Virada Cultural 2015: segundo pes
quisa, mais mulheres frequentaram o evento

Idade média do público que prestigiou a Virada este ano foi de 33 anos; sensação de segurança também melhorou se comparada a 2013

Com cerca de 1.500 atrações espalhadas por várias regiões da cidade, a Virada Cultural deste ano teve um público com perfil majoritariamente feminino, representando 54% do público total, cerca 19% a mais em comparação com 2013. É o que revela a pesquisa feita pelo Observatório de Turismo e Eventos da São Paulo Turismo (SPTuris, empresa de turismo e eventos da cidade), que registrou mais de 1,2 mil questionários respondidos em 15 locais diferentes do evento, realizado nos dias 20 e 21 de junho. Ainda conforme os resultados da pesquisa, a nota geral dada pelas pessoas foi de 8,3, sendo que cerca de 72% atribuíram notas entre 8 e 10.

Na edição de 2015, a organização do evento diminuiu a área do perímetro de atrações no centro paulistano e teve reforço no policiamento. Segundo o secretário municipal para Assuntos de Turismo e presidente da SPTuris, Wilson Poit, a sensação de segurança teve melhoria, perceptível tanto por quem trabalhou como quem participou do evento. “Este ano, tivemos 71% de avaliações positivas em relação à segurança durante a Virada, comparando com cerca de 50% dois anos atrás, quando fizemos a última pesquisa”, destacou.

Outro número revelado foi que duas em cada três pessoas (66%) não tinham participado do evento no ano passado. “Esse número mostra o potencial de um evento desse porte em atrair gente nova, pois podem ser tanto aqueles que vieram pela primeira vez como quem já tinha ido em anos anteriores e resolveu voltar a participar da Virada, sair de suas casas e aproveitar toda a programação”, comenta Poit.

Perfil do público

O levantamento também mostra outros **dados gerais do público** que participou da Virada Cultural em 2015:

• 54% eram mulheres e 46% homens
• 33 anos foi a idade média
• 30% tinham Ensino Superior completo e outros 30%, o Ensino Médio completo
• 41% eram assalariados com registro
• 28% usaram o metrô e 22% o ônibus para chegar ao evento
• 59% obtiveram informações sobre a Virada pela internet

Entre as **motivações que levaram as pessoas à Virada**, os itens predominantes foram:
• 25% pelas novas atrações e talentos
• 25% pelos espetáculos diversificados
• 24% para curtir amigos e/ou parentes

Avaliação do evento

Diversos itens sobre a **estrutura do evento** também foram bem avaliadas pelo público como bom ou ótimo, conforme segue abaixo:

• Acesso: 89%
• Infraestrutura geral: 86%
• Atrações/espetáculos: 85%
• Artistas: 85%
• Programação: 83%
• Comunicação visual: 80%
• Sonorização: 77%
• Sensação de segurança: 75%

• Limpeza: 73%
• Serviços (alimentação e bebidas): 69%
• Banheiros: 31%

O que mais agradou na programação geral foi:
• Música (20%)
• Cultura popular (17%)
• Dança (14%)

Tipo de música que o público mais quis ouvir:
• MPB: 27%
• Rock: 17%
• Samba: 11%
• Rap/ Hip hop: 8%
• Sertaneja: 8%

Nota (de 1 a 10) para opções de **gastronomia** de rua na Virada:
• 47% deram nota de 7 a 10
• 38% não utilizaram (destes, 33% porque não tiveram tempo)