

Pesquisa traça perfil do público do Carnaval de São Paulo

De acordo com o estudo realizado pelo Observatório do Turismo, núcleo de pesquisas da São Paulo Turismo (SPTuris, empresa municipal de turismo e eventos), os turistas representam 10,3% do público do Carnaval, sendo 98,8% de brasileiros. Além de São Paulo, os estados do Paraná, Minas Gerais e Rio de Janeiro foram os destinos de origem mais citados. No exterior, o principal foram os Estados Unidos. Os turistas permaneceram cinco dias na capital, em média, com gastos de R\$ 1.200,00 por pessoa.

Outro grupo que marcou presença no Sambódromo do Anhembi foi o de moradores da Grande São Paulo. A pesquisa aponta que eles representam 9,8% do público total.

O público do Carnaval é majoritariamente feminino (58%), na faixa etária de 30 a 39 anos (26,5%), com formação superior (34,7%) e renda mensal de 3 a 5 salários mínimos (31,1%). Para o levantamento foram entrevistados 1612 pessoas nas duas noites de desfiles do Grupo Especial, dias 17 e 18 de fevereiro de 2012, no Sambódromo do Anhembi.

“É importante notar o grande tempo de permanência dos visitantes. Isso quer dizer que, cada vez mais, as pessoas vêm para São Paulo não apenas para os grandes eventos, mas também querem ficar mais tempo e aproveitar toda a grande oferta cultural e de lazer que a cidade oferece”, afirma o presidente da SPTuris, Marcelo Rehder.

Avaliação do evento e da cidade

Com relação à infraestrutura, o evento alcançou altos índices de aprovação nas categorias segurança, circulação, sinalização e sonorização. Aproximadamente 95% concordaram com a afirmação “sinto-me seguro dentro do sambódromo”. Para 83,9%, “a circulação pelo setor estava fácil”; 82,3% disseram que “a sinalização do setor estava bem posicionada” e 81,4% consideraram que “a sonorização do Sambódromo é nítida”. Ainda na opinião de 70,6%, “a arquibancada estava limpa”. Os estacionamentos e os banheiros foram os itens menos aprovados, mas ainda sim obtiveram notas próximas da média.

A cidade de São Paulo também passou pela avaliação dos turistas. Atrativos culturais, opções de gastronomia, opções de compras e hospedagem receberam notas altas, superando as expectativas. Os pontos com menor nota na avaliação foram a sensação de segurança e a limpeza urbana.

Internet e redes sociais

A pesquisa mostrou também que a Internet foi o canal utilizado por 55% dos entrevistados para obter informações sobre a capital paulista. Foi registrado ainda um significativo crescimento na aquisição dos ingressos pela internet. No ano passado, 35,2% disseram ter comprado os ingressos dessa forma, ante 20,7% em 2011.

Em 2012 também, pela primeira vez, foi realizado um monitoramento das mídias sociais sobre o Carnaval de São Paulo e as escolas de samba do Grupo Especial. Durante o período de 11 dias, de 14 a 24 de fevereiro, foram 3.934 posts, sendo 81,5% positivos e neutros. A mídia social mais utilizada foi o Twitter, representando 64,9% do conteúdo monitorado, seguida do Facebook (27,5%), YouTube (6,7%) e blogs (0,9%). Com relação às agravações, as mais citadas foram Mancha Verde, Gaviões da Fiel, Mocidade Alegre, Vai Vai e Dragões da Real.

Confira as principais características do perfil do público do Carnaval SP 2012:

Gênero: Mulheres: 58% | Homens: 42%

Renda média mensal: 31,1% de 3 a 5 salários mínimos

Idade: 26,5%, de 30 a 39 anos

Instrução: 34,7% têm superior completo

Procedência: Residentes na cidade: 79,9% | Grande SP: 9,8% | Turistas: 10,3%

Hospedagem: Casa de amigos/parentes: 48,2% | Hotel/Flat: 26,3%

Chegada a São Paulo: Avião: 41,6% | Carro: 31,2%

Compra de ingressos: Bilheteria: 56,7% | Internet: 35,2%

Obtenção de informações sobre São Paulo: Internet: 55,1% | Amigos: 18,1%