31	6,20%
Caminhada	29	5,80%
Viajar	26	5,20%
Ir ao museu	20	4,00%
Ir à praia	14	2,80%
Ir a exposições	14	2,80%
Academia	10	2,00%
Outro	231	46,20%

Elaboração: Equipe Fipe.

Também houve outras atividades mencionadas com menos de 10 indicações: exercício físico, cuidar de crianças, não sai de casa, ir ao parque, artesanato, tocar instrumentos musicais, ouvir música, trabalhar, ir à piscina, pescar, ir à biblioteca, atividades artísticas, andar de bicicleta, outros, fotografia, fazer cursos, fazer compras, brincar/cuidar de *pets*, atividades na natureza, andar motocicleta, andar de skate, andar de patins, pipa, pintura, passear pela cidade, natação, ir ao zoológico, ir ao SESC, ir à livraria, frequentar centro cultural, frequentar a praça, cuidar da praça, correr, coral, conversar, canto, atividades religiosas,



afazeres domésticos na casa de outras pessoas, visitar parentes, ver notícias, sair à noite, rap, produzir filmes, poesia, não soube responder, meditação, mecânica de carro, karaoke, jogar xadrez, jogar videogame, jogar sinuca, jogar futebol, jogar dominó, ir ao samba, ir ao estádio, ir à loja de discos, ir a concerto, ir a bares, grafite, garimpo de discos, futebol, frequentar o estande de tiro, frequentar o centro cultural, frequentar casa de hip hop, estudar, desenho, descansar, cuidar de PCD, contar histórias, compor músicas, brincar com crianças, beber, batalhas de rap, aula de música, aula de dança e assistir a jogos.

Já os resultados para as atividades praticadas em casa são: assistir em serviços de assinatura (942), assistir à TV aberta ou na *internet* (grátis) (762), redes sociais do celular (700), conversar pelo celular/*WhatsApp* (434), receber amigos e parentes (293), atividade física (232), assistir em TV *Box* ou de *download* (106) e outros (962). A seguir estão os dados mencionados:

Figura 65 – Atividades praticadas em casa (habitantes)

Assistir em serviços de assinatura	942	40,96%
Assistir a TV aberta ou na <i>internet</i> (grátis)	762	33,13%
Redes sociais do celular	700	30,43%
Conversar pelo celular/ <i>WhatsApp</i>	434	18,87%
Receber amigos e parentes	293	12,74%
Atividade física	232	10,09%
Assistir em TV <i>Box</i> ou de <i>download</i>	106	4,61%
Outros	962	41,83%

Elaboração: Equipe Fipe.

As outras atividades praticadas em casa mais indicadas foram:

Figura 66 – Outras atividades praticadas em casa (habitantes)

Ler	223	23,18%
Videogame/aplicativo de jogos	84	8,73%
Afazer domésticos	74	7,69%
Ouvir música	69	7,17%
Artesanato	66	6,86%
Não soube responder	65	6,76%
Dormir	57	5,93%
Estudar	44	4,57%
Cozinhar	44	4,57%
Descansar	33	3,43%
Outros	28	2,91%
Tocar instrumento musical	21	2,18%
Cuidar de crianças	21	2,18%
Brincar com crianças	19	1,98%
Dançar	10	1,04%
Outros	104	10,81%

Elaboração: Equipe Fipe.

E com menos de 10 indicações ainda foram mencionados: pintura, atividades religiosas, atividades com a família, exercício físico, desenho, brincar/cuidar de *pets*, atividades artísticas, ver notícias, escrever, trabalhar, jogos, jardinagem, comer, palavras-cruzadas, ouvir rádio, atividades no computador, atividades na *internet*, pipa, meditação, jogar xadrez, assistir a filmes, assistir a canais do *Youtube*, rap, produzir vídeos, jogos de carta, fumar narguilé, fotografia, ficar na piscina, cuidar de PCD, conversar com familiares, conversar, churrasco e aprender outros idiomas.

O cinema do Circuito concorre com formas de lazer em casa, mas é competitivo no território, superando bares, *shoppings* e festas em frequência. Existe uma cultura de frequência híbrida, combinando práticas digitais e atividades comunitárias.

Quando comparados os tipos de atividades realizadas fora de casa entre frequentadores e habitantes, conclui-se que os habitantes têm participação mais intensa em atividades físicas e sociais, como praticar esportes, encontrar amigos e ir à igreja, o que pode refletir um cotidiano mais voltado à convivência comunitária. Entre os frequentadores, “ir ao cinema”



aparece com mais peso relativo, sugerindo que esse grupo tem maior engajamento direto com a linguagem audiovisual.

A presença nas atividades dos CEUs e Centros Culturais é mais equilibrada entre os dois públicos, o que demonstra que o equipamento já exerce papel relevante também no cotidiano da vizinhança – e não apenas dos usuários do cinema. Há um espaço claro para ações de convite e mediação cultural voltadas aos moradores do entorno, principalmente voltadas àqueles que já frequentam os CEUs para outras atividades, mas que ainda não acessam o cinema.

Em relação às atividades praticadas em casa, ambos os públicos têm forte relação com o consumo audiovisual em casa, mas os habitantes demonstram volume maior, o que pode indicar uso mais intensivo do conteúdo digital gratuito ou por assinatura. Entre os habitantes, as atividades em casa incluem trabalhar, cuidar de familiares, jardinagem, ouvir rádio e ver notícias, o que indica um perfil cotidiano mais diversificado e com mais presença de atividades domésticas ou informais.

A leitura aparece com destaque entre frequentadores (171 menções), sugerindo um perfil que combina entretenimento passivo com atividades cognitivamente ativas. As ações de formação de público e mediação cultural nos territórios podem se beneficiar de oficinas de leitura crítica de filmes, clubes de cinema, rodas de conversa ou sessões comentadas, pois o hábito de leitura entre frequentadores e o interesse por notícias entre os habitantes apontam para uma demanda potencial por conteúdo reflexivo e educativo.

Dos habitantes do entorno ou pessoas que costumam circular pela região dos CEUs/Centros Culturais que participaram da pesquisa, 94,52% acreditam que vale a pena continuar investindo nos cinemas públicos mesmo com todos os gastos importantes para a cidade. Daqueles que não tinham conhecimento de que havia uma sala de cinema no CEU/Centro Cultural, 90,85% acreditam que vale a pena continuar investindo. E dos respondentes que sabiam da existência da sala mas nunca foram assistir a filmes no local, 95,21% acreditam que vale a pena continuar investindo.



Entre os moradores do entorno ou pessoas que costumam circular pela região dos CEUs/Centros Culturais, 70,67% não conhecem a marca Circuito Spcine. A pesquisa revela um dado altamente relevante e convergente: tanto os frequentadores quanto os habitantes do entorno demonstram amplo apoio à continuidade dos investimentos públicos em salas de cinema, mesmo em um cenário de múltiplas prioridades urbanas. Trata-se de um sinal claro de que a política cultural de acesso ao audiovisual é reconhecida como legítima e necessária por diferentes segmentos da população.

Entre os frequentadores que não conheciam o Circuito ou nunca haviam utilizado a sala, mais de 90% ainda assim defendem o investimento público. Da mesma forma, entre os habitantes que não sabiam da existência da sala, 90,85% apoiam os investimentos, e entre os que sabiam, mas nunca foram, esse número sobe para 95,21%.

O alto índice de aprovação, mesmo entre não usuários diretos, mostra que a população entende os cinemas públicos como um bem coletivo, não restrito ao uso individual. O reconhecimento do valor simbólico e social da cultura está presente mesmo entre aqueles que não frequentam as sessões, o que aponta para um reconhecimento difuso da importância da arte como direito e infraestrutura urbana. A taxa quase unânime entre os frequentadores (99,11%) pode ser interpretada como reflexo direto da experiência positiva com o serviço – mas o fato de os habitantes do entorno também defenderem majoritariamente a manutenção da política (94,52%), mesmo sem contato direto, reforça o valor público do Circuito.

A convergência nas respostas entre os dois grupos confirma que a presença de cinemas públicos é percebida como um direito cultural legítimo, digno de investimento contínuo do Poder Público. Isso evidencia o potencial do Circuito Spcine não apenas como política de acesso ao audiovisual, mas como instrumento de coesão social, valorização dos territórios e afirmação da cultura como dimensão essencial da cidade.

Esse dado também fortalece o argumento de que melhorar a comunicação e o reconhecimento da marca pode ampliar ainda mais o engajamento social e político em torno da iniciativa.



3.3 ETAPA 3 – ESTUDO DE IMPACTO SOCIOECONÔMICO E CULTURAL DO CIRCUITO SPCINE

A análise dos dados primários e secundários permitiu identificar características e quantitativos socioeconômicos do público afetado efetivamente pelo Circuito Spcine e do público potencial. Os dados permitem à Spcine traçar estratégias a partir de uma sólida compreensão do impacto social e econômico do Circuito. As estratégias aqui propostas foram pensadas no sentido de promover um melhor aproveitamento do recurso público, indicando situações em que há possibilidade de se expandir o quantitativo de pessoas atingidas pelo observatório, melhorar a relação do programa com o setor privado de audiovisual e economizar recursos do erário, além de expandir a arrecadação com o programa.

Os dados fornecidos pela Spcine indicam um público de 225.400 espectadores durante todo o ano de 2024, associado a um orçamento operacional de cerca de R\$ 12,5 milhões, o que implica em um custo da ordem R\$ 55 por *ticket* para cada filme assistido pelo público atendido. Este custo é superior ao *ticket* médio da rede privada de cinemas brasileira, conforme anuário estatístico da Ancine que indica para o ano de 2023 o valor médio de R\$ 19,62 que, considerando a inflação de 2023 e 2024 para o subitem Cinema, teatro e concertos do IPCA (IBGE), iria para R\$ 21,55 ao final de 2024. Quando consideradas as salas apenas da cidade de São Paulo este custo sobe, mas ainda se mantém abaixo do custo efetivo realizado pela Spcine. Os cinemas públicos pesquisados indicaram custos de *tickets* que variam da ordem de R\$ 1,12 até valores muito acima de R\$ 50. Os cinemas públicos com *tickets* de menor valor exibem filmes que não são lançamentos, em sua grande maioria para o público escolar da rede pública de ensino infantil.

Estes valores de custo *per capita* indicam que o projeto poderia ser questionado quanto à possibilidade de se tornar uma ação que forneça *voucher* para que a população carente acesse as salas particulares, por exemplo. O modelo de *vouchers* pode ter suas vantagens ao estimular as empresas do setor, o consumo em ambientes de compras e o setor de transportes no município. No entanto, a disponibilização de salas nos CEUs tem papel importante no



processo de inclusão de populações vulneráveis e minorias, que poderiam ter dificuldades em acessar as salas comerciais devido à distância, custos com transportes e eventual alimentação durante o período fora do seu entorno habitual.

Quando se consideram os frequentadores do Circuito Spcine que costumam também frequentar salas comerciais, o *ticket* médio da entrada nas salas particulares é declarado como sendo de R\$ 36,59, no entanto soma-se a estes valores o custo de deslocamento de em média R\$ 17,98 e de alimentação de média de R\$ 51,29, totalizando cerca de R\$ 100 de custo em um dia de cinema para este público atendido pelo Circuito. O valor de R\$ 100,00 gasto para uma visita ao cinema pode representar custo relevante nas despesas.

Os frequentadores do Circuito Spcine destacam ainda que é importante, para 23% deles, a facilidade de acesso, ou seja, o fato de estar localizado próximo ao seu entorno habitual e a possibilidade de ir em grupo de amigos e familiares. A lista de filmes e a qualidade das salas também são motivos de destaque para a escolha das salas públicas. Além disso, 88% dos frequentadores do Circuito que também conhecem salas comerciais indicam que a experiência nas salas públicas é tão boa quanto a das salas comerciais.

Neste sentido o Circuito Spcine se destaca ao levar até as comunidades a oportunidade do consumo legalizado de cultura e cinema, com lançamentos *blockbusters* e desestimulando a pirataria. A presença das salas com exibição de filmes nacionais e de cultura reflexiva e educativa também tem papel social importante na formação social. Estes filmes, por muitas vezes, não estão disponíveis nas salas comerciais.

Quando se comparam os hábitos de consumo de audiovisual dos frequentadores entrevistados durante sessões do Circuito Spcine com os habitantes que circulam pela região, mas não frequentam o Circuito, tem-se que: para os frequentadores o consumo de TV aberta e conteúdo audiovisual na *internet* é de 66,4%, enquanto de filmes e séries em serviços de assinatura (*Netflix* e TV a cabo) é da ordem de 46,6% e de serviços de TV *Box* e de *download* de vídeos é da ordem de 3,9%. Por outro lado, para os habitantes que circulam pela região e não frequentam as salas do Circuito Spcine os valores são de 32,2% para TV aberta e *internet*,



41,3% para conteúdos em serviços de assinatura e 4,3% para TV *Box* e *downloads*. É interessante notar que, mesmo tendo um hábito de menor consumo em TV aberta, *internet* e serviços de assinatura, os não frequentadores do Circuito consomem maior quantidade de material potencialmente associado à pirataria, como TV *Box* e *download* de mídias. Neste sentido pode-se dizer que o Circuito, além de atender a público cativo e consumidor do mercado audiovisual, também está associado com um menor consumo de material geralmente associado à pirataria.

Vale destacar que a indústria audiovisual deveria ter potencial interesse em financiar ações como o Circuito Spcine, uma vez que atende ao seu público consumidor cativo de outros canais, como de cinemas comerciais (94% do público do Circuito já consumiram filmes em salas comerciais e 46% costumam consumir mais em salas comerciais que nas públicas), TV aberta, serviços de assinatura de conteúdo e que têm menor associação com o consumo de materiais de pirataria. O acesso às salas pode ser um estímulo para o consumo de material de qualidade, legalizado, e para a promoção de campanhas em parceria com o setor contra a pirataria.

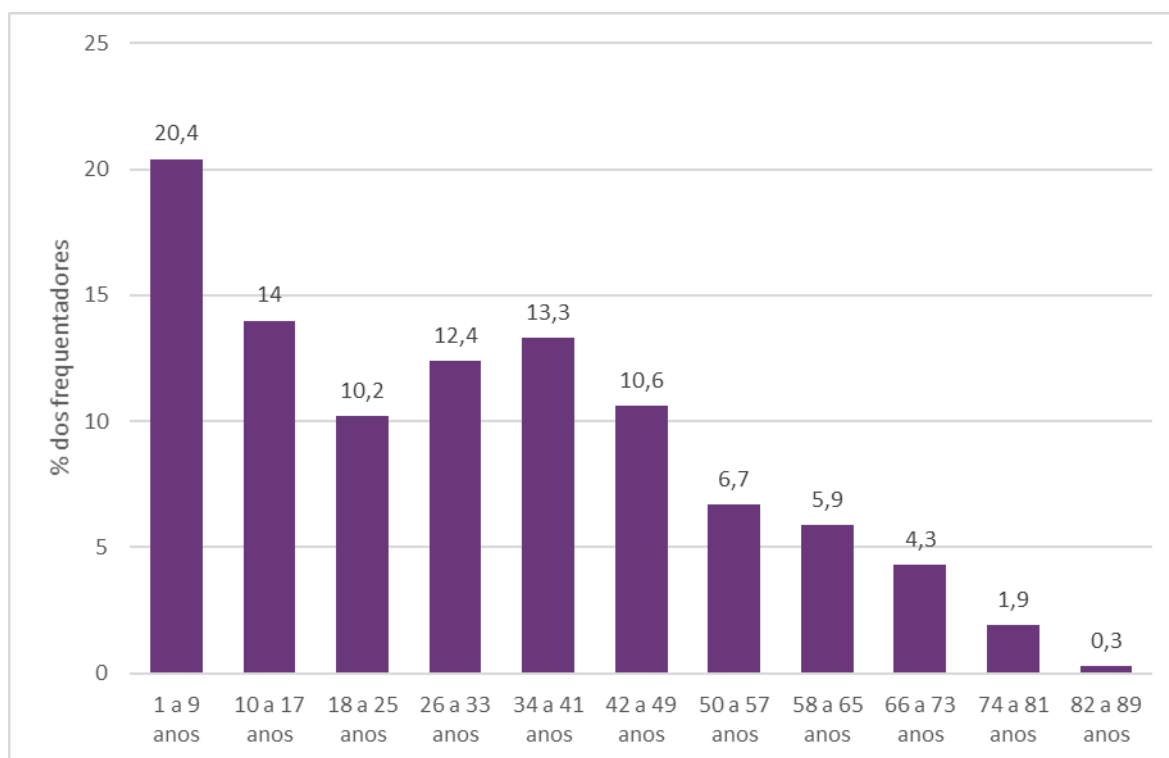
Por outro lado, uma análise detalhada das informações obtidas com a pesquisa de campo possibilitou identificar pontos importantes que permitem traçar estratégias que busquem maior adesão ao Circuito e, por sua vez, maior aproveitamento das salas, aumentando seu público e diminuindo por consequência o custo *per capita* do projeto.

Considerando a ociosidade de assentos em grande parte das sessões, segue-se esta seção do presente relatório com uma análise sobre o público efetivo e potencial, buscando estratégia para a expansão da atratividade do Circuito para públicos que ainda não aderiram ao projeto.

Inicia-se destacando que o público frequentador consiste fortemente em crianças entre 1 e 9 anos de idade, acompanhadas de adultos de até 49 anos de idade, existindo uma lacuna de frequência em sessões da população de 50 anos de idade ou mais. Enquanto na pirâmide etária da cidade de São Paulo, de acordo com os dados do Censo do IBGE de 2022, as pessoas com mais de 50 anos de idade representa 30,2% da população, nas sessões do Circuito Spcine

esta população representa apenas 19,1% do público, mesmo abrangendo uma parcela expressiva que está fora da força de trabalho como aposentados, pensionistas e pessoas que cuidam do lar. Quando consideradas apenas as salas dos CEUs, o público 50+ representa apenas 17,5% da audiência.

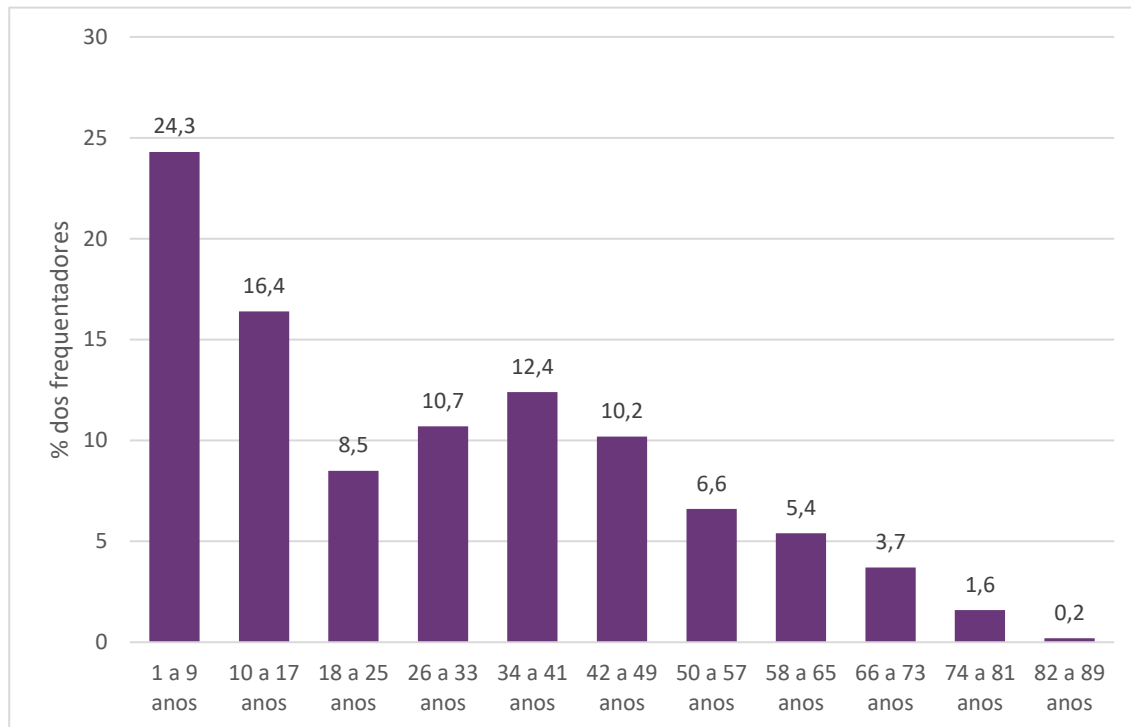
Figura 67 – Faixa etária dos frequentadores das sessões pesquisadas



Elaboração: Equipe Fipe.

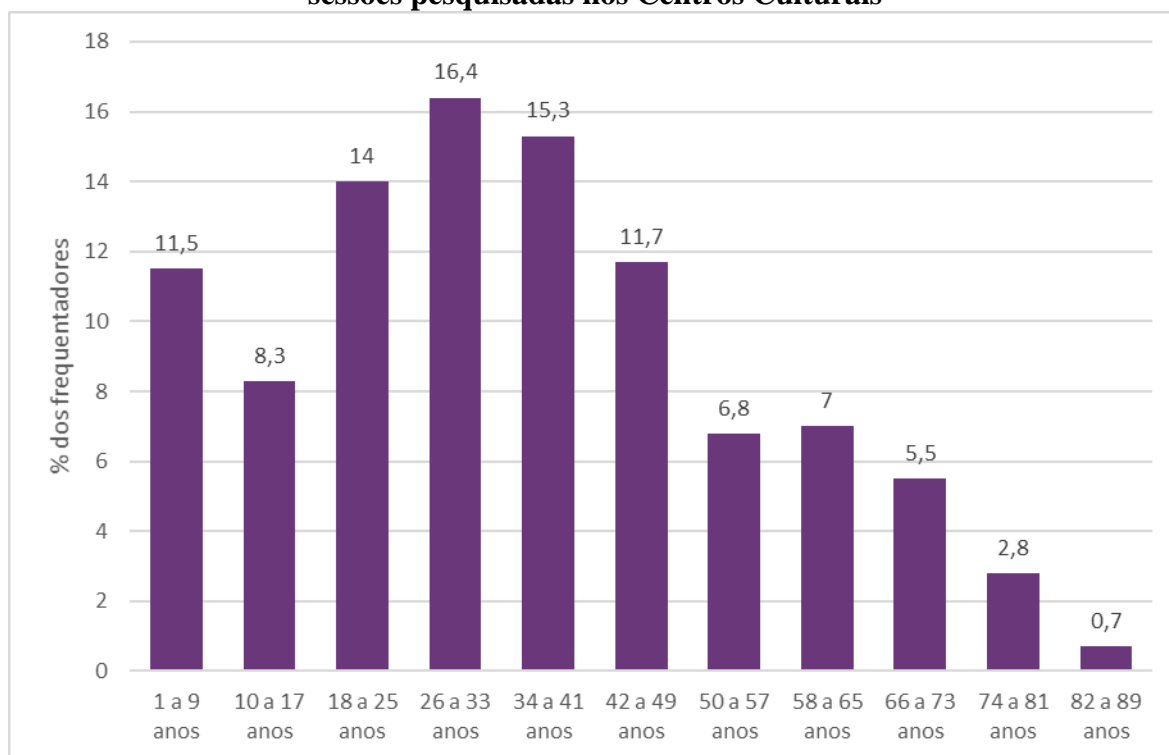
Este cenário de concentração dos públicos infantis e mais jovens é ainda mais intenso nos CEUs, onde a idade média é de 28 anos enquanto, nos Centros Culturais a idade média sobe para 35 anos. Naturalmente conhecem e frequentam o CEU e a comunidade envolvida com as escolas infantis e do ensino fundamental que ali desenvolvem suas atividades. Esta proximidade com este público estimula a frequência nas salas de exibição. A distribuição etária para os CEUs e Centros Culturais segue nas figuras 68 e 69, respectivamente.

Figura 68 – Faixa etária dos frequentadores das sessões pesquisadas nos CEUs



Elaboração: Equipe Fipe.

Figura 69 – Faixa etária dos frequentadores das sessões pesquisadas nos Centros Culturais



Elaboração: Equipe Fipe.

Quando se investiga, por outro lado, a população residente e frequentadora dos entornos das salas do Circuito, identifica-se o interesse das populações de idade 50+ pelo projeto. Embora 72,9% dos entrevistados com mais de 50 anos afirmarem saber da existência da sala de cinema do Circuito Spcine, apenas 40% dos que afirmaram conhecer já foram assistir um filme e apenas 26% foram às sessões mais de uma vez. Os motivos mais relevantes apontados como justificativa por este público para não irem as sessões são de falta de tempo, horários não convenientes, faltas de informações sobre as sessões e não gostar de cinema. No entanto, destaca-se que, dos entrevistados com 50 ou mais anos que afirmaram nunca terem frequentado, em sua maioria são aposentados ou pensionistas (37%) e do lar (15,2%), o que sugere que estão ocupados com tarefas domésticas ou cuidados de pessoas, ou simplesmente não enxergam neste tipo de lazer um benefício para sua vida e saúde. Estes indicativos indicam que há possibilidade de se trabalhar a atratividade para este público como uma forma de valorização da pessoa associada a um momento de lazer e cultura através dos filmes.



Há espaço para integrar este público com sessões em horários mais convenientes que podem ser investigados junto à comunidade e com maior divulgação das sessões, em especial de filmes de maior interesse por este público, destacando-se as vantagens para a saúde que o convívio social e atividades fora de casa podem proporcionar.

Dentre os frequentadores entrevistados com 50 anos ou mais, os horários mais recorrentes foram das 15h, 17h e 19h e os filmes mais assistidos dos gêneros comédia, ação e drama, com preferência por filmes nacionais e sem problemas com filmes legendados. Os locais onde mais buscaram informações foram em grupos de *WhatsApp* do CEU ou Centro Cultural (41,6%), seguidos de sites oficiais CEU/Spine (23,6%). Destaca-se, ainda, que 84,1% dos moradores da região com 50 ou mais anos possuem acesso ao *WhatsApp* e 72,6% acesso a redes sociais.

Além disso, os habitantes das regiões atendidas pelo Circuito Spine costumam ter, como principal atividade praticada no seu tempo livre em casa, o consumo de TV aberta e conteúdo audiovisual gratuito na *internet*, sendo práticas recorrentes para mais de 42,3% deste público. Soma-se a isto a prática de consumo de conteúdos de TV por assinatura e *Netflix* para 33,6% deste público. Desta forma, entende-se que este público tem o hábito de consumir produções audiovisuais no conforto de suas casas e poderia potencialmente acessar conteúdos em sessões de seu interesse.

Atualmente, muitos moradores 50+ que já frequentam o Circuito o fazem acompanhando filhos e netos, no entanto, embora esta atividade seja também saudável e legítima, deve ser acrescido o hábito da visita em casais e grupos de amigos, como um programa de interesse pessoal próprio.

Outro público identificado com potencial de expansão no consumo dos filmes do Circuito é o público masculino, que representa apenas 30% da audiência. Este público, em sua maioria, vai sozinho (46,5%) ou acompanhado de filhos (24,2%), não havendo aderência de homens visitando as salas em casais, com namoradas, amigos ou parentes. Os homens que circulam ou residem pela região e sabem da disponibilidade das salas indicam que não frequentam as



salas por falta de tempo e desinteresse nos filmes. No entanto, 32,6% dos homens entrevistados indicam sequer saber da existência das salas.

Ainda é interessante notar que a maioria das pessoas que circulam ou residem nas proximidades das salas, e que indicam desconhecer a disponibilidade das sessões do Circuito Spcine, possuem escolaridade de ensino médio e superior. Isso revela uma possível carência de divulgação para este público, muitas vezes não vinculado aos CEUs e ou Centros Culturais.

Desta forma, considerando a ociosidade de cadeiras nas sessões hoje disponíveis, pode-se considerar, como uma melhoria de eficiência do projeto, a divulgação e atração deste público para assistir aos filmes exibidos.



4. ANÁLISE INTEGRADA

O Circuito Spcine é notavelmente a maior rede de cinemas públicos do Brasil e possivelmente do mundo, mesmo se tratando de uma política a nível municipal. O Estado de São Paulo desponta na contagem de cinemas públicos do Brasil, justamente pela existência do Circuito Spcine, assim como se mostra em destaque observando a gratuidade do ingresso. Importante mencionar que a gratuidade de ingresso e a localização acessível são pontos que motivam o público do Circuito Spcine a frequentar as sessões.

Além disso, o Circuito Spcine tem como proposta a exibição de filmes que seriam vistos nos cinemas comerciais, com foco no público que habita no entorno das salas do Circuito e, assim, buscando levar a experiência de cinema do circuito comercial para locais e pessoas que não teriam acesso a estes filmes. Isso é um diferencial importante em relação a outros cinemas públicos, que consistem em sua maioria em cinemas de universidades. Estes cinemas têm público específico composto por universitários e docentes, assim como perfil de filmes exibidos composto por produções de nicho.

Com a representatividade que tem com o número de salas e possibilidade de atingir mais pessoas, há, também, um papel do Circuito na distribuição de filmes nacionais. E segundo os resultados da pesquisa, há interesse pelo público do Circuito Spcine em consumir os filmes produzidos nacionalmente.

Internacionalmente, foi obtida resposta sobre os cinemas públicos da Índia, que se trata de forte potência no mercado audiovisual e um dos principais interesses de conhecimento da Spcine. Foi encontrado que há uma política estadual com 10 cinemas públicos. Em comparação, o Circuito Spcine é iniciativa municipal composta por 32 salas, em CEUs e Centros Culturais.

Para orientações de ações, é importante destacar que há diferenças de perfil de público entre CEUs e Centros Culturais, como escolaridade e recebimento de benefícios, e também na preferência de filmes. No público do Circuito há uma alta presença de crianças



acompanhadas por adultos, principalmente do gênero feminino. Naturalmente, o gênero de filme que é mais assistido no cinema é o infantil.

O cinema se coloca como uma das principais atividades realizadas fora de casa na vida dos frequentadores do Circuito, como a segunda atividade mais praticada, sendo superada apenas por atividades ao ar livre. Entre os habitantes, é a quinta atividade mais praticada. Dentre as atividades em casa, estão aquelas relacionadas a assistir à televisão e navegar em redes sociais, mas também foi obtida alta frequência para leitura. Esses resultados se mostraram semelhantes tanto para frequentadores quanto habitantes.

Metade dos respondentes indicou que frequenta com mais frequência o Circuito Spcine e similar proporção frequenta com maior regularidade as salas comerciais. É importante retomar o resultado de que 60,44% possuem direito à meia entrada. Ainda que frequentem os cinemas comerciais também, 88,19% acreditam que a experiência no Circuito Spcine é tão boa quanto nos cinemas comerciais.

Interessante observar diferenças entre os meios para a descoberta do cinema do Circuito Spcine em comparação com as fontes de informação sobre as sessões. Foi verificado que, na descoberta das salas, foram mais frequentes métodos *offline* e não oficiais, a saber: já frequentar o CEU/Centro Cultural, amigos ou parentes e morar perto, que somaram 67,44% dos resultados, contra 17,95% entre redes sociais, *sites* oficiais e grupos de *WhatsApp*. Por outro lado, as principais fontes de informação sobre as sessões são grupo de *WhatsApp*, *sites* oficiais e redes sociais. Essa comparação demonstra que os esforços de ações para que as pessoas conheçam o Circuito Spcine para irem às sessões pela primeira vez devem ser diferentes dos esforços para disseminar as informações sobre as sessões. Mesmo dentre os frequentadores da sessão, há certo desconhecimento sobre a marca Circuito Spcine.

O Circuito Spcine apresentou avaliações positivas, ocorrendo com principal ponto de melhoria a indicação de venda de comida e bebidas (como pipoca e combos), que se caracteriza como uma diferença na experiência no Circuito Spcine e nos cinemas comerciais.



A venda de alimentos pode ser terceirizada no formato de concessão ou PPP, gerando receitas acessórias para o Circuito e diminuindo a necessidade de orçamento público para cobrir seus custos operacionais.

É destacável o resultado obtido acerca da opinião dos participantes sobre se vale a pena continuar investindo no Circuito Spcine, principalmente junto aos habitantes, porque tal resultado demonstrou que, ainda que não frequentem, a grande maioria acredita que vale o investimento. Em relação a qual o impacto dos cinemas públicos na vida dos frequentadores, foi demonstrada forte associação às palavras acesso e cultura.



5. ENTREVISTAS DE *FEEDBACK*

Desenvolvidas as três etapas do estudo (mapeamento de redes públicas de salas de cinema nacionais e internacionais; pesquisa de perfil de público do Circuito Spcine; e estudo de impacto socioeconômico e cultural do Circuito Spcine), foram entrevistados representantes de empresas ou entidades do setor audiovisual (indicadas pela contratante) a fim de apresentar os dados obtidos e receber *feedbacks* sobre a importância do Circuito Spcine.

5.1 AGENDAMENTOS DA DINÂMICA DE ENTREVISTAS

Após a indicação de 25 indivíduos a serem convidados a participar da pesquisa, foram realizados os primeiros contatos para o agendamento das entrevistas. Os contatos foram iniciados no dia 14 de abril e, posteriormente, reiterados por *e-mail* e telefone (nos casos em que esse dado havia sido disponibilizado), nos dias 23 e 28 de abril. Nos dias 25 e 28 de abril e 5 de maio, a Spcine foi informada de que, da lista inicial de indicados, 11 agendamentos haviam sido de fato confirmados. Nesses momentos, também foram apresentadas algumas sugestões, como o apoio no contato com os indicados (mencionando a pesquisa e a equipe da Fipe), a disponibilização de meios de contato adicionais – além dos já fornecidos – e a possível indicação de novos nomes para substituir os que não puderam ser agendados.

Apesar dos esforços de reiteração, a última rodada de tentativas não obteve retorno até o momento da elaboração deste relatório.

Ao todo, foram realizadas 11 entrevistas, conduzidas entre os dias 28 de abril e 9 de maio. Os entrevistados atuam diretamente no setor audiovisual, ocupando variadas funções, incluindo distribuidores, exibidores, técnicos e outros profissionais relevantes para o escopo da pesquisa.

As entrevistas realizadas no âmbito deste estudo seguiram um protocolo técnico estruturado, com o objetivo de garantir a padronização da coleta de dados, a integridade das informações obtidas e o respeito aos princípios éticos da pesquisa.



Cada entrevista foi conduzida por, no mínimo, dois integrantes da equipe técnica da Fipe, assegurando maior precisão na condução do diálogo, na escuta ativa e no registro das informações. O roteiro utilizado foi do tipo semiestruturado, permitindo tanto a comparabilidade entre os entrevistados quanto a flexibilidade para explorar temas específicos relevantes em cada contexto. O roteiro está disponível no Apêndice F.

No início de cada entrevista, os participantes eram devidamente informados sobre os objetivos gerais da pesquisa, a metodologia adotada e o papel daquela entrevista dentro do escopo do estudo. Também eram esclarecidos seus direitos enquanto participantes, incluindo a confidencialidade das informações prestadas e a liberdade para recusar ou interromper sua participação a qualquer momento, bem como o uso exclusivo das gravações para fins de análise técnica.

Com a anuência do entrevistado, era iniciada a gravação da conversa. Nesse momento, eram solicitadas e confirmadas informações básicas como nome completo, cargo e instituição/empresa à qual estava vinculado. Essas informações, bem como o consentimento para a gravação, eram repetidas no início do registro, de forma a reforçar a ciência e a concordância do participante com os termos da entrevista.

A partir desse ponto, o roteiro era desenvolvido conforme planejado, com a apresentação das perguntas principais, intercaladas por eventuais questões complementares, quando julgadas pertinentes pela equipe, de acordo com a experiência e as contribuições específicas do entrevistado.

Esse procedimento foi mantido ao longo de todas as entrevistas, assegurando consistência metodológica e qualidade na coleta das informações.

5.2 INSTRUMENTO DAS ENTREVISTAS E PROCEDIMENTO DE ANÁLISE

Para a condução das entrevistas, foi elaborado um roteiro que está presente no Apêndice F deste relatório e encaminhado para a Spcine, que fez poucas observações e aprovou a versão sugerida no dia 23 de abril.



As entrevistas do estudo em questão têm como intuito apresentar os dados obtidos nas etapas anteriores e receber *feedbacks* sobre a importância do Circuito Spcine. Nesse sentido, a elaboração do roteiro só pode ocorrer após a coleta e análise dos dados das etapas anteriores.

O roteiro de entrevistas semiestruturado se trata de uma guia com as perguntas que o pesquisador aplica junto ao entrevistado. O roteiro contém perguntas redigidas previamente, mas não está restrito a estas questões. Isso significa que, ao longo da entrevista, caso o pesquisador percebesse que algum outro ponto merecesse ser investigado, havia liberdade para tal. Ou seja, ao longo da entrevista, se necessário, o pesquisador poderia acrescentar perguntas que não estavam previstas no roteiro.

As entrevistas foram gravadas em áudio e transcritas com apoio de ferramentas especializadas. Em seguida, ocorreu a limpeza destas transcrições, que consiste na verificação e ajustes do texto transcrito.

Em cada entrevista foram identificados os conteúdos de respostas das perguntas do roteiro de entrevistas. Após a realização deste processo em todas as entrevistas, foi desenvolvida a análise por questões. Nesse sentido, a análise de cada pergunta contemplará as 11 entrevistas, sinalizando diferenças e semelhanças entre as opiniões e perspectivas dos entrevistados.

Em resumo, as etapas dos procedimentos de análise das entrevistas aqui explicados são:

1. Transcrição dos áudios das entrevistas;
2. Limpeza das transcrições;
3. Identificação dos conteúdos das respostas das perguntas;
4. Análise das entrevistas por questão e redação de texto.

5.3 ANÁLISE DAS ENTREVISTAS

Sobre os filmes na vida das pessoas, os entrevistados destacaram dois papéis fundamentais: em uma vertente de entretenimento e outra reflexiva. Como entretenimento, foi citado que trazem diversão, relaxamento, descanso e desconexão com a própria realidade, cuja experiência em conjunto com outras pessoas pode se assemelhar, como mencionado por um



dos entrevistados, “*a ler um livro ao mesmo tempo com outras pessoas*”, possibilitando integração social e conexão com os demais e com o mundo. Ainda nessa vertente, foi destacado o cinema enquanto a arte mais acessível, tanto em relação ao preço para consumo quanto ao alcance, e a vivência de um espetáculo. Já no papel reflexivo, motivam transformações, trazem outras formas de compreender o mundo, têm poder de destruir preconceitos e de oferecer outras visões sobre a realidade. Também permitem o desenvolvimento pessoal na construção de valores, na compreensão de outras culturas e na ampliação de sonhos. Como mencionado por um dos entrevistados, “*dizem para as pessoas sobre os próprios sentimentos e emoções*”. Além disso, houve também menção dos filmes como bens culturais com poder simbólico, história, legado e tradição.

Já sobre ir ao cinema, para os entrevistados é uma experiência incomparável e ideal para assistir a filmes, com a potencialização de sentimentos e com a imersão necessária. Também foi mencionada por diversos entrevistados a experiência coletiva proporcionada, pois é um momento que pode ser compartilhado com conhecidos, mas é uma vivência comunitária na sala de cinema. A exemplo, foi explicado por um entrevistado como “*um jeito de encontrar gente diferente*”.

Especificamente para as crianças e adolescentes, segundo os entrevistados a experiência de ir ao cinema tem um grande poder educativo e informativo, principalmente por ser uma outra forma de linguagem. A exemplo está a fala de entrevistado que, ao levar uma criança ao cinema, mencionou: “*você está ensinando uma outra maneira dessa criança, aprender histórias e ser educada*”. Também destacaram que a experiência pode ser ainda mais interessante do que para um adulto, pela intensa característica de imaginário. Novamente foi citada por entrevistado a experiência coletiva proporcionada, além de momento de conexão em família. Por fim, os entrevistados também enxergaram a importância, para o setor audiovisual, da criação do hábito de ir ao cinema desde a infância, o que contribui para a formação de público.

Para a maioria dos entrevistados o Circuito Spcine não é concorrente das salas comerciais. Um dos entrevistados ressaltou que, no formato de hoje, não é concorrente, mas se houvesse



alteração de preço de ingresso poderia se tornar. Em relação às respostas sobre não serem concorrentes, três aspectos foram destacados: diferenças nas propostas, localização das salas e valor do ingresso. Sobre as propostas serem diferentes, foi citado que, enquanto o cinema comercial tem a intenção de lucro, o Circuito Spcine tem papel de democratização do acesso. A exemplo está o comentário de que *“o espectador que vai ao Circuito não deixou de frequentar o cinema comercial para ir ao Circuito”*. Já sobre a localização das salas, é de conhecimento que as salas do Circuito Spcine estão predominantemente em locais distantes do centro, e que também estão distantes de salas comerciais. E por fim, foi mencionado que o gasto de ir ao cinema comercial não faz parte da condição e poder aquisitivo do público do Circuito. Um entrevistado observou que *“talvez se esses cinemas não existissem, as pessoas nem tivessem ido ao cinema em nenhum momento da vida”*. Conforme destacado por outro entrevistado, ainda que pessoas que frequentem o Circuito Spcine também frequentem os cinemas comerciais, é algo que ocorre de maneira esporádica e o Circuito permite a vivência do cinema com maior frequência. Além disso, também foi destacada a importância do Circuito na formação de público, como expressa o trecho: *“se você cria a cultura de ida ao cinema, acaba tendo um pouco espaço para todo mundo”*.

Para os entrevistados, as formas de lazer não poderiam ser substituídas, por agregarem experiências e impactos diferentes. Também foi destacada a experiência de ir ao cinema como algo que faz parte do hábito cultural e que por isso faria falta. Nesse sentido, um dos entrevistados comparou com o período de pandemia, em que não foi possível ir ao cinema, e que para ele fez falta por ser uma experiência para realizar fora de casa. Houve a menção ao acesso enquanto arte.

Foi predominante entre os entrevistados a opinião de que é incomparável a experiência de ir ao cinema com o consumo via *streamings* e que, por isso, não há uma disputa entre as plataformas. Como justificativas estão a diferença de efeito dos espectadores, por serem experiências fora e dentro de casa e pelo fato de o cinema proporcionar uma vivência de qualidade de imagem e som, além da experiência coletiva. Mas também foi mencionada a observação de mudança com a chegada dos *streamings*, com ir ao cinema tendo como



motivação a experiência, o espetáculo, e não o conteúdo em si, que estará disponível depois nos *streamings*. Alguns entrevistados explicaram que não veem os *streamings* como ameaça aos cinemas, mas entendem a necessidade haver consciência e acompanhamento, pois podem implicar em consequências futuras aos cinemas, como a menor existência de salas. Mais detalhadamente, foram mencionados os comportamentos predatórios dos *streamings* e o aparecimento desses novos *players* no mercado como pontos de atenção. Outro ponto sinalização foi um desequilíbrio entre valores gastos em uma ida ao cinema comercial em comparação com uma assinatura, o que pode ser favorável aos *streamings*. Entretanto, também houve menção à possibilidade de os *streamings* colaborarem com os cinemas, ao motivar o consumo de conteúdo de forma geral. Como explicado por um entrevistado, “*o streaming é um parceiro de cinema, assim como o cinema é parceiro do streaming, pois os conteúdos que mais explodem dentro do streaming são justamente filmes que foram lançados no cinema que são destaques em qualquer curadoria de streaming*”.

Na perspectiva dos entrevistados, há benefícios no fato de o Brasil ter um dos maiores Circuitos de cinemas públicos do mundo. Foram mencionados os benefícios para a população, ao difundir o acesso ao cinema para mais pessoas e em mais regiões. Foi citada, inclusive, a necessidade de adoção como uma política a nível federal, principalmente por se tratar de um país continental. Nesse sentido, o Circuito Spcine poderia servir de inspiração e referência. Em consequência, também há benefícios para o mercado audiovisual: na formação de público, na distribuição dos filmes produzidos, desenvolvimento de uma cultura de cinema, possibilidade de ampliação da pluralidade cinematográfica exibida e preservação da memória audiovisual ao atingir mais pessoas.

Em relação ao tema das salas de cinema públicas em universidades, houve discordância entre os entrevistados sobre se isso faz parte do escopo de atuação. Para alguns, não é comparável pois se trata de um público específico, como estudantes e pesquisadores. Mas, por outro lado, também há potencial, pois as universidades já têm espaços como auditórios que poderiam ser multifuncionais e adaptados para exposições. Além disso, têm relação pelo papel formativo e educacional.



Apenas para um entrevistado, na perspectiva dos cinemas comerciais, a existência de cinemas gratuitos ou de baixo custo pode prejudicá-los. Para os demais, apesar da diferença do gasto nos cinemas públicos e comerciais, há benefícios. Como justificativas estão a formação de público, o consumo dos filmes, desenvolvimento do hábito de ir ao cinema, atuações junto a diferentes públicos e publicidade aos filmes. Também foi mencionado por um entrevistado que a própria organização do mercado de distribuição faz com que os cinemas públicos e comerciais não sejam competidores.

Os entrevistados enxergam que há diferenças na exibição de filmes nacionais nos cinemas comerciais e cinemas públicos pela lógica de operação que seguem. Os cinemas comerciais seguem a lógica de negócios, visando lucro. Na explicação dos entrevistados há dois fatores que diferem os filmes nacionais dos estrangeiros (especificamente na produção estadunidense): a capacidade de retorno comercial e o espaço publicitário fornecido. Os filmes brasileiros muitas vezes não conseguem atrair tanto público ou até mesmo se tornar conhecidos para as pessoas. Um dos entrevistados explicitou que *“a sala comercial é privada, ela precisa pagar contas, ela precisa pagar os funcionários com a renda que ela faz lá dentro. Então ela precisa colocar lá dentro aquilo que o público sabe que existe para comprar”*. Além disso, também foram mencionadas a disputa de programação por salas, a necessidade de atender à indústria e a soberania cultural na veiculação de filmes, que ocorrem nos Circuitos comerciais. Já os cinemas públicos, por contarem com subsídios e pela lógica de difusão que seguem, têm mais oportunidades de diversificar as exibições.

Para os entrevistados, predominantemente, não há diferenças entre os cinemas comerciais e públicos em relação ao interesse por filmes brasileiros ou legendados. Foi mencionado que outras questões orientam mais a demanda, como regionalização e o perfil do cinema. Apenas três entrevistados enxergam diferenças entre os cinemas públicos e comerciais nesse sentido, com menor preferência por exibição de filmes nacionais, mas mesmo interesse por filmes dublados.

Foi unânime entre os entrevistados que vale a pena continuar investindo nos cinemas públicos. Como justificativas estão: que há interesse das pessoas, que faz parte do acesso à



cultura e inclusive cumpre um papel na preservação de memória, conforme comentário de que *“onde entrariam as salas de cinema é na parte de memória e preservação também, então eu acho que é um dever público mesmo”*. Também foi comentado que há espaço para ampliação dada a importância na vida das pessoas, conforme explicação: *“há muitas coisas para o governo investir, mas acho que é cultura e audiovisual são fundamentais, principalmente em um momento do mundo em que o audiovisual é um dos principais meios de mediação comum de comunicação e de expressão”*. Por fim, houve menção a um diferencial do cinema enquanto atividade de lazer: é uma das poucas atividades que atingem e é compartilhada entre crianças e adultos.

Os entrevistados afirmaram que, no mercado do audiovisual, a marca Circuito Spcine é consolidada, apesar do desconhecimento por parte de muitos participantes da pesquisa. Comentaram, inclusive, um destaque nacional, embora um dos entrevistados que mora no Rio de Janeiro informar que conhece pouco.



6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nos setores de lazer e cultura, há especial importância na realização de pesquisas a fim de demonstrar valor e impacto, principalmente no caso de políticas públicas, que necessitam justificar o investimento para continuidade. É nesse contexto que a Fipe tem anos de atuação, realizando estudos reconhecidos e confiáveis, e no qual o presente estudo foi realizado.

O estudo contratado pela Spcine tem esse enquadramento por se tratar de pesquisa sobre os resultados e desafios existentes na execução do Circuito Spcine, que é uma política pública voltada a lazer e cultura. O estudo visou, também, colaborar ao aprimoramento da referida política, culminando na longevidade da existência do Circuito.

Este completo estudo seguiu etapas contemplando o cenário dos cinemas públicos nacionais e internacionais, o conhecimento sobre o público ou público potencial e a compreensão sobre os não frequentadores, além de retomar dados acerca do impacto socioeconômico e cultural do Circuito Spcine. Por meio das três etapas conduzidas, portanto, foram coletadas evidências da importância do Circuito Spcine.

O estudo previu, ainda, a validação dessas evidências perante a área de audiovisual, com a realização de entrevistas junto a profissionais da cadeia incluindo distribuidores, exibidores e técnicos. Dessa forma, foi desenvolvido um robusto estudo que traz resultados acionáveis e tempestivos para orientação das ações relacionadas ao Circuito Spcine e para respaldo na continuidade da iniciativa.

A observação do projeto em andamento sugere a democratização do acesso ao cinema e ao patrimônio audiovisual em regiões tradicionalmente marginalizadas e ampla diversidade de público que é atingido.



A iniciativa demonstra potencial para modelo a ser adotado enquanto política pública em outros locais do país, a nível nacional, ou mesmo a nível internacional por se mostrar em destaque no cenário mundial. Não só modelo, mas a própria ampliação do Circuito Spcine é possibilidade dado que há interesse de audiência, agrega representatividade ao Brasil no setor de audiovisual e traz impacto.

Assinado por:

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Wilson Rabahy", is written over a blue rectangular box.

35A1339E2616463...

Wilson Abrahão Rabahy

Coordenador do Projeto



7. APÊNDICES

Apêndice A – Questionário de Perfil de Frequentadores

fipe		PERFIL FREQUENTADOR 2025		Cód Quest
Pesquisador		Supervisor		
Local de aplicação (sala)		Data: ___/___/___		
Programação (filme)		Hora da Sessão: h m		
1	Qual a sua idade?	11	(SE CINEMAS PÚBLICOS Q10) Quais os motivos para frequentar mais os cinemas públicos (como o daqui)? Resposta múltipla / depois ir para a questão 16)	11
2	Quem está te acompanhando na sessão de hoje? Resposta múltipla	12	1. É de graça/ Baixo custo <input type="checkbox"/> NSR 2. Facilidade de acesso (mora perto) 3. Já frequenta o CEU/Centro Cultural 4. Preço do transporte e comida dos cinemas comerciais 5. Outros. Qual _____	12
3	(CASO RESPOSTA DIFERENTE DE SOZINHO Q2) Qual é a idade destas pessoas que estão te acompanhando?	13	(SE Salas Com. Q10) Em média quantas vezes ao ano costuma ir aos cinemas comerciais?	13
4	Os menores, entre 10 e 17 anos poderiam vir assistir ao filme sozinhos? (se não, ir para a Q5)	14	(SE Salas Com. Q10) Você tem direito a algum benefício de meia entrada nas salas comerciais?	14
5	(Se não Q4) Caso não possa vir sozinho qual o motivo? Resposta múltipla	15	(SE Salas Com. Q10) Quanto costuma gastar nos cinemas comerciais? (Geral: Grupo ou família)	15
6	Você conhece o Circuito Spcine?	16	Entrada _____ Transporte/ Estacionamento _____ Alimentação _____ Gasto Total _____	16
7	Como você descobriu que existia este cinema?	17	(SE Salas Com. Q10) Você acredita que a experiência de ir no cinema do CEU/Centro Cultural é tão boa quanto ir ao cinema de salas comerciais (Shoppings, Cinemark, UCI, Cinepolis)?	17
8	Onde você busca informações sobre os filmes e horários que estão em cartaz? Resposta múltipla	18	1. Sim 2. Não. Por quê? _____	18
9	Você já foi a salas de cinemas comerciais (Shoppings, Cinemark, UCI, Cinepolis)?	19	Quais são as atividades que você gosta de praticar no seu tempo livre FORA DE CASA? Resposta múltipla	19
10	(SE SIM Q9) Você costuma frequentar mais os cinemas públicos (como o daqui) ou de salas comerciais?		1. Encontrar amigos e/ou parentes 2. Ir ao cinema 3. Ir à igreja ou templo 4. Atividades ao ar livre 5. Passear em shoppings 6. Ir a bares e restaurantes 7. Ir a festas e bailes 8. Praticar esportes 9. Praticar atividades no CEU 10. Outros. Qual _____	
			Quais são as atividades que você gosta de praticar no seu tempo livre EM CASA? Resposta múltipla	
			Qual é o tipo de filme que você mais assiste no cinema? Resposta múltipla	

Elaboração Equipe Fipe.



<p>Você assiste a filmes legendados (filmes no idioma original com as falas escritas na tela em português)?</p> <p>1. Sim 2. Não. Por quê? _____</p>	20	<p>Qual o seu nível completo de escolaridade?</p> <p>1. Sem escolaridade 2. Até a 4ª série/5º ano 3. Até a 8ª série/9º ano 4. Ensino Médio completo 5. Superior completo</p> <p><input type="checkbox"/> NSR</p>	33																																				
<p>É a primeira vez que você vem a este CEU/Centro Cultural?</p> <p>1. Sim (ir para a questão 24) 2. Não (ir para a questão 22)</p>	21																																						
<p>(SE NÃO Q21) É a primeira vez que você vem ao cinema deste CEU/Centro Cultural?</p> <p>1. Sim, é a primeira vez (ir para a questão 24) 2. Não, frequência</p>	22	<p>Qual sua raça ou etnia?</p> <p>1. Parda 2. Preta 3. Branca 4. Amarela 5. Indígena 6. Outro. Qual _____</p> <p><input type="checkbox"/> NSR</p>	34																																				
<p>(SE NÃO Q22) Como você avalia os seguintes aspectos da sala deste CEU/Centro Cultural?</p> <p>Muito bom (MB), Bom (B), Regular (RG), Ruim (R), Péssimo (P)</p> <table border="1"> <tr> <td></td> <td>MB</td> <td>B</td> <td>RG</td> <td>R</td> <td>P</td> </tr> <tr> <td>1. Infraestrutura (espaço, banheiros e cadeiras)</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>2. Qualidade da imagem e som</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>3. Conforto das salas</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>4. Limpeza do ambiente</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>5. Acessibilidade</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>		MB	B	RG	R	P	1. Infraestrutura (espaço, banheiros e cadeiras)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2. Qualidade da imagem e som	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3. Conforto das salas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4. Limpeza do ambiente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	5. Acessibilidade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	23	<p>Você é devoto de alguma religião ou crença?</p> <p>1. Sim 2. Não (ir para a questão 37)</p>	35
	MB	B	RG	R	P																																		
1. Infraestrutura (espaço, banheiros e cadeiras)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																		
2. Qualidade da imagem e som	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																		
3. Conforto das salas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																		
4. Limpeza do ambiente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																		
5. Acessibilidade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																		
<p>Como você avalia os seguintes aspectos da sala deste CEU/Centro Cultural?</p> <p>Muito bom (MB), Bom (B), Regular (RG), Ruim (R), Péssimo (P)</p> <table border="1"> <tr> <td></td> <td>MB</td> <td>B</td> <td>RG</td> <td>R</td> <td>P</td> </tr> <tr> <td>1. Lista de Filmes</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>2. Facilidade de encontrar informações sobre as sessões</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>3. Horários das sessões</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>4. Local ou endereço da sala</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>5. Segurança</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>		MB	B	RG	R	P	1. Lista de Filmes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2. Facilidade de encontrar informações sobre as sessões	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3. Horários das sessões	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4. Local ou endereço da sala	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	5. Segurança	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	24	<p>(SE SIM 35) Qual é a sua religião ou crença?</p> <p>1. Católica 2. Evangélico 3. Adventista 4. Testemunha de Jeová 5. Umbanda 6. Candomblé 7. Espírita 8. Outro. Qual _____</p> <p><input type="checkbox"/> NSR</p>	36
	MB	B	RG	R	P																																		
1. Lista de Filmes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																		
2. Facilidade de encontrar informações sobre as sessões	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																		
3. Horários das sessões	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																		
4. Local ou endereço da sala	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																		
5. Segurança	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																		
<p>O que poderia melhorar neste CEU/Centro Cultural para atender às sessões de cinema? Resposta múltipla:</p> <p>1. Ambiente da sala 2. Vendas de comida e bebidas (pipocas e combos) 3. Acessibilidade para portadores de necessidades especiais 4. Mais sessões fora do horário comercial 5. Mais sessões aos finais de semana 6. Listas de filmes 7. Acesso a informações 8. Outros</p>	25	<p>Qual o CEP e Bairro da sua residência?</p> <p>CEP: _____ <input type="checkbox"/> NSR</p> <p>Bairro: _____ <input type="checkbox"/> NSR</p>	37																																				
<p>Você já foi ao Cinema de algum outro CEU ou Centro Cultural?</p> <p>1. Sim 2. Não</p>	26	<p>Qual é a sua ocupação principal?</p> <p>1. Do lar (dona de casa) 2. Empregado(a) com carteira assinada 3. Empregado(a) sem carteira assinada 4. Estudante 5. Desempregado(a) 6. Aposentado(a) ou pensionista 7. Outros. Qual _____</p> <p><input type="checkbox"/> NSR</p>	38																																				
<p>O que você mais gosta neste cinema?</p>	27	<p>Recebe benefício de algum programa social?</p> <p>1. Não recebo 2. Bolsa Família 3. Benefício de Prestação Continuada – BPC 4. Seguro desemprego 5. Outros. Qual _____</p> <p><input type="checkbox"/> NSR</p>	39																																				
<p>Você pretende continuar assistindo a sessões de cinema nos CEUs ou Centros Culturais?</p> <p>1. Sim 2. Não</p>	28	<p>Qual é a sua renda mensal aproximada?</p> <p>Individual: _____ <input type="checkbox"/> NSR</p> <p>Familiar: _____ <input type="checkbox"/> NSR</p> <p>Nº Dependentes: _____ <input type="checkbox"/> NSR</p>	40																																				
<p>Você recomendaria este cinema para outras pessoas?</p> <p>1. Sim 2. Não</p>	29	<p>Muito obrigado(a) pela sua participação! Bom filme.</p> <p><input type="checkbox"/> QUESTIONÁRIO INTERROMPIDO Motivo: _____</p> <p><input type="checkbox"/> QUESTIONÁRIO INVALIDADO Motivo: _____</p>																																					
<p>Você acha que vale a pena continuar investindo nos cinemas públicos mesmo com todos os gastos importantes para cidade?</p>	30	<p>Observação</p>																																					
<p>Poderia comentar o impacto dos cinemas públicos na sua vida?</p>	31																																						
<p>Qual seu gênero?</p> <p>1. Masculino 2. Feminino 3. Não - binário 4. Outros. Qual _____ 5. Prefero não informar</p>	32																																						

Elaboração Equipe Fipe.



Apêndice B – Questionário de Perfil de Habitantes

PERFIL HABITANTES 2025		Cód Quest _____	
Pesquisador _____		Supervisor _____	
Local de aplicação: _____		Data: ____/____/____	
Sala de Cinema de origem: _____			
Qual a sua idade? _____	1	Quais são as atividades que você gosta de praticar no seu tempo livre FORA DE CASA? <i>Resposta múltipla</i>	17
Você mora a menos de 30 min de caminhada ou 2km do CEU/Centro Cultural? 1. Sim (<i>pular a questão 3</i>) 2. Não (<i>ir para a questão 3</i>)	2	1. Encontrar amigos e/ou parentes 2. Ir ao cinema 3. Ir à igreja ou templo 4. Atividades ao ar livre 5. Passar em shoppings 6. Ir a bares e restaurantes 7. Ir a festas e bailes 8. Praticar esportes 9. Praticar atividades no CEU 10. Outros. Qual _____	
Você circula habitualmente por essa região? 1. Sim 2. Não (<i>encerrar o questionário</i>)	3		
APLICAR ESTE BLOCO SOMENTE FORA DO CEU/CENTRO CULTURAL			
Você já foi neste CEU/Centro Cultural? 1. Sim, uma vez 2. Sim, frequência 3. Não (<i>ir para a questão 6</i>)	4	Quais são as atividades que você gosta de praticar no seu tempo livre EM CASA? <i>Resposta múltipla</i>	18
(SE SIM Q4) Por que você já foi a este CEU/Centro Cultural?	5	1. Redes sociais no celular (Insta, Face, TikTok, X) 2. Conversar pelo celular/whatsapp 3. Assistir a TV aberta ou na internet (grátis) 4. Assistir em serviços de assinatura (Netflix, TV a cabo...) 5. Assistir em TV Box ou de download 6. Atividade física 7. Receber amigos e parentes 8. Outros. Qual _____	
(SE NÃO Q4) Por que você não vai ao CEU/Centro Cultural? <i>Resposta múltipla</i> 1. Falta de interesse 2. Falta de tempo 3. Falta de segurança dentro do local 4. Outros. Qual?	6	Qual seu gênero? 1. Masculino 2. Feminino 3. Não - binário 4. Outros. Qual _____ 5. Prefiro não informar	19
Você sabe que existe uma sala de cinema pública no CEU/Centro Cultural? 1. Sim (<i>ir para a questão 8</i>) 2. Não (<i>ir para a questão 11</i>)	7	Qual o seu nível completo de escolaridade? 1. Sem escolaridade 2. Até a 4ª série/5º ano <input type="checkbox"/> NSR 3. Até a 8ª série/9º ano 4. Ensino Médio completo 5. Superior completo	20
(SE SIM Q7) Você já foi assistir a algum filme lá? 1. Sim, uma vez 2. Sim, frequência 3. Não (<i>ir para a questão 10</i>)	8	Qual sua raça ou etnia? 1. Parda <input type="checkbox"/> NSR 2. Preta 3. Branca 4. Amarela 5. Indígena 6. Outro. Qual _____	21
(SE SIM Q8) Por que você frequenta o Cinema do CEU/Centro cultural? <i>Resposta múltipla</i> 1. É de graça/ Baixo Custo <input type="checkbox"/> NSR 2. Facilidade de acesso (mora perto) 3. Já frequenta o CEU/Centro Cultural 4. Outros. Qual _____	9	Você é devoto de alguma religião ou crença? 1. Sim (<i>ir para a questão 23</i>) 2. Não (<i>ir para a questão 24</i>)	22
(SE NÃO Q8) Por que você não frequenta o cinema do CEU/Centro cultural? <i>Resposta múltipla</i> 1. Falta de interesse nos filmes 2. Falta de tempo 3. Falta de segurança dentro do local 4. Outros. Qual _____	10	(SE SIM Q22) Qual é a sua religião ou crença? 1. Católica 2. Evangélico 3. Adventista 4. Testemunha de Jeová <input type="checkbox"/> NSR 5. Umbanda 6. Candomblé 7. Espírita 8. Outro. Qual _____	23
Você tem acesso a: <i>Resposta múltipla</i> 1. Redes sociais (Insta, TikTok, Face) 2. WhatsApp 3. Nenhum	11	Qual o CEP e Bairro da sua residência? CEP: _____ <input type="checkbox"/> NSR Bairro: _____ <input type="checkbox"/> NSR	24
Você já foi a algum outro CEU ou Centro Cultural? 1. Sim (<i>ir para a questão 13</i>) 2. Não (<i>ir para a questão 15</i>)	12	Qual é a sua ocupação principal? 1. Do lar (dona de casa) 2. Empregado(a) com carteira assinada 3. Empregado(a) sem carteira assinada <input type="checkbox"/> NSR 4. Estudante 5. Desempregado(a) 6. Aposentado(a) ou pensionista 7. Outros. Qual _____	25
Você já foi ao cinema de algum outro CEU ou Centro Cultural? 1. Sim (<i>ir para a questão 14</i>) 2. Não (<i>ir para a questão 15</i>)	13	Recebe benefício de algum programa social? 1. Não recebo 2. Bolsa Família 3. Benefício de Prestação Continuada – BPC 4. Seguro Desemprego 5. Outros. Qual <input type="checkbox"/> NSR	26
(SE SIM Q13) Por qual motivo você foi ao cinema de outro CEU ou Centro Cultural?	14	Qual é a sua renda mensal aproximada? Individual: _____ <input type="checkbox"/> NSR Familiar: _____ <input type="checkbox"/> NSR Nº Dependentes: _____ <input type="checkbox"/> NSR	27
Você acha que vale a pena continuar investindo nos cinemas públicos mesmo com todos os gastos importantes para cidade?	15		
Você conhece o Circuito Spcine? 1. Sim 2. Não (<i>O Circuito Spcine é uma rede que disponibiliza esta e outras salas de cinemas públicos no município de São Paulo</i>).	16		

Elaboração Equipe Fipe.



Apêndice C – Ficha de Contagem

		Ficha de Contagem		2025	
Pesquisador			Supervisor		
Local de aplicação (sala)			Data: ___/___/___		
Programação (filme)			Hora da Sessão: ___ h ___ m		
<p><i>No campo Contagem de Freqüentadores fazer um traço (/) no campo - 18 caso o frequentador seja um menor de 18 anos ou um traço no campo +18 anos caso o tenha 18 anos ou mais. Para casos óbvios não é necessário perguntar a idade.</i></p> <p><i>Na Coluna Bairro de Residência, perguntar e anotar o Bairro onde a pessoa reside, nunca perguntar para menores de idade, para essa coluna e a de Acompanhado de Maior de Idade? Casos repetidos na seqüência podem ser registrados com 2 Traços (//).</i></p> <p><i>Caso alguém se recuse a informar o bairro de residência, anotar "Recusa", no caso de bebês ou crianças anotar Não se Aplica (N/A). Na coluna Acompanhado de Maior de Idade? (se observar que o menor está acompanhado de maior de idade, anotar S de sim, se não anotar N. Registrar na seqüência todos os frequentadores que tiverem acesso a sessão de cinema.</i></p>					
Contagem de Freqüentadores		Acompanhado de maior de idade? S/N		Bairro de Residência	
1	-18	+18			
2	-18	+18			
3	-18	+18			
4	-18	+18			
5	-18	+18			
6	-18	+18			
7	-18	+18			
8	-18	+18			
9	-18	+18			
10	-18	+18			
11	-18	+18			
12	-18	+18			
13	-18	+18			
14	-18	+18			
15	-18	+18			
16	-18	+18			
17	-18	+18			
18	-18	+18			
19	-18	+18			
20	-18	+18			
21	-18	+18			
22	-18	+18			
23	-18	+18			
24	-18	+18			
25	-18	+18			
26	-18	+18			
27	-18	+18			
28	-18	+18			
29	-18	+18			
30	-18	+18			

Elaboração Equipe Fipe.



Apêndice D – Ofício para Mapeamento de Cinemas Públicos Nacionais



Ref.: Solicitação de Informações para Estudo de Impacto do Circuito Spcine – Mapeamento de Redes Públicas de Salas de Cinema Nacionais.

A Fipe foi contratada pela Empresa de Cinema e Audiovisual de São Paulo (Spcine) para realizar o **Estudo de Impacto do Circuito Spcine**, que tem como objetivo obter um panorama atualizado sobre os resultados e os desafios existentes na execução do Circuito Spcine.

Solicitamos, por meio deste ofício, informações essenciais para a primeira fase do estudo, que corresponde ao **Mapeamento de Redes Públicas de Salas de Cinema Nacionais**, a saber:

1. **Quantas salas são?**
2. **Qual o número de assentos das salas?**
3. **Qual é a instituição responsável pela gestão da sala?**
4. **Confirmar se é investimento público que mantém a sala.**
5. **Qual o valor do ingresso?**
6. **Quem costuma frequentar a sala?** (ex.: estudantes, moradores da periferia, pessoas do meio audiovisual etc.)
7. **Qual o tipo de filme mais exibido?** (ex.: documentário, curta-metragem, filmes brasileiros etc.)
8. **Qual a frequência das sessões?** (ex.: diárias, semanais, mensais, semestrais etc.)
9. **Como as pessoas acessam as informações sobre as sessões?**
10. **Há o número de público anual que frequenta a sala?**
11. **Qual o custo anual aproximado para manter a sala?**

O Mapeamento de Redes Públicas de Salas de Cinema Nacionais será divulgado, de forma que as informações coletadas sejam de acesso às redes de cinema públicas participantes, buscando-se fortalecer a difusão do audiovisual no Brasil.

Agradecemos desde já pela colaboração. Fico no aguardo de sua resposta e conto com sua colaboração para a realização deste importante estudo.

Coordenação de Difusão da Spcine



Apêndice E – E-mail para Mapeamento de Cinemas Públicos Internacionais

Português:

A Empresa de Cinema e Audiovisual de São Paulo (Spicine), cuja missão é promover o desenvolvimento do setor audiovisual em São Paulo, está realizando o Estudo de Impacto do Circuito Spicine, que tem como objetivo obter um panorama atualizado sobre os resultados e os desafios existentes no setor audiovisual e impactos socioeconômicos no consumo de audiovisual.

O estudo contempla o Mapeamento de Redes Públicas de Salas de Cinema, a fim de identificar as iniciativas e levantar dados. Por isso, gostaríamos de contar com a sua colaboração para indicar as seguintes informações:

- Há salas de cinema mantidas com investimento público no seu país?
- Caso existam, quantas salas são e quantos assentos por sala?
- Qual seria a frequência de exibição de filmes nestas salas?
- Caso não saiba responder às perguntas anteriores, poderia indicar alguém que possa informar?

A pesquisa está sendo conduzida pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe), que é uma instituição de referência no Brasil no campo de estudos socioeconômicos e impacto de políticas públicas. Responsáveis pela pesquisa entrarão em contato para dar sequência ao levantamento, se necessário.

Agradecemos desde já e aguardamos sua resposta para a realização deste importante estudo.

Espanhol:

"La Empresa de Cine y Audiovisual de São Paulo – Spicine, cuya misión es promover el desarrollo del sector audiovisual en São Paulo, está realizando el Estudio de Impacto del Circuito Spicine, Rede de salas públicas de cine, cuyo objetivo es obtener un panorama



actualizado sobre los resultados y desafíos existentes en el sector audiovisual, así como los impactos socioeconómicos en el consumo de productos audiovisuales.

El estudio incluye el Mapeo de Redes Públicas de Salas de Cine, con el fin de identificar las iniciativas existentes y recopilar datos. Por ello, nos gustaría contar con su colaboración para responder a las siguientes preguntas:

- ¿Existen salas de cine mantenidas con inversión pública en su país?
- En caso afirmativo, ¿cuántas salas hay y cuántos asientos por sala?
- ¿Cuál es la frecuencia de exhibición de películas en estas salas?
- Si no dispone de esta información, ¿podría indicarnos a alguien que pueda responder estas preguntas?

La investigación está siendo llevada a cabo por la Fundación Instituto de Investigaciones Económicas (Fipe), una institución de referência en Brasil en el campo de los estudios socioeconómicos y de impacto de políticas públicas. Los responsables del estudio podrán ponerse en contacto con usted para dar continuidad al levantamiento de datos, si fuera necesario.

Le agradecemos de antemano y quedamos a la espera de su respuesta para la realización de este importante estudio. "

Inglês:

The São Paulo Film and Audiovisual Company – Spcine, whose mission is to promote the development of the audiovisual sector in São Paulo, is conducting the Impact Study of the Spcine Circuit. The objective of this study is to obtain an updated overview of the results and challenges in the audiovisual sector, as well as the socioeconomic impacts of audiovisual consumption.

The study includes the Mapping of Public Cinema Networks to identify initiatives and collect data. Therefore, we would appreciate your collaboration in providing the following information:



- Are there any cinemas maintained with public investment in your country?
- If so, how many cinemas are there, and how many seats per cinema?
- What is the frequency of film screenings in these cinemas?
- If you are unsure of the previous questions, could you indicate someone who might be able to provide this information?

The research is being conducted by the Economic Research Institute Foundation (Fipe), a leading institution in Brazil in the field of socioeconomic studies and the impact of public policies. Researchers responsible for the study may contact you to follow up on the survey if necessary.

We appreciate your time and look forward to your response to support this important study.



Apêndice F – Roteiro para Entrevistas de *Feedback*

- Objetivo: apresentar os dados obtidos e receber *feedbacks* sobre a importância do Circuito Spcine;
- Verificar o papel do cinema na vida das pessoas;
- Situar diferenças entre os cinemas públicos e comerciais;
- Situar a diferença entre a experiência de assistir a filmes em casa e no cinema;
- Entrevistados: indicados pela Coordenação de Difusão da Spcine, entre Exibidores, Distribuidores e Técnicos.

Introdução e orientações:

Gostaria de iniciar agradecendo sua participação.

Nome completo:

Cargo:

Empresa/Instituição:

Esta entrevista faz parte de fase final do Estudo de Impacto do Circuito Spcine, pesquisa contratada pela Empresa de Cinema e Audiovisual de São Paulo e executada pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe). O Circuito Spcine é uma rede de salas de cinema mantidas com recursos públicos, localizadas em bairros com menor concentração de renda, com ingressos gratuitos, nos CEUs, ou de baixo custo (R\$ 2,00 a 4,00), nos Centros Culturais.

A Tatiana, a Kamila e eu [*ou quem esteja na chamada*] somos pesquisadoras em colaboração com a Fipe e vamos conduzir a entrevista de hoje. Esta entrevista está sendo gravada, mediante a sua autorização, correto? [*aguardar resposta*] Lembrando que a gravação desta entrevista tem como finalidade única a análise das informações com objetivos técnicos e não será divulgada a terceiros, as gravações ficarão armazenadas no servidor interno da Fipe e a entrevista observa a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

Nós seguiremos um roteiro de entrevista com algumas perguntas sobre a indústria audiovisual e do cinema no Brasil. Por isso, elas não adentrarão em temas sensíveis, mas



ainda assim, caso você se sinta desconfortável com qualquer pergunta, você pode optar por não respondê-la. A qualquer momento, se for da sua vontade, você também pode interromper ou encerrar a entrevista.

- Para iniciar a entrevista, você poderia contar um pouco sobre a sua trajetória acadêmica e profissional? *[obter confirmação da quantidade de anos que a pessoa atua na área do cinema para validar posição como especialista]*
- Para você, qual é o papel dos filmes na vida das pessoas?
- E a experiência de ir ao cinema? *[se necessário: na sua opinião, a experiência de ir ao cinema agrega em que na vida das pessoas?]*
- Das pessoas que participaram da pesquisa, 44% eram adultos acompanhados por crianças ou adolescentes. Na sua opinião existe contribuição em especial da experiência de ir ao cinema na vida deste público?
- A pesquisa verificou que as pessoas que frequentam os cinemas do Circuito Spcine ou que moram no entorno das salas têm uma renda média mensal familiar de 4.500 reais e 16% recebem algum benefício de programas sociais (como bolsa família). Com base nestes dados, você considera cinemas públicos como concorrentes diretos das salas de cinemas comerciais? *[se necessário Por quê?]*
- Na sua opinião é válido pensar que a experiência de ir ao cinema não faria falta na vida das pessoas e que elas poderiam substituir por outras atividades de lazer? *[se necessário Por quê?]*
- No mundo da tecnologia e dos *streamings*, inclusive *streamings* gratuitos, ainda há espaço para os cinemas? *[se necessário Por quê?]*
- Seria importante para o setor audiovisual do Brasil que o país tivesse um dos maiores Circuitos de cinema público do mundo? *[se necessário Por quê?]*
- No Brasil, há presença significativa de cinemas públicos em universidades. Você acredita que cabe às universidades o papel de proporcionar cinemas gratuitos ou de baixo custo?



- Você acredita que a existência de salas com acesso gratuito ou de baixo custo favorece ou prejudica os cinemas comerciais? Por quê?
- No cenário nacional e internacional, na programação dos cinemas públicos há preocupação na exibição de filmes de produção do próprio país. Essa característica é diferente dos cinemas de salas comerciais? *[se necessário Por quê?]*
- 20% das pessoas que participaram da pesquisa afirmaram que preferem assistir a filmes nacionais do que estrangeiros e 59% indicaram que assistem ambos. Além disso, 28% não assistem a filmes legendados. Você acredita que essa característica se diferencia do público dos cinemas comerciais?
- A pesquisa indicou que 95% dos participantes acreditam que vale a pena continuar investindo nos cinemas públicos mesmo com todos os outros gastos das demais políticas públicas importantes para a cidade. Qual a sua opinião?
- Apenas 40% do público das salas do Circuito Spcine e que moram nas proximidades das salas públicas conhecem a marca Circuito Spcine. No seu setor de atuação você acredita que o Circuito Spcine é uma marca consolidada? O que você já conhecia sobre o Circuito Spcine antes desta entrevista?

Muito obrigada pelas respostas.

A entrevista está finalizada e vou encerrar a gravação.