

## A Spcine e seu circuito exibidor<sup>1</sup>

Anita Simis<sup>2</sup>

Pós-Graduação do Instituto de Artes UNESP – Universidade Estadual Paulista

### Resumo

Nos últimos anos muitas transformações ocorreram no setor da exibição cinematográfica em todo o mundo. Em países como Argentina, Brasil e México, com larga tradição, importante produção e exibição cinematográfica e semelhanças na competição com o hegemônico cinema norte-americano, as mudanças foram tanto nas ofertas do modo de se ver um filme, com a ampliação dos meios de exibição, como na conformação dos circuitos das salas dos exibidores.

Neste trabalho, parte de uma pesquisa mais ampla, o objetivo é compreender o que significa o projeto Spcine e como o Circuito Spcine, uma rede de salas de cinema da Prefeitura da cidade de São Paulo, capital mais populosa do Brasil, com mais de 12 milhões de habitantes, se integra no projeto. Futuramente iremos aplicar um questionário junto ao público que frequenta as salas e aqui apresentamos algumas questões metodológicas sobre o desenvolvimento desta pesquisa.

**Palavras-chave:** Cinema, exibição cinematográfica, Spcine

### O PROJETO SPCINE E SEU CIRCUITO

A Spcine é uma empresa de cinema e audiovisual da cidade de São Paulo. Foi criada por meio da articulação do então secretário municipal de Cultura, Juca Ferreira, na gestão de Fernando Haddad (2013-2017), embora um embrião de sua concepção, por parte dos cineastas paulistas, remonte a 2001 (SPCINE, 2016). Trata-se de um projeto constituído por três eixos: 1) desenvolvimento econômico, que tem por objetivo o desenvolvimento de um cinema sustentável, a partir de estudos setoriais e investimentos estratégicos; 2) integração e internacionalização, com estímulos a coproduções, atração de produções estrangeiras, a exportação do conteúdo audiovisual local e o intercâmbio cultural e de talentos; e 3) inovação, criatividade e acesso, com apoio ao

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Professora colaboradora do Programa de Pós-Graduação do Instituto de Artes, Unesp, São Paulo. E-mail: anitasimis@gmail.com

---

desenvolvimento criativo e à inovação aplicada às novas tecnologias, formatos, linguagens e ao empreendedorismo.

Esse formato inovador é resultado da sistematização articulada das demandas do setor audiovisual, formado por 13 entidades, e de estudos sobre outras experiências como a Riofilme, o cinema pernambucano e o INCAA, da Argentina. Para Alfredo Manevy, seu primeiro diretor-presidente, o Spcine não visa ser mais uma fonte de recursos para a produção:

Não faz sentido, neste momento, construir uma miniagência de fomento em São Paulo. Não vamos concorrer com o Fundo Setorial do Audiovisual ou com a Riofilme. Ou a gente tem coragem de afirmar uma coisa diferente, de criar um cardápio de serviços e ações, ou só vamos atender o pão de cada dia que, como bem sabemos, sempre acaba por gerar frustração. Se gastarmos energia só no emergencial e no fomento, corremos o risco de enxugar gelo (MANEVY apud SOUSA, 2015).

Bonduki, vereador da cidade de São Paulo no período, além de referendar as palavras de Manevy, reforça a importância do projeto dada a necessidade de uma “política para o audiovisual” na cidade de São Paulo, isto é, “um conjunto de ações que visavam fortalecer a cadeia produtiva do audiovisual” (BONDUKI, 2016, p.16).

A opção por uma empresa e não por uma Fundação ou um Instituto, é assim justificada:

O que diferencia uma empresa de uma Fundação, ou de um Instituto, é que ela tem de buscar resultados e que a receita deve compor seu orçamento futuro. Como se trata de audiovisual, o resultado não é só econômico. A empresa terá de mostrar para a cidade que o investimento retorna no reconhecimento público, na participação em festivais e na repercussão crítica. O essencial é ter uma grade de critérios que nos possibilite fazer uma análise de qualidade dos filmes. *Não é porque o mercado rejeita um filme que ele é bom – e nem que é necessariamente ruim. A Spcine precisa ter sensibilidade para aquilo que o mercado quer e para aquilo que o mercado não quer.* Isso nos leva a uma visão que vai além da dicotomia cinema de arte versus cinema de mercado. Arte e economia não são guetos, mas sim dimensões da produção. Um cinema que visa um grande público tem uma dimensão artística – de dramaturgia, de roteiro – e tem uma estratégia econômica. *Um filme pequeno também tem sua economia.* (MANEVY apud SOUSA, 2015, grifos meus).

Para a criação da empresa, os investimentos partiram da Secretaria Municipal de Cultura, do Governo do Estado de São Paulo, cada um com R\$ 25 milhões e da

---

ANCINE, com R\$ 15 milhões do Fundo Setorial do Audiovisual para editais da empresa.

Seus 35 funcionários, dos quais 6 são estagiários, trabalham num escritório de desenvolvimento, financiamento e implementação de programas e políticas para as seguintes áreas: cinema, TV, games e novas mídias com o objetivo de estimular o potencial econômico e criativo do audiovisual paulista.

A Spcine também engloba as atividades da São Paulo Film Commission que oferece assistência, facilitando as filmagens nacionais e estrangeiras, na capital paulista, a exemplo do que já acontece em outras cidades, como Chicago.

Mais recentemente, em 2017, a Spcine agregou o Spcine Play, um site que dispõe de serviço de *streaming*, sendo possível baixar filmes, a maior parte nacionais, gratuitos ou por um valor de R\$ 3.99 (US\$ 0,99), inclusive filmes das principais mostras e festivais, como a Mostra Internacional do Cinema, Anima Mundi, É Tudo Verdade, etc.

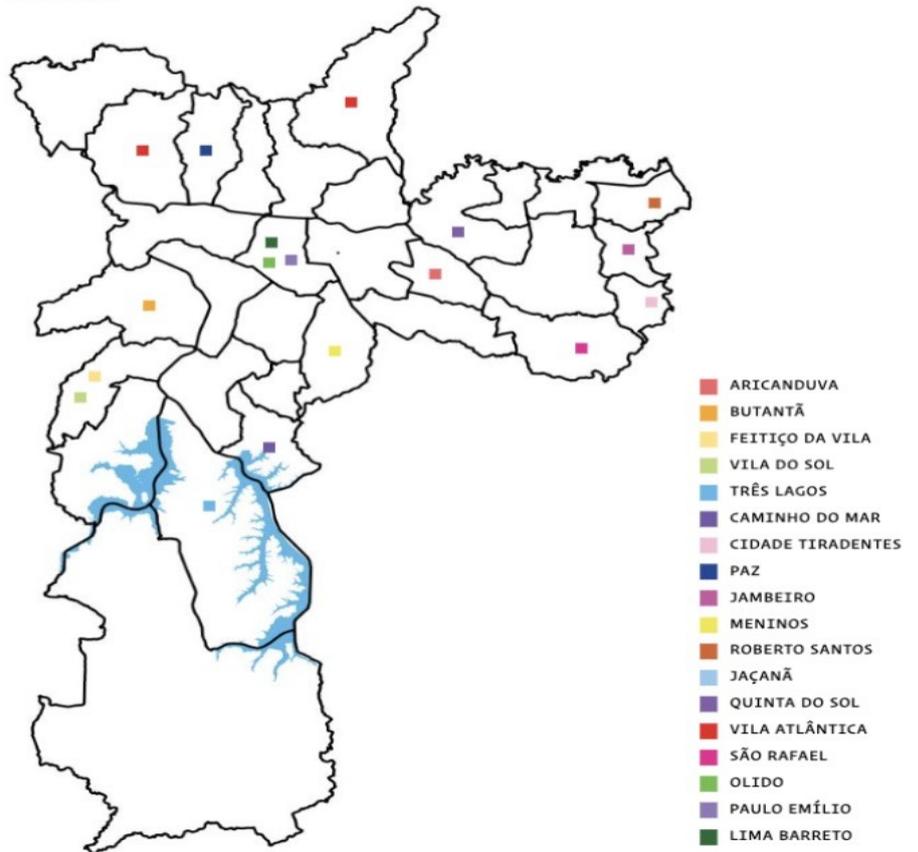
Atuando na área da produção, por meio de editais para curtas e longas-metragens, programas de televisão, games e webséries de animação, a Spcine tem ainda um braço na exibição. Este setor abraçou a missão de oferecer o acesso ao espetáculo cinematográfico para todas as regiões do município de São Paulo, já que as salas concentradas nas regiões mais nobres, ricas e centrais, com custos de estacionamento e ingressos caros impediam o acesso do programa cinematográfico à população mais carente, ou conforme Maurício Ramos, como diretor-presidente do Spcine, o Spcine “equaliza as diferenças ao levar a mesma qualidade de uma sala de shopping center para bairros afastados do centro e equipamentos culturais da Prefeitura” (RAMOS apud MARIANO, 2017). Assim, atualmente, os paulistanos contam com um circuito composto por 20 salas distribuídas em diversos pontos do município: salas Lima Barreto e Paulo Emílio (no Centro Cultural São Paulo, distante em relação ao centro de São Paulo 3,9 km), Aricanduva (18,1 km), Butantã (17,2 km), Caminho do Mar (17,3 km), Cidade Tiradentes (31,6 km), Feição da Vila (27,1 km), Jaçanã (14,7 km), Jambuí (25,5 km), Meninos (12,3 km), Olido, Parque Veredas (40,3 km, a mais distante), Paz (18,9km), Perus (29,2 km), Quinta do Sol (21,7 km), Roberto Santos (7,3 km), São Rafael (26 km), Três Lagos (30,2 km), Vila Atlântica (20,8 km) e Vila do Sol (32,3 km) (ver figura 1). Segundo Cucio (2018, p.5), ao todo, as salas oferecem 5.986

lugares. A sala de Cidade Tiradentes, por exemplo, tem 146 lugares, duas para cadeirantes, outras duas para para obesos e mais duas para deficientes audiovisuais.

Figura 1

## MAPA DO CIRCUITO SPCINE

Fonte: SPCINE

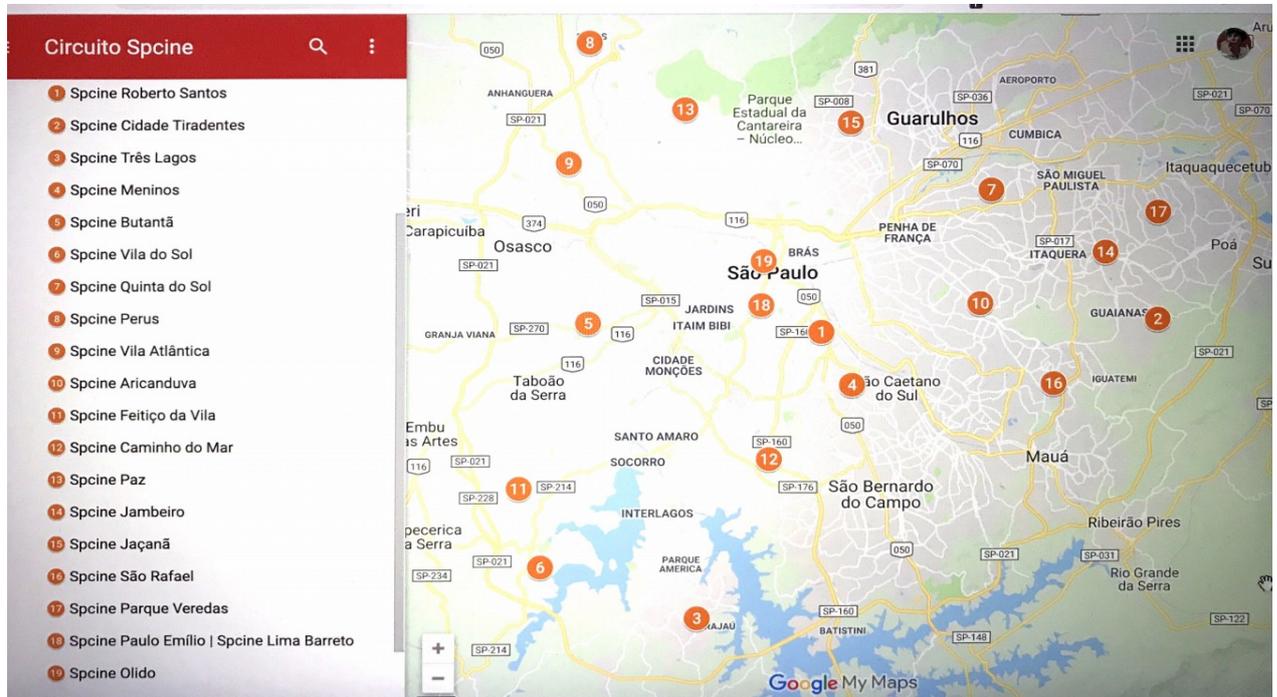


Obs.: Neste mapa falta o Spcine Perus e o Spcine Roberto Santos está marcado no lugar do Spcine Parque Veredas.

As salas estão localizadas em 17 das 32 subprefeituras, áreas cuja prioridade foi para aquelas não atendidas pelo circuito comercial de cinema. (Figura 2)<sup>3</sup>

<sup>3</sup> No Programa de Metas da cidade de São Paulo 2017-2020, gestão João Doria, que abandonou seu mandato e hoje é o governador do estado de São Paulo, a Meta 19 pretendia aumentar em 15% (504.535) o público total frequentador dos equipamentos culturais, mas também planejava implantar ao menos 25 salas de cinema para contemplar 50% dos distritos de São Paulo com salas, priorizando os distritos que

Figura 2



Na época de sua concepção, o circuito foi pensado a partir de encontros com exibidores, como podemos aferir na fala de Ramos, então diretor executivo de Desenvolvimento Econômico:

Estamos organizando uma mesa-redonda com exibidores para que eles opinem e, eventualmente, até se tornem parceiros. Essa não é uma empreitada fácil, demanda investimento, organização e gestão. Os equipamentos da prefeitura estão nas franjas da cidade, ou seja, a estruturação do circuito envolve uma logística que passa, por exemplo, pela ideia de cobrar ingressos. Para que? Para que haja uma valorização do que se está indo ver e para que o circuito tenha uma vida normativa e entre nas estatísticas do mercado. Estudamos também as possibilidades de parceria privada e de patrocínio na tela. (RAMOS apud SOUSA, 2015).

Inaugurado em março de 2016, cerca de um ano após a sua concepção, o circuito se viabilizou rapidamente porque optou por se inserir nos equipamentos

não possuem este tipo de equipamento. Ver sobre em [http://planejampre.feitosa.sp.gov.br/assets/Programa-de-Metas\\_2017-2020\\_Final.pdf](http://planejampre.feitosa.sp.gov.br/assets/Programa-de-Metas_2017-2020_Final.pdf). Segundo outra fonte, em 2018, 54 distritos não possuíam salas de cinema. (Ibope Inteligência, 2019).

existentes dos 15 Centros Educacionais Unificados, conhecidos como CEUs, adaptando as salas de teatro para projeção de filmes, afora somar as três salas de dois Centros Culturais e uma de uma biblioteca. Dos 15 CEUs, cinco estão na zona leste, cinco na zona sul, quatro na zona norte e um na região oeste. As outras cinco salas ficam em equipamentos culturais como a Galeria Olido, no centro, duas no Centro Cultural São Paulo, na Vergueiro, uma no Centro de Formação Cultural de Cidade Tiradentes e mais uma na Biblioteca Roberto Santos, no Ipiranga.

A escolha das salas existentes ou adaptadas em outros equipamentos culturais era uma questão que demandava estudos de viabilidade, segurança, transporte, iluminação, proximidade de escolas, enfim, pontos diversos daqueles dos cinemas comerciais, mas, como disse Ramos, sem dispensar a experiência de empresários do setor. Assim, embora sejam salas em grande parte inseridas junto a Centros Culturais ou CEUs, são distintas das salas existentes em shopping centers. São salas na rua, mas a maior parte associadas a outros equipamentos culturais desportivos.

Os custos de manutenção, transporte de HD (todas as salas possuem projeção digital, em DCP e som Dolby Digital, ) e aluguel dos filmes são mantidos pela Secretaria de Educação. O gerenciamento de todas as salas foi terceirizado e é feito por uma empresa, a Equipe Cine<sup>4</sup>, que geralmente tem uma equipe composta por dois funcionários por sala que atuam em múltiplas tarefas: projeção, bilheteria, divulgação, etc. É ela que controla, por meio da bilheteria, o número de espectadores, e cobra os ingressos (menos de um dólar, a inteira) em apenas quatro salas: duas do Centro Cultural São Paulo, uma do Olido e a Roberto Santos. Trata-se, portanto, da maior rede pública de salas do Brasil e uma das mais importantes da América Latina<sup>5</sup>.

Para atrair o público, os meios de divulgação são:

1. uma página no Facebook <<https://www.facebook.com/spcinecircuito/>>, com mais de 6.000 curtidas,
2. um site com todas as salas e sua programação <<http://www.circuitospcine.com.br/filmes/>>,
3. um folheto distribuído no próprio local, nos CEUs e em escolas, e

<sup>4</sup> O empresário Mauri Paulos, dono da Guaxupé é uma empresa que já atuava no ramo da exibição na cidade de Guaxupé, Minas Gerais, foi quem ganhou a licitação da prefeitura, em 2016.

<sup>5</sup> Na Argentina existiam, até 2017, 71 Espacios INCAA, uma rede com 78% sediada no Centro Metropolitano. Mas no Facebook aparecem apenas 38 endereços. Em Buenos Aires, contamos 15 salas, menos do que as 20 de São Paulo. O trabalho de Rud (2016) faz um retrato exaustivo sobre a exibição na Argentina.

- 
4. o Whatsapp e/ou e-mail, já que inúmeros frequentadores solicitam a sua adesão a este meio de comunicação. Este último meio de comunicação é controlado pela Equipe Cine. A equipe de funcionários da Cidade Tiradentes, por exemplo, já possui 7680 pessoas cadastradas.

Em 2016, a taxa média de ocupação das salas era de 18%, enquanto que a taxa média nacional era de 20% (SPCINE, 2016, p.52). Conforme Cucio (2018, p.9-10), em 2017, a média subiu um ponto, sendo que, se considerarmos apenas os filmes estrangeiros, há uma porcentagem ainda maior (22%). Até julho de 2018, o Circuito Spcine recebeu 1 milhão de espectadores. Portanto, pode-se dizer que a divulgação tem sido eficiente, comparada com a taxa média nacional, e que o projeto ainda está sendo apropriado pela população.

A programação é definida pela Spcine e compreende filmes infantis, comédias, dramas, a maior parte dublados. A periodicidade das sessões varia de três a seis vezes por semana. Segundo Cucio (2018, p.5), “as salas recebem uma programação regular elaborada de uma maneira única, que pensa a curadoria de todos os espaços conjuntamente, através de uma equipe de programação que analisa o mercado e ouve o público de cada sala, afim de incitar a formação de público.” Mas, nas salas do Centro Cultural São Paulo, Roberto Santos e Olido, região central da cidade, a programação é de filmes mais culturais, como Hotel Cambrige, filmes do Oscar, mostras, além dos presentes no circuito comercial. Por fim, quando há mostras, festivais, e há parceria, a curadoria já vem pronta e é de responsabilidade dos agentes que organizam esses eventos.

Conforme explica Santinon, gestora de difusão da Spcine, o filme costuma ficar duas semanas, às vezes três,

mas como é um público da região que vai, e se começa a ficar muito repetida a programação, começa a ficar chato para eles. Eles vão em uma semana tem um filme, se eventualmente se eles perdem, eles conseguem ir na outra semana, mas aí se for para uma terceira ou uma quarta semana, eles já viram tudo e querem um filme recente, então a gente procura trocar a cada duas semanas. Na Olido e no CCSP, também tem um público cativo, mas a gente estende um pouco mais a programação e vai entrando com alguns outros títulos. (SANTINON apud CUCIO, 2018, p.3)

Em relação às distribuidoras, ainda conforme Santinon, como a grande parte das salas não trabalham com ingressos pagos, se fez um acordo de pagar um “valor

fechado” para todos os filmes, o que impede que o distribuidor tenha alguma perda. (SANTINON, apud CUCIO, 2018, p.4). Para o distribuidor Marcio Fraccaroli, da Paris Filmes, existem pelo menos duas vantagens para contribuir com o projeto: “um novo público para as salas e filmes, que geralmente é desatendido na região onde mora; além de contribuir para a formação de uma nova audiência consumidora de cinema frente às novas plataformas de distribuição de filmes em VOD e streaming”. (FRACCAROLI apud FIGUEIRÓ, 2016).

Após essa apresentação do projeto e do Circuito Spcine, o trabalho pretende realizar pesquisas sobre o público que frequenta as salas. E para tanto apresentamos a seguir algumas reflexões sobre estudos que trataram desta temática.

### **ESTUDOS SOBRE A EXIBIÇÃO CINEMATOGRAFICA E SEU PÚBLICO**

Sem a pretensão de recompilar todos estudos sobre a exibição cinematográfica e seu público, neste item apontamos alguns cujas ideias foram seminais para nossa pesquisa e futura aplicação de um questionário junto ao público dos Spcines.

Assim, para González (2016) a exibição de filmes por meio do uso de salas foi reconfigurada, isto é, perdeu o seu monopólio como modelo de negócios e como espetáculo, mas ainda mantém seu espaço, porque é uma forma diferenciada de ver um filme e muitas vezes o que está disponível na sala não está em outra mídia e vice-versa. Por outro lado, se pensarmos que o monopólio que havia anteriormente era o monopólio sobre nosso tempo disponível para o entretenimento audiovisual, ainda que esse tempo seja finito e fixo nas 24 horas de um dia, ele parece ter crescido sobre outros, como o tempo destinado à leitura, por exemplo.

Já trabalho de Mantecón (2017) é emblemático para se pensar uma pesquisa sobre os espectadores das salas de cinema. Utilizando uma bibliografia com clássicos como Bourdieu, Garcia Canclini, Martín Barbero e outros, Mantecón observou como o ir ao cinema mudou na Cidade do México em sua relação com as metamorfoses urbanas e do mundo audiovisual desde as primeiras exposições até a atualidade. E constatou que o público não nasce, mas se forma. Afinal, como ela diz citando Morley, mais que vender filmes, o cinema nos vende um hábito, um tipo de experiência socializada (p.33) Após a perda do público massivo que preenchia as salas em todo mundo, Mantecón se pergunta se é possível recuperar o público para as salas a custo de sua elitização. Essa questão é interessante para refletirmos sobre o projeto Spcine. Pois, quem é o espectador do

---

Spicine? O projeto atende realmente às classes desprivilegiadas? Que público é esse que está sendo formado, um público consumidor? E, para ainda incorporar ideias de Mantecón, creio que é fundamental pensar sobre os modos de ir ao cinema, suas transformações em relação às salas e à cidade. O papel das novas tecnologias na divulgação da programação e a proximidade das salas em relação a moradia certamente têm um impacto que é preciso analisar.

Outro estudo interessante que aponta questões sobre o hábito e o gosto cultural indica como eles são parte da estreficação social, se relacionando com configurações de classes e grupos sociais específicos e que indivíduos mais escolarizados e/ou com convívio familiar culturalmente facilitador, teriam mais propensão a aderir a manifestações artísticas com maior reputação no campo artístico. Mas é preciso analisar se estamos interessados em distinguir “tipos” de cultura a serem incentivados e se essas diferenciações entre “tipos” e hierarquias de cultura fazem sentido quando se pensa a partir dos consumidores, ou quando se examina o conjunto de práticas reais dos indivíduos (VASCONCELOS-OLIVEIRA, 2010).

Por fim, para não nos estendermos, Alonso (2018) e Wortman (2018) trabalharam com questionários para analisar públicos específicos: o primeiro sobre espectadores do 30º Festival Internacional de Cine de Mar del Plata, a segunda, sobre Festival de Cine independente de Buenos Aires. Indicadores utilizados por Alonso e Wortman também foram levados em conta na formulação de nosso questionário e as observações feitas por esses autores sobre as análises dos seus resultados serão muito úteis para cotejarmos hábitos e gostos e concluirmos se eles estão sendo formados globalmente ou quais são as distinções a serem apontadas.

Como aponta Alonso, estudos anteriores foram adicionando dados de forma atomizada e sem uma sistemática para que seja possível compararmos séries históricas. Essa observação fez com que o nosso estudo buscasse estruturar nosso questionário com indicadores os mais próximas possíveis daqueles já propostos por estudos anteriores sobre hábitos, comportamentos, gostos e utilização, facilitando posteriormente comparações sobre mudanças ocorridas de um período para outro.

Já foram feitas pesquisas sobre público de cinema na cidade de São Paulo e inclusive sobre o público que frequenta as salas do Circuito Spicine. Entre as pesquisas feitas, a Viver em São Paulo: hábitos culturais, realizada entre 04 e 21 de dezembro de 2018, trabalhou o tema hábitos culturais por meio de coleta presencial e online, num

total de 800 entrevistas com paulistanos de 16 anos ou mais. E dentre as atividades culturais pesquisadas, cinema é a mais mencionada e a única indicada por mais da metade dos paulistanos. Mais brancos que pretos ou pardos vão ao cinema, homens e mulheres se equilibram na ida ao cinema, a faixa entre 16 e 24 anos é quase o dobro daquela com mais de 55 anos, os de ensino superior vão 3 vezes mais ao cinema que os do fundamental, aqueles com renda familiar com mais de 5 salários vão 2 vezes mais que aqueles com até 2 salários, trabalhadores vão mais que desempregados. 28% de todos entrevistados não frequentou nenhuma atividade, sendo a maioria mulheres, menos escolarizados, com 55 anos ou mais, com renda de até 2 salários, da classe C, pretos e pardos e moradores da região leste da capital. O preço e a proximidade são fatores que favorecem a frequência. Entre os que não frequentaram nenhuma atividade cultural, a proximidade é apontada por 31% como mais interessante e em segundo lugar o preço, com 29% (IIBOPE Inteligência, 2019).

Mas outra pesquisa realizada, embora seja de 2016, entre os dias 7 e 18 de dezembro, entrevistou especificamente 1.103 frequentadores e moradores próximos às salas do Circuito SPcine, no intuito de traçar seus hábitos relacionados apenas ao consumo de cinema, além de avaliar o próprio projeto e os equipamentos destinados à exibição dos filmes. (Observatório de Turismo e Eventos da São Paulo Turismo, 2019). Como resultado, o projeto foi bem avaliado pela maioria do público nos quesitos qualidade de projeção, estrutura da sala e programação e, considerando-o como um todo, a avaliação positiva é de 95,3%. Grande parte dos parte dos entrevistados era branca (55,9%), católica (48,9%), com ensino médio completo (60,6%), com renda familiar mensal de um a três salários mínimos (51,6%) e assalariada (49,9%). Apenas 12,1% eram estudantes e os desempregados representavam a terceira maior faixa do público, com 10,7%.

Ainda segundo essa pesquisa, 67,36% dizem gostar muito de ação, 62,38% de terror e 58,66% de longas que misturam fantasia e histórias de super-heróis. Sobre os filmes nacionais, 71,6% revelam gostar muito de filmes que retratam fatos reais e cotidianos; 56,8% preferem os títulos de terror e 51,85%, as comédias.

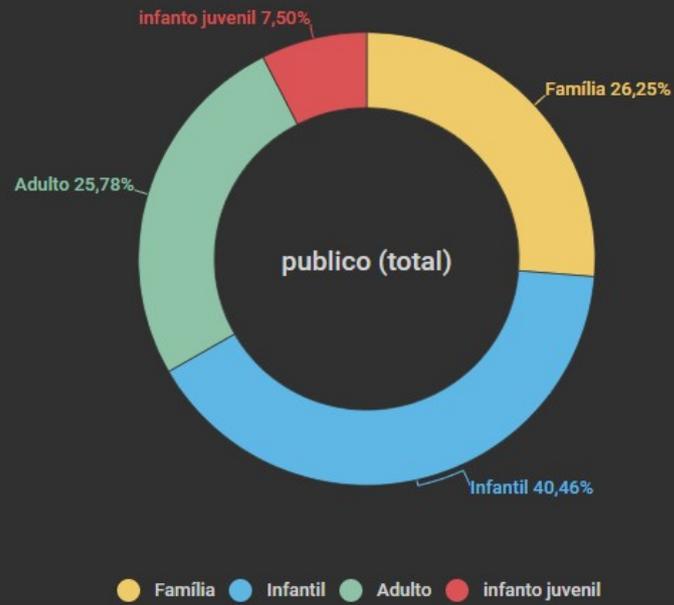
Por fim, a própria Equipe Cine fornece dados que constam do Relatório de acompanhamento do compromisso de desempenho institucional (2017, p.16-17).

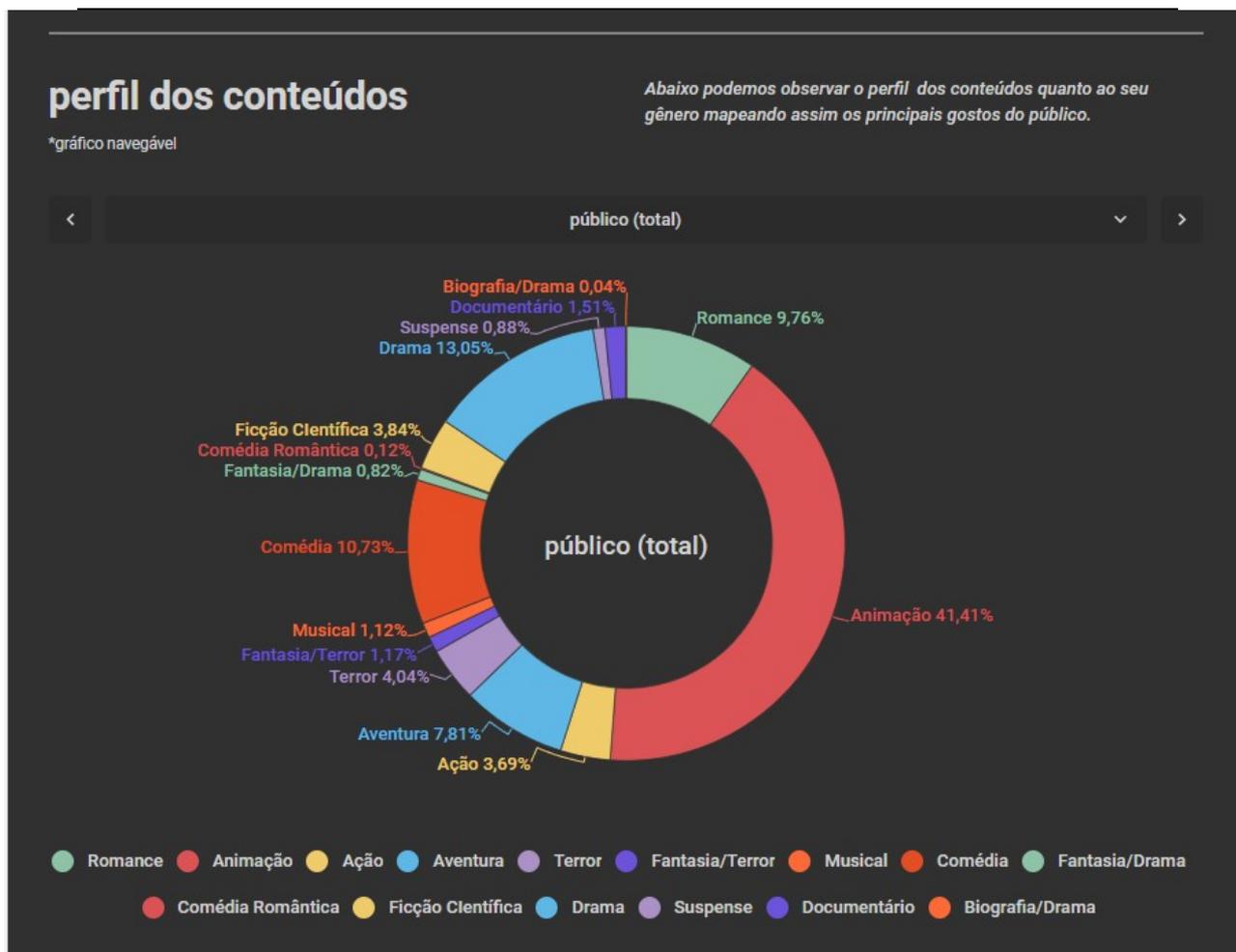
## perfil de público

\*gráfico navegável

*Abaixo podemos observar o perfil de público dos filmes do circuito regular segundo a faixa etária que ajuda a entender o perfil das salas e o esforço para trazer as comunidades para o cinema.*

< publico (total) ▾ >





## NOSSO QUESTIONÁRIO

O conteúdo e a metodologia da nossa pesquisa levou em conta a abordagem destes questionários. Primeiramente visitamos dois dos Spines, Cidade Tiradentes e Butantã, e conversamos com a equipe que trabalha em Cidade Tiradentes e com Mauri Palos, sócio diretor da Equipe Cine. Após leituras diversas e, especialmente aquelas sobre o projeto e o circuito Spine, elaboramos as questões de nosso questionário.

Um dos nossos objetivos era verificar algumas opiniões preconcebidas sobre as preferências do público. O que leva alguém a decidir ir a uma sala de cinema e assistir um filme? É a qualidade da programação, as condições de acesso, como preço, local do evento, horário etc.? O que mais influi? A renda, a escolaridade, a idade e o gênero influem na decisão?

No caso do Spine o pessoal considera que já formaram um público. De fato, podemos considerar isso. Mas que público é esse?

1. Você já foi ao cinema em uma das salas do Circuito Spcine? Saber se realmente a maioria que respondeu o questionário frequenta o circuito.
2. Qual seu grau escolar?
3. Você assiste filmes de plataformas como: Netflix, Globoplay, Amazon Prime, Google Play, Spcine Play? Sobre essa questão gostaríamos de saber se essas plataformas já estão presentes no laser do público que mora na periferia da cidade e, junto com a questão 21, se é a forma preferida de ver filmes no âmbito doméstico. Posteriormente iremos analisar se o streaming tem sido uma concorrência para as salas de cinema ou se, pelo contrário, estimulam a criação de um espectadores de salas.<sup>6</sup>
4. Você prefere assistir filmes dublados ou legendados? Conferir se o público realmente prefere os filmes dublados, conforme nos informou um entrevistado.
5. Você assiste filmes brasileiros na televisão? Sob influência de Alonso (2018), pretendemos verificar nesta e na seguinte se os filmes brasileiros são considerados filmes desprestigiados. Segundo Cúcio (2018, p.13):

Quando analisamos que as taxas de ocupação de salas (do Spcine) do cinema brasileiro e estrangeiro percebemos que elas não variam tanto assim, o cinema estrangeiro teve em suas sessões uma taxa de 19% e o brasileiro de 16%. Ou seja, o público não deixou de ir às sessões quando se exibia uma produção nacional, existe uma demanda para ele, porém a oferta de filmes internacionais foi muito maior.

6. Você assiste filmes brasileiros nas salas de cinema?
7. Como você escolhe os filmes que quer ver na sala Spcine? Queremos verificar se principal fonte para se informar sobre um filme ainda é a Internet - com o YouTube amplamente à frente dos concorrentes. Cf. <http://www.adorocinema.com/noticias/filmes/noticia-110437/>
8. Você sabe quantas vezes já foi a uma sala do Spcine?

<sup>6</sup> Algumas pesquisas tem evidenciado que pessoas que assistem streaming tendem a ir mais às salas de cinema. <http://www.exibidor.com.br/noticias/mercado/9195-pesquisa-mostra-que-pessoas-que-assistem-a-streaming-tendem-a-ir-mais-vezes-aos-cinemas?fbclid=IwAR10k-4nZyXbNKpBBvSe89tCv5Pwj3EgZjv7F5rVziG3AKQBzOCAlpFcw> . Conforme Wortman (2018, p.5), “o mercado que se destina à televisão através das empresas que oferecem a transmissão de conteúdo de consumo de vídeo, programas de TV e conteúdo assistido em sala que em nossos mercados as salas de cinema que ambas práticas conviverão se excluem”

- 
9. Com que frequência você costuma ir ao Spcine?
  10. Após frequentar as salas de cinema da Spcine, passou a frequentar outras salas de cinema?
  11. Qual seu gênero?
  12. Qual sua faixa de idade?
  13. Qual sua cor ou etnia?
  14. Qual sua religião?
  15. Em que bairro você mora?
  16. Qual a faixa de renda da sua família?
  17. Qual sua atividade principal?
  18. Você mora ou trabalha perto do Spcine?
  19. Antes de assistir um filme numa sala do Spcine, já tinha ido a um cinema?
  20. Quais o dias que você prefere ir ao cinema?
  21. Como você prefere ver filmes quando está em casa?
  22. Escolha o tipo de filme que você mais gosta, atribuindo uma nota de 1 a 5, sendo 5 para o que mais gosta. Há várias alternativas e o objetivo é compreender como o público consome cinema.
  23. Você gosta de assistir filmes brasileiros?
  24. Que tipo de filme brasileiro você prefere?
  25. Você gosta de atividades relacionadas a cinema? Foi informado em uma entrevista que o público não se interessa por palestras ou outras atividades relacionadas ao cinema.
  26. Além do tipo de filme, quais os fatores que você considera para escolher um filme? Atribua uma nota de 1 a 5, sendo 5 o mais importante.
  27. Qual a sua avaliação sobre a programação de filmes do Spcine?
  28. Quais salas do Spcine você costuma frequentar?
  29. É estudante de escola de cinema?
  30. Exerce alguma atividade artística?

## REFERÊNCIAS

ALONSO, Juan Manuel. **Públicos de cine e investigación aplicada**. Un abordaje empírico y cuantitativo de los asistentes al Festival Internacional de Cine de Mar del Plata (MPIFF). Tesis de Maestría. Universidad Nacional Tres de Febrero, 2018.

BONDUKI, Nabil. Instrumento estratégico para o desenvolvimento do audiovisual da cidade. **Spcine, programa, ações, resultados**. 2016. Disponível em [https://issuu.com/spcine/docs/2016-12-10\\_spcinerevisado\\_\\_1](https://issuu.com/spcine/docs/2016-12-10_spcinerevisado__1). Acesso em 11 de mai 2019.

CUCIO, Bruno Gonçalves Simões. Dois anos do Circuito Spcine – A rede de salas públicas de exibição na cidade de São Paulo. 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Joinville, 2018. **Anais...On Line** São Paulo, Intercom, 2018.

FIGUEIRÓ, Belisa. O legado da Spcine para o audiovisual paulista. **Revista de Cinema**, 30 de nov. de 2016. Disponível em <http://revistadecinema.com.br/2016/11/o-legado-da-spcine-para-o-audiovisual-paulista/>. Acesso em 2 de jun de 2019.

GONZÁLEZ, Leandro. **Consumo de cine en la Argentina**. Evidencia empírica y reflexiones teóricas sobre la vigencia del espectáculo cinematográfico en el siglo XXI. Tesis para obtener el grado de Magister en Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Sarmiento, 2016.

IBOPE Inteligência. **Pesquisa de Opinião Pública**. Viver em São Paulo: hábitos culturais. São Paulo, 2019. Disponível em [https://www.cidadessustentaveis.org.br/arquivos/viversp\\_cultura\\_apresentacao\\_2019.pdf](https://www.cidadessustentaveis.org.br/arquivos/viversp_cultura_apresentacao_2019.pdf) e <http://www.ibopeinteligencia.com/noticias-e-pesquisas/13-dos-paulistanos-nao-frequenta-nenhuma-atividade-cultural/>. Acesso em 1 de jun. De 2019.

MANTECÓN, Ana Rosas. **Ir al cine**. Antropología de los públicos, la ciudad y las pantallas. Ciudad de México, Gedisa, UNAM, 2017.

MARIANO, Guilherme. Circuito Spcine faz aniversário de um ano com recorde de público. Disponível em <http://spcine.com.br/circuito-spcine-faz-aniversario-de-um-ano-com-recorde-de-publico/>, 2017. Acesso em 23/5/2019.

MARIANO, Guilherme. Circuito Spcine faz balanço de 2018 com seus colaboradores. Disponível em <http://spcine.com.br/circuito-spcine-faz-balanco-de-2018-com-seus-colaboradores>, 2018. Acesso em 22 de mar de 2019.

OBSERVATÓRIO de Turismo e Eventos da São Paulo Turismo. **Pesquisa de perfil público: Circuito Spcine**. Disponível em [http://spcine.com.br/wp-content/uploads/Circuito-Spcine\\_Pesquisa-Spturis.pdf](http://spcine.com.br/wp-content/uploads/Circuito-Spcine_Pesquisa-Spturis.pdf). Acesso em 21 de mai de 2019.

Relatório de acompanhamento do compromisso de desempenho institucional, COGEAI, São Paulo, 2017. Disponível em <https://drive.google.com/file/d/0B2bMbwnQPoyhVVp4T0dXdks5X1BCa2J1VIFDTnBHTWVhNVZJ/view>. Acesso em 16 de jun 2019.

RUD, Lucía. **La exhibición cinematográfica em el circuito comercial**. Multicines de Buenos Aires (1997-2008): nuevas relaciones entre ciudad, oferta cultural y políticas culturales. Doutorado en Historia y Teoría de las Artes. Universidad de Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras. Buenos Aires, 2016.

SIMIS, Anita. Marcos na exibição de filmes no Brasil. In: **Políticas Culturais em Revista**. Salvador, v. 10, n. 2, p. 59-94, jul./dez.2017.

---

SOUSA, Ana Paula. Spcine: grandes expectativas. **Revista de Cinema**, 22 abr 2015. Disponível em: <http://revistadecinema.com.br/2015/04/spcine-grandes-expectativas/>. Acesso em 13 mai 2019.

**SPCINE: programa, ações, resultados.** 2016. Disponível em: [https://issuu.com/spcine/docs/2016-12-10\\_spcinerevisado\\_\\_1\\_](https://issuu.com/spcine/docs/2016-12-10_spcinerevisado__1_). Acesso em 11 mai 2019.

VASCONCELOS-OLIVEIRA, M. C.. Culturas, públicos, processos de aprendizado: possibilidades e lógicas plurais. **Políticas Culturais em Revista**, v. 02, p. 1, 2010.

WORTMAN, Ana. **Cultura independiente y políticas culturales locales en un mundo global: Políticas de festivales de cine en el caso de BAFO** XXIV Latin American Studies Association **Anais ...**, Barcelona, 2018.