

**PESQUISA
QUANTITATIVA**



**I N S T I T U T O
V E R
PESQUISA E ESTRATÉGIA**

AUDIOVISUAL

PESQUISA
QUANTITATIVA



INSTITUTO
V E R
PESQUISA E ESTRATÉGIA

A pesquisa

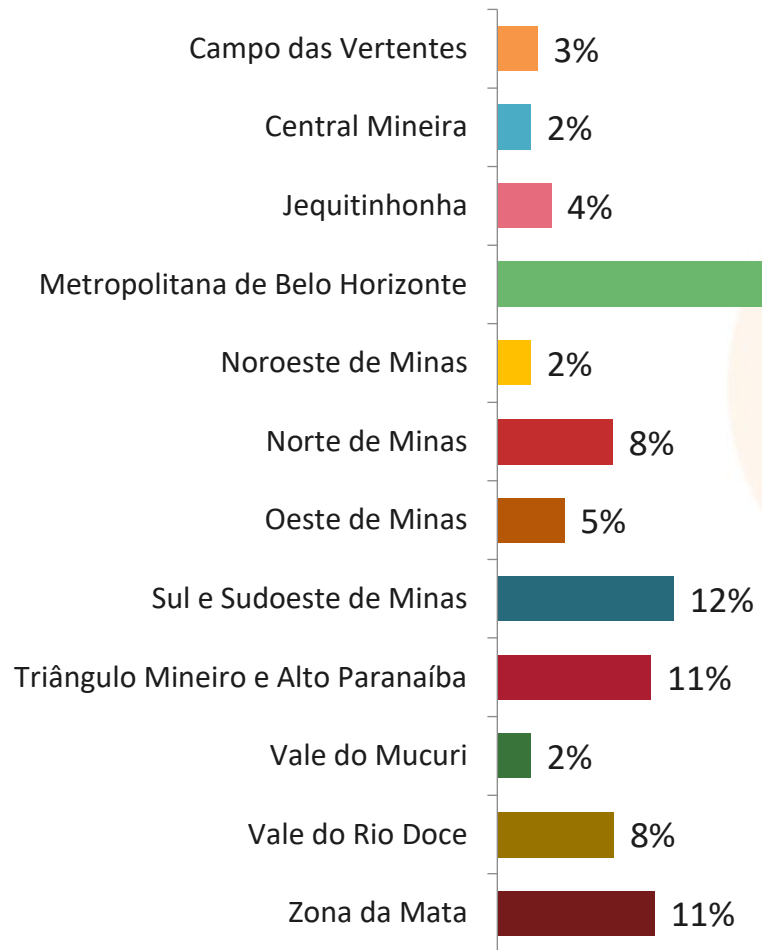
- **Amostra**
 - *1.280 entrevistas*
- **Margem de erro e Intervalo de confiança**
 - $\pm 3\%$
 - *95%*
- **Representatividade**
 - *Moradores de Minas Gerais entre 16 e 75 anos*
- **Data da coleta**
 - *maio de 2022*



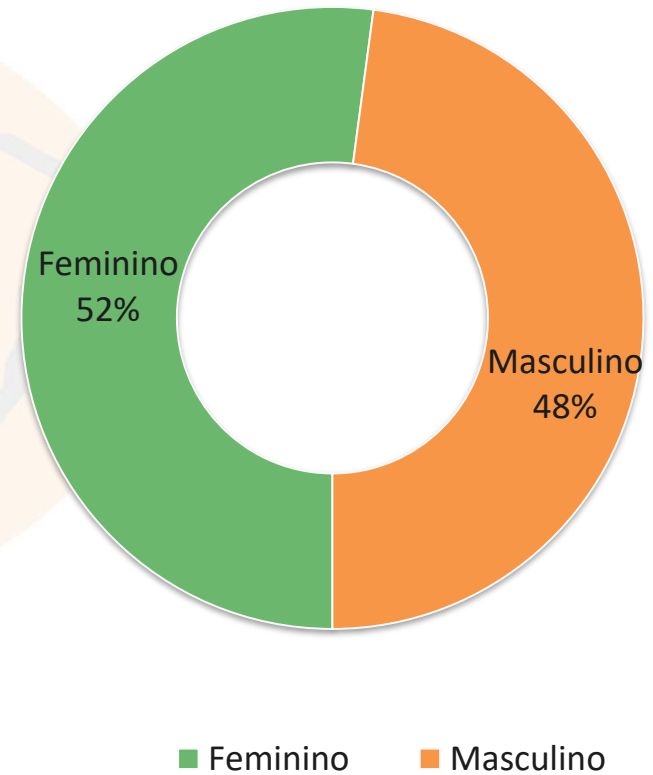


DESCRIÇÃO DA AMOSTRA

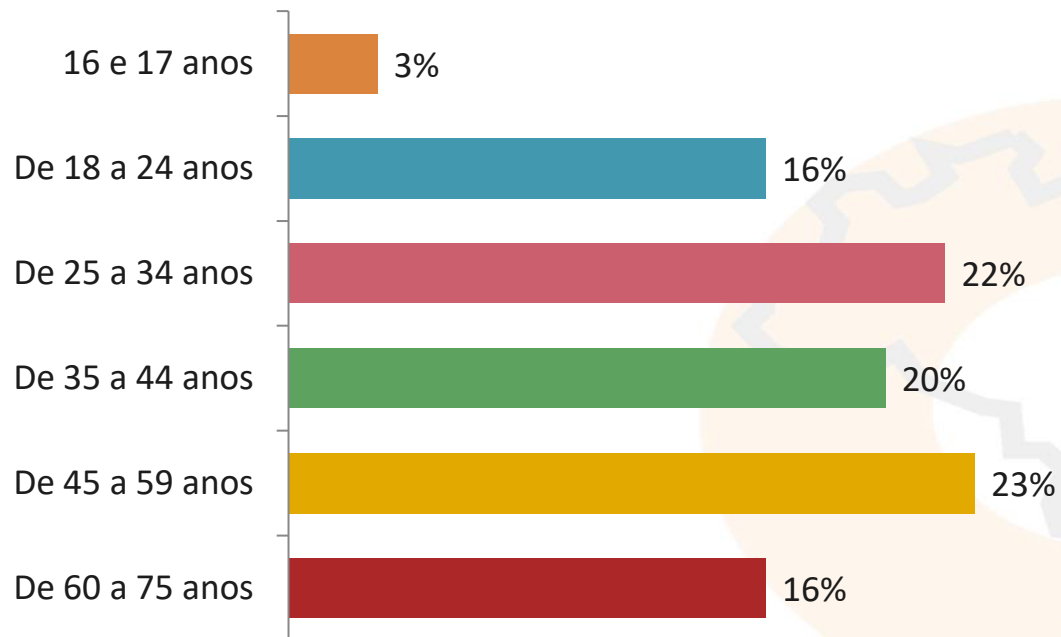
Região



Sexo

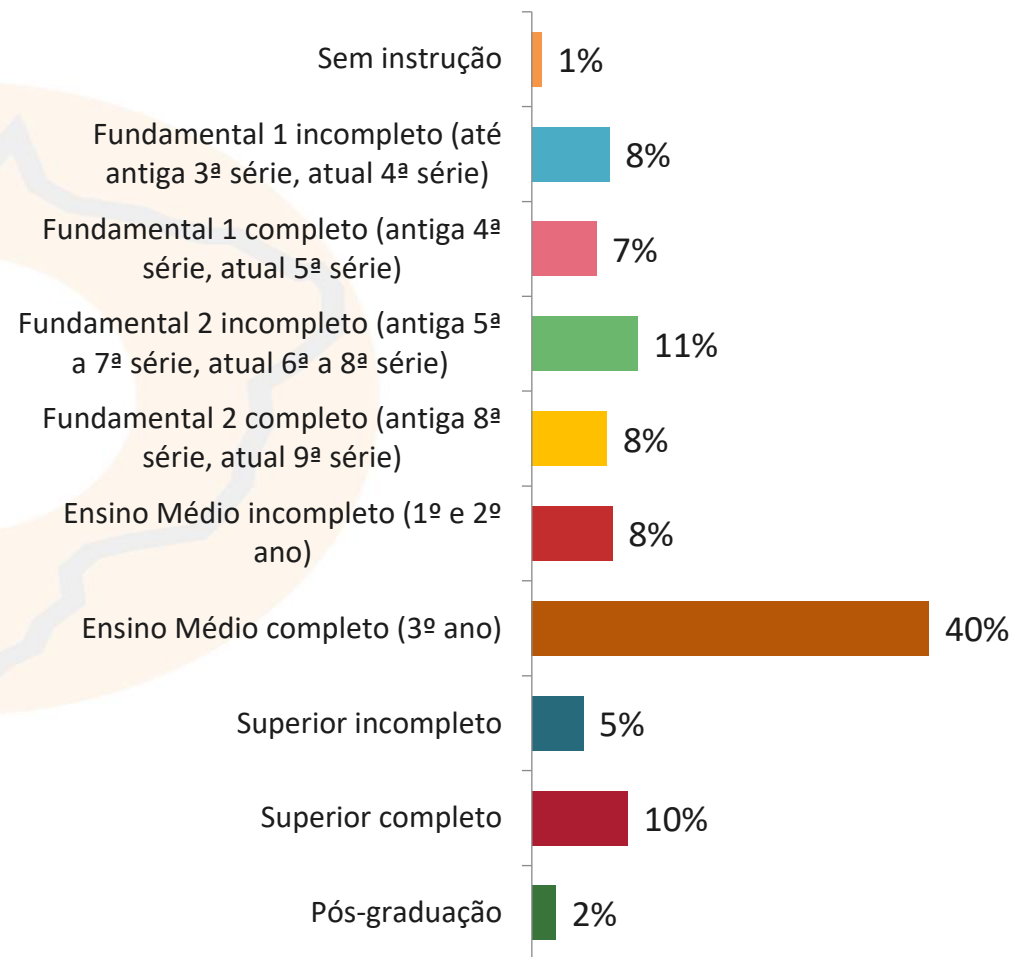


Faixa etária

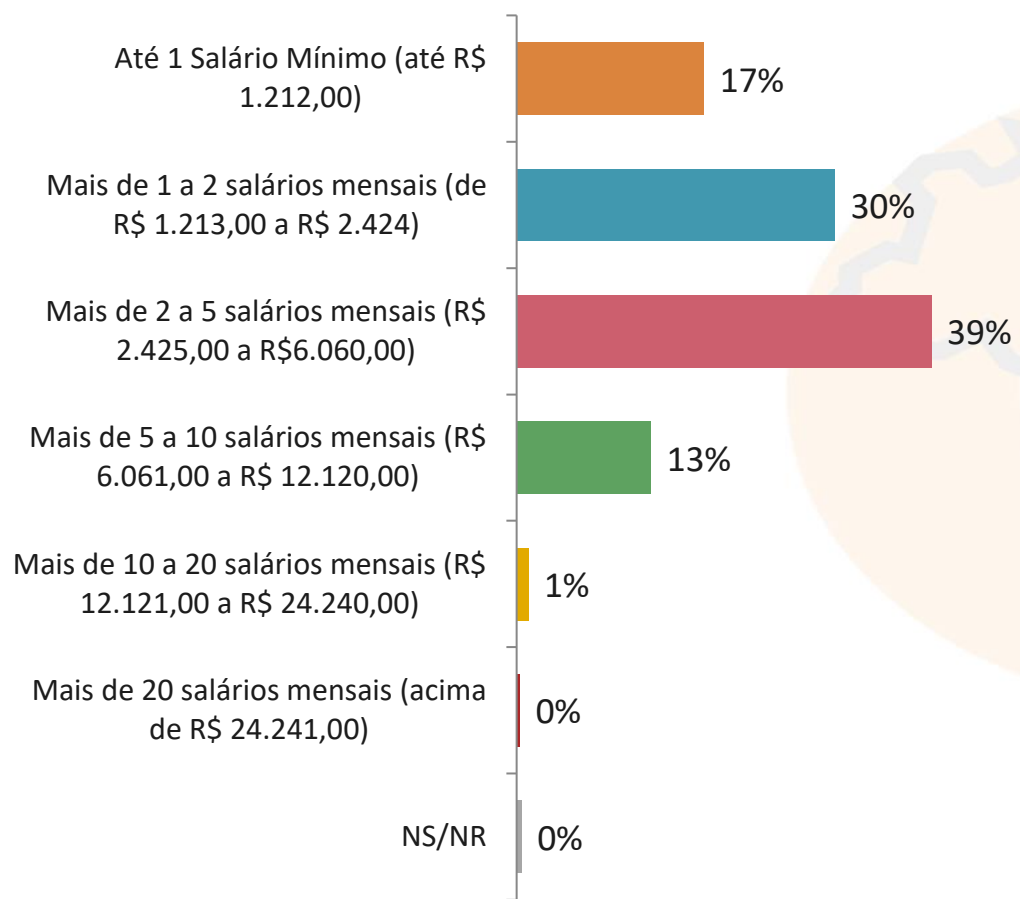


| | | |
|--------------------|-------|----|
| N | 1.280 | |
| Média | 40,6 | |
| Mediana | 39 | |
| Erro Desvio | 15,6 | |
| Mínimo | 16 | |
| Máximo | 75 | |
| Percentis | 25 | 27 |
| | 50 | 39 |
| | 75 | 54 |

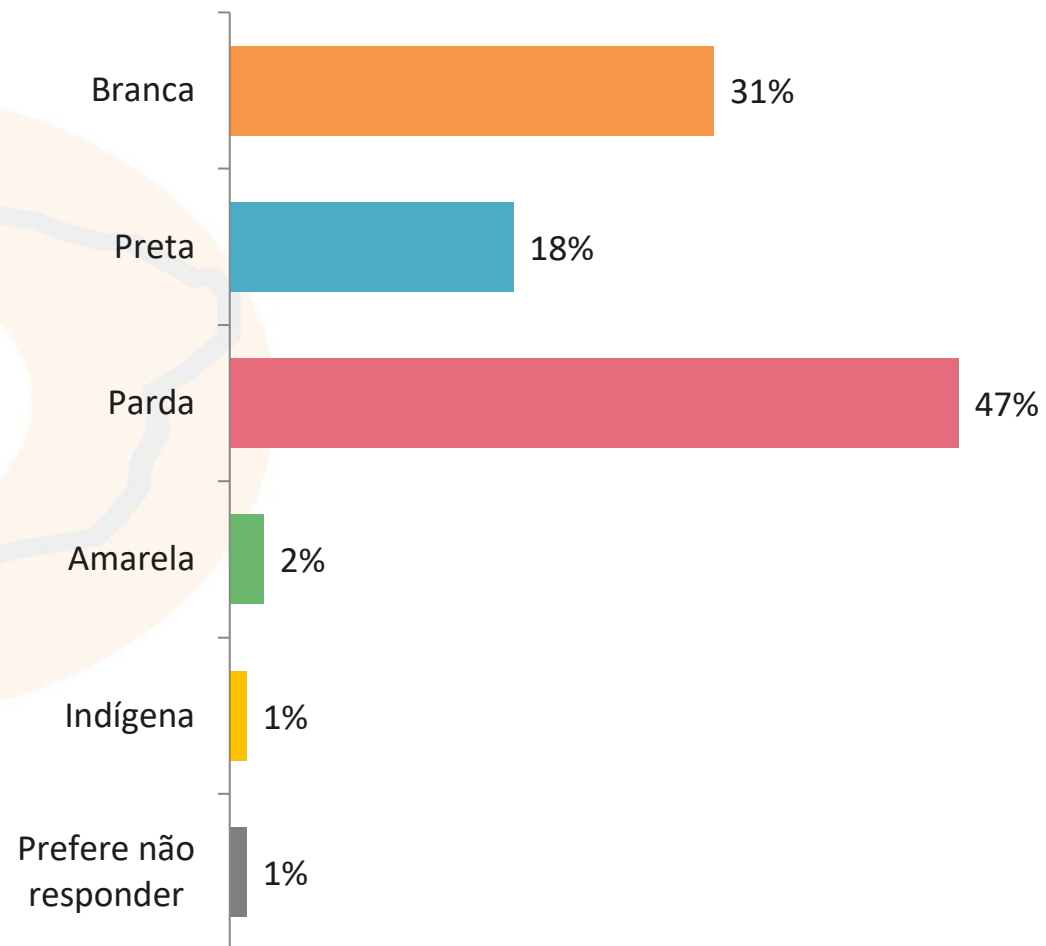
Escolaridade



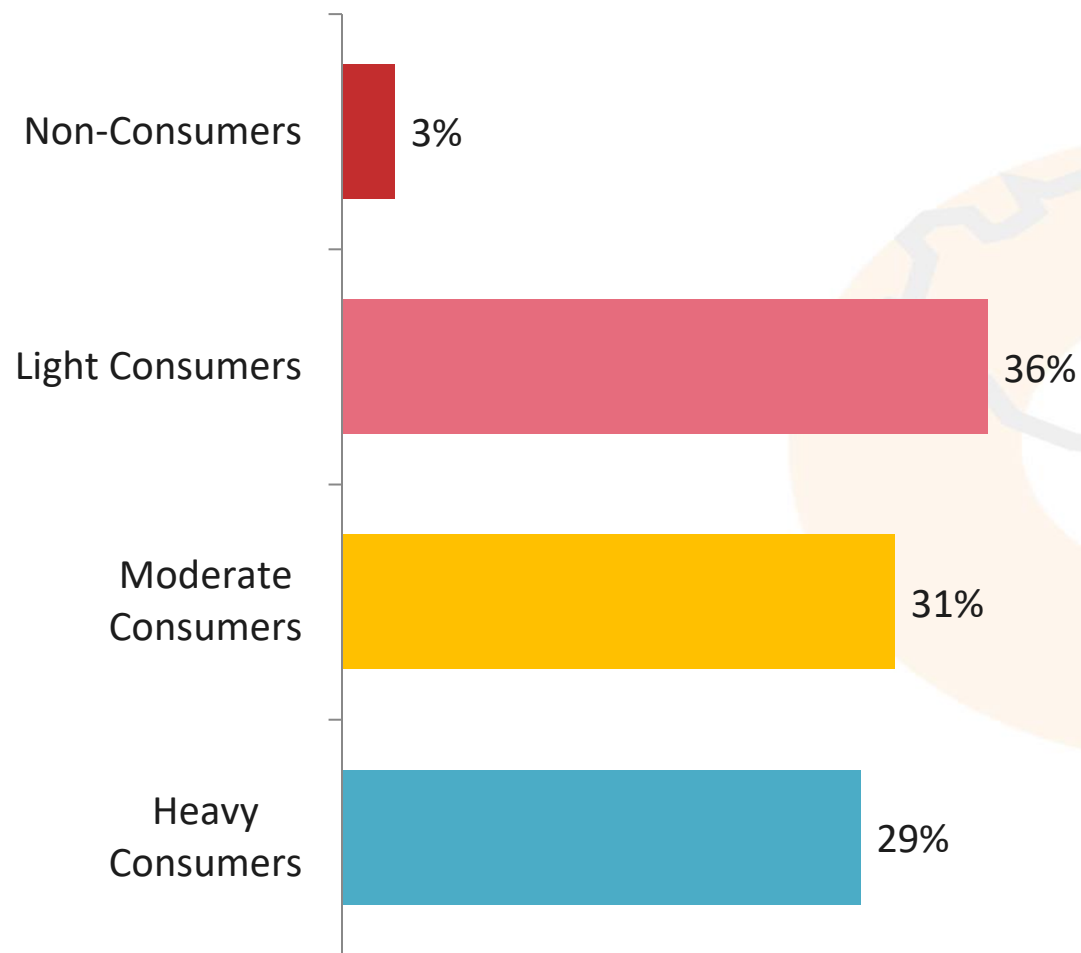
Renda



Cor / Raça

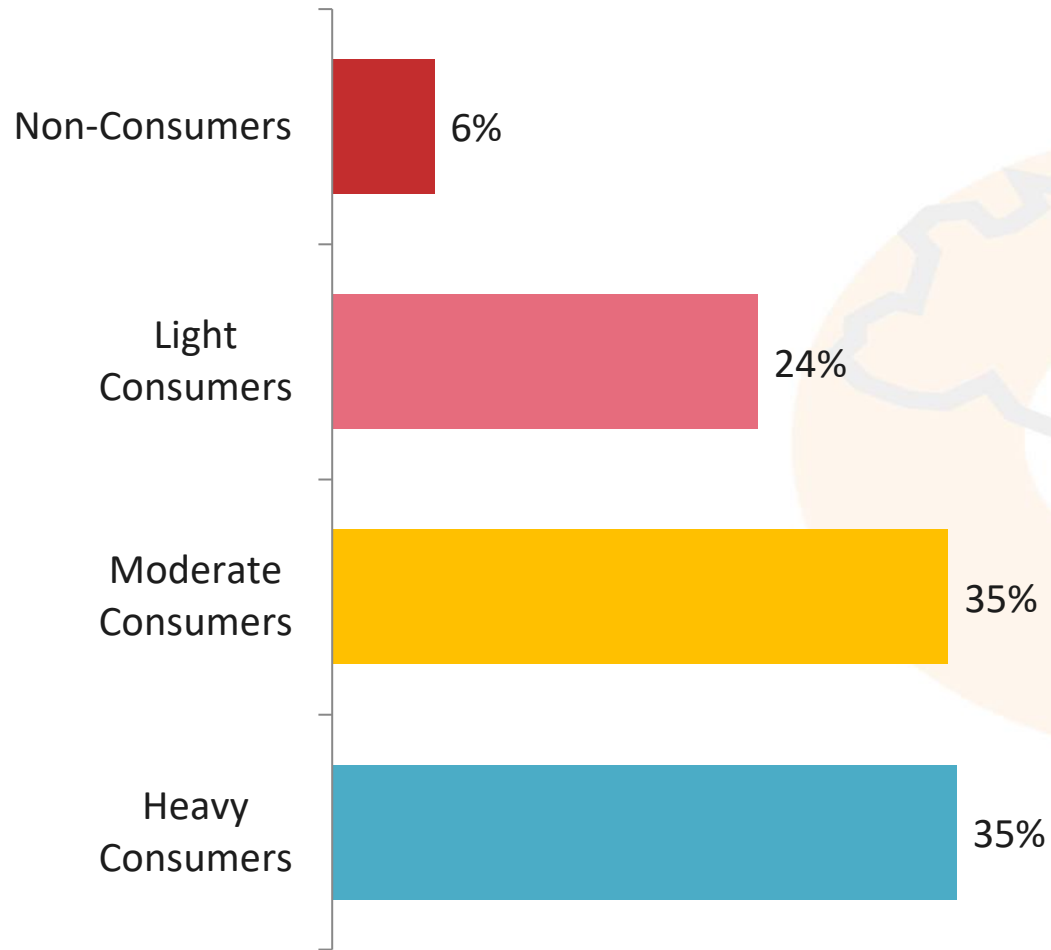


Tipo de consumidor segunda a sexta-feira



- **Non-Consumers:** entrevistados que não consomem nenhum meio de audiovisual de segunda a sexta-feira.
- **Light Consumers:** entrevistados que consomem até 2h59min de conteúdo audiovisual em algum meio de segunda a sexta-feira.
- **Moderate Consumers:** entrevistados que consomem de 3h00min a 5h59min de conteúdo audiovisual em algum meio de segunda a sexta-feira.
- **Heavy Consumers:** entrevistados que consomem mais 5h59min de conteúdo audiovisual em algum meio de segunda a sexta-feira.

Tipo de consumidor fim de semana



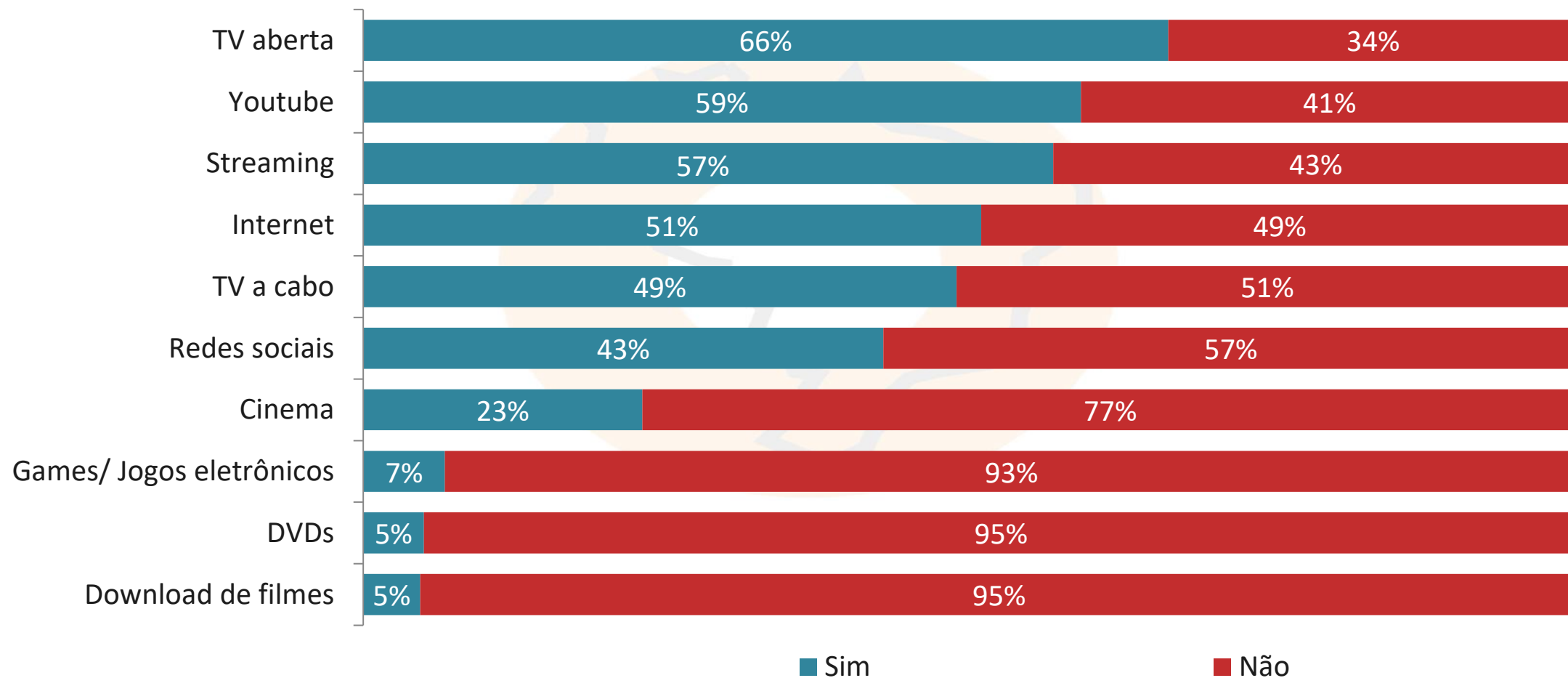
- **Non-Consumers:** entrevistados que não consomem nenhum meio de audiovisual no fim de semana.
- **Light Consumers:** entrevistados que consomem até 2h59min de conteúdo audiovisual em algum meio no fim de semana.
- **Moderate Consumers:** entrevistados que consomem de 3h00min a 5h59min de conteúdo audiovisual em algum meio no fim de semana.
- **Heavy Consumers:** entrevistados que consomem mais 5h59min de conteúdo audiovisual em algum meio no fim de semana.



MEIO DE CONSUMO

Meio de consumo

Em qual meio você consome audiovisual (filmes/séries/vídeos curtos, etc.)?

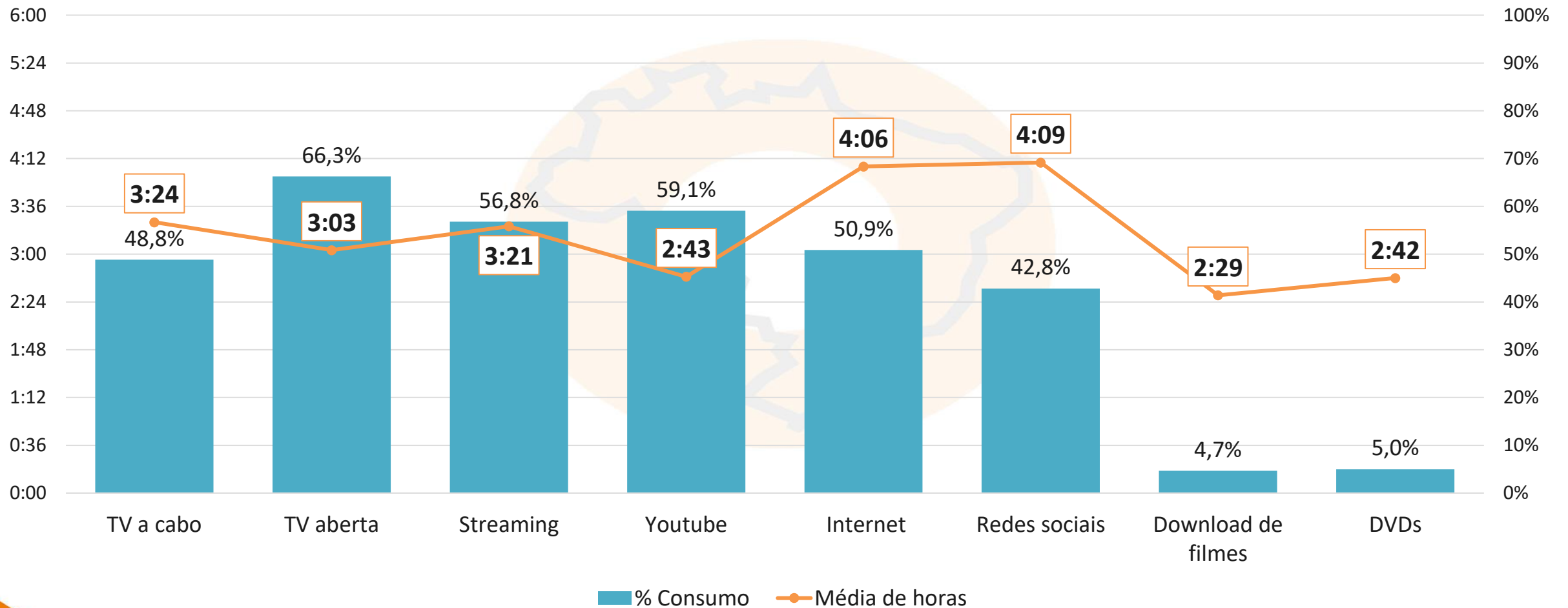


Meio de consumo

| | | Cinema | TV a cabo | TV aberta | Streaming | Youtube | Internet | Redes sociais | Download de filmes | DVDs | Games/ Jogos eletrônicos |
|-------------------------------|------------------------------------|--------|-----------|-----------|-----------|---------|----------|---------------|--------------------|-------|--------------------------|
| Geral | | 23,0% | 48,8% | 66,3% | 56,8% | 59,1% | 50,9% | 42,8% | 4,7% | 5,0% | 6,7% |
| Região | Campo das Vertentes | 11,1% | 50,0% | 75,0% | 66,7% | 58,3% | 83,3% | 61,1% | 13,9% | 2,8% | 13,9% |
| | Central Mineira | 10,0% | 66,7% | 76,7% | 66,7% | 63,3% | 73,3% | 60,0% | 6,7% | 0,0% | 20,0% |
| | Jequitinhonha | 27,1% | 60,4% | 70,8% | 56,3% | 35,4% | 43,8% | 25,0% | 10,4% | 6,3% | 4,2% |
| | Metropolitana de Belo Horizonte | 33,3% | 48,4% | 73,3% | 57,0% | 64,0% | 59,0% | 44,7% | 6,9% | 6,4% | 9,4% |
| | Noroeste de Minas | 6,7% | 63,3% | 73,3% | 53,3% | 46,7% | 13,3% | 20,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| | Norte de Minas | 10,7% | 48,5% | 68,9% | 57,3% | 59,2% | 68,9% | 69,9% | 1,0% | 1,0% | 6,8% |
| | Oeste de Minas | 16,7% | 51,7% | 75,0% | 45,0% | 56,7% | 58,3% | 41,7% | 3,3% | 3,3% | 8,3% |
| | Sul e Sudoeste de Minas | 17,2% | 35,7% | 64,3% | 50,3% | 52,2% | 26,1% | 14,6% | 0,0% | 7,0% | 0,0% |
| | Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba | 32,1% | 43,1% | 67,9% | 62,8% | 67,9% | 50,4% | 55,5% | 0,0% | 4,4% | 10,2% |
| | Vale do Mucuri | 13,3% | 63,3% | 40,0% | 56,7% | 56,7% | 73,3% | 73,3% | 10,0% | 3,3% | 6,7% |
| | Vale do Rio Doce | 21,2% | 51,0% | 51,0% | 61,5% | 52,9% | 30,8% | 50,0% | 3,8% | 1,0% | 2,9% |
| | Zona da Mata | 13,6% | 53,6% | 50,0% | 55,0% | 60,0% | 46,4% | 27,9% | 7,1% | 8,6% | 2,9% |
| Sexo | Feminino | 22,9% | 46,3% | 68,8% | 58,0% | 58,6% | 51,7% | 45,1% | 4,3% | 3,7% | 2,5% |
| | Masculino | 23,0% | 51,5% | 63,5% | 55,5% | 59,5% | 49,9% | 40,3% | 5,1% | 6,4% | 11,3% |
| Faixa Etária | Até 24 anos | 36,7% | 55,9% | 53,5% | 80,4% | 67,3% | 66,1% | 56,7% | 8,2% | 3,3% | 12,7% |
| | 25 a 34 anos | 30,1% | 57,0% | 62,4% | 76,0% | 66,7% | 57,3% | 53,4% | 6,8% | 2,5% | 11,1% |
| | 35 a 44 anos | 18,0% | 51,6% | 64,8% | 56,0% | 64,4% | 50,8% | 44,4% | 4,8% | 5,2% | 6,0% |
| | 45 anos ou mais | 14,8% | 39,5% | 75,3% | 35,2% | 48,2% | 39,9% | 29,4% | 1,8% | 7,1% | 1,8% |
| Escolaridade | Fundamental I com/inc | 6,1% | 23,2% | 78,8% | 21,2% | 37,4% | 26,8% | 17,2% | 1,0% | 11,1% | 2,5% |
| | Fundamental II com/inc | 16,5% | 47,5% | 77,5% | 44,9% | 59,3% | 48,7% | 34,7% | 3,4% | 6,4% | 4,2% |
| | Ensino Médio com/inc | 24,6% | 51,7% | 62,4% | 63,6% | 63,1% | 57,5% | 51,7% | 6,3% | 3,2% | 7,9% |
| | Superior com/inc | 40,4% | 65,0% | 53,8% | 82,1% | 66,8% | 56,1% | 49,3% | 4,9% | 3,1% | 9,9% |
| Renda | Até 2 SM | 14,6% | 43,4% | 70,4% | 46,8% | 48,7% | 46,3% | 38,0% | 3,7% | 6,5% | 4,3% |
| | De 2 a 5 SM | 27,1% | 50,2% | 65,8% | 62,8% | 69,2% | 57,1% | 47,6% | 4,7% | 3,6% | 9,3% |
| | Mais de 5 SM | 39,3% | 62,9% | 53,4% | 73,6% | 66,3% | 48,9% | 47,2% | 8,4% | 2,8% | 7,3% |
| Cor | Branca | 24,7% | 49,0% | 61,9% | 61,4% | 56,8% | 46,7% | 40,9% | 4,3% | 4,0% | 4,5% |
| | Preta/Parda | 22,8% | 48,8% | 68,4% | 54,7% | 60,1% | 52,4% | 42,8% | 5,1% | 5,7% | 7,4% |
| | Outras | 16,7% | 47,6% | 78,6% | 57,1% | 54,8% | 52,4% | 54,8% | 2,4% | 2,4% | 16,7% |
| Consumo durante semana | Non-Consumers | 7,9% | 21,1% | 36,8% | 42,1% | 7,9% | 18,4% | 2,6% | 2,6% | 2,6% | 0,0% |
| | Light Consumers | 18,0% | 42,2% | 64,7% | 46,0% | 49,3% | 36,2% | 25,5% | 2,1% | 6,6% | 1,9% |
| | Moderate Consumers | 24,8% | 51,5% | 68,5% | 59,8% | 60,0% | 50,8% | 42,5% | 3,8% | 4,0% | 6,5% |
| | Heavy Consumers | 28,8% | 57,1% | 68,8% | 68,5% | 75,5% | 72,5% | 68,8% | 9,1% | 4,3% | 13,6% |
| Consumo fim de semana | Non-Consumers | 14,9% | 31,1% | 59,5% | 29,7% | 33,8% | 23,0% | 13,5% | 2,7% | 8,1% | 0,0% |
| | Light Consumers | 17,9% | 38,3% | 69,2% | 38,0% | 51,0% | 36,7% | 27,9% | 1,6% | 5,8% | 1,9% |
| | Moderate Consumers | 22,9% | 52,5% | 63,5% | 63,2% | 58,5% | 49,3% | 38,8% | 3,6% | 4,5% | 4,0% |
| | Heavy Consumers | 27,9% | 55,3% | 68,1% | 67,7% | 69,2% | 66,6% | 61,7% | 8,2% | 4,4% | 13,7% |

Utilização de segunda a sexta-feira

De segunda a sexta-feira, em média quanto tempo você utiliza diariamente esse meio?

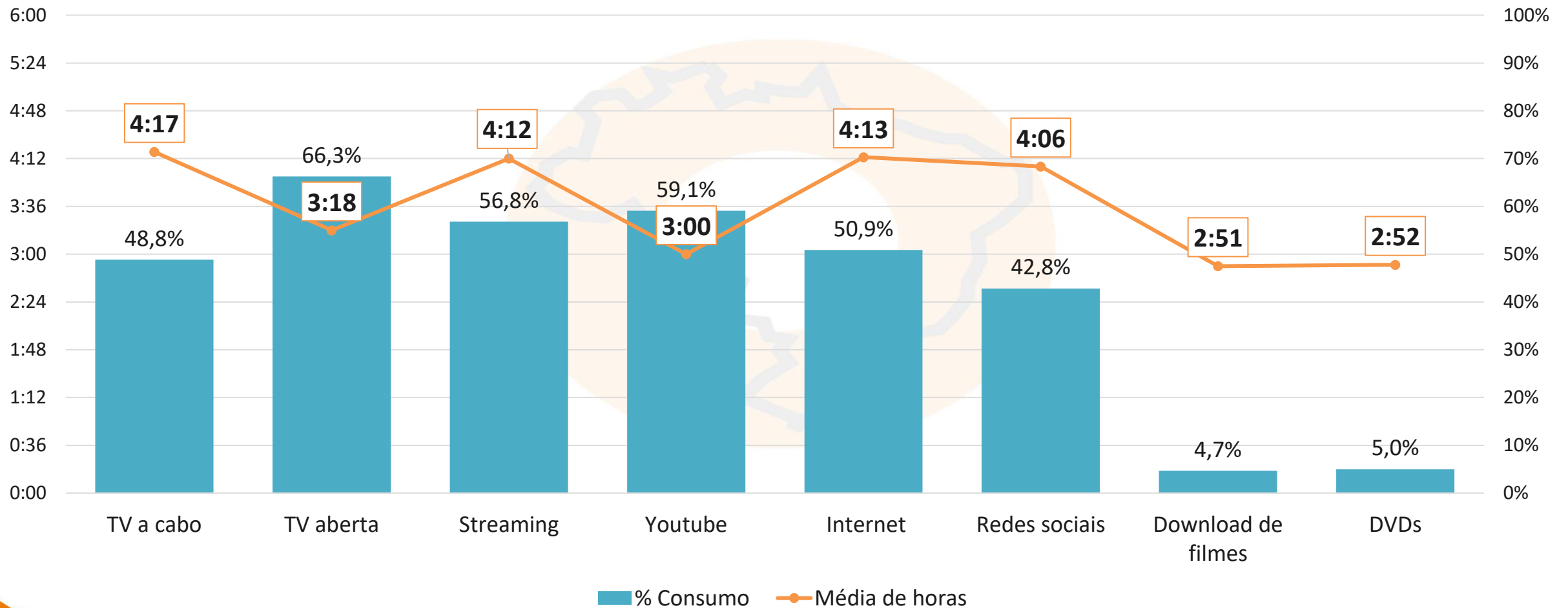


Utilização de segunda a sexta-feira

| | | TV a cabo | TV aberta | Streaming | Youtube | Internet | Redes sociais | Download de filmes | DVDs | Games/ Jogos eletrônicos |
|-------------------------------|------------------------------------|-----------|-----------|-----------|---------|----------|---------------|--------------------|------|--------------------------|
| Geral | | 3:24 | 3:03 | 3:21 | 2:43 | 4:06 | 4:09 | 2:29 | 2:42 | 3:35 |
| Região | Campo das Vertentes | 7:08 | 9:47 | 6:55 | 5:02 | 6:22 | 4:47 | 3:00 | 6:00 | 6:06 |
| | Central Mineira | 9:06 | 6:45 | 6:15 | 3:31 | 6:15 | 3:44 | 3:20 | | 5:20 |
| | Jequitinhonha | 6:25 | 4:54 | 6:13 | 5:22 | 4:31 | 5:23 | 5:00 | 5:40 | 2:15 |
| | Metropolitana de Belo Horizonte | 3:12 | 2:49 | 3:10 | 2:32 | 4:49 | 4:52 | 2:00 | 2:53 | 2:59 |
| | Noroeste de Minas | 3:28 | 2:21 | 2:04 | 2:04 | 1:30 | 3:30 | | | |
| | Norte de Minas | 2:12 | 2:30 | 2:30 | 1:56 | 4:49 | 3:37 | 5:00 | 3:00 | 1:00 |
| | Oeste de Minas | 2:46 | 1:46 | 2:51 | 2:08 | 1:55 | 2:43 | 0:45 | 2:30 | 1:54 |
| | Sul e Sudoeste de Minas | 2:04 | 1:54 | 1:52 | 2:05 | 2:26 | 1:56 | | 1:35 | |
| | Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba | 4:18 | 4:19 | 4:26 | 4:18 | 3:36 | 5:40 | | 2:18 | 4:34 |
| | Vale do Mucuri | 2:37 | 2:57 | 3:45 | 2:52 | 4:40 | 3:55 | 1:10 | 2:00 | 1:15 |
| | Vale do Rio Doce | 2:40 | 2:03 | 3:01 | 1:57 | 3:04 | 3:08 | 2:15 | 0:30 | 5:30 |
| | Zona da Mata | 2:41 | 2:19 | 2:39 | 2:23 | 2:18 | 2:13 | 3:00 | 2:11 | 7:07 |
| Sexo | Feminino | 3:27 | 3:09 | 3:13 | 2:41 | 4:11 | 4:26 | 2:13 | 2:20 | 4:22 |
| | Masculino | 3:21 | 2:56 | 3:29 | 2:46 | 4:00 | 3:48 | 2:47 | 2:56 | 3:24 |
| Faixa Etária | Até 24 anos | 3:51 | 2:56 | 3:27 | 3:04 | 4:44 | 4:58 | 2:52 | 4:45 | 3:42 |
| | 25 a 34 anos | 3:20 | 3:11 | 3:28 | 2:59 | 4:36 | 4:39 | 1:56 | 4:22 | 3:21 |
| | 35 a 44 anos | 3:16 | 2:32 | 3:27 | 2:28 | 3:56 | 3:53 | 2:04 | 2:09 | 2:06 |
| | 45 anos ou mais | 3:13 | 3:16 | 3:01 | 2:27 | 3:16 | 3:07 | 3:21 | 2:15 | 6:22 |
| Escolaridade | Fundamental I com/inc | 3:26 | 3:26 | 2:56 | 3:10 | 3:15 | 3:25 | 0:45 | 2:25 | 4:04 |
| | Fundamental II com/inc | 4:07 | 3:25 | 3:25 | 3:00 | 4:01 | 4:20 | 2:13 | 3:54 | 2:45 |
| | Ensino Médio com/inc | 3:17 | 2:58 | 3:27 | 2:40 | 4:15 | 4:14 | 2:53 | 2:45 | 3:55 |
| | Superior com/inc | 3:05 | 2:14 | 3:09 | 2:24 | 4:06 | 4:00 | 1:43 | 1:11 | 2:57 |
| Renda | Até 2 SM | 3:33 | 3:19 | 3:24 | 2:34 | 4:07 | 4:04 | 3:03 | 2:53 | 3:04 |
| | De 2 a 5 SM | 3:23 | 2:56 | 3:28 | 2:59 | 3:59 | 4:23 | 2:12 | 2:43 | 4:12 |
| | Mais de 5 SM | 2:57 | 2:15 | 2:55 | 2:21 | 4:26 | 3:43 | 1:52 | 1:52 | 2:30 |
| Cor | Branca | 3:15 | 2:52 | 3:02 | 2:38 | 3:44 | 3:50 | 2:50 | 1:58 | 3:50 |
| | Preta/Parda | 3:26 | 3:03 | 3:26 | 2:49 | 4:14 | 4:19 | 2:20 | 2:56 | 3:45 |
| | Outras | 4:28 | 4:28 | 5:20 | 1:47 | 4:08 | 4:40 | | 1:30 | 1:37 |
| Consumo durante semana | Non-Consumers | | | | | | | | | |
| | Light Consumers | 1:29 | 1:25 | 1:29 | 1:06 | 1:14 | 1:08 | 1:00 | 1:33 | 0:51 |
| | Moderate Consumers | 2:40 | 2:43 | 2:51 | 2:06 | 2:38 | 2:27 | 1:53 | 2:46 | 2:29 |
| | Heavy Consumers | 5:51 | 5:22 | 5:11 | 4:36 | 6:55 | 6:41 | 3:07 | 4:39 | 4:32 |
| Consumo fim de semana | Non-Consumers | 2:34 | 2:24 | 3:16 | 2:40 | 4:52 | 4:25 | 2:25 | 1:50 | |
| | Light Consumers | 2:16 | 1:57 | 1:50 | 1:28 | 1:45 | 1:47 | 1:06 | 1:36 | 1:05 |
| | Moderate Consumers | 2:46 | 2:35 | 2:35 | 2:09 | 2:27 | 2:43 | 1:38 | 2:46 | 4:07 |
| | Heavy Consumers | 4:36 | 4:22 | 4:33 | 3:52 | 6:13 | 5:49 | 2:57 | 4:05 | 3:42 |

Utilização de finais de semana

E nos finais de semana, em média quanto tempo você utiliza diariamente esse meio?



Utilização de finais de semana

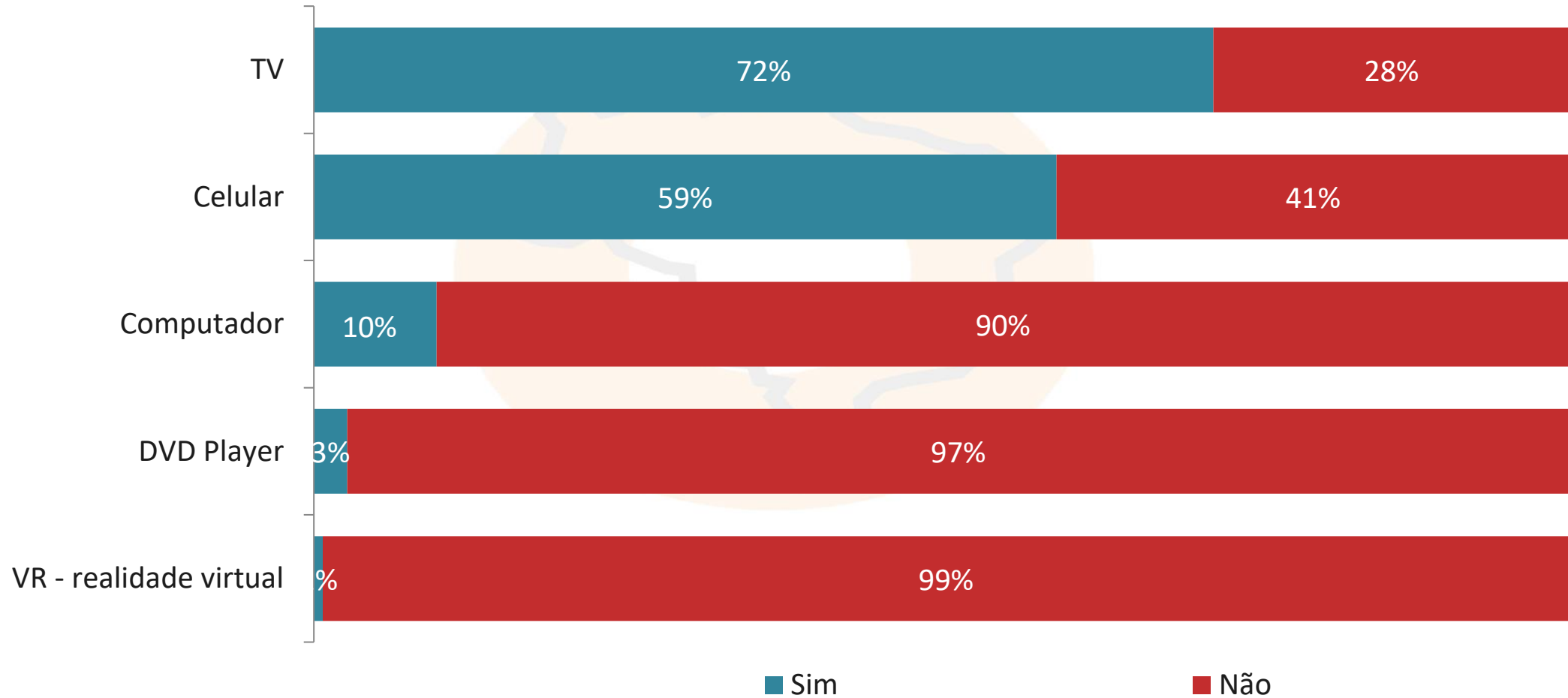
| | | TV a cabo | TV aberta | Streaming | Youtube | Internet | Redes sociais | Download de filmes | DVDs | Games/ Jogos eletrônicos |
|-------------------------------|------------------------------------|-----------|-----------|-----------|---------|----------|---------------|--------------------|------|--------------------------|
| Geral | | 4:17 | 3:18 | 4:12 | 3:00 | 4:13 | 4:06 | 2:51 | 2:52 | 3:22 |
| Região | Campo das Vertentes | 5:05 | 4:04 | 5:24 | 2:39 | 4:37 | 4:43 | 3:24 | 4:00 | 3:15 |
| | Central Mineira | 5:56 | 3:55 | 6:21 | 2:26 | 4:35 | 2:39 | 2:00 | | 4:00 |
| | Jequitinhonha | 7:01 | 6:22 | 7:41 | 5:39 | 5:44 | 6:27 | 5:48 | 6:00 | 2:15 |
| | Metropolitana de Belo Horizonte | 4:31 | 3:21 | 4:06 | 2:54 | 4:51 | 4:53 | 2:32 | 2:34 | 3:49 |
| | Noroeste de Minas | 3:53 | 2:54 | 2:37 | 2:25 | 2:45 | 3:40 | | | |
| | Norte de Minas | 3:22 | 3:01 | 4:22 | 2:43 | 5:06 | 3:57 | 3:00 | 5:00 | 1:01 |
| | Oeste de Minas | 3:40 | 2:11 | 3:37 | 2:49 | 2:28 | 3:14 | 2:00 | 2:15 | 2:22 |
| | Sul e Sudoeste de Minas | 3:00 | 2:33 | 3:05 | 2:58 | 2:54 | 2:40 | | 2:24 | |
| | Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba | 4:34 | 3:47 | 4:34 | 3:17 | 2:42 | 3:50 | | 2:25 | 3:30 |
| | Vale do Mucuri | 3:19 | 2:30 | 4:13 | 2:48 | 4:10 | 3:32 | 1:00 | 3:00 | 2:00 |
| | Vale do Rio Doce | 3:40 | 2:40 | 3:37 | 2:41 | 3:57 | 4:06 | 2:07 | 1:00 | 4:40 |
| | Zona da Mata | 4:08 | 2:49 | 3:48 | 3:17 | 3:40 | 2:33 | 2:40 | 3:13 | 4:30 |
| Sexo | Feminino | 4:27 | 3:22 | 4:24 | 3:00 | 4:18 | 4:18 | 2:58 | 2:41 | 3:19 |
| | Masculino | 4:08 | 3:13 | 3:59 | 3:00 | 4:07 | 3:52 | 2:45 | 2:59 | 3:23 |
| Faixa Etária | Até 24 anos | 4:35 | 3:36 | 4:25 | 3:32 | 4:56 | 4:59 | 3:18 | 3:05 | 3:53 |
| | 25 a 34 anos | 4:16 | 3:21 | 4:29 | 3:14 | 4:47 | 4:47 | 1:58 | 3:35 | 3:10 |
| | 35 a 44 anos | 4:18 | 3:10 | 4:29 | 2:40 | 4:00 | 3:39 | 2:50 | 2:09 | 3:00 |
| | 45 anos ou mais | 4:04 | 3:14 | 3:25 | 2:40 | 3:16 | 2:55 | 4:07 | 2:54 | 3:03 |
| Escolaridade | Fundamental I com/inc | 3:44 | 3:16 | 3:17 | 3:19 | 3:08 | 2:33 | 0:30 | 2:46 | 5:00 |
| | Fundamental II com/inc | 4:44 | 3:45 | 4:31 | 3:08 | 4:08 | 4:23 | 2:00 | 2:59 | 3:01 |
| | Ensino Médio com/inc | 4:22 | 3:20 | 4:24 | 3:05 | 4:32 | 4:17 | 3:05 | 3:29 | 3:20 |
| | Superior com/inc | 3:56 | 2:32 | 3:47 | 2:29 | 3:47 | 3:52 | 2:35 | 1:18 | 3:18 |
| Renda | Até 2 SM | 4:26 | 3:38 | 4:25 | 3:01 | 4:17 | 4:20 | 3:30 | 3:23 | 2:29 |
| | De 2 a 5 SM | 4:15 | 3:03 | 4:10 | 3:08 | 3:58 | 3:51 | 2:17 | 2:18 | 4:07 |
| | Mais de 5 SM | 4:03 | 2:39 | 3:54 | 2:37 | 4:51 | 4:12 | 2:46 | 2:00 | 2:34 |
| Cor | Branca | 4:19 | 2:55 | 3:49 | 2:41 | 3:43 | 3:42 | 3:01 | 3:22 | 2:32 |
| | Preta/Parda | 4:14 | 3:23 | 4:22 | 3:10 | 4:20 | 4:14 | 2:45 | 2:41 | 3:43 |
| | Outras | 5:02 | 4:22 | 5:25 | 2:30 | 5:10 | 5:36 | 4:00 | 2:40 | 3:00 |
| Consumo durante semana | Non-Consumers | 2:45 | 2:20 | 3:22 | 1:40 | 3:30 | 3:00 | 4:00 | 8:00 | |
| | Light Consumers | 2:57 | 2:03 | 2:58 | 1:53 | 1:46 | 1:33 | 1:07 | 2:03 | 1:45 |
| | Moderate Consumers | 4:03 | 3:17 | 4:00 | 2:49 | 3:20 | 2:51 | 2:10 | 2:31 | 3:16 |
| | Heavy Consumers | 5:48 | 4:53 | 5:32 | 4:05 | 6:21 | 6:07 | 3:50 | 4:06 | 3:46 |
| Consumo fim de semana | Non-Consumers | | | | | | | | | |
| | Light Consumers | 1:31 | 1:31 | 1:32 | 1:12 | 1:16 | 1:07 | 1:00 | 1:19 | 0:54 |
| | Moderate Consumers | 2:59 | 2:52 | 3:09 | 2:25 | 2:41 | 2:27 | 2:15 | 2:56 | 2:58 |
| | Heavy Consumers | 6:33 | 4:57 | 6:06 | 4:19 | 6:24 | 6:00 | 3:21 | 3:58 | 3:42 |



TIPO DE TELA

Tipo de tela

Em qual meio você consome audiovisual (filmes/séries/vídeos curtos, etc.)?

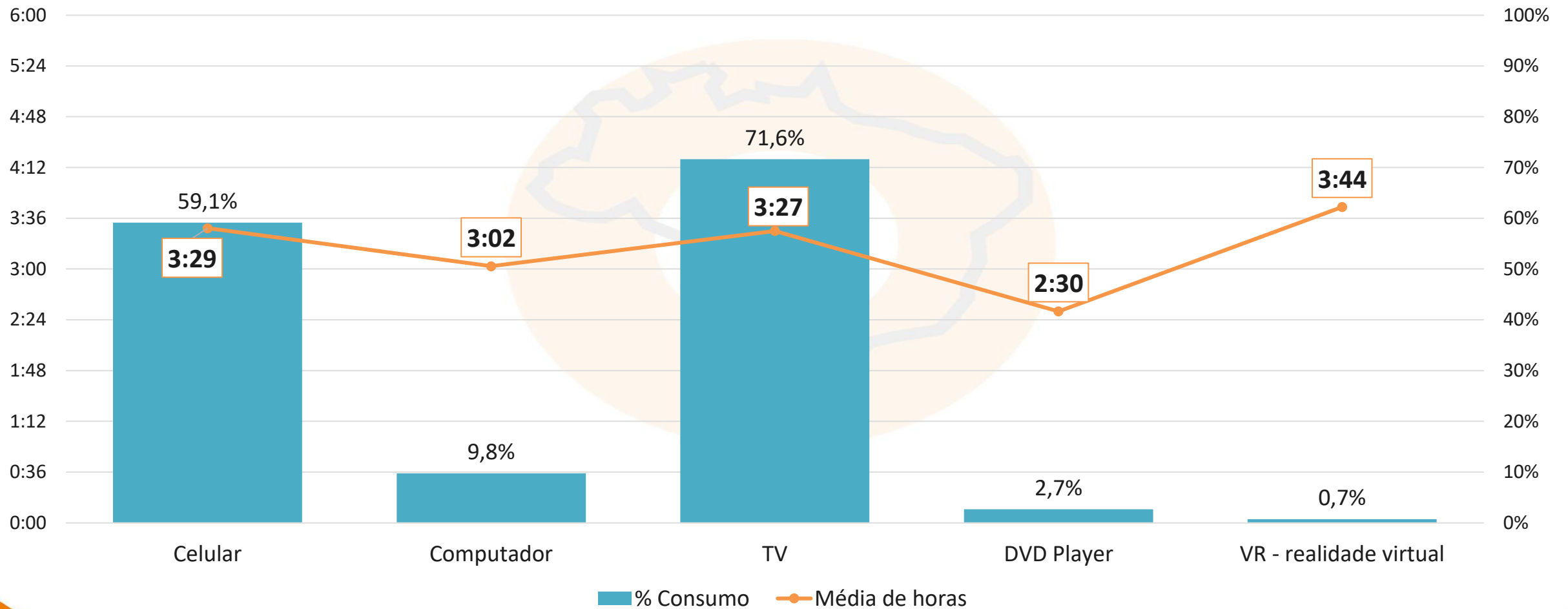


Tipo de tela

| | | Celular | Computador | TV | DVD Player | VR - realidade virtual |
|-------------------------------|------------------------------------|---------|------------|-------|------------|------------------------|
| Geral | | 59,1% | 9,8% | 71,6% | 2,7% | 0,7% |
| Região | Campo das Vertentes | 69,4% | 19,4% | 83,3% | 0,0% | 2,8% |
| | Central Mineira | 66,7% | 3,3% | 83,3% | 0,0% | 0,0% |
| | Jequitinhonha | 52,1% | 6,3% | 62,5% | 2,1% | 0,0% |
| | Metropolitana de Belo Horizonte | 57,8% | 13,1% | 73,8% | 4,9% | 1,7% |
| | Noroeste de Minas | 53,3% | 6,7% | 80,0% | 0,0% | 0,0% |
| | Norte de Minas | 68,9% | 1,0% | 62,1% | 0,0% | 0,0% |
| | Oeste de Minas | 60,0% | 6,7% | 88,3% | 3,3% | 0,0% |
| | Sul e Sudoeste de Minas | 50,3% | 5,7% | 51,0% | 2,5% | 0,0% |
| | Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba | 71,5% | 10,9% | 94,2% | 0,0% | 0,0% |
| | Vale do Mucuri | 93,3% | 26,7% | 63,3% | 0,0% | 0,0% |
| | Vale do Rio Doce | 42,3% | 2,9% | 44,2% | 1,9% | 1,0% |
| | Zona da Mata | 57,9% | 13,6% | 84,3% | 3,6% | 0,0% |
| Sexo | Feminino | 61,8% | 7,6% | 71,7% | 1,6% | 0,4% |
| | Masculino | 56,3% | 12,1% | 71,6% | 3,8% | 1,0% |
| Faixa Etária | Até 24 anos | 74,7% | 15,1% | 66,1% | 1,2% | 1,2% |
| | 25 a 34 anos | 68,8% | 12,5% | 66,3% | 1,4% | 0,7% |
| | 35 a 44 anos | 60,8% | 8,4% | 72,4% | 4,0% | 1,2% |
| | 45 anos ou mais | 45,5% | 6,3% | 76,9% | 3,4% | 0,2% |
| Escolaridade | Fundamental I com/inc | 37,9% | 3,5% | 77,8% | 3,5% | 0,5% |
| | Fundamental II com/inc | 58,1% | 3,0% | 72,5% | 3,4% | 0,8% |
| | Ensino Médio com/inc | 64,7% | 9,0% | 69,7% | 2,4% | 1,0% |
| | Superior com/inc | 63,7% | 24,7% | 70,9% | 1,8% | 0,0% |
| Renda | Até 2 SM | 55,5% | 5,3% | 70,9% | 3,3% | 1,2% |
| | De 2 a 5 SM | 63,0% | 9,9% | 72,5% | 2,4% | 0,4% |
| | Mais de 5 SM | 61,8% | 24,7% | 71,3% | 0,6% | 0,0% |
| Cor | Branca | 56,8% | 11,4% | 69,9% | 2,0% | 0,5% |
| | Preta/Parda | 60,4% | 9,5% | 72,8% | 3,0% | 0,6% |
| | Outras | 52,4% | 2,4% | 66,7% | 2,4% | 4,8% |
| Consumo durante semana | Non-Consumers | 34,2% | 5,3% | 63,2% | 0,0% | 0,0% |
| | Light Consumers | 50,1% | 8,6% | 68,7% | 3,2% | 0,4% |
| | Moderate Consumers | 59,5% | 10,0% | 72,5% | 2,8% | 1,0% |
| | Heavy Consumers | 72,5% | 11,5% | 75,2% | 2,1% | 0,8% |
| Consumo fim de semana | Non-Consumers | 36,5% | 6,8% | 68,9% | 5,4% | 2,7% |
| | Light Consumers | 50,6% | 6,5% | 67,9% | 2,9% | 0,3% |
| | Moderate Consumers | 58,7% | 10,3% | 70,0% | 2,5% | 0,4% |
| | Heavy Consumers | 69,0% | 11,9% | 76,3% | 2,2% | 0,9% |

Utilização de segunda a sexta-feira

De segunda a sexta-feira, em média quanto tempo você utiliza diariamente essa tela?

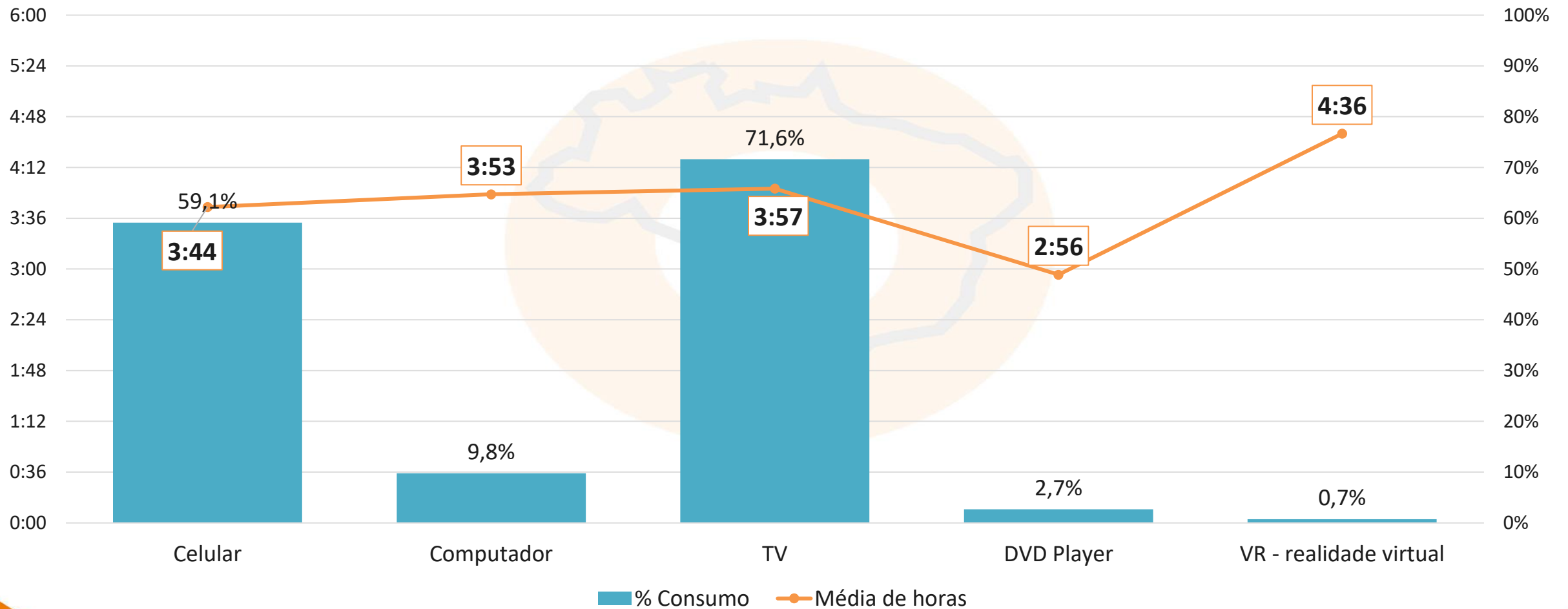


Utilização de segunda a sexta-feira

| | | Celular | Computador | TV | DVD Player | VR - realidade virtual |
|-------------------------------|------------------------------------|---------|------------|------|------------|------------------------|
| Geral | | 3:29 | 3:02 | 3:27 | 2:30 | 3:44 |
| Região | Campo das Vertentes | 6:05 | 4:55 | 9:25 | | 6:00 |
| | Central Mineira | 3:51 | | 6:37 | | |
| | Jequitinhonha | 4:50 | 5:00 | 4:35 | 2:00 | |
| | Metropolitana de Belo Horizonte | 3:26 | 3:12 | 3:09 | 3:06 | 2:31 |
| | Noroeste de Minas | 2:37 | 1:30 | 3:15 | | |
| | Norte de Minas | 5:03 | 3:00 | 2:54 | | |
| | Oeste de Minas | 2:32 | 1:45 | 2:26 | 1:00 | |
| | Sul e Sudoeste de Minas | 2:09 | 2:43 | 2:18 | 1:30 | |
| | Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba | 3:28 | 3:21 | 4:21 | | |
| | Vale do Mucuri | 7:19 | 2:51 | 4:09 | | |
| | Vale do Rio Doce | 2:31 | 1:40 | 2:37 | 1:10 | 10:00 |
| | Zona da Mata | 2:03 | 2:15 | 2:58 | 1:48 | |
| Sexo | Feminino | 3:38 | 2:35 | 3:30 | 2:46 | 6:40 |
| | Masculino | 3:19 | 3:20 | 3:25 | 2:22 | 2:16 |
| Faixa Etária | Até 24 anos | 4:11 | 3:32 | 3:34 | 2:23 | 2:56 |
| | 25 a 34 anos | 4:05 | 3:06 | 3:23 | 2:04 | 6:00 |
| | 35 a 44 anos | 2:56 | 2:49 | 3:24 | 1:48 | 1:36 |
| | 45 anos ou mais | 2:48 | 2:31 | 3:28 | 3:06 | 8:00 |
| Escolaridade | Fundamental I com/inc | 2:59 | 2:38 | 3:36 | 1:55 | 0:50 |
| | Fundamental II com/inc | 3:18 | 1:46 | 3:47 | 2:52 | 1:25 |
| | Ensino Médio com/inc | 3:48 | 2:52 | 3:24 | 2:39 | 5:00 |
| | Superior com/inc | 3:00 | 3:23 | 3:04 | 2:06 | |
| Renda | Até 2 SM | 3:52 | 2:20 | 3:30 | 2:18 | 3:05 |
| | De 2 a 5 SM | 3:23 | 3:12 | 3:35 | 2:50 | 6:00 |
| | Mais de 5 SM | 2:35 | 3:20 | 2:55 | 0:20 | |
| Cor | Branca | 3:09 | 2:47 | 3:27 | 3:33 | 4:25 |
| | Preta/Parda | 3:34 | 3:10 | 3:24 | 2:13 | 1:46 |
| | Outras | 4:02 | 3:00 | 5:03 | 2:00 | 8:00 |
| Consumo durante semana | Non-Consumers | 3:23 | 5:00 | 3:55 | | |
| | Light Consumers | 1:38 | 1:35 | 1:45 | 1:38 | 1:25 |
| | Moderate Consumers | 2:55 | 2:34 | 3:00 | 2:07 | 4:00 |
| | Heavy Consumers | 5:36 | 4:49 | 5:52 | 4:51 | 4:56 |
| Consumo fim de semana | Non-Consumers | 3:37 | 1:38 | 2:44 | 1:47 | 1:25 |
| | Light Consumers | 2:00 | 1:41 | 2:09 | 1:45 | 0:50 |
| | Moderate Consumers | 2:39 | 2:34 | 2:55 | 2:15 | 6:00 |
| | Heavy Consumers | 4:56 | 4:07 | 4:51 | 4:00 | 4:30 |

Utilização de finais de semana

De segunda a sexta-feira, em média quanto tempo você utiliza diariamente essa tela?



Utilização de finais de semana

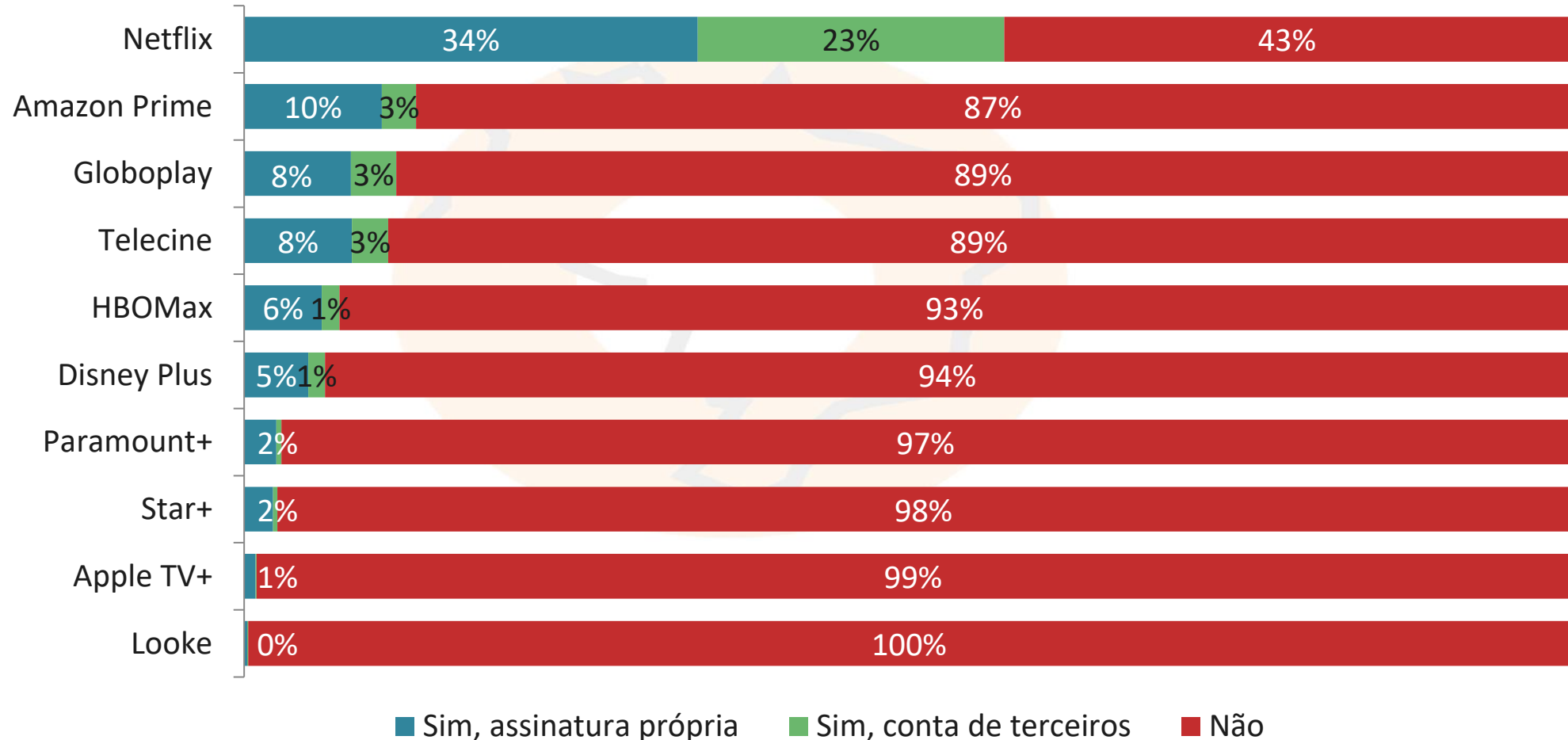
| | | Celular | Computador | TV | DVD Player | VR - realidade virtual |
|-------------------------------|------------------------------------|---------|------------|------|------------|------------------------|
| Geral | | 3:44 | 3:53 | 3:57 | 2:56 | 4:36 |
| Região | Campo das Vertentes | 3:20 | 2:12 | 4:29 | | 2:00 |
| | Central Mineira | 2:23 | 10:00 | 5:49 | | |
| | Jequitinhonha | 6:20 | 6:20 | 6:00 | 4:00 | |
| | Metropolitana de Belo Horizonte | 3:43 | 4:29 | 3:50 | 3:17 | 4:08 |
| | Noroeste de Minas | 2:43 | 4:30 | 3:39 | | |
| | Norte de Minas | 5:47 | 2:00 | 3:51 | | |
| | Oeste de Minas | 2:54 | 3:10 | 3:05 | 0:45 | |
| | Sul e Sudoeste de Minas | 2:42 | 2:08 | 2:53 | 4:00 | |
| | Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba | 3:15 | 3:27 | 4:22 | | |
| | Vale do Mucuri | 6:36 | 2:54 | 3:56 | | |
| | Vale do Rio Doce | 3:01 | 2:00 | 3:10 | 3:00 | 10:00 |
| | Zona da Mata | 2:46 | 4:16 | 4:05 | 2:07 | |
| Sexo | Feminino | 4:03 | 3:42 | 4:04 | 3:04 | 8:00 |
| | Masculino | 3:22 | 4:01 | 3:50 | 2:53 | 2:34 |
| Faixa Etária | Até 24 anos | 4:38 | 4:08 | 4:06 | 3:00 | 3:26 |
| | 25 a 34 anos | 4:26 | 3:18 | 4:14 | 3:25 | 8:00 |
| | 35 a 44 anos | 3:26 | 4:25 | 4:00 | 2:05 | 1:15 |
| | 45 anos ou mais | 2:40 | 3:48 | 3:44 | 3:15 | 8:00 |
| Escolaridade | Fundamental I com/inc | 2:57 | 3:05 | 3:50 | 2:45 | 0:30 |
| | Fundamental II com/inc | 3:33 | 2:37 | 3:59 | 2:00 | 2:40 |
| | Ensino Médio com/inc | 4:04 | 4:14 | 4:05 | 3:15 | 6:12 |
| | Superior com/inc | 3:26 | 3:43 | 3:39 | 3:40 | |
| Renda | Até 2 SM | 4:12 | 4:30 | 4:04 | 3:18 | 3:38 |
| | De 2 a 5 SM | 3:26 | 3:23 | 3:55 | 2:28 | 7:30 |
| | Mais de 5 SM | 3:07 | 4:04 | 3:43 | 3:00 | |
| Cor | Branca | 3:25 | 3:00 | 3:56 | 3:53 | 5:40 |
| | Preta/Parda | 3:50 | 4:23 | 3:56 | 2:31 | 3:22 |
| | Outras | 4:05 | 3:00 | 4:18 | | 6:00 |
| Consumo durante semana | Non-Consumers | 2:10 | 2:00 | 2:42 | | |
| | Light Consumers | 2:18 | 2:50 | 2:46 | 2:42 | 0:30 |
| | Moderate Consumers | 3:25 | 3:39 | 3:57 | 2:43 | 5:45 |
| | Heavy Consumers | 5:22 | 5:13 | 5:23 | 3:48 | 4:26 |
| Consumo fim de semana | Non-Consumers | 2:52 | | 2:49 | | 3:20 |
| | Light Consumers | 1:46 | 1:43 | 1:49 | 1:48 | 0:30 |
| | Moderate Consumers | 2:57 | 3:32 | 3:24 | 2:40 | 6:00 |
| | Heavy Consumers | 5:25 | 4:56 | 5:45 | 4:00 | 5:15 |



STREAMING

Plataforma

Quais plataformas de streaming (Netflix, Amazon Prime, Globoplay, outros etc.) você tem acesso através de conta própria ou conta de terceiros?



Plataforma

| | | Netflix | | | Amazon Prime | | | Globoplay | | |
|-------------------------------|------------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------|-------------------------|-------------------------|-------|-------------------------|-------------------------|-------|
| | | Sim, assinatura própria | Sim, conta de terceiros | Não | Sim, assinatura própria | Sim, conta de terceiros | Não | Sim, assinatura própria | Sim, conta de terceiros | Não |
| Geral | | 34,2% | 23,1% | 42,7% | 10,4% | 2,6% | 87,0% | 8,0% | 3,4% | 88,5% |
| Região | Campo das Vertentes | 58,3% | 2,8% | 38,9% | 16,7% | 0,0% | 83,3% | 27,8% | 0,0% | 72,2% |
| | Central Mineira | 63,3% | 10,0% | 26,7% | 20,0% | 0,0% | 80,0% | 13,3% | 3,3% | 83,3% |
| | Jequitinhonha | 18,8% | 37,5% | 43,8% | 4,2% | 6,3% | 89,6% | 2,1% | 0,0% | 97,9% |
| | Metropolitana de Belo Horizonte | 35,8% | 19,3% | 44,9% | 11,9% | 3,0% | 85,2% | 8,1% | 4,7% | 87,2% |
| | Noroeste de Minas | 33,3% | 43,3% | 23,3% | 3,3% | 0,0% | 96,7% | 3,3% | 0,0% | 96,7% |
| | Norte de Minas | 32,0% | 24,3% | 43,7% | 5,8% | 0,0% | 94,2% | 5,8% | 2,9% | 91,3% |
| | Oeste de Minas | 35,0% | 6,7% | 58,3% | 6,7% | 3,3% | 90,0% | 8,3% | 3,3% | 88,3% |
| | Sul e Sudoeste de Minas | 27,4% | 24,8% | 47,8% | 5,7% | 2,5% | 91,7% | 5,7% | 3,2% | 91,1% |
| | Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba | 40,9% | 23,4% | 35,8% | 12,4% | 2,2% | 85,4% | 6,6% | 3,6% | 89,8% |
| | Vale do Mucuri | 20,0% | 33,3% | 46,7% | 6,7% | 10,0% | 83,3% | 0,0% | 3,3% | 96,7% |
| | Vale do Rio Doce | 29,8% | 32,7% | 37,5% | 6,7% | 1,0% | 92,3% | 8,7% | 3,8% | 87,5% |
| | Zona da Mata | 31,4% | 27,9% | 40,7% | 17,9% | 3,6% | 78,6% | 11,4% | 2,9% | 85,7% |
| Sexo | Feminino | 33,0% | 25,5% | 41,5% | 9,0% | 1,8% | 89,2% | 7,5% | 3,7% | 88,8% |
| | Masculino | 35,6% | 20,6% | 43,9% | 11,9% | 3,4% | 84,7% | 8,6% | 3,1% | 88,3% |
| Faixa Etária | Até 24 anos | 41,6% | 39,6% | 18,8% | 12,7% | 4,1% | 83,3% | 8,2% | 4,9% | 86,9% |
| | 25 a 34 anos | 44,1% | 28,7% | 27,2% | 16,5% | 3,9% | 79,6% | 9,7% | 5,4% | 84,9% |
| | 35 a 44 anos | 36,0% | 20,4% | 43,6% | 8,8% | 0,4% | 90,8% | 8,4% | 2,8% | 88,8% |
| | 45 anos ou mais | 24,3% | 13,4% | 62,3% | 6,7% | 2,2% | 91,1% | 6,9% | 2,0% | 91,1% |
| Escolaridade | Fundamental I com/inc | 11,1% | 10,6% | 78,3% | 1,5% | 0,5% | 98,0% | 1,5% | 3,5% | 94,9% |
| | Fundamental II com/inc | 25,8% | 20,8% | 53,4% | 6,4% | 0,8% | 92,8% | 8,1% | 2,5% | 89,4% |
| | Ensino Médio com/inc | 34,8% | 29,5% | 35,6% | 9,5% | 3,0% | 87,5% | 6,1% | 3,5% | 90,4% |
| | Superior com/inc | 61,9% | 18,8% | 19,3% | 25,1% | 4,9% | 70,0% | 19,3% | 4,0% | 76,7% |
| Renda | Até 2 SM | 22,4% | 25,1% | 52,5% | 5,0% | 1,7% | 93,4% | 4,2% | 2,3% | 93,5% |
| | De 2 a 5 SM | 40,7% | 21,7% | 37,7% | 13,2% | 3,4% | 83,4% | 10,3% | 4,0% | 85,6% |
| | Mais de 5 SM | 56,2% | 20,2% | 23,6% | 21,3% | 3,4% | 75,3% | 15,2% | 5,6% | 79,2% |
| Cor | Branca | 38,4% | 20,7% | 40,9% | 13,1% | 2,5% | 84,3% | 9,3% | 3,5% | 87,1% |
| | Preta/Parda | 32,5% | 23,6% | 44,0% | 9,4% | 2,5% | 88,0% | 7,6% | 3,3% | 89,1% |
| | Outras | 35,7% | 33,3% | 31,0% | 7,1% | 4,8% | 88,1% | 7,1% | 7,1% | 85,7% |
| Consumo durante semana | Non-Consumers | 18,4% | 26,3% | 55,3% | 7,9% | 0,0% | 92,1% | 7,9% | 0,0% | 92,1% |
| | Light Consumers | 31,9% | 16,1% | 52,0% | 8,4% | 1,5% | 90,1% | 6,0% | 2,8% | 91,2% |
| | Moderate Consumers | 32,0% | 27,3% | 40,8% | 11,8% | 3,5% | 84,8% | 8,0% | 4,5% | 87,5% |
| | Heavy Consumers | 41,1% | 27,2% | 31,7% | 11,7% | 3,2% | 85,1% | 10,7% | 3,5% | 85,9% |
| Consumo fim de semana | Non-Consumers | 17,6% | 21,6% | 60,8% | 4,1% | 1,4% | 94,6% | 5,4% | 5,4% | 89,2% |
| | Light Consumers | 24,0% | 14,9% | 61,0% | 7,1% | 1,0% | 91,9% | 5,8% | 2,3% | 91,9% |
| | Moderate Consumers | 38,6% | 23,1% | 38,3% | 11,4% | 2,7% | 85,9% | 7,4% | 3,6% | 89,0% |
| | Heavy Consumers | 39,6% | 29,0% | 31,4% | 12,6% | 3,8% | 83,6% | 10,6% | 3,8% | 85,6% |

Plataforma

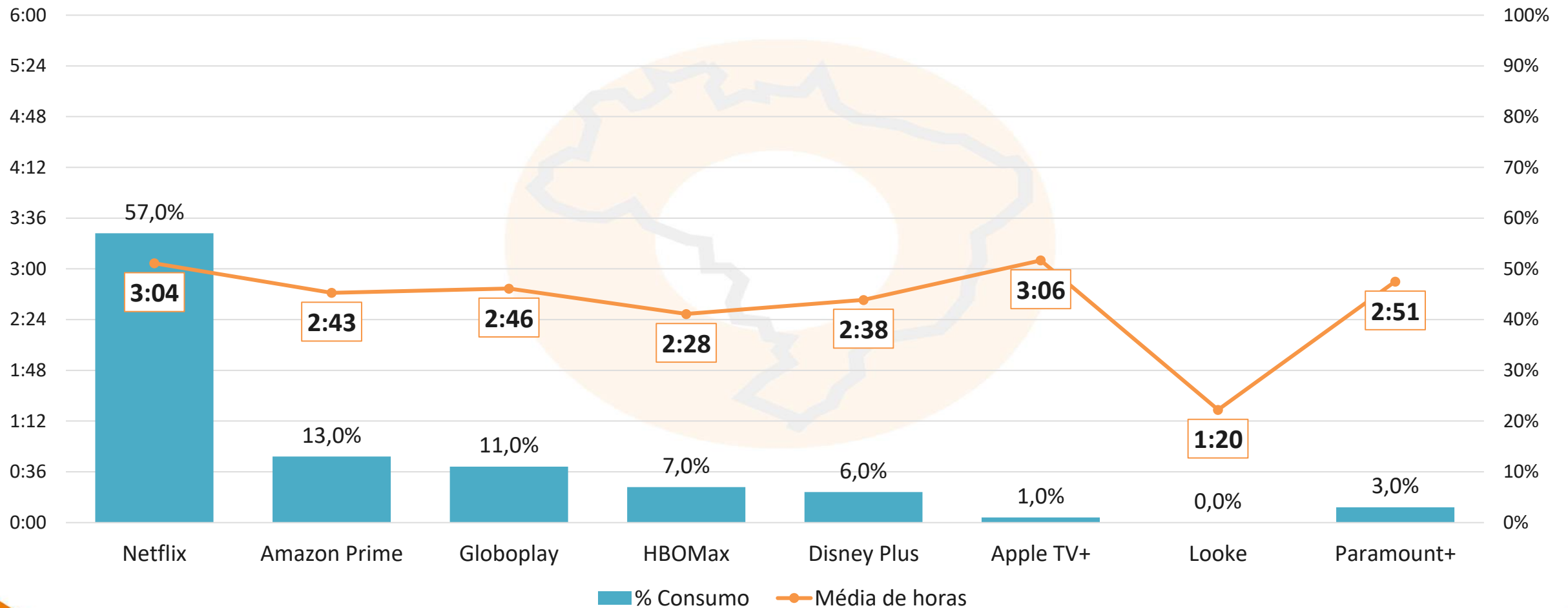
| | | HBOMax | | | Disney Plus | | | Apple TV+ | | |
|-------------------------------|------------------------------------|-------------------------|-------------------------|--------|-------------------------|-------------------------|--------|-------------------------|-------------------------|--------|
| | | Sim, assinatura própria | Sim, conta de terceiros | Não | Sim, assinatura própria | Sim, conta de terceiros | Não | Sim, assinatura própria | Sim, conta de terceiros | Não |
| Geral | | 5,9% | 1,3% | 92,8% | 4,8% | 1,3% | 93,9% | 0,9% | 0,1% | 99,1% |
| Região | Campo das Vertentes | 5,6% | 0,0% | 94,4% | 8,3% | 0,0% | 91,7% | 0,0% | 0,0% | 100,0% |
| | Central Mineira | 16,7% | 0,0% | 83,3% | 6,7% | 0,0% | 93,3% | 3,3% | 0,0% | 96,7% |
| | Jequitinhonha | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 0,0% | 2,1% | 97,9% | 0,0% | 0,0% | 100,0% |
| | Metropolitana de Belo Horizonte | 8,6% | 1,0% | 90,4% | 6,4% | 2,2% | 91,4% | 1,5% | 0,2% | 98,3% |
| | Noroeste de Minas | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 0,0% | 0,0% | 100,0% |
| | Norte de Minas | 2,9% | 1,0% | 96,1% | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 1,0% | 0,0% | 99,0% |
| | Oeste de Minas | 3,3% | 0,0% | 96,7% | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 0,0% | 0,0% | 100,0% |
| | Sul e Sudoeste de Minas | 3,8% | 3,8% | 92,4% | 4,5% | 1,9% | 93,6% | 1,3% | 0,0% | 98,7% |
| | Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba | 4,4% | 0,0% | 95,6% | 5,1% | 0,0% | 94,9% | 0,0% | 0,0% | 100,0% |
| | Vale do Mucuri | 3,3% | 3,3% | 93,3% | 3,3% | 3,3% | 93,3% | 0,0% | 0,0% | 100,0% |
| | Vale do Rio Doce | 3,8% | 1,9% | 94,2% | 5,8% | 1,0% | 93,3% | 1,0% | 0,0% | 99,0% |
| | Zona da Mata | 7,9% | 2,1% | 90,0% | 7,1% | 0,7% | 92,1% | 0,0% | 0,0% | 100,0% |
| Sexo | Feminino | 3,7% | 0,9% | 95,4% | 4,2% | 1,3% | 94,5% | 0,4% | 0,0% | 99,6% |
| | Masculino | 8,2% | 1,8% | 90,0% | 5,5% | 1,1% | 93,3% | 1,3% | 0,2% | 98,5% |
| Faixa Etária | Até 24 anos | 6,5% | 1,2% | 92,2% | 5,7% | 2,4% | 91,8% | 0,8% | 0,0% | 99,2% |
| | 25 a 34 anos | 7,2% | 3,6% | 89,2% | 6,8% | 2,2% | 91,0% | 0,7% | 0,0% | 99,3% |
| | 35 a 44 anos | 7,2% | 0,4% | 92,4% | 8,0% | 1,2% | 90,8% | 1,2% | 0,0% | 98,8% |
| | 45 anos ou mais | 4,2% | 0,6% | 95,3% | 1,8% | 0,2% | 98,0% | 0,8% | 0,2% | 99,0% |
| Escolaridade | Fundamental I com/inc | 0,5% | 0,0% | 99,5% | 1,0% | 0,0% | 99,0% | 0,0% | 0,0% | 100,0% |
| | Fundamental II com/inc | 4,7% | 0,4% | 94,9% | 4,2% | 1,3% | 94,5% | 0,8% | 0,0% | 99,2% |
| | Ensino Médio com/inc | 5,3% | 1,9% | 92,8% | 4,5% | 1,1% | 94,4% | 0,5% | 0,2% | 99,4% |
| | Superior com/inc | 13,5% | 1,8% | 84,8% | 9,9% | 2,7% | 87,4% | 2,7% | 0,0% | 97,3% |
| Renda | Até 2 SM | 2,2% | 0,5% | 97,3% | 2,0% | 1,0% | 97,0% | 0,3% | 0,2% | 99,5% |
| | De 2 a 5 SM | 7,5% | 1,6% | 90,9% | 5,7% | 1,4% | 92,9% | 0,8% | 0,0% | 99,2% |
| | Mais de 5 SM | 13,5% | 3,4% | 83,1% | 12,4% | 1,7% | 86,0% | 2,8% | 0,0% | 97,2% |
| Cor | Branca | 8,3% | 1,0% | 90,7% | 4,3% | 1,8% | 93,9% | 0,5% | 0,3% | 99,2% |
| | Preta/Parda | 5,0% | 1,6% | 93,5% | 5,3% | 1,1% | 93,6% | 1,1% | 0,0% | 98,9% |
| | Outras | 2,4% | 0,0% | 97,6% | 2,4% | 0,0% | 97,6% | 0,0% | 0,0% | 100,0% |
| Consumo durante semana | Non-Consumers | 2,6% | 0,0% | 97,4% | 2,6% | 0,0% | 97,4% | 0,0% | 0,0% | 100,0% |
| | Light Consumers | 4,1% | 1,9% | 94,0% | 3,4% | 1,3% | 95,3% | 0,4% | 0,2% | 99,4% |
| | Moderate Consumers | 6,0% | 0,8% | 93,3% | 5,3% | 1,0% | 93,8% | 0,8% | 0,0% | 99,3% |
| | Heavy Consumers | 8,3% | 1,3% | 90,4% | 6,4% | 1,6% | 92,0% | 1,6% | 0,0% | 98,4% |
| Consumo fim de semana | Non-Consumers | 1,4% | 1,4% | 97,3% | 2,7% | 1,4% | 95,9% | 0,0% | 0,0% | 100,0% |
| | Light Consumers | 2,3% | 1,3% | 96,4% | 1,6% | 0,0% | 98,4% | 0,3% | 0,0% | 99,7% |
| | Moderate Consumers | 6,3% | 1,3% | 92,4% | 5,2% | 2,0% | 92,8% | 0,9% | 0,2% | 98,9% |
| | Heavy Consumers | 8,6% | 1,3% | 90,0% | 7,1% | 1,3% | 91,6% | 1,3% | 0,0% | 98,7% |

Plataforma

| | | Looke | | | Paramount+ | | | Star+ | | | Telecine | | |
|-------------------------------|------------------------------------|-------------------------|-------------------------|--------|-------------------------|-------------------------|--------|-------------------------|-------------------------|--------|-------------------------|-------------------------|--------|
| | | Sim, assinatura própria | Sim, conta de terceiros | Não | Sim, assinatura própria | Sim, conta de terceiros | Não | Sim, assinatura própria | Sim, conta de terceiros | Não | Sim, assinatura própria | Sim, conta de terceiros | Não |
| Geral | | 0,2% | 0,1% | 99,7% | 2,4% | 0,4% | 97,2% | 2,2% | 0,3% | 97,5% | 8,1% | 2,7% | 89,1% |
| Região | Campo das Vertentes | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 2,8% | 0,0% | 97,2% | 2,8% | 0,0% | 97,2% | 19,4% | 2,8% | 77,8% |
| | Central Mineira | 3,3% | 0,0% | 96,7% | 6,7% | 0,0% | 93,3% | 3,3% | 0,0% | 96,7% | 10,0% | 0,0% | 90,0% |
| | Jequitinhonha | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 0,0% | 2,1% | 97,9% | 2,1% | 0,0% | 97,9% |
| | Metropolitana de Belo Horizonte | 0,2% | 0,0% | 99,8% | 3,7% | 0,2% | 96,0% | 4,2% | 0,2% | 95,6% | 9,4% | 3,2% | 87,4% |
| | Noroeste de Minas | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 0,0% | 0,0% | 100,0% |
| | Norte de Minas | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 1,0% | 1,0% | 98,1% | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 1,0% | 1,9% | 97,1% |
| | Oeste de Minas | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 0,0% | 1,7% | 98,3% | 21,7% | 3,3% | 75,0% |
| | Sul e Sudoeste de Minas | 0,0% | 0,6% | 99,4% | 1,3% | 0,6% | 98,1% | 2,5% | 0,6% | 96,8% | 5,1% | 3,2% | 91,7% |
| | Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 0,7% | 0,0% | 99,3% | 0,7% | 0,0% | 99,3% | 3,6% | 0,7% | 95,6% |
| | Vale do Mucuri | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 0,0% | 3,3% | 96,7% | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 0,0% | 3,3% | 96,7% |
| | Vale do Rio Doce | 1,0% | 0,0% | 99,0% | 1,9% | 0,0% | 98,1% | 1,9% | 0,0% | 98,1% | 6,7% | 5,8% | 87,5% |
| | Zona da Mata | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 5,0% | 0,7% | 94,3% | 1,4% | 0,0% | 98,6% | 15,0% | 2,9% | 82,1% |
| Sexo | Feminino | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 1,9% | 0,1% | 97,9% | 1,6% | 0,3% | 98,1% | 6,6% | 1,6% | 91,8% |
| | Masculino | 0,5% | 0,2% | 99,3% | 2,9% | 0,7% | 96,4% | 2,8% | 0,3% | 96,9% | 9,8% | 3,9% | 86,3% |
| Faixa Etária | Até 24 anos | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 1,6% | 0,4% | 98,0% | 2,9% | 0,4% | 96,7% | 5,7% | 2,9% | 91,4% |
| | 25 a 34 anos | 0,0% | 0,4% | 99,6% | 2,9% | 0,4% | 96,8% | 2,2% | 0,4% | 97,5% | 8,6% | 3,6% | 87,8% |
| | 35 a 44 anos | 0,8% | 0,0% | 99,2% | 4,0% | 0,8% | 95,2% | 4,0% | 0,0% | 96,0% | 10,0% | 3,6% | 86,4% |
| | 45 anos ou mais | 0,2% | 0,0% | 99,8% | 1,8% | 0,2% | 98,0% | 1,0% | 0,4% | 98,6% | 8,1% | 1,8% | 90,1% |
| Escolaridade | Fundamental I com/inc | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 0,5% | 0,5% | 99,0% | 0,0% | 0,5% | 99,5% | 0,5% | 2,0% | 97,5% |
| | Fundamental II com/inc | 0,4% | 0,0% | 99,6% | 1,3% | 0,4% | 98,3% | 1,3% | 0,4% | 98,3% | 9,3% | 3,0% | 87,7% |
| | Ensino Médio com/inc | 0,2% | 0,2% | 99,7% | 2,7% | 0,2% | 97,1% | 2,7% | 0,3% | 97,0% | 7,7% | 2,6% | 89,7% |
| | Superior com/inc | 0,4% | 0,0% | 99,6% | 4,5% | 0,9% | 94,6% | 3,6% | 0,0% | 96,4% | 14,8% | 3,6% | 81,6% |
| Renda | Até 2 SM | 0,2% | 0,0% | 99,8% | 1,7% | 0,5% | 97,8% | 1,2% | 0,3% | 98,5% | 5,1% | 1,8% | 93,0% |
| | De 2 a 5 SM | 0,2% | 0,2% | 99,6% | 2,2% | 0,2% | 97,6% | 2,6% | 0,4% | 97,0% | 9,1% | 3,4% | 87,4% |
| | Mais de 5 SM | 0,6% | 0,0% | 99,4% | 5,1% | 0,6% | 94,4% | 4,5% | 0,0% | 95,5% | 15,7% | 3,9% | 80,3% |
| Cor | Branca | 0,0% | 0,3% | 99,7% | 3,3% | 0,3% | 96,5% | 1,8% | 0,8% | 97,5% | 9,8% | 2,5% | 87,6% |
| | Preta/Parda | 0,4% | 0,0% | 99,6% | 1,9% | 0,5% | 97,6% | 2,5% | 0,1% | 97,3% | 7,2% | 2,9% | 89,9% |
| | Outras | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 4,8% | 0,0% | 95,2% | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 11,9% | 2,4% | 85,7% |
| Consumo durante semana | Non-Consumers | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 5,3% | 0,0% | 94,7% |
| | Light Consumers | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 1,5% | 0,9% | 97,6% | 0,9% | 0,0% | 99,1% | 6,6% | 2,8% | 90,6% |
| | Moderate Consumers | 0,3% | 0,0% | 99,8% | 2,5% | 0,3% | 97,3% | 2,5% | 0,5% | 97,0% | 8,3% | 2,8% | 89,0% |
| | Heavy Consumers | 0,5% | 0,3% | 99,2% | 3,7% | 0,0% | 96,3% | 3,7% | 0,5% | 95,7% | 10,1% | 2,9% | 86,9% |
| Consumo fim de semana | Non-Consumers | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 5,4% | 1,4% | 93,2% | 1,4% | 0,0% | 98,6% | 2,7% | 2,7% | 94,6% |
| | Light Consumers | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 1,3% | 0,0% | 98,7% | 0,3% | 0,0% | 99,7% | 5,8% | 1,6% | 92,5% |
| | Moderate Consumers | 0,2% | 0,0% | 99,8% | 1,6% | 0,2% | 98,2% | 1,1% | 0,2% | 98,7% | 7,2% | 2,0% | 90,8% |
| | Heavy Consumers | 0,4% | 0,2% | 99,3% | 3,5% | 0,7% | 95,8% | 4,6% | 0,7% | 94,7% | 11,5% | 4,2% | 84,3% |

Utilização de segunda a sexta-feira

De segunda a sexta-feira, em média quanto tempo você utiliza diariamente essa plataforma?

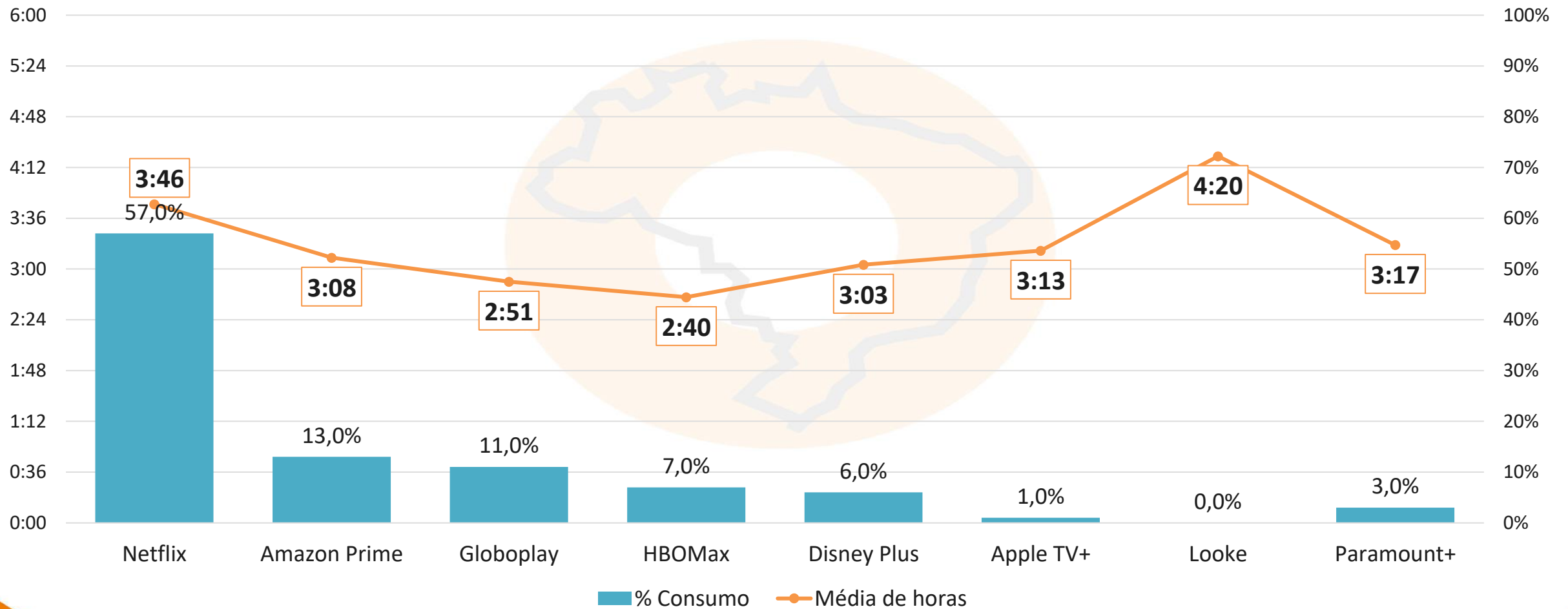


Utilização de segunda a sexta-feira

| | | Netflix | Amazon Prime | Globoplay | HBOMax | Disney Plus | Apple TV+ | Looke | Paramount+ | Star+ | Telecine |
|-------------------------------|------------------------------------|---------|--------------|-----------|--------|-------------|-----------|-------|------------|-------|----------|
| Geral | | 3:04 | 2:43 | 2:46 | 2:28 | 2:38 | 3:06 | 1:20 | 2:51 | 2:44 | 2:34 |
| Região | Campo das Vertentes | 9:08 | 8:45 | 6:40 | 3:00 | 6:00 | | | 10:00 | 10:00 | 4:28 |
| | Central Mineira | 6:15 | 3:48 | 6:00 | 5:20 | 5:00 | 5:00 | 2:00 | 6:30 | | 8:00 |
| | Jequitinhonha | 5:42 | 6:00 | 3:00 | | 3:00 | | | | 8:00 | 3:00 |
| | Metropolitana de Belo Horizonte | 2:57 | 2:43 | 2:43 | 2:49 | 2:44 | 3:36 | | 3:08 | 2:22 | 2:34 |
| | Noroeste de Minas | 1:56 | 2:00 | 2:00 | | | | | | | |
| | Norte de Minas | 2:50 | 2:00 | 2:40 | 1:15 | | 5:00 | | 1:30 | | 1:00 |
| | Oeste de Minas | 2:39 | 2:21 | 2:05 | 1:27 | | | | | 2:00 | 1:42 |
| | Sul e Sudoeste de Minas | 1:52 | 0:57 | 1:30 | 1:03 | 1:50 | 1:00 | 1:00 | 1:00 | 1:45 | 1:11 |
| | Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba | 3:49 | 2:30 | 2:02 | 3:20 | 2:34 | | | 4:00 | 4:00 | 5:10 |
| | Vale do Mucuri | 2:42 | 0:45 | | | 2:00 | | | 1:00 | | 1:00 |
| | Vale do Rio Doce | 2:21 | 1:23 | 2:48 | 1:32 | 1:58 | 1:00 | 1:00 | 0:40 | 1:15 | 1:48 |
| | Zona da Mata | 2:03 | 2:36 | 2:30 | 2:00 | 1:40 | | | 1:24 | 2:30 | 2:00 |
| Sexo | Feminino | 3:11 | 3:04 | 2:49 | 2:38 | 2:59 | 6:15 | | 2:43 | 3:26 | 2:48 |
| | Masculino | 2:57 | 2:25 | 2:43 | 2:23 | 2:19 | 2:18 | 1:20 | 2:55 | 2:15 | 2:27 |
| Faixa Etária | Até 24 anos | 3:12 | 2:56 | 2:55 | 3:28 | 2:33 | 5:30 | | 4:00 | 3:08 | 3:26 |
| | 25 a 34 anos | 3:03 | 2:17 | 2:17 | 1:41 | 1:53 | 1:45 | 1:00 | 1:40 | 1:20 | 2:58 |
| | 35 a 44 anos | 3:13 | 2:17 | 2:45 | 3:01 | 2:47 | 3:00 | 1:30 | 2:47 | 2:14 | 2:08 |
| | 45 anos ou mais | 2:50 | 3:20 | 3:10 | 2:15 | 4:48 | 2:37 | | 3:25 | 4:11 | 2:16 |
| Escolaridade | Fundamental I com/inc | 2:38 | 2:30 | 2:22 | 2:00 | 1:00 | | | 2:00 | 2:00 | 1:42 |
| | Fundamental II com/inc | 3:06 | 1:46 | 2:38 | 1:33 | 3:13 | 1:45 | 1:00 | 1:47 | 4:30 | 2:29 |
| | Ensino Médio com/inc | 3:16 | 2:48 | 2:53 | 2:45 | 2:57 | 4:10 | 1:00 | 3:00 | 2:54 | 3:05 |
| | Superior com/inc | 2:42 | 2:53 | 2:46 | 2:23 | 2:11 | 3:00 | 2:00 | 3:17 | 1:46 | 1:55 |
| Renda | Até 2 SM | 3:18 | 2:51 | 2:45 | 2:08 | 2:15 | 1:20 | 1:00 | 2:12 | 3:25 | 2:27 |
| | De 2 a 5 SM | 3:04 | 2:46 | 3:00 | 2:46 | 3:27 | 5:40 | 1:30 | 4:30 | 2:58 | 3:06 |
| | Mais de 5 SM | 2:33 | 2:27 | 2:20 | 2:11 | 1:39 | 2:30 | | 2:17 | 1:34 | 1:43 |
| Cor | Branca | 2:48 | 2:52 | 3:11 | 2:01 | 2:22 | 2:40 | 1:00 | 3:10 | 3:33 | 1:55 |
| | Preta/Parda | 3:09 | 2:37 | 2:26 | 2:44 | 2:48 | 3:17 | 1:30 | 2:50 | 2:19 | 2:51 |
| | Outras | 4:16 | 2:40 | 4:09 | 3:30 | 2:00 | | | 1:30 | | 4:07 |
| Consumo durante semana | Non-Consumers | 8:30 | | | | | | | | | |
| | Light Consumers | 1:34 | 1:24 | 1:33 | 1:25 | 1:29 | 2:10 | | 1:26 | 1:45 | 1:22 |
| | Moderate Consumers | 2:37 | 2:24 | 2:27 | 2:07 | 2:16 | 1:45 | | 1:48 | 2:14 | 2:05 |
| | Heavy Consumers | 4:37 | 4:08 | 3:57 | 3:31 | 3:50 | 4:12 | 1:20 | 4:34 | 3:31 | 3:52 |
| Consumo fim de semana | Non-Consumers | 3:24 | 3:15 | 2:15 | 2:00 | 2:00 | | | 2:00 | 2:20 | 2:30 |
| | Light Consumers | 1:43 | 1:18 | 2:16 | 1:33 | 1:40 | 5:00 | | 1:20 | 2:00 | 1:28 |
| | Moderate Consumers | 2:32 | 2:01 | 2:07 | 1:48 | 2:29 | 1:45 | | 1:48 | 1:24 | 1:58 |
| | Heavy Consumers | 4:00 | 3:43 | 3:20 | 3:19 | 2:56 | 3:48 | 1:20 | 3:34 | 3:08 | 3:14 |

Utilização de finais de semana

E nos finais de semana, em média quanto tempo você utiliza diariamente essa plataforma?

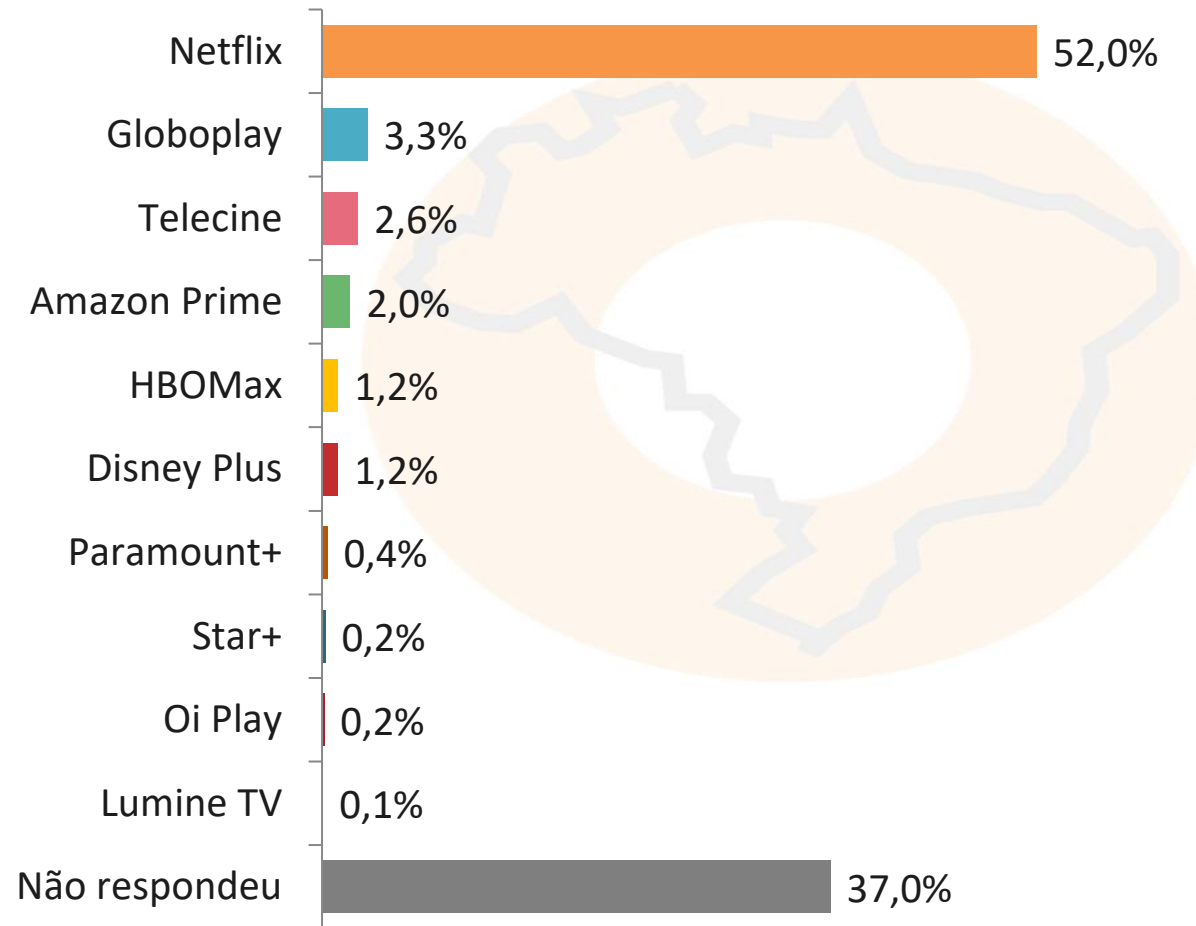


Utilização de finais de semana

| | | Netflix | Amazon Prime | Globoplay | HBOMax | Disney Plus | Apple TV+ | Looke | Paramount+ | Star+ | Telecine |
|-------------------------------|------------------------------------|---------|--------------|-----------|--------|-------------|-----------|-------|------------|-------|----------|
| Geral | | 3:46 | 3:08 | 2:51 | 2:40 | 3:03 | 3:13 | 4:20 | 3:17 | 3:49 | 2:36 |
| Região | Campo das Vertentes | 5:54 | 3:48 | 3:00 | 3:00 | 3:00 | | | 12:00 | 5:00 | 3:25 |
| | Central Mineira | 3:30 | 3:12 | 4:00 | 2:12 | 4:30 | 2:00 | 10:00 | 2:00 | 10:00 | 6:40 |
| | Jequitinhonha | 7:11 | 7:24 | 3:00 | | 5:00 | | | | 8:00 | 5:00 |
| | Metropolitana de Belo Horizonte | 3:35 | 3:48 | 3:03 | 3:40 | 3:21 | 4:30 | | 4:09 | 3:47 | 2:42 |
| | Noroeste de Minas | 2:24 | 3:00 | 3:00 | | | | | | | |
| | Norte de Minas | 3:54 | 2:00 | 3:07 | 1:15 | | 5:00 | | 1:34 | | 1:00 |
| | Oeste de Minas | 3:23 | 2:18 | 3:12 | 1:00 | | | | | 2:00 | 2:38 |
| | Sul e Sudoeste de Minas | 3:00 | 1:48 | 1:57 | 2:07 | 2:31 | 1:30 | 2:00 | 1:30 | 2:45 | 2:03 |
| | Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba | 4:27 | 3:00 | 2:32 | 3:10 | 2:42 | | | 6:00 | 6:00 | 3:50 |
| | Vale do Mucuri | 3:06 | 0:37 | | | 3:00 | | | 1:00 | | 1:00 |
| | Vale do Rio Doce | 3:04 | 1:28 | 3:02 | 1:38 | 1:48 | 1:00 | 1:00 | 0:40 | 1:30 | 1:53 |
| | Zona da Mata | 3:28 | 2:38 | 2:18 | 1:47 | 3:42 | | | 2:10 | 2:30 | 1:58 |
| Sexo | Feminino | 4:05 | 3:51 | 3:11 | 3:03 | 3:40 | 7:00 | | 4:23 | 5:24 | 2:29 |
| | Masculino | 3:26 | 2:35 | 2:28 | 2:30 | 2:25 | 2:08 | 4:20 | 2:52 | 2:53 | 2:40 |
| Faixa Etária | Até 24 anos | 4:05 | 3:52 | 3:17 | 3:51 | 3:27 | 7:00 | | 5:00 | 4:02 | 2:11 |
| | 25 a 34 anos | 4:05 | 2:39 | 2:32 | 1:51 | 2:24 | 1:30 | 2:00 | 1:48 | 3:45 | 3:03 |
| | 35 a 44 anos | 3:38 | 2:37 | 2:18 | 3:23 | 3:14 | 1:30 | 5:30 | 2:25 | 4:00 | 2:34 |
| | 45 anos ou mais | 3:10 | 3:21 | 3:10 | 2:20 | 3:40 | 3:00 | | 4:28 | 3:23 | 2:30 |
| Escolaridade | Fundamental I com/inc | 3:29 | 3:00 | 3:10 | 2:00 | 1:00 | | | | 2:00 | 1:57 |
| | Fundamental II com/inc | 3:34 | 2:18 | 2:18 | 2:10 | 2:56 | 1:30 | 1:00 | 2:00 | 4:30 | 2:27 |
| | Ensino Médio com/inc | 4:00 | 3:27 | 3:17 | 3:03 | 3:06 | 5:20 | 2:00 | 4:09 | 3:20 | 3:00 |
| | Superior com/inc | 3:27 | 3:00 | 2:35 | 2:20 | 3:07 | 2:30 | 10:00 | 2:45 | 5:02 | 2:14 |
| Renda | Até 2 SM | 3:56 | 3:18 | 2:53 | 2:30 | 2:12 | 1:40 | 1:00 | 2:47 | 3:04 | 2:31 |
| | De 2 a 5 SM | 3:41 | 2:56 | 2:58 | 2:57 | 3:24 | 5:20 | 6:00 | 4:04 | 4:16 | 2:54 |
| | Mais de 5 SM | 3:39 | 3:19 | 2:35 | 2:22 | 3:00 | 2:40 | | 3:18 | 3:42 | 2:09 |
| Cor | Branca | 3:41 | 3:10 | 2:59 | 2:18 | 3:19 | 3:00 | 2:00 | 4:23 | 4:46 | 2:51 |
| | Preta/Parda | 3:48 | 3:11 | 2:38 | 3:01 | 2:55 | 3:20 | 5:30 | 2:48 | 3:20 | 2:25 |
| | Outras | 4:09 | 1:45 | 4:13 | 1:30 | 2:00 | | | 1:00 | | 3:12 |
| Consumo durante semana | Non-Consumers | 3:38 | 3:00 | 2:00 | | | | | | | 2:00 |
| | Light Consumers | 2:53 | 1:59 | 2:05 | 1:46 | 2:09 | 3:00 | | 1:56 | 2:15 | 1:54 |
| | Moderate Consumers | 3:48 | 3:11 | 2:46 | 2:31 | 2:51 | 1:30 | | 2:28 | 3:40 | 2:40 |
| | Heavy Consumers | 4:32 | 4:08 | 3:38 | 3:35 | 4:01 | 4:15 | 4:20 | 4:52 | 4:29 | 3:21 |
| Consumo fim de semana | Non-Consumers | 4:12 | | | | | | | | | |
| | Light Consumers | 1:48 | 1:08 | 1:36 | 1:22 | 1:40 | 5:00 | | 1:52 | 2:00 | 1:36 |
| | Moderate Consumers | 3:04 | 2:30 | 2:24 | 2:02 | 2:14 | 2:00 | | 1:38 | 2:02 | 2:19 |
| | Heavy Consumers | 5:06 | 4:15 | 3:32 | 3:22 | 3:57 | 3:36 | 4:20 | 4:10 | 4:20 | 3:05 |

Mais utilizada

Das plataformas de streaming (Netflix, Amazon Prime, Globoplay, outros etc.) que você tem acesso, qual você mais utiliza?



Mais utilizada

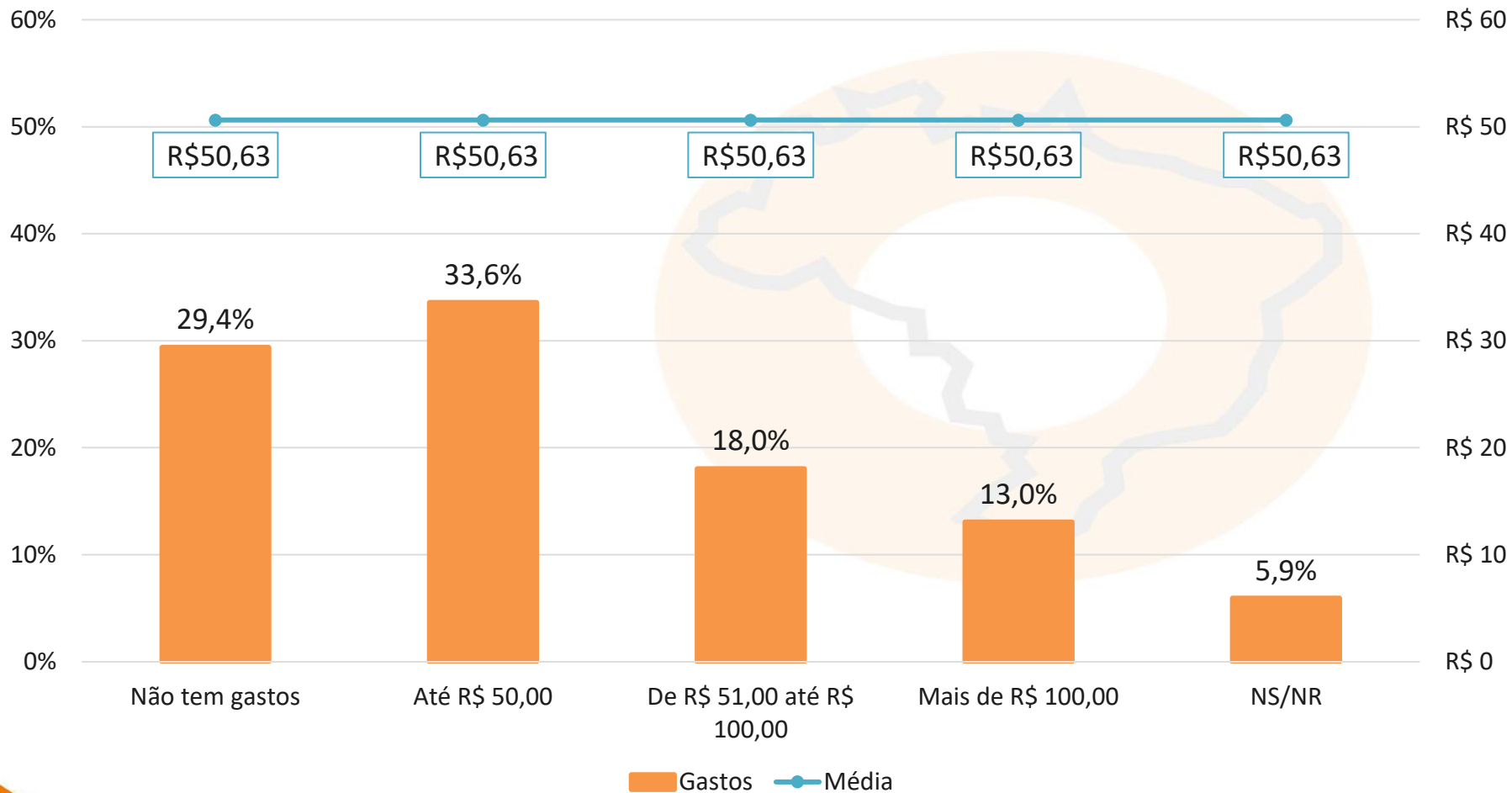
| | | Netflix | Globoplay | Telecine | Amazon Prime | HBOMax | Disney Plus | Paramount+ | Star+ | Oi Play | Lumine TV | Não respondeu |
|-------------------------------|------------------------------------|---------|-----------|----------|--------------|--------|-------------|------------|-------|---------|-----------|---------------|
| Geral | | 52,0% | 3,3% | 2,6% | 2,0% | 1,2% | 1,2% | 0,4% | 0,2% | 0,2% | 0,1% | 37,0% |
| Região | Campo das Vertentes | 55,6% | 5,6% | 5,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,8% | 0,0% | 2,8% | 0,0% | 27,8% |
| | Central Mineira | 66,7% | 0,0% | 0,0% | 6,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 26,7% |
| | Jequitinhonha | 54,2% | 0,0% | 6,3% | 2,1% | 2,1% | 2,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 33,3% |
| | Metropolitana de Belo Horizonte | 48,9% | 3,2% | 3,2% | 1,5% | 1,0% | 1,5% | 0,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 40,2% |
| | Noroeste de Minas | 60,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 40,0% |
| | Norte de Minas | 57,3% | 4,9% | 1,0% | 1,0% | 1,0% | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 34,0% |
| | Oeste de Minas | 43,3% | 6,7% | 10,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 40,0% |
| | Sul e Sudoeste de Minas | 45,9% | 1,3% | 1,3% | 1,9% | 1,9% | 1,3% | 0,0% | 1,9% | 0,0% | 0,6% | 43,9% |
| | Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba | 57,7% | 2,2% | 0,0% | 1,5% | 1,5% | 1,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 35,8% |
| | Vale do Mucuri | 53,3% | 0,0% | 0,0% | 3,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 43,3% |
| | Vale do Rio Doce | 63,5% | 6,7% | 4,8% | 1,0% | 1,9% | 1,9% | 0,0% | 0,0% | 1,0% | 0,0% | 19,2% |
| | Zona da Mata | 46,4% | 4,3% | 0,7% | 6,4% | 1,4% | 0,7% | 1,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 38,6% |
| Sexo | Feminino | 54,3% | 3,6% | 1,5% | 1,3% | 0,9% | 1,3% | 0,3% | 0,1% | 0,1% | 0,0% | 36,4% |
| | Masculino | 49,4% | 2,9% | 3,8% | 2,8% | 1,5% | 1,0% | 0,5% | 0,3% | 0,2% | 0,2% | 37,5% |
| Faixa Etária | Até 24 anos | 78,0% | 2,4% | 0,0% | 1,6% | 0,4% | 1,6% | 0,0% | 0,8% | 0,4% | 0,0% | 14,7% |
| | 25 a 34 anos | 67,7% | 2,5% | 1,4% | 3,2% | 2,5% | 1,4% | 0,4% | 0,4% | 0,0% | 0,4% | 20,1% |
| | 35 a 44 anos | 49,6% | 2,8% | 3,2% | 2,4% | 0,8% | 2,0% | 0,4% | 0,0% | 0,4% | 0,0% | 38,4% |
| | 45 anos ou mais | 31,8% | 4,3% | 4,2% | 1,4% | 1,0% | 0,4% | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 56,3% |
| Escolaridade | Fundamental I com/inc | 21,2% | 1,5% | 1,5% | 0,0% | 0,0% | 1,0% | 0,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 74,2% |
| | Fundamental II com/inc | 39,4% | 2,5% | 5,5% | 2,1% | 0,4% | 1,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 48,3% |
| | Ensino Médio com/inc | 59,7% | 3,4% | 1,6% | 2,4% | 1,9% | 0,6% | 0,6% | 0,5% | 0,3% | 0,0% | 28,9% |
| | Superior com/inc | 70,9% | 5,4% | 3,1% | 2,7% | 0,9% | 2,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,4% | 14,3% |
| Renda | Até 2 SM | 43,9% | 2,7% | 2,3% | 1,3% | 0,7% | 1,2% | 0,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 47,5% |
| | De 2 a 5 SM | 55,1% | 4,0% | 2,8% | 2,8% | 1,8% | 1,6% | 0,2% | 0,6% | 0,4% | 0,2% | 30,4% |
| | Mais de 5 SM | 69,7% | 3,4% | 2,8% | 2,2% | 1,1% | 0,0% | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 20,2% |
| Cor | Branca | 52,8% | 3,8% | 2,3% | 2,0% | 1,8% | 1,8% | 0,8% | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 34,6% |
| | Preta/Parda | 51,1% | 2,9% | 2,7% | 2,2% | 1,0% | 0,8% | 0,2% | 0,2% | 0,2% | 0,1% | 38,5% |
| | Outras | 61,9% | 7,1% | 4,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 26,2% |
| Consumo durante semana | Non-Consumers | 42,1% | 0,0% | 0,0% | 5,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 52,6% |
| | Light Consumers | 43,3% | 4,1% | 1,9% | 1,3% | 1,1% | 1,3% | 0,4% | 0,4% | 0,2% | 0,2% | 45,8% |
| | Moderate Consumers | 53,3% | 3,5% | 3,3% | 2,5% | 1,3% | 0,5% | 0,3% | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 35,3% |
| | Heavy Consumers | 62,4% | 2,4% | 2,9% | 2,1% | 1,3% | 1,9% | 0,5% | 0,0% | 0,3% | 0,0% | 26,1% |
| Consumo fim de semana | Non-Consumers | 28,4% | 2,7% | 2,7% | 1,4% | 0,0% | 1,4% | 2,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 60,8% |
| | Light Consumers | 34,1% | 4,2% | 1,6% | 2,3% | 1,3% | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,3% | 55,2% |
| | Moderate Consumers | 57,2% | 3,1% | 1,1% | 2,5% | 1,1% | 1,3% | 0,2% | 0,4% | 0,2% | 0,0% | 32,7% |
| | Heavy Consumers | 62,8% | 2,9% | 4,6% | 1,5% | 1,3% | 1,1% | 0,4% | 0,2% | 0,2% | 0,0% | 24,8% |



CUSTOS

Gasto mensal

Quanto você gasta mensalmente para acessar conteúdos audiovisuais (streaming, TV a cabo, IPTV, aluguel de filmes, salas de cinema)?



| | |
|--------------------|--------------|
| N | 1.204 |
| Média | R\$ 50,63 |
| Mediana | R\$ 30,00 |
| Erro Desvio | R\$ 69,67 |
| Mínimo | R\$ - |
| Máximo | R\$ 590,00 |
| Percentis | 25 R\$ - |
| | 50 R\$ 30,00 |
| | 75 R\$ 70,00 |

Gasto mensal

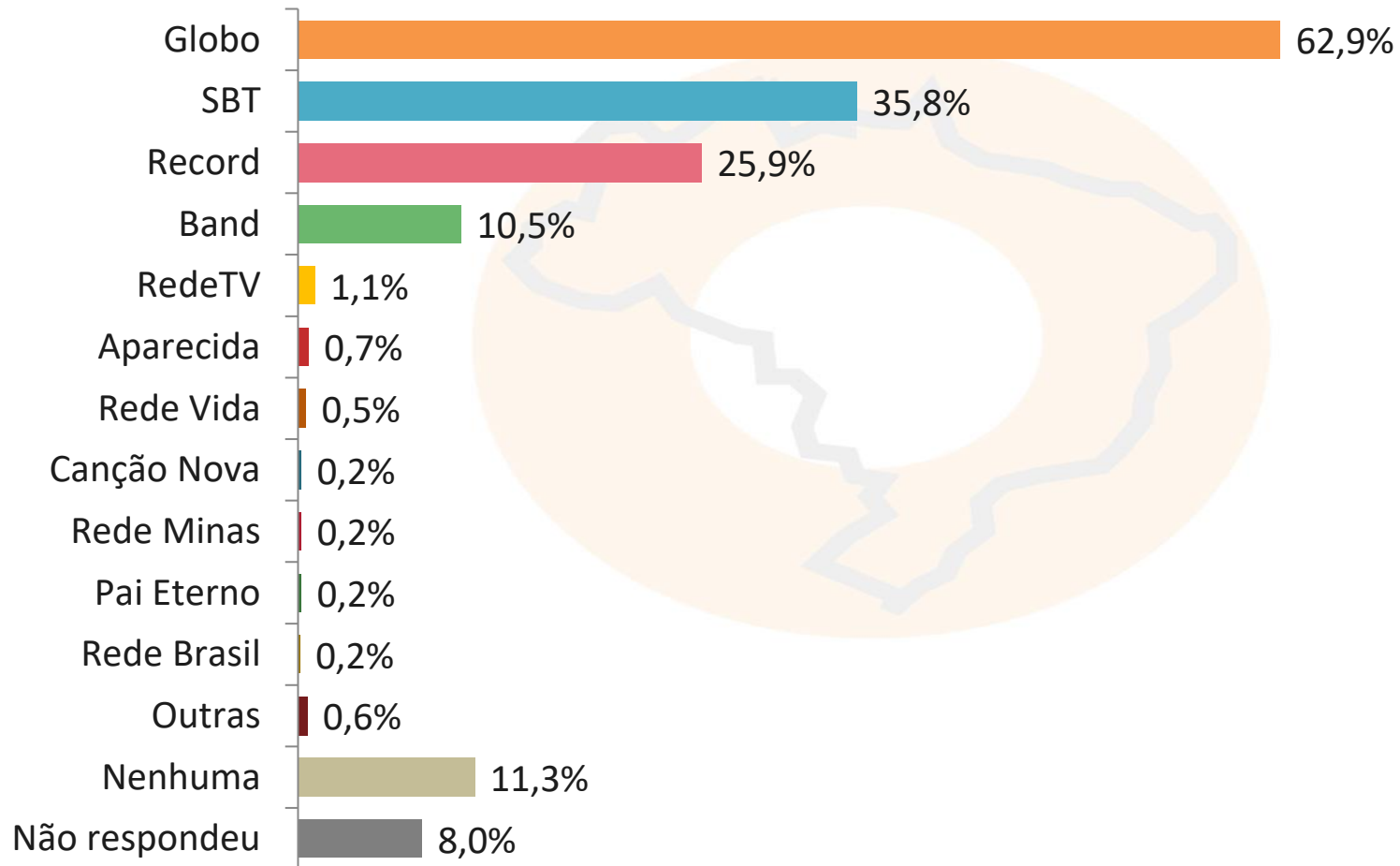
| | | Não tem gastos | Até R\$ 50,00 | De R\$ 51,00 até R\$ 100,00 | Mais de R\$ 100,00 | NS/NR | Média |
|-------------------------------|------------------------------------|----------------|---------------|-----------------------------|--------------------|-------|-----------|
| Geral | | 29,4% | 33,6% | 18,0% | 13,0% | 5,9% | R\$ 50,63 |
| Região | Campo das Vertentes | 27,8% | 41,7% | 22,2% | 2,8% | 5,6% | R\$ 37,66 |
| | Central Mineira | 16,7% | 66,7% | 10,0% | 3,3% | 3,3% | R\$ 31,92 |
| | Jequitinhonha | 50,0% | 39,6% | 10,4% | 0,0% | 0,0% | R\$ 23,02 |
| | Metropolitana de Belo Horizonte | 31,6% | 32,6% | 16,0% | 13,8% | 5,9% | R\$ 55,26 |
| | Noroeste de Minas | 23,3% | 43,3% | 26,7% | 6,7% | 0,0% | R\$ 39,17 |
| | Norte de Minas | 33,0% | 37,9% | 7,8% | 5,8% | 15,5% | R\$ 33,37 |
| | Oeste de Minas | 26,7% | 23,3% | 18,3% | 21,7% | 10,0% | R\$ 66,57 |
| | Sul e Sudoeste de Minas | 40,1% | 18,5% | 25,5% | 9,6% | 6,4% | R\$ 45,73 |
| | Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba | 32,8% | 16,1% | 18,2% | 32,8% | 0,0% | R\$ 78,89 |
| | Vale do Mucuri | 26,7% | 30,0% | 10,0% | 10,0% | 23,3% | R\$ 41,30 |
| | Vale do Rio Doce | 1,0% | 54,8% | 34,6% | 9,6% | 0,0% | R\$ 53,62 |
| | Zona da Mata | 25,0% | 43,6% | 13,6% | 10,7% | 7,1% | R\$ 37,41 |
| Sexo | Feminino | 31,6% | 32,8% | 19,2% | 10,9% | 5,4% | R\$ 45,54 |
| | Masculino | 26,9% | 34,4% | 16,8% | 15,3% | 6,5% | R\$ 56,23 |
| Faixa Etária | Até 24 anos | 26,1% | 43,3% | 15,5% | 6,5% | 8,6% | R\$ 40,30 |
| | 25 a 34 anos | 17,9% | 47,3% | 20,4% | 9,7% | 4,7% | R\$ 47,66 |
| | 35 a 44 anos | 30,0% | 26,8% | 21,2% | 16,4% | 5,6% | R\$ 57,95 |
| | 45 anos ou mais | 37,0% | 24,7% | 16,4% | 16,4% | 5,5% | R\$ 53,51 |
| Escolaridade | Fundamental I com/inc | 51,5% | 18,7% | 13,6% | 10,1% | 6,1% | R\$ 30,26 |
| | Fundamental II com/inc | 32,6% | 33,5% | 17,4% | 13,6% | 3,0% | R\$ 46,28 |
| | Ensino Médio com/inc | 26,8% | 37,7% | 17,5% | 10,6% | 7,4% | R\$ 46,99 |
| | Superior com/inc | 13,5% | 35,4% | 24,2% | 22,0% | 4,9% | R\$ 83,10 |
| Renda | Até 2 SM | 40,2% | 33,6% | 14,3% | 5,3% | 6,6% | R\$ 30,07 |
| | De 2 a 5 SM | 21,7% | 32,2% | 21,1% | 19,0% | 6,1% | R\$ 62,87 |
| | Mais de 5 SM | 14,6% | 37,6% | 21,9% | 22,5% | 3,4% | R\$ 84,22 |
| Cor | Branca | 27,5% | 29,5% | 19,9% | 16,9% | 6,1% | R\$ 59,66 |
| | Preta/Parda | 30,0% | 35,0% | 17,6% | 11,5% | 5,9% | R\$ 47,14 |
| | Outras | 26,2% | 45,2% | 14,3% | 11,9% | 2,4% | R\$ 48,46 |
| Consumo durante semana | Non-Consumers | 42,1% | 36,8% | 5,3% | 7,9% | 7,9% | R\$ 31,31 |
| | Light Consumers | 33,2% | 31,0% | 19,1% | 11,1% | 5,6% | R\$ 44,03 |
| | Moderate Consumers | 29,5% | 35,8% | 18,8% | 10,8% | 5,3% | R\$ 46,98 |
| | Heavy Consumers | 23,2% | 34,1% | 17,3% | 18,4% | 6,9% | R\$ 64,87 |
| Consumo fim de semana | Non-Consumers | 43,2% | 31,1% | 5,4% | 13,5% | 6,8% | R\$ 34,42 |
| | Light Consumers | 38,3% | 27,6% | 16,2% | 12,3% | 5,5% | R\$ 44,02 |
| | Moderate Consumers | 25,8% | 36,3% | 20,6% | 11,4% | 5,8% | R\$ 50,88 |
| | Heavy Consumers | 24,6% | 35,4% | 18,8% | 15,0% | 6,2% | R\$ 57,56 |



TELEVISÃO

TV Aberta

Quais os canais de TV aberta você mais assiste?

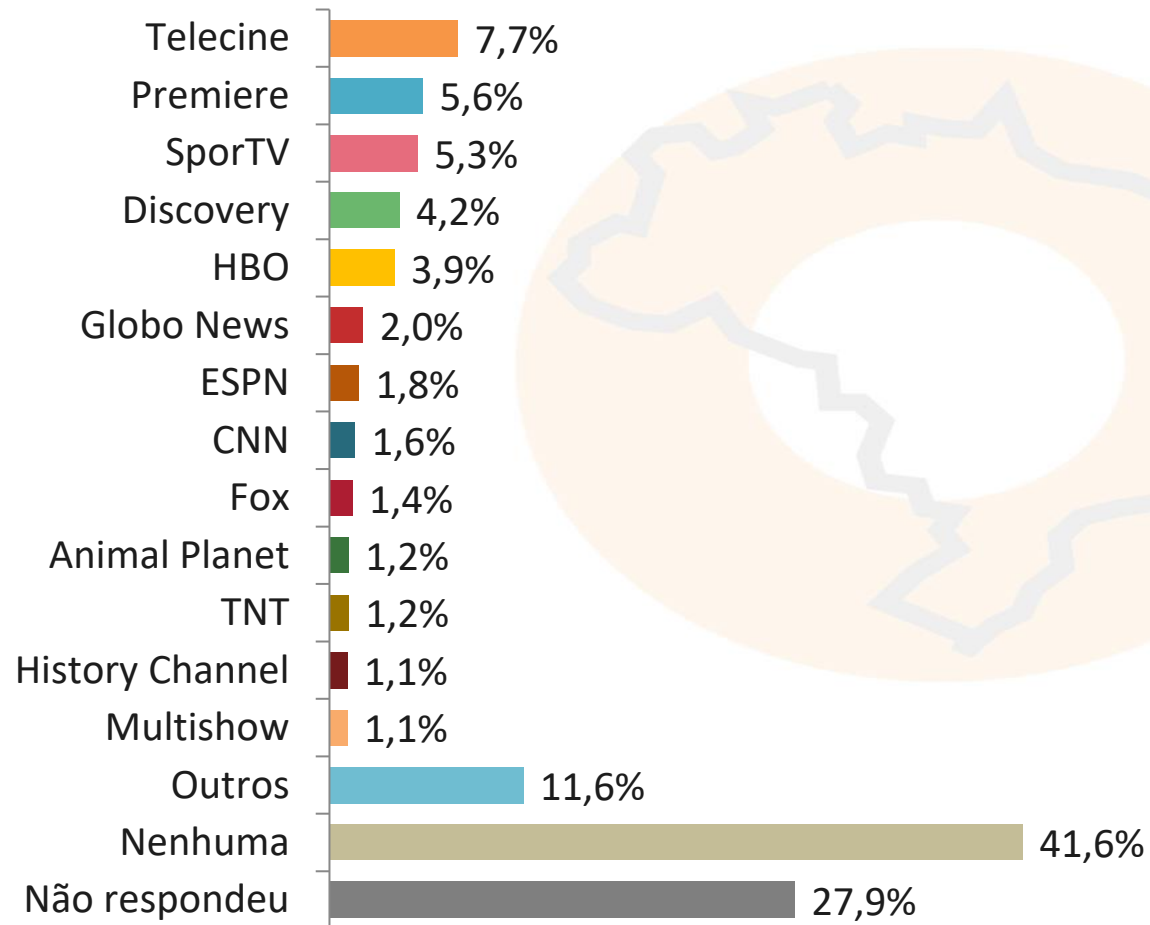


TV Aberta

| | | Globo | SBT | Record | Band | RedeTV | Aparecida | Rede Vida | Canção Nova | Rede Minas | Pai Eterno | Rede Brasil | Outras | Nenhuma | Não respondeu |
|-------------------------------|------------------------------------|-------|-------|--------|-------|--------|-----------|-----------|-------------|------------|------------|-------------|--------|---------|---------------|
| Geral | | 62,9% | 35,8% | 25,9% | 10,5% | 1,1% | 0,7% | 0,5% | 0,2% | 0,2% | 0,2% | 0,2% | 0,6% | 11,3% | 8,0% |
| Região | Campo das Vertentes | 63,9% | 47,2% | 25,0% | 16,7% | 2,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 8,3% | 8,3% |
| | Central Mineira | 70,0% | 36,7% | 33,3% | 20,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 16,7% | 0,0% |
| | Jequitinhonha | 79,2% | 35,4% | 12,5% | 14,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 10,4% |
| | Metropolitana de Belo Horizonte | 67,7% | 34,1% | 37,3% | 10,6% | 0,5% | 0,5% | 0,0% | 0,0% | 0,7% | 0,0% | 0,0% | 1,2% | 7,9% | 6,4% |
| | Noroeste de Minas | 80,0% | 43,3% | 20,0% | 23,3% | 3,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,3% | 3,3% |
| | Norte de Minas | 65,0% | 27,2% | 16,5% | 2,9% | 0,0% | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,0% | 16,5% | 11,7% |
| | Oeste de Minas | 73,3% | 56,7% | 21,7% | 8,3% | 0,0% | 1,7% | 1,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,7% | 1,7% | 10,0% |
| | Sul e Sudoeste de Minas | 58,6% | 38,2% | 16,6% | 8,9% | 0,0% | 1,3% | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,3% | 0,0% | 22,9% | 0,6% |
| | Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba | 53,3% | 28,5% | 31,4% | 9,5% | 1,5% | 0,0% | 1,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,7% | 11,7% | 15,3% |
| | Vale do Mucuri | 46,7% | 60,0% | 16,7% | 10,0% | 16,7% | 0,0% | 6,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 20,0% |
| | Vale do Rio Doce | 58,7% | 25,0% | 14,4% | 9,6% | 0,0% | 2,9% | 0,0% | 1,0% | 0,0% | 2,9% | 0,0% | 0,0% | 1,9% | 19,2% |
| | Zona da Mata | 52,9% | 40,7% | 21,4% | 12,1% | 2,1% | 0,0% | 0,7% | 1,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 22,9% | 0,7% |
| Sexo | Feminino | 65,8% | 39,6% | 26,1% | 4,9% | 0,3% | 1,0% | 0,9% | 0,4% | 0,0% | 0,4% | 0,1% | 0,6% | 9,9% | 7,5% |
| | Masculino | 59,7% | 31,6% | 25,6% | 16,5% | 2,0% | 0,3% | 0,2% | 0,0% | 0,5% | 0,0% | 0,2% | 0,7% | 12,9% | 8,5% |
| Faixa Etária | Até 24 anos | 62,9% | 38,4% | 15,1% | 2,9% | 0,4% | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 16,3% | 13,1% |
| | 25 a 34 anos | 59,5% | 29,7% | 24,4% | 9,3% | 1,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,4% | 14,3% | 10,4% |
| | 35 a 44 anos | 62,4% | 33,2% | 26,8% | 10,0% | 0,8% | 0,4% | 0,4% | 0,0% | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 2,0% | 12,0% | 6,4% |
| | 45 anos ou mais | 65,0% | 39,1% | 31,4% | 15,0% | 1,2% | 1,4% | 1,2% | 0,6% | 0,4% | 0,6% | 0,4% | 0,4% | 6,9% | 4,9% |
| Escolaridade | Fundamental I com/inc | 69,7% | 43,9% | 29,8% | 14,1% | 1,0% | 2,5% | 2,5% | 1,0% | 0,5% | 1,0% | 0,5% | 0,5% | 5,1% | 1,0% |
| | Fundamental II com/inc | 69,1% | 39,8% | 30,1% | 11,0% | 0,0% | 0,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,4% | 0,0% | 0,8% | 5,5% | 5,9% |
| | Ensino Médio com/inc | 61,6% | 36,6% | 26,0% | 7,1% | 1,8% | 0,3% | 0,3% | 0,0% | 0,3% | 0,0% | 0,2% | 0,3% | 12,7% | 8,8% |
| | Superior com/inc | 53,8% | 22,0% | 17,5% | 16,1% | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,3% | 19,3% | 13,9% |
| Renda | Até 2 SM | 67,4% | 42,4% | 26,9% | 8,0% | 1,2% | 1,0% | 0,8% | 0,0% | 0,2% | 0,5% | 0,3% | 0,3% | 7,1% | 5,6% |
| | De 2 a 5 SM | 59,1% | 30,6% | 25,1% | 11,1% | 1,0% | 0,6% | 0,4% | 0,6% | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,6% | 14,8% | 10,1% |
| | Mais de 5 SM | 57,3% | 28,1% | 24,7% | 16,9% | 1,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,7% | 15,7% | 10,1% |
| Cor | Branca | 59,1% | 32,8% | 20,5% | 12,1% | 1,3% | 0,8% | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 0,3% | 0,0% | 0,3% | 13,4% | 11,1% |
| | Preta/Parda | 65,0% | 37,6% | 28,1% | 9,7% | 1,1% | 0,7% | 0,2% | 0,4% | 0,2% | 0,2% | 0,2% | 0,8% | 10,5% | 6,2% |
| | Outras | 64,3% | 35,7% | 33,3% | 11,9% | 0,0% | 0,0% | 2,4% | 0,0% | 2,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 9,5% | 2,4% |
| Consumo durante semana | Non-Consumers | 60,5% | 34,2% | 21,1% | 7,9% | 0,0% | 5,3% | 2,6% | 0,0% | 0,0% | 2,6% | 0,0% | 0,0% | 21,1% | 5,3% |
| | Light Consumers | 58,7% | 39,4% | 24,6% | 12,4% | 1,1% | 0,9% | 0,9% | 0,4% | 0,2% | 0,4% | 0,2% | 0,9% | 9,6% | 8,4% |
| | Moderate Consumers | 66,5% | 36,8% | 28,8% | 8,8% | 1,3% | 0,8% | 0,3% | 0,3% | 0,3% | 0,0% | 0,3% | 0,3% | 10,5% | 7,0% |
| | Heavy Consumers | 64,5% | 30,4% | 24,8% | 10,1% | 1,1% | 0,0% | 0,3% | 0,0% | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 0,8% | 13,3% | 8,8% |
| Consumo fim de semana | Non-Consumers | 66,2% | 31,1% | 25,7% | 5,4% | 0,0% | 4,1% | 4,1% | 2,7% | 0,0% | 2,7% | 0,0% | 0,0% | 10,8% | 5,4% |
| | Light Consumers | 58,4% | 39,0% | 27,3% | 11,0% | 1,3% | 0,0% | 0,6% | 0,3% | 0,3% | 0,3% | 0,3% | 0,3% | 9,7% | 9,1% |
| | Moderate Consumers | 62,3% | 37,0% | 26,5% | 11,4% | 0,4% | 1,1% | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,2% | 0,4% | 13,0% | 7,0% |
| | Heavy Consumers | 65,9% | 33,2% | 24,3% | 10,0% | 1,8% | 0,2% | 0,2% | 0,0% | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 1,1% | 10,8% | 8,6% |

TV Paga

Quais os canais de TV fechada que você mais assiste?

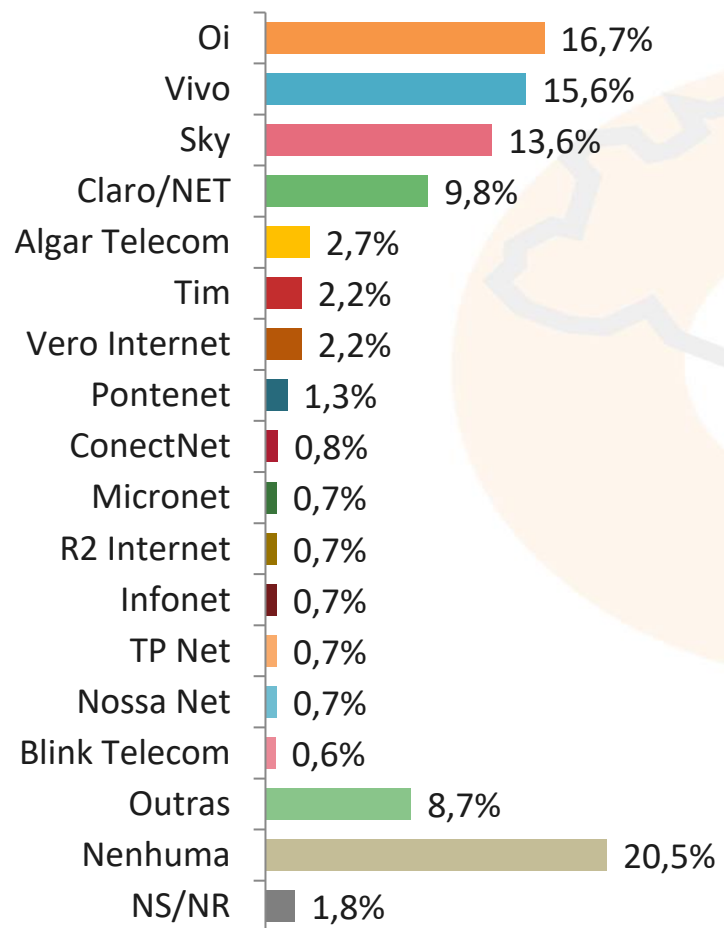


TV Paga

| | | Telecine | Premiere | SporTV | Discovery | HBO | Globo News | ESPN | CNN | Fox | Animal Planet | TNT | History Channel | Multishow | Outros | Nenhuma | Não respondeu |
|-------------------------------|------------------------------------|----------|----------|--------|-----------|------|------------|------|------|-------|---------------|------|-----------------|-----------|--------|---------|---------------|
| Geral | | 7,7% | 5,6% | 5,3% | 4,2% | 3,9% | 2,0% | 1,8% | 1,6% | 1,4% | 1,2% | 1,2% | 1,1% | 1,1% | 11,6% | 41,6% | 27,9% |
| Região | Campo das Vertentes | 2,8% | 11,1% | 19,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,8% | 0,0% | 0,0% | 2,8% | 0,0% | 2,8% | 0,0% | 16,7% | 63,9% | 5,6% |
| | Central Mineira | 0,0% | 23,3% | 20,0% | 0,0% | 0,0% | 3,3% | 3,3% | 3,3% | 3,3% | 0,0% | 0,0% | 3,3% | 0,0% | 6,7% | 53,3% | 13,3% |
| | Jequitinhonha | 18,8% | 2,1% | 0,0% | 2,1% | 8,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 10,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 12,5% | 6,3% | 47,9% |
| | Metropolitana de Belo Horizonte | 6,7% | 4,7% | 6,2% | 4,4% | 3,0% | 2,2% | 2,7% | 1,5% | 1,5% | 1,5% | 0,7% | 1,7% | 1,0% | 11,9% | 36,5% | 34,1% |
| | Noroeste de Minas | 13,3% | 3,3% | 3,3% | 20,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,3% | 10,0% | 3,3% | 3,3% | 0,0% | 20,0% | 30,0% | 23,3% |
| | Norte de Minas | 2,9% | 3,9% | 1,9% | 1,0% | 1,0% | 1,9% | 0,0% | 3,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,0% | 43,7% | 46,6% |
| | Oeste de Minas | 18,3% | 10,0% | 5,0% | 8,3% | 3,3% | 5,0% | 0,0% | 3,3% | 0,0% | 0,0% | 1,7% | 0,0% | 1,7% | 8,3% | 36,7% | 26,7% |
| | Sul e Sudoeste de Minas | 1,9% | 2,5% | 2,5% | 1,3% | 2,5% | 0,6% | 1,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,6% | 1,3% | 7,0% | 82,8% | 1,9% |
| | Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba | 12,4% | 2,9% | 3,6% | 7,3% | 7,3% | 1,5% | 2,9% | 1,5% | 0,7% | 0,0% | 2,9% | 0,0% | 2,2% | 7,3% | 33,6% | 37,2% |
| | Vale do Mucuri | 16,7% | 10,0% | 3,3% | 3,3% | 6,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 6,7% | 3,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 50,0% | 0,0% | 46,7% |
| | Vale do Rio Doce | 1,9% | 6,7% | 3,8% | 5,8% | 2,9% | 5,8% | 1,9% | 3,8% | 1,0% | 2,9% | 1,0% | 1,0% | 2,9% | 21,2% | 17,3% | 39,4% |
| | Zona da Mata | 12,1% | 8,6% | 7,1% | 2,9% | 8,6% | 1,4% | 1,4% | 0,7% | 0,7% | 0,7% | 3,6% | 1,4% | 0,7% | 12,1% | 51,4% | 7,1% |
| Sexo | Feminino | 7,3% | 2,4% | 1,5% | 3,9% | 4,2% | 1,2% | 0,1% | 0,9% | 1,2% | 1,8% | 0,9% | 0,3% | 0,9% | 11,8% | 44,5% | 31,2% |
| | Masculino | 8,2% | 9,1% | 9,5% | 4,6% | 3,6% | 2,9% | 3,6% | 2,3% | 1,6% | 0,5% | 1,5% | 2,0% | 1,3% | 11,4% | 38,3% | 24,3% |
| Faixa Etária | Até 24 anos | 8,2% | 6,9% | 3,3% | 4,1% | 5,3% | 0,8% | 2,0% | 0,0% | 2,9% | 1,2% | 1,2% | 1,2% | 0,4% | 13,5% | 39,2% | 28,6% |
| | 25 a 34 anos | 7,5% | 8,6% | 7,5% | 6,1% | 3,2% | 1,1% | 3,6% | 2,2% | 1,1% | 1,1% | 1,8% | 0,7% | 2,5% | 14,3% | 36,6% | 24,7% |
| | 35 a 44 anos | 8,8% | 3,6% | 4,8% | 5,2% | 3,6% | 1,6% | 0,8% | 0,8% | 2,0% | 2,0% | 0,8% | 0,4% | 0,8% | 17,2% | 39,2% | 29,6% |
| | 45 anos ou mais | 7,1% | 4,3% | 5,3% | 2,8% | 3,8% | 3,4% | 1,2% | 2,4% | 0,6% | 0,8% | 1,0% | 1,6% | 0,8% | 6,5% | 46,6% | 28,5% |
| Escolaridade | Fundamental I com/inc | 3,5% | 3,0% | 3,0% | 1,5% | 1,5% | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 1,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,5% | 5,6% | 54,0% | 31,3% |
| | Fundamental II com/inc | 9,7% | 6,8% | 5,9% | 4,7% | 5,1% | 0,8% | 1,3% | 0,4% | 1,3% | 0,8% | 1,7% | 0,8% | 1,7% | 9,7% | 43,2% | 24,6% |
| | Ensino Médio com/inc | 7,5% | 6,6% | 4,3% | 4,2% | 3,2% | 1,4% | 1,8% | 1,6% | 1,4% | 1,3% | 1,0% | 1,3% | 0,8% | 13,3% | 39,6% | 30,2% |
| | Superior com/inc | 9,9% | 4,0% | 9,4% | 6,3% | 6,7% | 5,8% | 4,0% | 4,0% | 1,3% | 2,2% | 2,2% | 1,8% | 1,8% | 14,3% | 34,1% | 22,0% |
| Renda | Até 2 SM | 6,3% | 3,7% | 3,5% | 3,0% | 3,0% | 0,5% | 0,5% | 0,2% | 1,7% | 1,2% | 0,7% | 0,7% | 0,5% | 10,0% | 44,4% | 33,4% |
| | De 2 a 5 SM | 8,1% | 7,9% | 5,9% | 5,3% | 3,8% | 2,8% | 3,2% | 1,8% | 1,0% | 1,4% | 0,8% | 1,4% | 1,6% | 10,9% | 42,5% | 23,3% |
| | Mais de 5 SM | 11,2% | 6,2% | 10,1% | 5,1% | 7,3% | 5,1% | 2,2% | 5,6% | 1,7% | 0,6% | 3,9% | 1,7% | 1,7% | 19,7% | 28,7% | 22,5% |
| Cor | Branca | 7,3% | 6,6% | 7,1% | 3,3% | 3,5% | 1,5% | 3,0% | 1,0% | 0,8% | 0,5% | 1,5% | 1,0% | 1,0% | 13,1% | 40,9% | 28,3% |
| | Preta/Parda | 7,7% | 5,0% | 4,6% | 4,5% | 4,2% | 2,3% | 1,3% | 1,8% | 1,6% | 1,4% | 1,0% | 1,2% | 1,2% | 11,4% | 42,3% | 27,4% |
| | Outras | 14,3% | 7,1% | 2,4% | 7,1% | 2,4% | 2,4% | 0,0% | 2,4% | 4,8% | 2,4% | 2,4% | 0,0% | 0,0% | 7,1% | 38,1% | 26,2% |
| Consumo durante semana | Non-Consumers | 5,3% | 2,6% | 5,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 5,3% | 55,3% | 28,9% |
| | Light Consumers | 7,5% | 4,3% | 5,6% | 5,4% | 5,4% | 1,7% | 1,7% | 1,7% | 0,4% | 1,3% | 0,6% | 1,5% | 1,5% | 8,4% | 45,8% | 27,0% |
| | Moderate Consumers | 9,0% | 6,0% | 3,5% | 4,5% | 4,0% | 3,3% | 1,5% | 2,0% | 1,8% | 1,0% | 1,8% | 1,0% | 1,0% | 15,0% | 36,8% | 28,8% |
| | Heavy Consumers | 6,9% | 7,2% | 6,9% | 2,9% | 2,4% | 1,3% | 2,4% | 1,1% | 2,4% | 1,3% | 1,3% | 0,8% | 0,8% | 12,8% | 40,0% | 28,0% |
| Consumo fim de semana | Non-Consumers | 4,1% | 4,1% | 4,1% | 0,0% | 0,0% | 4,1% | 0,0% | 0,0% | 1,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,4% | 14,9% | 50,0% | 27,0% |
| | Light Consumers | 5,2% | 3,2% | 4,5% | 5,8% | 4,9% | 1,6% | 1,0% | 1,6% | 1,0% | 1,0% | 0,3% | 0,6% | 0,6% | 6,8% | 47,7% | 29,5% |
| | Moderate Consumers | 8,1% | 6,7% | 5,2% | 4,0% | 5,2% | 2,2% | 2,2% | 2,2% | 1,6% | 1,6% | 1,6% | 1,1% | 1,6% | 11,2% | 42,2% | 24,4% |
| | Heavy Consumers | 9,7% | 6,4% | 6,2% | 4,0% | 2,7% | 1,8% | 2,2% | 1,1% | 1,5% | 1,1% | 1,5% | 1,5% | 0,9% | 14,8% | 35,4% | 30,3% |

Operadora de TV a cabo ou Internet

Qual operadora de TV a cabo ou Internet você tem acesso?



Operadora de TV a cabo ou Internet

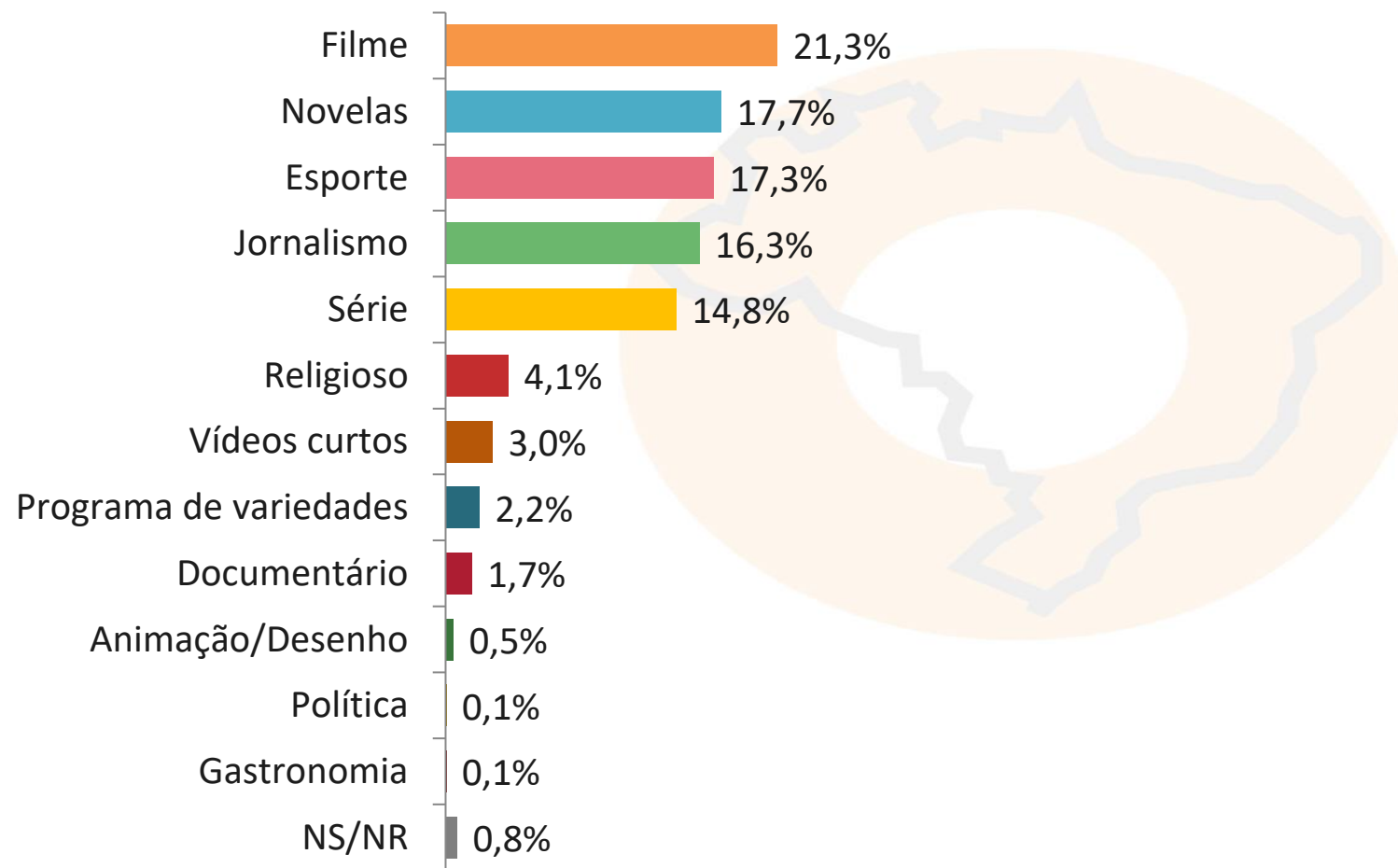
| | | Oi | Vivo | Sky | Claro/ NET | Algar Telecom | Tim | Vero Internet | Pontenet | ConectNet | Micronet | R2 Internet | Infonet | TP Net | Nossa Net | Blink Telecom | Outras | Nenhuma | NS/NR |
|-------------------------------|------------------------------------|-------|-------|-------|---------------|------------------|------|------------------|----------|-----------|----------|----------------|---------|--------|--------------|------------------|--------|---------|-------|
| Geral | | 16,7% | 15,6% | 13,6% | 9,8% | 2,7% | 2,2% | 2,2% | 1,3% | 0,8% | 0,7% | 0,7% | 0,7% | 0,7% | 0,7% | 0,6% | 8,7% | 20,5% | 1,8% |
| Região | Campo das Vertentes | 13,9% | 0,0% | 0,0% | 5,6% | 0,0% | 0,0% | 47,2% | 2,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 22,2% | 5,6% | 2,8% |
| | Central Mineira | 0,0% | 26,7% | 13,3% | 3,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 10,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 43,3% | 3,3% | 0,0% |
| | Jequitinhonha | 8,3% | 14,6% | 39,6% | 4,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 31,3% | 2,1% |
| | Metropolitana de Belo Horizonte | 16,5% | 16,8% | 13,3% | 18,8% | 0,0% | 4,2% | 1,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,0% | 7,4% | 14,6% | 3,0% |
| | Noroeste de Minas | 3,3% | 3,3% | 26,7% | 13,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,3% | 50,0% | 0,0% |
| | Norte de Minas | 17,5% | 23,3% | 14,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,9% | 39,8% | 1,0% |
| | Oeste de Minas | 26,7% | 15,0% | 11,7% | 3,3% | 0,0% | 0,0% | 3,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 10,0% | 30,0% | 0,0% |
| | Sul e Sudoeste de Minas | 18,5% | 24,2% | 8,3% | 1,9% | 0,0% | 1,3% | 0,0% | 0,0% | 5,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 5,7% | 0,0% | 0,0% | 3,2% | 31,2% | 0,0% |
| | Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba | 8,8% | 5,8% | 11,7% | 13,1% | 24,8% | 2,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 5,1% | 26,3% | 1,5% |
| | Vale do Mucuri | 36,7% | 0,0% | 40,0% | 6,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 16,7% | 0,0% |
| | Vale do Rio Doce | 26,0% | 18,3% | 11,5% | 6,7% | 0,0% | 4,8% | 0,0% | 0,0% | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 8,7% | 0,0% | 17,3% | 5,8% | 0,0% |
| | Zona da Mata | 17,1% | 12,9% | 10,0% | 5,7% | 0,0% | 0,7% | 2,9% | 11,4% | 0,0% | 5,7% | 0,0% | 4,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 14,3% | 10,7% | 4,3% |
| Sexo | Feminino | 16,2% | 15,6% | 12,7% | 9,6% | 3,1% | 2,4% | 2,5% | 1,8% | 0,9% | 0,7% | 1,0% | 0,4% | 0,7% | 0,9% | 0,7% | 8,4% | 20,1% | 1,9% |
| | Masculino | 17,3% | 15,7% | 14,5% | 10,0% | 2,1% | 2,0% | 1,8% | 0,8% | 0,7% | 0,7% | 0,3% | 1,0% | 0,7% | 0,5% | 0,5% | 9,1% | 20,9% | 1,6% |
| Faixa Etária | Até 24 anos | 14,7% | 18,4% | 15,1% | 9,8% | 2,4% | 1,2% | 3,3% | 1,2% | 0,8% | 0,8% | 1,6% | 0,4% | 0,4% | 0,0% | 0,4% | 9,0% | 18,4% | 2,0% |
| | 25 a 34 anos | 16,8% | 14,7% | 16,8% | 9,0% | 3,2% | 2,2% | 2,2% | 2,5% | 1,1% | 1,4% | 0,7% | 1,1% | 1,1% | 1,1% | 0,0% | 9,0% | 15,8% | 1,4% |
| | 35 a 44 anos | 16,8% | 14,0% | 13,6% | 11,6% | 2,4% | 2,0% | 1,6% | 0,4% | 2,0% | 0,8% | 1,2% | 0,8% | 0,4% | 0,4% | 1,2% | 10,0% | 18,8% | 2,0% |
| | 45 anos ou mais | 17,6% | 15,6% | 11,1% | 9,3% | 2,6% | 2,8% | 2,0% | 1,2% | 0,0% | 0,2% | 0,0% | 0,6% | 0,8% | 1,0% | 0,8% | 7,9% | 24,9% | 1,8% |
| Escolaridade | Fundamental I com/inc | 13,6% | 15,7% | 8,1% | 6,6% | 1,5% | 2,5% | 2,0% | 0,0% | 0,0% | 0,5% | 0,5% | 0,5% | 1,5% | 1,0% | 1,0% | 5,1% | 37,9% | 2,0% |
| | Fundamental II com/inc | 20,3% | 15,7% | 14,0% | 9,7% | 2,5% | 2,5% | 0,8% | 1,7% | 0,8% | 0,0% | 0,4% | 0,8% | 0,4% | 0,4% | 0,4% | 10,6% | 17,4% | 1,3% |
| | Ensino Médio com/inc | 14,9% | 15,4% | 13,8% | 10,4% | 2,7% | 2,2% | 2,9% | 1,8% | 1,1% | 1,0% | 0,6% | 0,5% | 0,6% | 0,6% | 0,6% | 9,5% | 18,8% | 2,4% |
| | Superior com/inc | 20,6% | 16,1% | 17,5% | 10,8% | 3,6% | 1,3% | 1,8% | 0,9% | 0,4% | 0,9% | 1,3% | 1,3% | 0,4% | 0,9% | 0,4% | 8,1% | 13,0% | 0,4% |
| Renda | Até 2 SM | 15,0% | 16,1% | 13,0% | 6,6% | 0,7% | 1,0% | 3,0% | 1,3% | 0,3% | 0,3% | 1,0% | 0,8% | 1,0% | 1,2% | 0,2% | 8,0% | 28,6% | 2,0% |
| | De 2 a 5 SM | 16,8% | 13,8% | 12,8% | 11,7% | 5,9% | 3,4% | 1,6% | 0,8% | 1,6% | 0,8% | 0,6% | 0,6% | 0,6% | 0,2% | 1,2% | 10,5% | 15,4% | 1,6% |
| | Mais de 5 SM | 23,0% | 17,4% | 18,5% | 15,2% | 0,6% | 2,8% | 1,1% | 2,8% | 0,0% | 1,7% | 0,0% | 0,6% | 0,0% | 0,6% | 0,6% | 6,2% | 7,3% | 1,7% |
| Cor | Branca | 17,2% | 14,6% | 12,6% | 10,1% | 4,8% | 1,3% | 2,8% | 1,0% | 1,8% | 0,5% | 0,0% | 0,3% | 1,3% | 0,5% | 0,0% | 8,1% | 21,7% | 1,5% |
| | Preta/Parda | 16,5% | 15,8% | 14,4% | 9,4% | 1,8% | 2,7% | 1,9% | 1,6% | 0,4% | 0,8% | 1,1% | 1,0% | 0,5% | 0,8% | 1,0% | 8,9% | 19,4% | 1,9% |
| | Outras | 14,3% | 23,8% | 7,1% | 14,3% | 0,0% | 2,4% | 2,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 14,3% | 21,4% | 0,0% |
| Consumo durante semana | Non-Consumers | 13,2% | 13,2% | 5,3% | 5,3% | 0,0% | 0,0% | 2,6% | 2,6% | 0,0% | 2,6% | 2,6% | 0,0% | 2,6% | 0,0% | 0,0% | 7,9% | 39,5% | 2,6% |
| | Light Consumers | 16,9% | 18,4% | 11,8% | 7,9% | 0,4% | 2,1% | 1,1% | 1,5% | 1,5% | 0,9% | 0,4% | 0,0% | 0,6% | 1,1% | 0,6% | 7,5% | 25,9% | 1,3% |
| | Moderate Consumers | 18,3% | 15,8% | 16,8% | 9,3% | 1,3% | 2,0% | 1,8% | 2,3% | 0,5% | 0,8% | 1,0% | 0,8% | 0,8% | 0,0% | 0,8% | 6,8% | 19,8% | 1,8% |
| | Heavy Consumers | 15,2% | 12,3% | 13,3% | 13,1% | 7,2% | 2,7% | 4,0% | 0,0% | 0,3% | 0,3% | 0,5% | 1,6% | 0,5% | 1,1% | 0,5% | 12,5% | 12,5% | 2,4% |
| Consumo fim de semana | Non-Consumers | 16,2% | 10,8% | 16,2% | 6,8% | 0,0% | 2,7% | 0,0% | 1,4% | 0,0% | 1,4% | 0,0% | 1,4% | 1,4% | 0,0% | 0,0% | 5,4% | 31,1% | 5,4% |
| | Light Consumers | 15,3% | 17,2% | 10,7% | 10,4% | 0,6% | 3,2% | 1,3% | 1,0% | 0,6% | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,6% | 1,0% | 1,3% | 7,1% | 27,9% | 1,0% |
| | Moderate Consumers | 18,4% | 16,1% | 13,7% | 6,5% | 3,1% | 2,0% | 2,2% | 2,0% | 1,6% | 1,3% | 1,3% | 1,1% | 0,4% | 0,4% | 0,2% | 8,1% | 19,5% | 1,8% |
| | Heavy Consumers | 16,2% | 14,8% | 15,0% | 13,1% | 4,0% | 1,5% | 3,1% | 0,9% | 0,2% | 0,0% | 0,7% | 0,7% | 0,9% | 0,9% | 0,7% | 11,1% | 14,6% | 1,8% |



CONTEÚDO

Tipo de conteúdo

Qual tipo de conteúdo audiovisual você mais assiste?

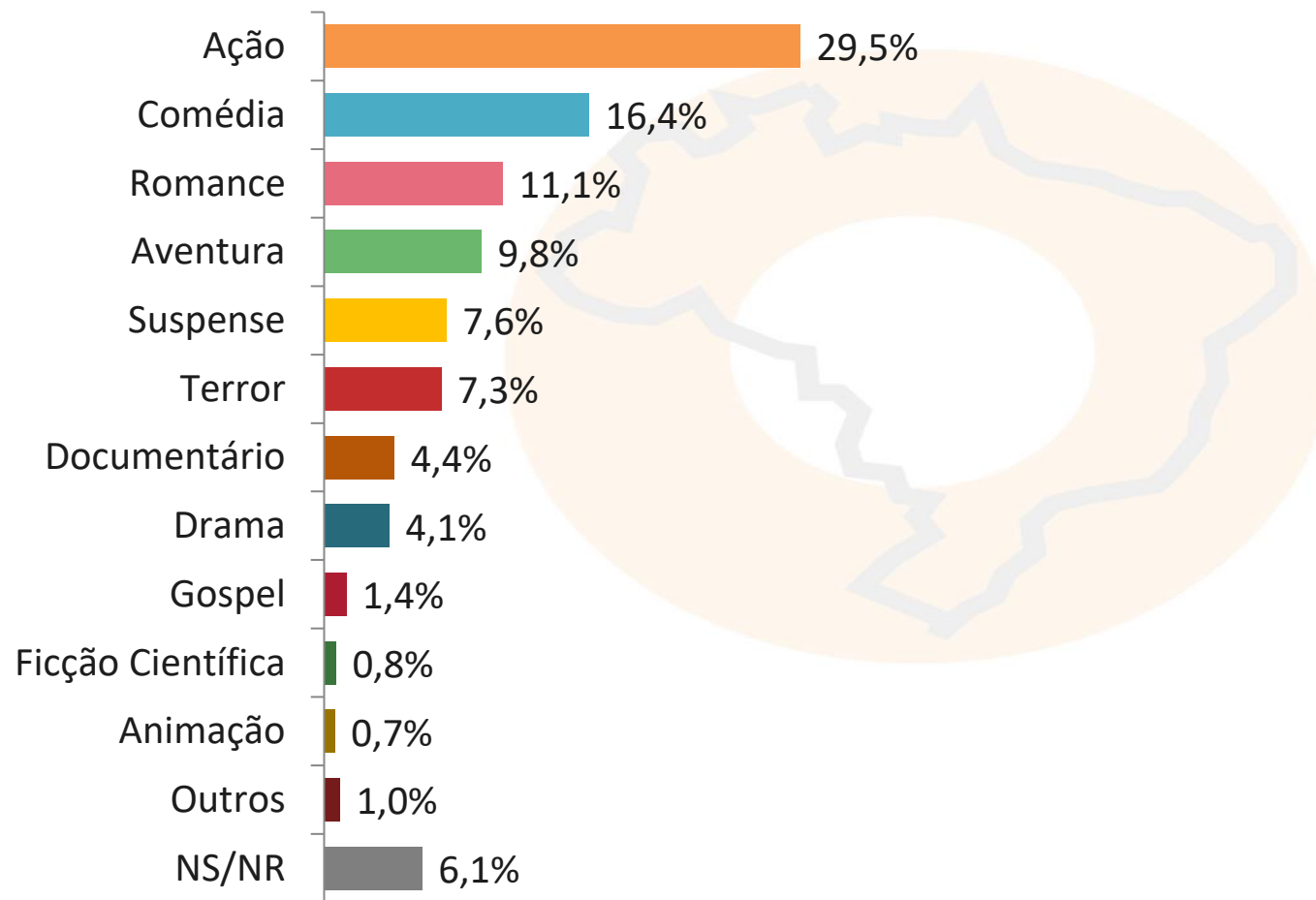


Tipo de conteúdo

| | Filme | Novelas | Esporte | Jornalismo | Série | Religioso | Vídeos curtos | Programa de variedades | Documentário | Animação/ Desenho | Política | Gastronomia | NS/NR |
|-------------------------------|------------------------------------|---------|---------|------------|-------|-----------|---------------|------------------------|--------------|----------------------|----------|-------------|-------|
| Geral | 21,3% | 17,7% | 17,3% | 16,3% | 14,8% | 4,1% | 3,0% | 2,2% | 1,7% | 0,5% | 0,1% | 0,1% | 0,8% |
| Região | | | | | | | | | | | | | |
| | Campo das Vertentes | 22,2% | 8,3% | 13,9% | 16,7% | 19,4% | 8,3% | 5,6% | 5,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| | Central Mineira | 10,0% | 16,7% | 20,0% | 26,7% | 10,0% | 3,3% | 3,3% | 6,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,3% |
| | Jequitinhonha | 16,7% | 33,3% | 22,9% | 8,3% | 14,6% | 0,0% | 0,0% | 2,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,1% |
| | Metropolitana de Belo Horizonte | 23,2% | 16,5% | 18,3% | 16,8% | 10,9% | 4,0% | 4,4% | 2,7% | 2,0% | 0,7% | 0,0% | 0,5% |
| | Noroeste de Minas | 26,7% | 16,7% | 6,7% | 16,7% | 23,3% | 0,0% | 6,7% | 3,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| | Norte de Minas | 11,7% | 17,5% | 17,5% | 21,4% | 18,4% | 1,9% | 4,9% | 1,0% | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 4,9% |
| | Oeste de Minas | 21,7% | 20,0% | 18,3% | 10,0% | 16,7% | 3,3% | 3,3% | 1,7% | 5,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| | Sul e Sudoeste de Minas | 17,2% | 30,6% | 15,9% | 15,9% | 8,9% | 4,5% | 1,3% | 0,6% | 2,5% | 0,6% | 0,6% | 0,6% |
| | Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba | 24,1% | 13,1% | 12,4% | 21,2% | 27,0% | 0,0% | 0,7% | 0,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| | Vale do Mucuri | 33,3% | 10,0% | 10,0% | 20,0% | 10,0% | 6,7% | 6,7% | 0,0% | 3,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| | Vale do Rio Doce | 23,1% | 15,4% | 21,2% | 16,3% | 14,4% | 6,7% | 1,0% | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| | Zona da Mata | 23,6% | 11,4% | 19,3% | 9,3% | 17,1% | 8,6% | 2,1% | 4,3% | 2,9% | 1,4% | 0,0% | 0,0% |
| Sexo | | | | | | | | | | | | | |
| | Feminino | 22,8% | 29,8% | 1,8% | 11,4% | 20,5% | 5,5% | 3,3% | 2,2% | 1,3% | 0,7% | 0,1% | 0,3% |
| | Masculino | 19,7% | 4,6% | 34,1% | 21,7% | 8,6% | 2,4% | 2,8% | 2,1% | 0,3% | 0,2% | 0,0% | 1,3% |
| Faixa Etária | | | | | | | | | | | | | |
| | Até 24 anos | 30,2% | 12,7% | 13,5% | 6,1% | 28,2% | 0,8% | 4,9% | 1,2% | 1,2% | 0,4% | 0,0% | 0,8% |
| | 25 a 34 anos | 20,4% | 16,1% | 19,4% | 9,0% | 22,6% | 2,2% | 5,0% | 1,8% | 1,8% | 1,4% | 0,0% | 0,4% |
| | 35 a 44 anos | 26,0% | 18,4% | 14,8% | 17,6% | 12,0% | 4,4% | 1,6% | 2,0% | 0,8% | 0,4% | 0,0% | 2,0% |
| | 45 anos ou mais | 15,2% | 20,8% | 19,2% | 24,7% | 5,5% | 6,5% | 1,8% | 3,0% | 2,4% | 0,2% | 0,2% | 0,4% |
| Escolaridade | | | | | | | | | | | | | |
| | Fundamental I com/inc | 13,1% | 25,3% | 18,2% | 26,3% | 2,0% | 8,1% | 1,5% | 4,5% | 0,5% | 0,0% | 0,5% | 0,0% |
| | Fundamental II com/inc | 21,6% | 19,9% | 20,8% | 17,8% | 6,4% | 5,1% | 3,8% | 2,5% | 0,8% | 0,0% | 0,0% | 0,4% |
| | Ensino Médio com/inc | 23,0% | 17,2% | 16,5% | 12,2% | 19,1% | 3,2% | 3,2% | 1,8% | 1,9% | 0,8% | 0,0% | 1,1% |
| | Superior com/inc | 23,8% | 10,3% | 14,8% | 17,5% | 23,3% | 1,8% | 3,1% | 0,9% | 3,1% | 0,4% | 0,0% | 0,9% |
| Renda | | | | | | | | | | | | | |
| | Até 2 SM | 18,8% | 24,3% | 14,3% | 16,6% | 12,5% | 5,1% | 2,8% | 2,5% | 1,7% | 0,5% | 0,2% | 0,8% |
| | De 2 a 5 SM | 23,3% | 13,6% | 19,4% | 14,8% | 16,4% | 3,8% | 4,0% | 1,8% | 1,6% | 0,6% | 0,0% | 0,6% |
| | Mais de 5 SM | 24,2% | 7,9% | 21,3% | 19,7% | 18,5% | 1,1% | 0,6% | 2,2% | 2,2% | 0,6% | 0,0% | 1,1% |
| Cor | | | | | | | | | | | | | |
| | Branca | 22,5% | 13,1% | 18,7% | 15,7% | 17,7% | 4,8% | 2,8% | 1,0% | 1,8% | 0,5% | 0,3% | 1,0% |
| | Preta/Parda | 21,3% | 19,8% | 16,5% | 16,5% | 13,3% | 3,9% | 3,0% | 2,9% | 1,7% | 0,5% | 0,0% | 0,6% |
| | Outras | 14,3% | 26,2% | 16,7% | 16,7% | 16,7% | 2,4% | 2,4% | 0,0% | 2,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Consumo durante semana | | | | | | | | | | | | | |
| | Non-Consumers | 18,4% | 13,2% | 15,8% | 21,1% | 10,5% | 15,8% | 2,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,6% |
| | Light Consumers | 19,7% | 21,4% | 16,9% | 18,0% | 10,7% | 5,1% | 2,1% | 1,7% | 2,6% | 0,9% | 0,2% | 0,4% |
| | Moderate Consumers | 22,5% | 16,3% | 17,0% | 16,0% | 17,5% | 3,0% | 2,5% | 2,5% | 1,5% | 0,3% | 0,0% | 1,0% |
| | Heavy Consumers | 22,4% | 15,2% | 18,1% | 14,1% | 17,6% | 2,7% | 4,8% | 2,7% | 1,1% | 0,5% | 0,0% | 0,8% |
| Consumo fim de semana | | | | | | | | | | | | | |
| | Non-Consumers | 12,2% | 27,0% | 18,9% | 16,2% | 4,1% | 9,5% | 1,4% | 1,4% | 5,4% | 1,4% | 0,0% | 2,7% |
| | Light Consumers | 15,9% | 22,7% | 14,3% | 22,4% | 9,7% | 6,2% | 2,9% | 2,6% | 1,9% | 1,0% | 0,3% | 0,0% |
| | Moderate Consumers | 24,4% | 16,1% | 19,7% | 14,1% | 14,8% | 3,8% | 2,0% | 1,6% | 1,6% | 0,4% | 0,2% | 1,1% |
| | Heavy Consumers | 23,5% | 14,4% | 16,6% | 14,4% | 20,1% | 2,0% | 4,4% | 2,7% | 1,1% | 0,2% | 0,0% | 0,7% |

Gênero do conteúdo

Qual gênero de conteúdo audiovisual você mais assiste?

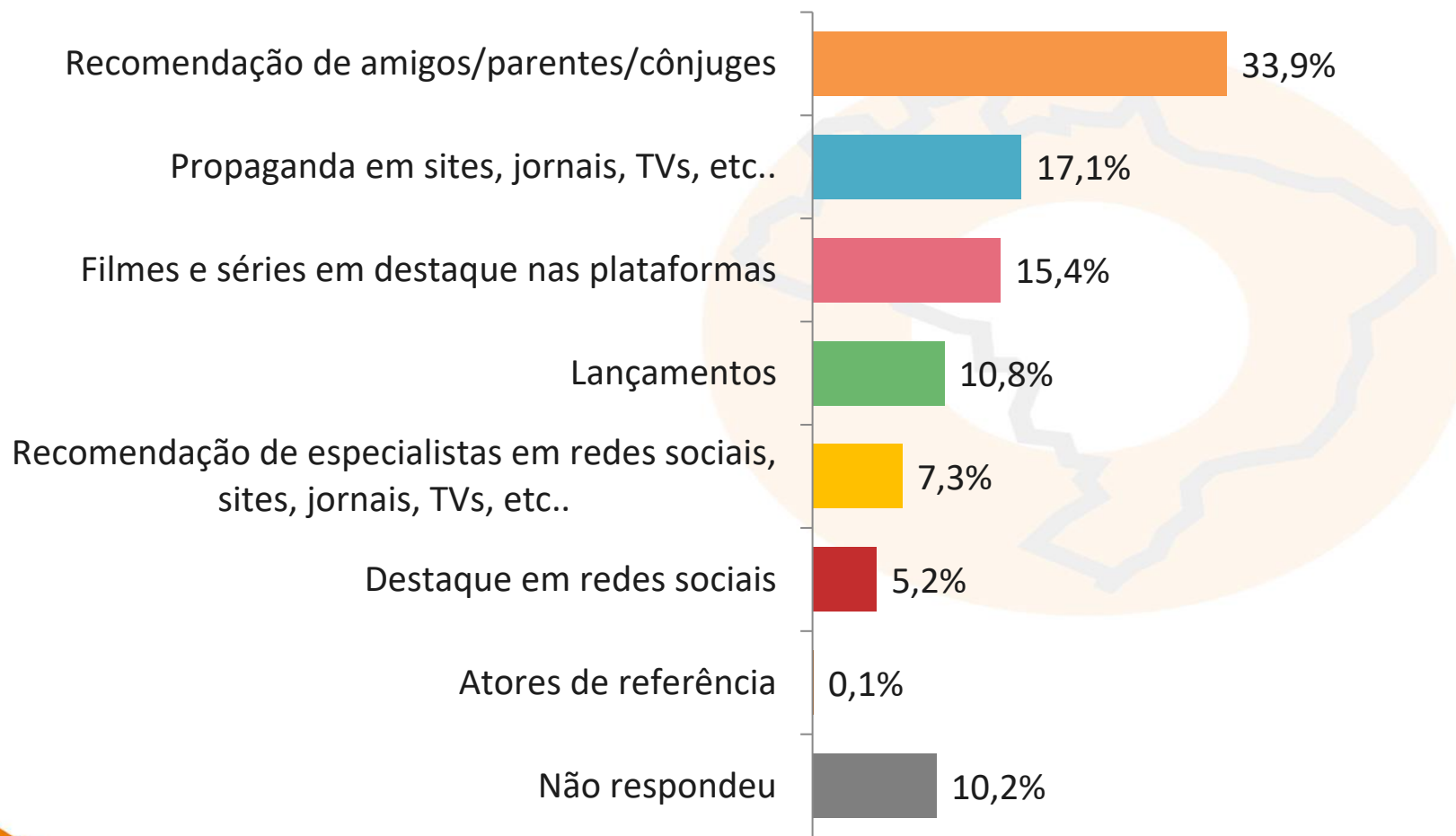


Gênero do conteúdo

| | | Ação | Comédia | Romance | Aventura | Suspense | Terror | Documentário | Drama | Gospel | Ficção Científica | Animação | Outros | NS/NR |
|-------------------------------|------------------------------------|-------|---------|---------|----------|----------|--------|--------------|-------|--------|-------------------|----------|--------|-------|
| Geral | | 29,5% | 16,4% | 11,1% | 9,8% | 7,6% | 7,3% | 4,4% | 4,1% | 1,4% | 0,8% | 0,7% | 1,0% | 6,1% |
| Região | Campo das Vertentes | 19,4% | 11,1% | 16,7% | 11,1% | 11,1% | 0,0% | 13,9% | 8,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 8,3% |
| | Central Mineira | 46,7% | 13,3% | 13,3% | 3,3% | 6,7% | 6,7% | 10,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| | Jequitinhonha | 29,2% | 10,4% | 4,2% | 22,9% | 8,3% | 6,3% | 2,1% | 4,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 12,5% |
| | Metropolitana de Belo Horizonte | 29,4% | 17,0% | 11,9% | 8,6% | 8,1% | 9,4% | 3,7% | 3,2% | 1,2% | 0,5% | 1,7% | 1,7% | 3,5% |
| | Noroeste de Minas | 26,7% | 23,3% | 6,7% | 6,7% | 6,7% | 6,7% | 0,0% | 13,3% | 3,3% | 3,3% | 0,0% | 3,3% | 0,0% |
| | Norte de Minas | 18,4% | 7,8% | 14,6% | 10,7% | 1,9% | 1,9% | 3,9% | 1,9% | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 1,0% | 36,9% |
| | Oeste de Minas | 30,0% | 15,0% | 8,3% | 16,7% | 6,7% | 3,3% | 15,0% | 3,3% | 1,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| | Sul e Sudoeste de Minas | 24,8% | 12,7% | 14,0% | 7,0% | 10,2% | 8,9% | 6,4% | 9,6% | 1,9% | 0,6% | 0,6% | 0,6% | 2,5% |
| | Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba | 36,5% | 24,8% | 8,0% | 10,9% | 8,0% | 8,8% | 2,2% | 0,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| | Vale do Mucuri | 33,3% | 16,7% | 6,7% | 10,0% | 6,7% | 6,7% | 0,0% | 3,3% | 0,0% | 6,7% | 0,0% | 0,0% | 10,0% |
| | Vale do Rio Doce | 33,7% | 13,5% | 10,6% | 9,6% | 6,7% | 2,9% | 2,9% | 2,9% | 3,8% | 1,9% | 1,0% | 1,0% | 9,6% |
| | Zona da Mata | 31,4% | 22,1% | 10,0% | 8,6% | 7,1% | 9,3% | 2,1% | 4,3% | 2,1% | 1,4% | 0,0% | 1,4% | 0,0% |
| Sexo | Feminino | 16,6% | 20,1% | 18,3% | 7,8% | 10,2% | 8,4% | 3,9% | 5,2% | 1,9% | 0,3% | 1,0% | 0,7% | 5,4% |
| | Masculino | 43,4% | 12,4% | 3,3% | 11,9% | 4,7% | 6,0% | 4,9% | 2,8% | 0,8% | 1,3% | 0,3% | 1,3% | 6,9% |
| Faixa Etária | Até 24 anos | 26,1% | 17,6% | 11,0% | 8,6% | 11,4% | 11,8% | 1,2% | 4,5% | 0,0% | 1,2% | 1,2% | 0,4% | 4,9% |
| | 25 a 34 anos | 30,8% | 19,4% | 9,3% | 8,2% | 8,2% | 10,0% | 3,6% | 3,2% | 0,4% | 2,2% | 0,0% | 0,4% | 4,3% |
| | 35 a 44 anos | 28,4% | 17,6% | 10,8% | 6,8% | 9,6% | 6,4% | 6,4% | 4,0% | 0,4% | 0,0% | 0,4% | 0,8% | 8,4% |
| | 45 anos ou mais | 30,8% | 13,6% | 12,3% | 12,6% | 4,3% | 4,0% | 5,3% | 4,3% | 3,2% | 0,2% | 1,0% | 1,8% | 6,5% |
| Escolaridade | Fundamental I com/inc | 29,8% | 15,7% | 12,1% | 9,1% | 4,0% | 7,1% | 6,6% | 2,0% | 4,5% | 0,0% | 1,0% | 2,0% | 6,1% |
| | Fundamental II com/inc | 31,4% | 16,9% | 10,2% | 12,3% | 4,7% | 7,6% | 4,7% | 3,0% | 1,3% | 0,4% | 0,8% | 0,8% | 5,9% |
| | Ensino Médio com/inc | 30,3% | 17,2% | 10,6% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 2,9% | 4,0% | 0,8% | 0,5% | 0,8% | 0,8% | 7,1% |
| | Superior com/inc | 24,7% | 14,3% | 12,6% | 11,7% | 11,7% | 4,0% | 6,3% | 7,2% | 0,4% | 2,7% | 0,0% | 0,9% | 3,6% |
| Renda | Até 2 SM | 28,2% | 15,8% | 11,3% | 9,6% | 6,0% | 8,3% | 4,0% | 4,0% | 2,5% | 0,3% | 0,5% | 1,2% | 8,3% |
| | De 2 a 5 SM | 29,4% | 17,2% | 11,9% | 9,9% | 8,7% | 7,3% | 4,0% | 3,8% | 0,6% | 1,0% | 1,0% | 0,4% | 4,7% |
| | Mais de 5 SM | 33,7% | 16,3% | 8,4% | 9,0% | 10,1% | 3,9% | 6,7% | 5,1% | 0,0% | 1,7% | 0,6% | 2,2% | 2,2% |
| Cor | Branca | 24,5% | 15,4% | 10,1% | 9,8% | 8,8% | 9,1% | 6,6% | 6,1% | 0,5% | 1,3% | 0,5% | 1,0% | 6,3% |
| | Preta/Parda | 31,8% | 17,1% | 11,6% | 9,9% | 6,9% | 6,5% | 3,4% | 3,1% | 1,8% | 0,6% | 0,8% | 1,0% | 5,4% |
| | Outras | 35,7% | 14,3% | 11,9% | 7,1% | 9,5% | 7,1% | 2,4% | 4,8% | 2,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,8% |
| Consumo durante semana | Non-Consumers | 23,7% | 15,8% | 10,5% | 10,5% | 5,3% | 5,3% | 7,9% | 2,6% | 0,0% | 2,6% | 0,0% | 5,3% | 10,5% |
| | Light Consumers | 26,8% | 15,8% | 13,7% | 8,4% | 7,9% | 6,2% | 4,9% | 5,4% | 3,4% | 0,4% | 1,1% | 0,4% | 5,6% |
| | Moderate Consumers | 33,0% | 15,0% | 9,8% | 11,8% | 8,8% | 7,3% | 4,3% | 3,5% | 0,5% | 1,3% | 0,3% | 0,3% | 4,5% |
| | Heavy Consumers | 29,6% | 18,7% | 9,3% | 9,3% | 6,1% | 8,8% | 3,5% | 3,2% | 0,0% | 0,5% | 0,8% | 2,1% | 8,0% |
| Consumo fim de semana | Non-Consumers | 23,0% | 21,6% | 10,8% | 5,4% | 2,7% | 10,8% | 4,1% | 2,7% | 6,8% | 0,0% | 2,7% | 1,4% | 8,1% |
| | Light Consumers | 24,7% | 16,9% | 13,0% | 10,1% | 5,8% | 5,5% | 6,2% | 5,5% | 3,6% | 0,3% | 1,3% | 1,0% | 6,2% |
| | Moderate Consumers | 30,0% | 13,5% | 11,7% | 9,9% | 9,2% | 8,1% | 4,0% | 5,2% | 0,2% | 1,6% | 0,2% | 1,3% | 5,2% |
| | Heavy Consumers | 33,2% | 18,1% | 9,3% | 10,2% | 8,0% | 7,1% | 3,5% | 2,2% | 0,2% | 0,4% | 0,4% | 0,7% | 6,6% |

Seleção de conteúdo

De qual forma você seleciona os conteúdos que assiste?



Seleção de conteúdo

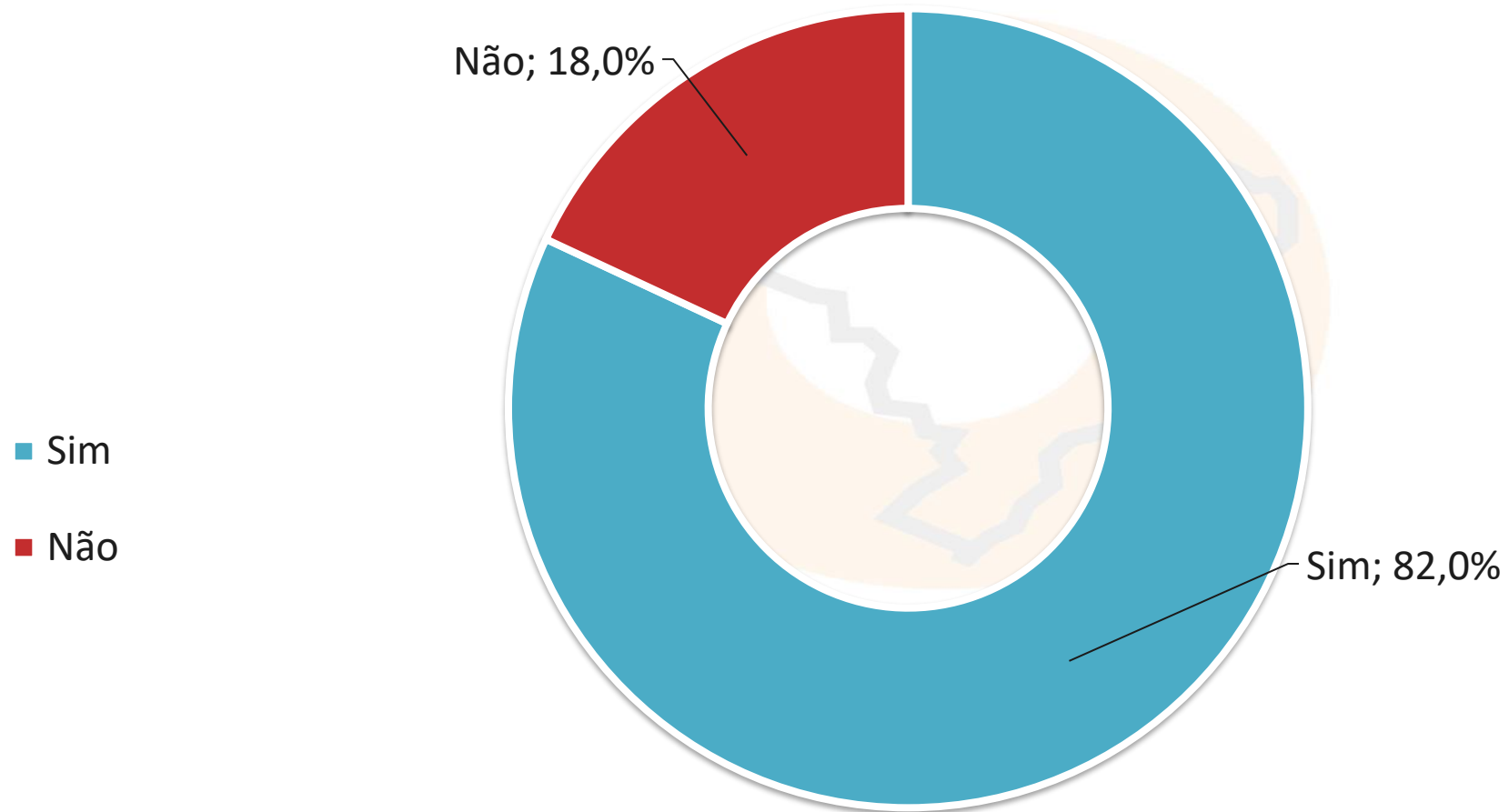
| | | Recomendação de amigos/parentes/cônjuges | Propaganda em sites, jornais, TVs, etc.. | Filmes e séries em destaque nas plataformas | Lançamentos | Recomendação de especialistas em redes sociais, sites, jornais, TVs, etc.. | Destaque em redes sociais | Atores de referência | Não respondeu |
|-------------------------------|------------------------------------|------------------------------------------|------------------------------------------|---------------------------------------------|-------------|----------------------------------------------------------------------------|---------------------------|----------------------|---------------|
| Geral | | 33,9% | 17,1% | 15,4% | 10,8% | 7,3% | 5,2% | 0,1% | 10,2% |
| Região | Campo das Vertentes | 13,9% | 30,6% | 47,2% | 5,6% | 0,0% | 2,8% | 0,0% | 0,0% |
| | Central Mineira | 20,0% | 76,7% | 3,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| | Jequitinhonha | 43,8% | 16,7% | 8,3% | 12,5% | 0,0% | 6,3% | 0,0% | 12,5% |
| | Metropolitana de Belo Horizonte | 26,9% | 15,3% | 14,6% | 14,1% | 7,4% | 4,2% | 0,0% | 17,5% |
| | Noroeste de Minas | 50,0% | 6,7% | 0,0% | 20,0% | 20,0% | 3,3% | 0,0% | 0,0% |
| | Norte de Minas | 59,2% | 3,9% | 0,0% | 1,0% | 20,4% | 9,7% | 0,0% | 5,8% |
| | Oeste de Minas | 25,0% | 18,3% | 8,3% | 3,3% | 6,7% | 20,0% | 0,0% | 18,3% |
| | Sul e Sudoeste de Minas | 35,7% | 32,5% | 11,5% | 5,1% | 8,3% | 5,7% | 0,0% | 1,3% |
| | Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba | 57,7% | 3,6% | 24,1% | 7,3% | 5,8% | 1,5% | 0,0% | 0,0% |
| | Vale do Mucuri | 16,7% | 6,7% | 36,7% | 10,0% | 3,3% | 6,7% | 0,0% | 20,0% |
| | Vale do Rio Doce | 35,6% | 11,5% | 8,7% | 16,3% | 3,8% | 4,8% | 0,0% | 19,2% |
| | Zona da Mata | 17,9% | 20,0% | 28,6% | 18,6% | 5,0% | 3,6% | 0,7% | 5,7% |
| Sexo | Feminino | 37,2% | 14,4% | 15,0% | 10,3% | 7,9% | 5,4% | 0,0% | 9,7% |
| | Masculino | 30,3% | 20,1% | 15,8% | 11,3% | 6,7% | 5,1% | 0,2% | 10,6% |
| Faixa Etária | Até 24 anos | 35,9% | 5,7% | 18,4% | 13,5% | 11,4% | 10,2% | 0,0% | 4,9% |
| | 25 a 34 anos | 36,9% | 12,2% | 17,6% | 14,3% | 8,6% | 6,8% | 0,0% | 3,6% |
| | 35 a 44 anos | 36,0% | 19,2% | 13,2% | 10,4% | 7,6% | 3,6% | 0,0% | 10,0% |
| | 45 anos ou mais | 30,2% | 24,3% | 13,8% | 7,7% | 4,5% | 2,8% | 0,2% | 16,4% |
| Escolaridade | Fundamental I com/inc | 27,3% | 31,3% | 7,6% | 5,1% | 3,0% | 2,5% | 0,5% | 22,7% |
| | Fundamental II com/inc | 33,5% | 17,4% | 13,1% | 13,1% | 5,1% | 3,0% | 0,0% | 14,8% |
| | Ensino Médio com/inc | 35,3% | 13,8% | 16,9% | 12,0% | 8,7% | 6,9% | 0,0% | 6,4% |
| | Superior com/inc | 36,3% | 13,5% | 20,6% | 9,9% | 9,9% | 5,4% | 0,0% | 4,5% |
| Renda | Até 2 SM | 34,1% | 18,1% | 14,3% | 9,0% | 6,5% | 5,3% | 0,2% | 12,6% |
| | De 2 a 5 SM | 35,2% | 16,6% | 13,8% | 12,3% | 8,7% | 4,7% | 0,0% | 8,7% |
| | Mais de 5 SM | 29,2% | 15,7% | 24,2% | 12,4% | 5,6% | 6,7% | 0,0% | 6,2% |
| Cor | Branca | 31,1% | 17,9% | 17,9% | 9,6% | 8,6% | 5,8% | 0,0% | 9,1% |
| | Preta/Parda | 35,7% | 16,7% | 14,5% | 11,1% | 6,3% | 4,7% | 0,1% | 10,9% |
| | Outras | 28,6% | 16,7% | 11,9% | 19,0% | 9,5% | 7,1% | 0,0% | 7,1% |
| Consumo durante semana | Non-Consumers | 21,1% | 7,9% | 18,4% | 18,4% | 7,9% | 5,3% | 0,0% | 21,1% |
| | Light Consumers | 33,2% | 19,1% | 15,0% | 8,8% | 5,8% | 4,7% | 0,2% | 13,3% |
| | Moderate Consumers | 30,3% | 18,3% | 17,5% | 11,5% | 8,5% | 4,8% | 0,0% | 9,3% |
| | Heavy Consumers | 14,4% | 14,4% | 13,3% | 11,7% | 8,0% | 6,4% | 0,0% | 6,1% |
| Consumo fim de semana | Non-Consumers | 31,1% | 21,6% | 10,8% | 9,5% | 5,4% | 1,4% | 0,0% | 20,3% |
| | Light Consumers | 31,5% | 21,8% | 13,3% | 6,8% | 5,5% | 4,9% | 0,0% | 16,2% |
| | Moderate Consumers | 34,8% | 16,4% | 16,1% | 12,3% | 7,8% | 4,9% | 0,0% | 7,6% |
| | Heavy Consumers | 35,2% | 13,9% | 16,8% | 12,2% | 8,4% | 6,4% | 0,2% | 6,9% |

A stylized map of Brazil is centered on the page. The map is rendered in a light orange color with a white outline, set against a larger, semi-transparent orange oval background. The text "CONTEÚDOS BRASILEIROS" is overlaid on the map.

CONTEÚDOS BRASILEIROS

Assiste

Você assiste a conteúdos audiovisuais brasileiros?

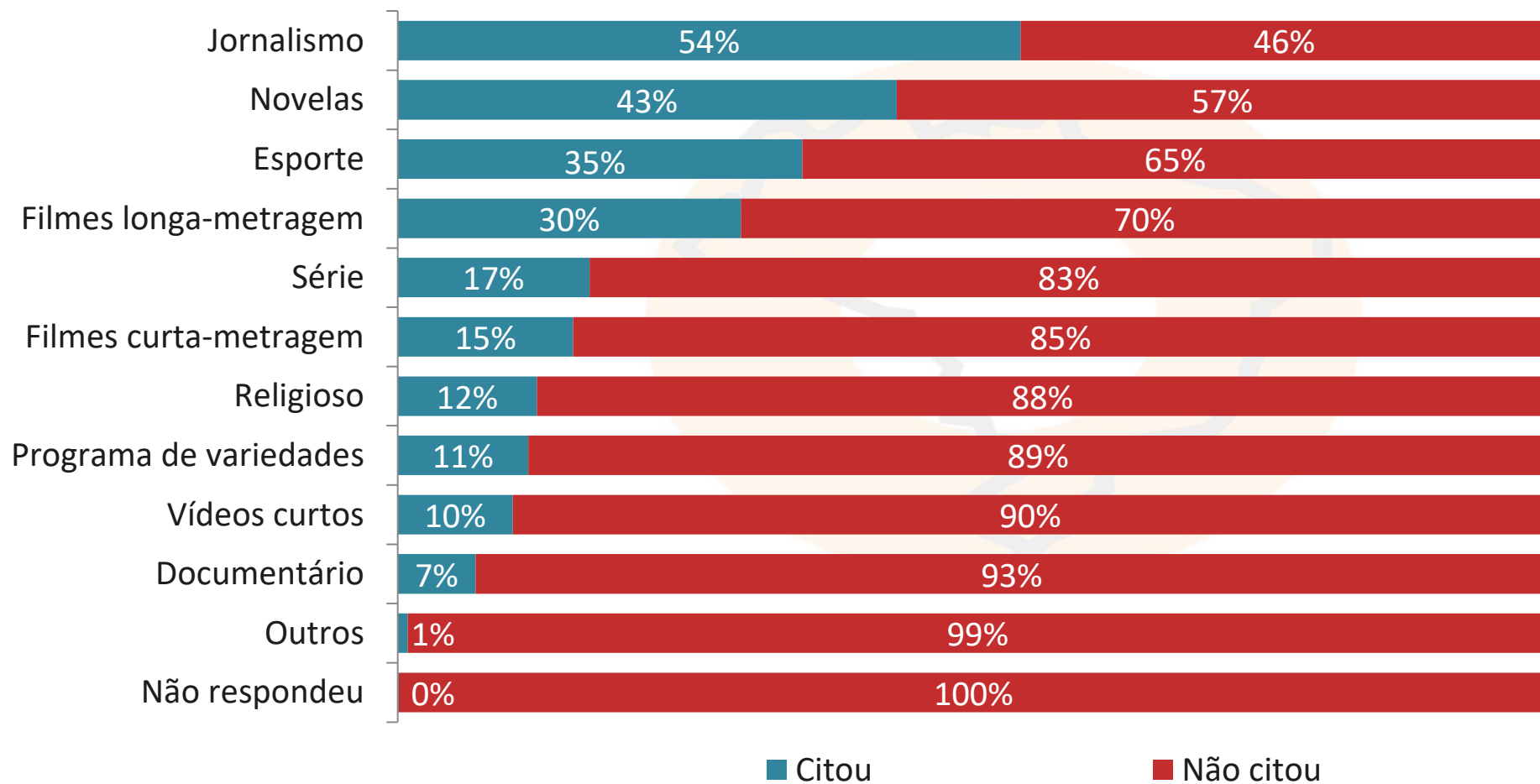


Assiste

| | | Sim | Não |
|-------------------------------|------------------------------------|-------|-------|
| Geral | | 82,0% | 18,0% |
| Região | Campo das Vertentes | 91,7% | 8,3% |
| | Central Mineira | 76,7% | 23,3% |
| | Jequitinhonha | 91,7% | 8,3% |
| | Metropolitana de Belo Horizonte | 82,0% | 18,0% |
| | Noroeste de Minas | 80,0% | 20,0% |
| | Norte de Minas | 92,2% | 7,8% |
| | Oeste de Minas | 86,7% | 13,3% |
| | Sul e Sudoeste de Minas | 70,1% | 29,9% |
| | Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba | 81,0% | 19,0% |
| | Vale do Mucuri | 63,3% | 36,7% |
| | Vale do Rio Doce | 81,7% | 18,3% |
| | Zona da Mata | 86,4% | 13,6% |
| Sexo | Feminino | 81,4% | 18,6% |
| | Masculino | 82,5% | 17,5% |
| Faixa Etária | Até 24 anos | 78,4% | 21,6% |
| | 25 a 34 anos | 81,7% | 18,3% |
| | 35 a 44 anos | 78,8% | 21,2% |
| | 45 anos ou mais | 85,4% | 14,6% |
| Escolaridade | Fundamental I com/inc | 83,3% | 16,7% |
| | Fundamental II com/inc | 83,5% | 16,5% |
| | Ensino Médio com/inc | 80,9% | 19,1% |
| | Superior com/inc | 82,1% | 17,9% |
| Renda | Até 2 SM | 83,9% | 16,1% |
| | De 2 a 5 SM | 82,6% | 17,4% |
| | Mais de 5 SM | 73,0% | 27,0% |
| Cor | Branca | 80,1% | 19,9% |
| | Preta/Parda | 82,4% | 17,6% |
| | Outras | 85,7% | 14,3% |
| Consumo durante semana | Non-Consumers | 71,1% | 28,9% |
| | Light Consumers | 78,4% | 21,6% |
| | Moderate Consumers | 85,5% | 14,5% |
| | Heavy Consumers | 83,7% | 16,3% |
| Consumo fim de semana | Non-Consumers | 79,7% | 20,3% |
| | Light Consumers | 77,3% | 22,7% |
| | Moderate Consumers | 84,1% | 15,9% |
| | Heavy Consumers | 83,4% | 16,6% |

Tipo de conteúdo

Qual tipo de conteúdo audiovisual brasileiro você assiste?



| Outros | | |
|--------------|-------|--------|
| | Casos | % |
| Música | 4 | 44,4% |
| Comédia | 1 | 11,1% |
| Reality show | 1 | 11,1% |
| Política | 1 | 11,1% |
| Animação | 1 | 11,1% |
| Gastronomia | 1 | 11,1% |
| Total | 9 | 100,0% |

Tipo de conteúdo

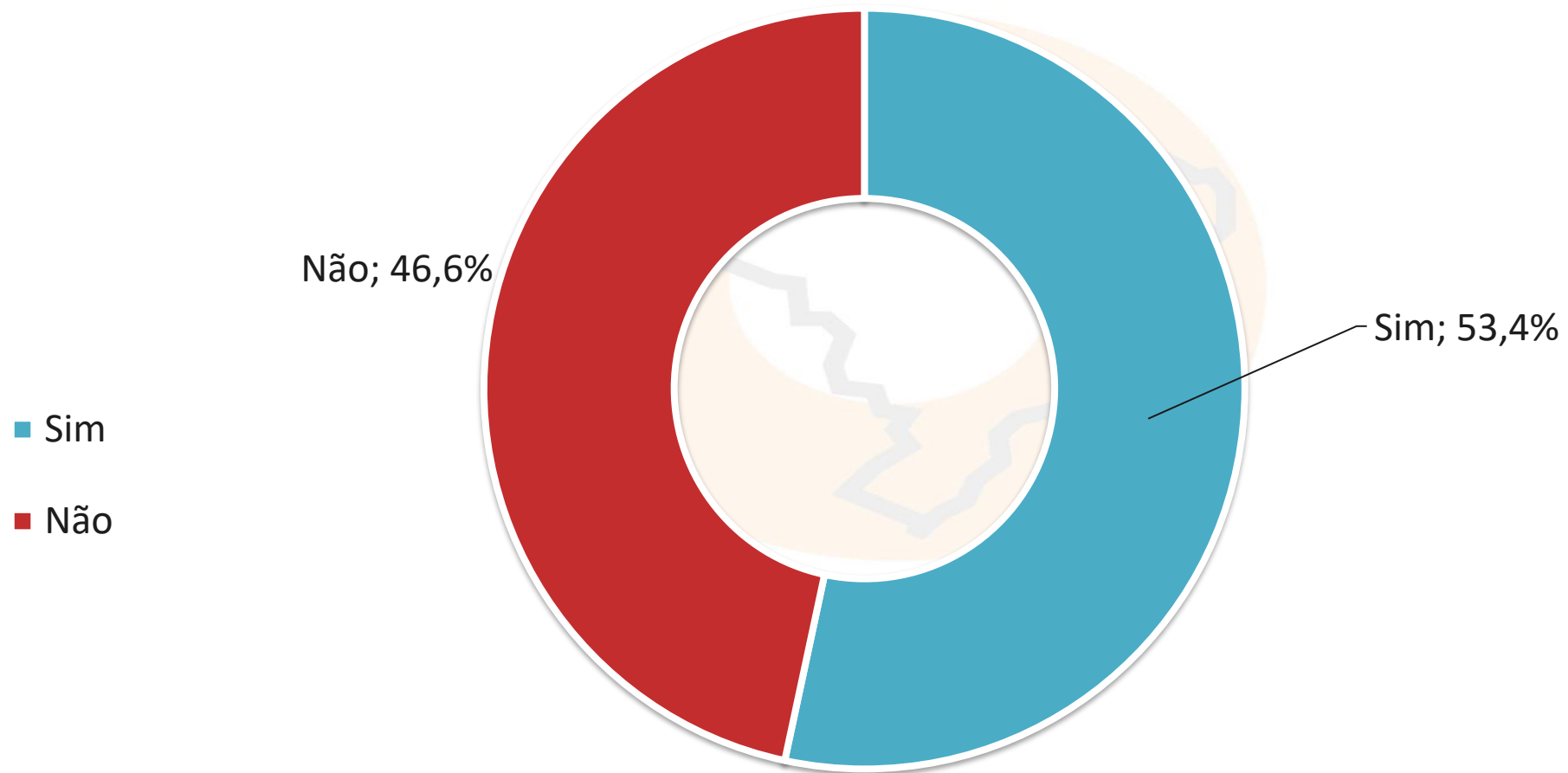
| | | Jornalismo | Novelas | Esporte | Filmes longa-metragem | Série | Filmes curta-metragem | Religioso | Programa de variedades | Vídeos curtos | Documentário | Outros | Não respondeu |
|-------------------------------|------------------------------------|------------|---------|---------|-----------------------|-------|-----------------------|-----------|------------------------|---------------|--------------|--------|---------------|
| Geral | | 54,1% | 43,4% | 35,2% | 29,8% | 16,7% | 15,3% | 12,1% | 11,3% | 10,0% | 6,8% | 0,9% | 0,1% |
| Região | Campo das Vertentes | 39,4% | 27,3% | 27,3% | 24,2% | 6,1% | 9,1% | 3,0% | 12,1% | 0,0% | 9,1% | 0,0% | 0,0% |
| | Central Mineira | 8,7% | 30,4% | 13,0% | 13,0% | 21,7% | 8,7% | 4,3% | 13,0% | 0,0% | 4,3% | 0,0% | 0,0% |
| | Jequitinhonha | 27,3% | 52,3% | 43,2% | 4,5% | 11,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,3% | 2,3% | 0,0% | 0,0% |
| | Metropolitana de Belo Horizonte | 53,9% | 46,7% | 35,8% | 37,7% | 16,6% | 27,1% | 11,4% | 15,7% | 12,7% | 9,0% | 0,6% | 0,3% |
| | Noroeste de Minas | 25,0% | 62,5% | 29,2% | 12,5% | 16,7% | 0,0% | 4,2% | 8,3% | 4,2% | 12,5% | 0,0% | 0,0% |
| | Norte de Minas | 63,2% | 35,8% | 32,6% | 28,4% | 36,8% | 12,6% | 7,4% | 11,6% | 24,2% | 6,3% | 0,0% | 0,0% |
| | Oeste de Minas | 75,0% | 50,0% | 38,5% | 38,5% | 7,7% | 19,2% | 13,5% | 11,5% | 11,5% | 5,8% | 0,0% | 0,0% |
| | Sul e Sudoeste de Minas | 48,2% | 50,0% | 32,7% | 33,6% | 11,8% | 6,4% | 15,5% | 7,3% | 9,1% | 1,8% | 5,5% | 0,0% |
| | Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba | 57,7% | 38,7% | 24,3% | 23,4% | 19,8% | 3,6% | 0,9% | 0,9% | 0,0% | 0,9% | 0,0% | 0,0% |
| | Vale do Mucuri | 42,1% | 31,6% | 15,8% | 36,8% | 15,8% | 10,5% | 15,8% | 5,3% | 10,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| | Vale do Rio Doce | 60,0% | 32,9% | 49,4% | 21,2% | 11,8% | 1,2% | 10,6% | 2,4% | 1,2% | 1,2% | 0,0% | 0,0% |
| | Zona da Mata | 66,9% | 44,6% | 43,8% | 30,6% | 14,0% | 24,0% | 34,7% | 24,0% | 15,7% | 16,5% | 0,8% | 0,0% |
| Sexo | Feminino | 46,0% | 61,5% | 11,6% | 28,9% | 17,7% | 15,3% | 15,7% | 12,2% | 9,9% | 5,5% | 0,7% | 0,2% |
| | Masculino | 62,8% | 23,9% | 60,5% | 30,8% | 15,6% | 15,2% | 8,3% | 10,5% | 10,1% | 8,1% | 1,0% | 0,0% |
| Faixa Etária | Até 24 anos | 34,9% | 39,6% | 31,3% | 31,3% | 30,7% | 15,1% | 5,2% | 7,8% | 13,0% | 7,3% | 0,5% | 0,0% |
| | 25 a 34 anos | 46,9% | 36,8% | 36,4% | 29,8% | 26,3% | 13,6% | 7,5% | 12,3% | 12,7% | 6,1% | 0,4% | 0,0% |
| | 35 a 44 anos | 53,3% | 44,2% | 32,5% | 31,0% | 13,7% | 17,3% | 6,6% | 10,7% | 10,7% | 4,6% | 1,0% | 0,0% |
| | 45 anos ou mais | 66,9% | 48,1% | 37,5% | 28,7% | 6,7% | 15,3% | 20,1% | 12,7% | 6,9% | 7,9% | 1,2% | 0,2% |
| Escolaridade | Fundamental I com/inc | 62,4% | 55,8% | 35,8% | 29,7% | 4,8% | 12,7% | 18,2% | 12,1% | 7,9% | 3,0% | 1,8% | 0,0% |
| | Fundamental II com/inc | 60,4% | 50,8% | 39,1% | 27,4% | 13,2% | 14,2% | 14,2% | 11,7% | 8,1% | 5,6% | 0,5% | 0,5% |
| | Ensino Médio com/inc | 46,4% | 40,1% | 34,1% | 29,4% | 20,6% | 16,3% | 10,9% | 11,5% | 11,9% | 6,7% | 0,6% | 0,0% |
| | Superior com/inc | 61,2% | 33,3% | 33,3% | 33,9% | 20,2% | 15,8% | 7,7% | 9,8% | 8,7% | 11,5% | 1,1% | 0,0% |
| Renda | Até 2 SM | 49,5% | 49,1% | 29,9% | 28,1% | 16,6% | 12,7% | 13,5% | 11,9% | 9,9% | 5,7% | 0,6% | 0,2% |
| | De 2 a 5 SM | 55,4% | 40,2% | 36,8% | 31,4% | 16,9% | 18,1% | 11,3% | 10,8% | 11,3% | 6,4% | 0,7% | 0,0% |
| | Mais de 5 SM | 68,5% | 30,8% | 50,0% | 32,3% | 16,9% | 16,9% | 10,0% | 11,5% | 6,9% | 11,5% | 2,3% | 0,0% |
| Cor | Branca | 57,1% | 41,0% | 34,4% | 32,2% | 18,6% | 12,0% | 12,3% | 9,1% | 8,8% | 7,3% | 1,3% | 0,0% |
| | Preta/Parda | 53,4% | 44,6% | 35,9% | 29,5% | 15,5% | 17,6% | 12,6% | 12,6% | 10,3% | 6,7% | 0,6% | 0,1% |
| | Outras | 47,2% | 50,0% | 30,6% | 22,2% | 19,4% | 5,6% | 5,6% | 5,6% | 5,6% | 5,6% | 0,0% | 0,0% |
| Consumo durante semana | Non-Consumers | 55,6% | 44,4% | 29,6% | 22,2% | 3,7% | 7,4% | 22,2% | 11,1% | 3,7% | 3,7% | 7,4% | 0,0% |
| | Light Consumers | 57,1% | 42,3% | 35,5% | 32,8% | 13,4% | 16,7% | 17,5% | 10,4% | 8,7% | 9,0% | 1,1% | 0,3% |
| | Moderate Consumers | 57,9% | 47,1% | 37,7% | 30,7% | 19,3% | 15,5% | 9,6% | 12,9% | 9,9% | 5,6% | 0,3% | 0,0% |
| | Heavy Consumers | 46,5% | 40,4% | 32,5% | 26,1% | 18,8% | 14,0% | 7,6% | 10,8% | 12,1% | 5,7% | 0,6% | 0,0% |
| Consumo fim de semana | Non-Consumers | 52,5% | 50,8% | 33,9% | 22,0% | 6,8% | 8,5% | 23,7% | 13,6% | 6,8% | 6,8% | 1,7% | 0,0% |
| | Light Consumers | 63,4% | 45,0% | 35,7% | 30,7% | 10,5% | 16,8% | 16,4% | 10,5% | 7,6% | 10,9% | 1,7% | 0,0% |
| | Moderate Consumers | 54,1% | 41,3% | 37,1% | 31,7% | 18,7% | 15,2% | 10,9% | 11,5% | 9,9% | 5,1% | 0,5% | 0,3% |
| | Heavy Consumers | 48,5% | 43,2% | 33,2% | 28,6% | 20,2% | 15,4% | 8,8% | 11,4% | 12,2% | 5,8% | 0,5% | 0,0% |

A stylized map of the state of Minas Gerais, Brazil, rendered in a light orange color with a white outline. The map is centered on the page and serves as a background for the title text.

CONTEÚDOS MINEIROS

Assiste

Você assiste a conteúdos audiovisuais mineiros?

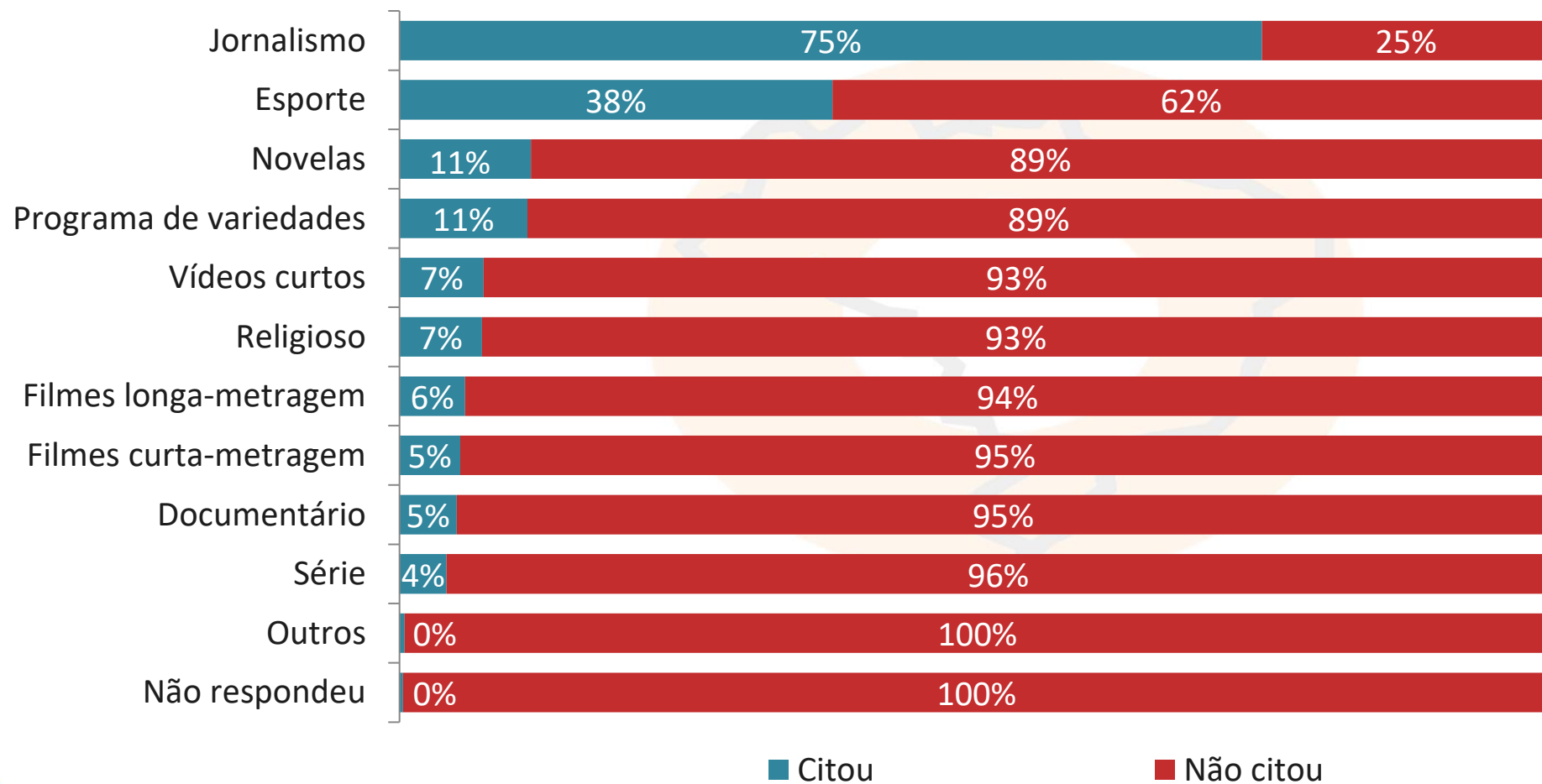


Assiste

| | | Sim | Não |
|-------------------------------|------------------------------------|-------|-------|
| Geral | | 53,4% | 46,6% |
| Região | Campo das Vertentes | 61,1% | 38,9% |
| | Central Mineira | 36,7% | 63,3% |
| | Jequitinhonha | 81,3% | 18,8% |
| | Metropolitana de Belo Horizonte | 54,1% | 45,9% |
| | Noroeste de Minas | 63,3% | 36,7% |
| | Norte de Minas | 86,4% | 13,6% |
| | Oeste de Minas | 51,7% | 48,3% |
| | Sul e Sudoeste de Minas | 24,2% | 75,8% |
| | Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba | 38,7% | 61,3% |
| | Vale do Mucuri | 43,3% | 56,7% |
| | Vale do Rio Doce | 62,5% | 37,5% |
| | Zona da Mata | 60,0% | 40,0% |
| Sexo | Feminino | 50,5% | 49,5% |
| | Masculino | 56,4% | 43,6% |
| Faixa Etária | Até 24 anos | 41,6% | 58,4% |
| | 25 a 34 anos | 48,4% | 51,6% |
| | 35 a 44 anos | 53,6% | 46,4% |
| | 45 anos ou mais | 61,7% | 38,3% |
| Escolaridade | Fundamental I com/inc | 55,1% | 44,9% |
| | Fundamental II com/inc | 63,6% | 36,4% |
| | Ensino Médio com/inc | 51,7% | 48,3% |
| | Superior com/inc | 45,7% | 54,3% |
| Renda | Até 2 SM | 58,5% | 41,5% |
| | De 2 a 5 SM | 49,4% | 50,6% |
| | Mais de 5 SM | 46,6% | 53,4% |
| Cor | Branca | 47,2% | 52,8% |
| | Preta/Parda | 55,6% | 44,4% |
| | Outras | 57,1% | 42,9% |
| Consumo durante semana | Non-Consumers | 52,6% | 47,4% |
| | Light Consumers | 46,9% | 53,1% |
| | Moderate Consumers | 55,5% | 44,5% |
| | Heavy Consumers | 59,2% | 40,8% |
| Consumo fim de semana | Non-Consumers | 51,4% | 48,6% |
| | Light Consumers | 49,4% | 50,6% |
| | Moderate Consumers | 51,1% | 48,9% |
| | Heavy Consumers | 58,6% | 41,4% |

Tipo de conteúdo

Qual tipo de conteúdo audiovisual brasileiro você assiste?



| Outros | | |
|---------------|-------|--------|
| | Casos | % |
| Música | 1 | 33,3% |
| Gastronomia | 1 | 33,3% |
| Videos curtos | 1 | 33,3% |
| Total | 3 | 100,0% |

Tipo de conteúdo

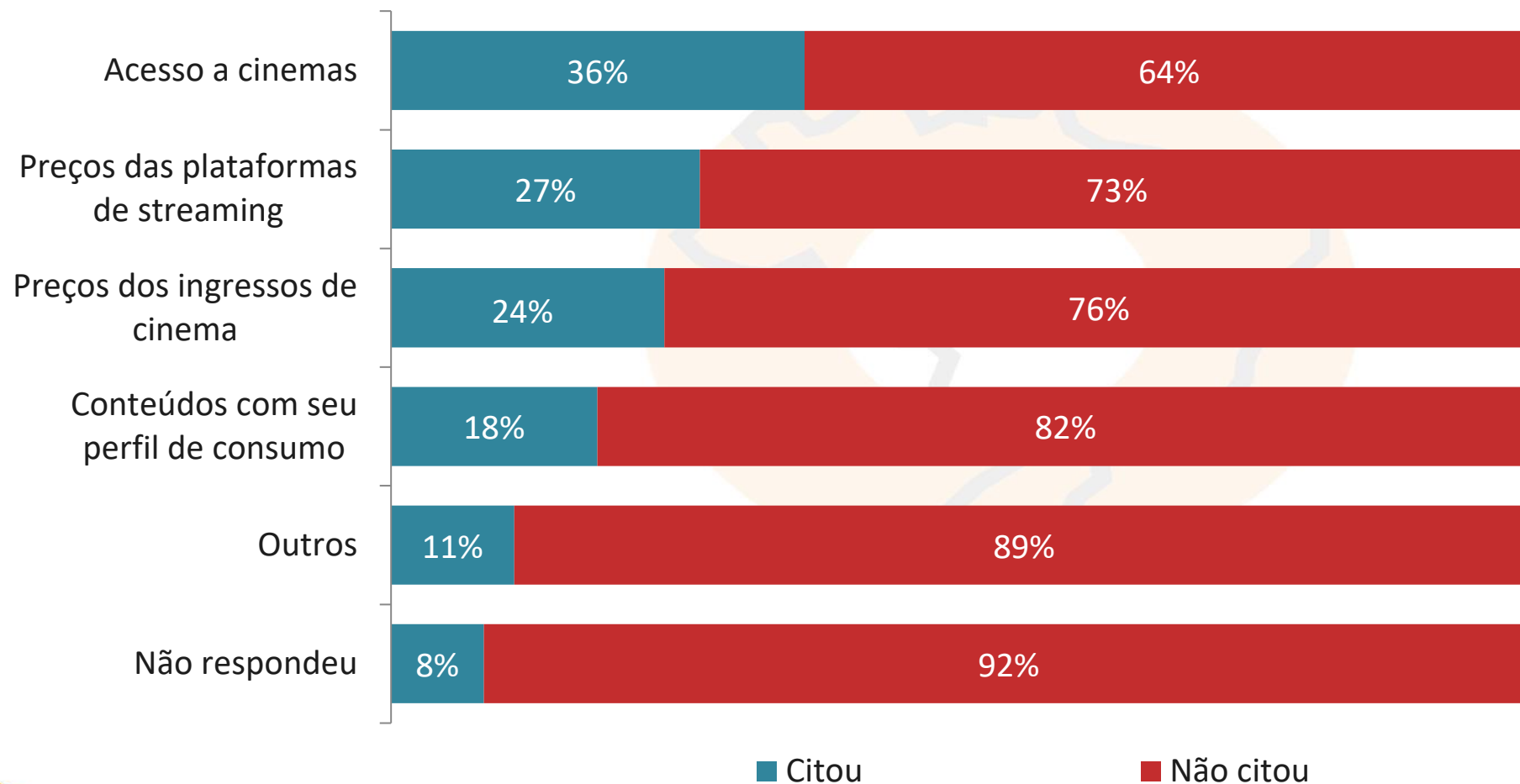
| | | Jornalismo | Esporte | Novelas | Programa de variedades | Vídeos curtos | Religioso | Filmes longa-metragem | Filmes curta-metragem | Documentário | Série | Outros | Não respondeu |
|-------------------------------|------------------------------------|------------|---------|---------|------------------------|---------------|-----------|-----------------------|-----------------------|--------------|-------|--------|---------------|
| Geral | | 75,0% | 37,6% | 11,4% | 11,1% | 7,3% | 7,2% | 5,7% | 5,3% | 5,0% | 4,1% | 0,4% | 0,3% |
| Região | Campo das Vertentes | 63,6% | 31,8% | 4,5% | 27,3% | 4,5% | 9,1% | 4,5% | 9,1% | 4,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| | Central Mineira | 36,4% | 9,1% | 0,0% | 54,5% | 0,0% | 9,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| | Jequitinhonha | 51,3% | 46,2% | 17,9% | 2,6% | 2,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 12,8% | 0,0% | 0,0% |
| | Metropolitana de Belo Horizonte | 73,1% | 38,4% | 25,1% | 18,7% | 14,6% | 10,0% | 16,4% | 13,7% | 10,0% | 9,6% | 0,0% | 0,5% |
| | Noroeste de Minas | 78,9% | 36,8% | 5,3% | 21,1% | 5,3% | 15,8% | 0,0% | 0,0% | 21,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| | Norte de Minas | 76,4% | 37,1% | 4,5% | 3,4% | 13,5% | 2,2% | 1,1% | 2,2% | 0,0% | 1,1% | 0,0% | 0,0% |
| | Oeste de Minas | 87,1% | 35,5% | 0,0% | 9,7% | 0,0% | 3,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| | Sul e Sudoeste de Minas | 76,3% | 23,7% | 5,3% | 2,6% | 0,0% | 7,9% | 0,0% | 0,0% | 2,6% | 0,0% | 5,3% | 0,0% |
| | Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba | 88,7% | 28,3% | 0,0% | 5,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,8% | 1,9% | 0,0% | 0,0% |
| | Vale do Mucuri | 84,6% | 30,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| | Vale do Rio Doce | 78,5% | 55,4% | 6,2% | 1,5% | 0,0% | 7,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| | Zona da Mata | 78,6% | 38,1% | 4,8% | 8,3% | 3,6% | 11,9% | 1,2% | 2,4% | 4,8% | 0,0% | 1,2% | 1,2% |
| Sexo | Feminino | 76,9% | 15,1% | 17,2% | 11,6% | 8,6% | 11,6% | 3,6% | 5,3% | 3,9% | 5,3% | 0,3% | 0,3% |
| | Masculino | 73,1% | 59,5% | 5,8% | 10,7% | 6,1% | 2,9% | 7,8% | 5,2% | 6,1% | 2,9% | 0,6% | 0,3% |
| Faixa Etária | Até 24 anos | 49,0% | 42,2% | 9,8% | 5,9% | 16,7% | 1,0% | 2,9% | 4,9% | 3,9% | 8,8% | 1,0% | 1,0% |
| | 25 a 34 anos | 79,3% | 40,0% | 10,4% | 10,4% | 8,1% | 3,7% | 7,4% | 6,7% | 3,0% | 5,9% | 0,7% | 0,0% |
| | 35 a 44 anos | 73,9% | 33,6% | 12,7% | 11,2% | 6,0% | 8,2% | 3,0% | 5,2% | 6,0% | 3,7% | 0,0% | 0,0% |
| | 45 anos ou mais | 82,1% | 36,9% | 11,9% | 13,1% | 4,5% | 10,3% | 7,1% | 4,8% | 5,8% | 1,9% | 0,3% | 0,3% |
| Escolaridade | Fundamental I com/inc | 79,8% | 37,6% | 13,8% | 14,7% | 5,5% | 11,9% | 9,2% | 2,8% | 6,4% | 0,9% | 0,9% | 0,0% |
| | Fundamental II com/inc | 84,7% | 44,0% | 14,7% | 9,3% | 7,3% | 8,7% | 8,0% | 8,0% | 6,0% | 4,7% | 0,0% | 0,0% |
| | Ensino Médio com/inc | 67,7% | 36,3% | 10,9% | 9,6% | 8,7% | 5,6% | 4,0% | 4,3% | 4,0% | 5,3% | 0,6% | 0,3% |
| | Superior com/inc | 78,4% | 32,4% | 5,9% | 14,7% | 4,9% | 4,9% | 3,9% | 6,9% | 4,9% | 2,9% | 0,0% | 1,0% |
| Renda | Até 2 SM | 72,4% | 34,9% | 14,5% | 10,8% | 8,8% | 8,0% | 6,5% | 4,3% | 4,5% | 5,7% | 0,3% | 0,3% |
| | De 2 a 5 SM | 79,5% | 38,1% | 9,4% | 10,2% | 6,6% | 7,4% | 5,3% | 7,0% | 6,1% | 2,9% | 0,8% | 0,0% |
| | Mais de 5 SM | 71,1% | 45,8% | 4,8% | 15,7% | 3,6% | 3,6% | 3,6% | 3,6% | 2,4% | 1,2% | 0,0% | 1,2% |
| Cor | Branca | 75,9% | 35,3% | 8,0% | 12,3% | 3,7% | 7,0% | 3,7% | 2,1% | 3,2% | 2,1% | 1,1% | 0,5% |
| | Preta/Parda | 74,3% | 37,8% | 13,5% | 10,9% | 8,3% | 7,8% | 6,7% | 6,7% | 5,4% | 5,0% | 0,2% | 0,2% |
| | Outras | 87,5% | 54,2% | 4,2% | 8,3% | 4,2% | 0,0% | 4,2% | 4,2% | 8,3% | 4,2% | 0,0% | 0,0% |
| Consumo durante semana | Non-Consumers | 80,0% | 30,0% | 20,0% | 0,0% | 0,0% | 15,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| | Light Consumers | 80,4% | 31,5% | 9,1% | 8,7% | 2,7% | 9,6% | 5,9% | 6,4% | 6,8% | 1,8% | 0,5% | 0,5% |
| | Moderate Consumers | 77,0% | 42,8% | 9,5% | 13,1% | 5,4% | 6,8% | 6,3% | 3,6% | 3,2% | 3,6% | 0,5% | 0,5% |
| | Heavy Consumers | 67,1% | 39,2% | 14,9% | 12,6% | 14,4% | 4,5% | 5,4% | 6,3% | 5,4% | 7,2% | 0,5% | 0,0% |
| Consumo fim de semana | Non-Consumers | 65,8% | 36,8% | 18,4% | 10,5% | 2,6% | 13,2% | 5,3% | 5,3% | 5,3% | 5,3% | 2,6% | 2,6% |
| | Light Consumers | 84,2% | 33,6% | 11,2% | 8,6% | 5,9% | 10,5% | 8,6% | 8,6% | 7,9% | 3,3% | 0,7% | 0,0% |
| | Moderate Consumers | 77,6% | 40,8% | 9,6% | 12,3% | 3,5% | 6,1% | 4,8% | 3,9% | 4,4% | 2,6% | 0,0% | 0,0% |
| | Heavy Consumers | 68,7% | 37,4% | 12,1% | 11,7% | 12,1% | 5,3% | 4,9% | 4,5% | 3,8% | 5,7% | 0,4% | 0,4% |

A stylized graphic of a cracked egg. The egg is light orange with a white interior. A jagged, grey crack runs through the shell. The word "DIFICULDADES" is written in bold, black, uppercase letters across the center of the egg.

DIFICULDADES

Dificuldades de acesso

Quais elementos dificultam seu acesso a conteúdos audiovisuais?



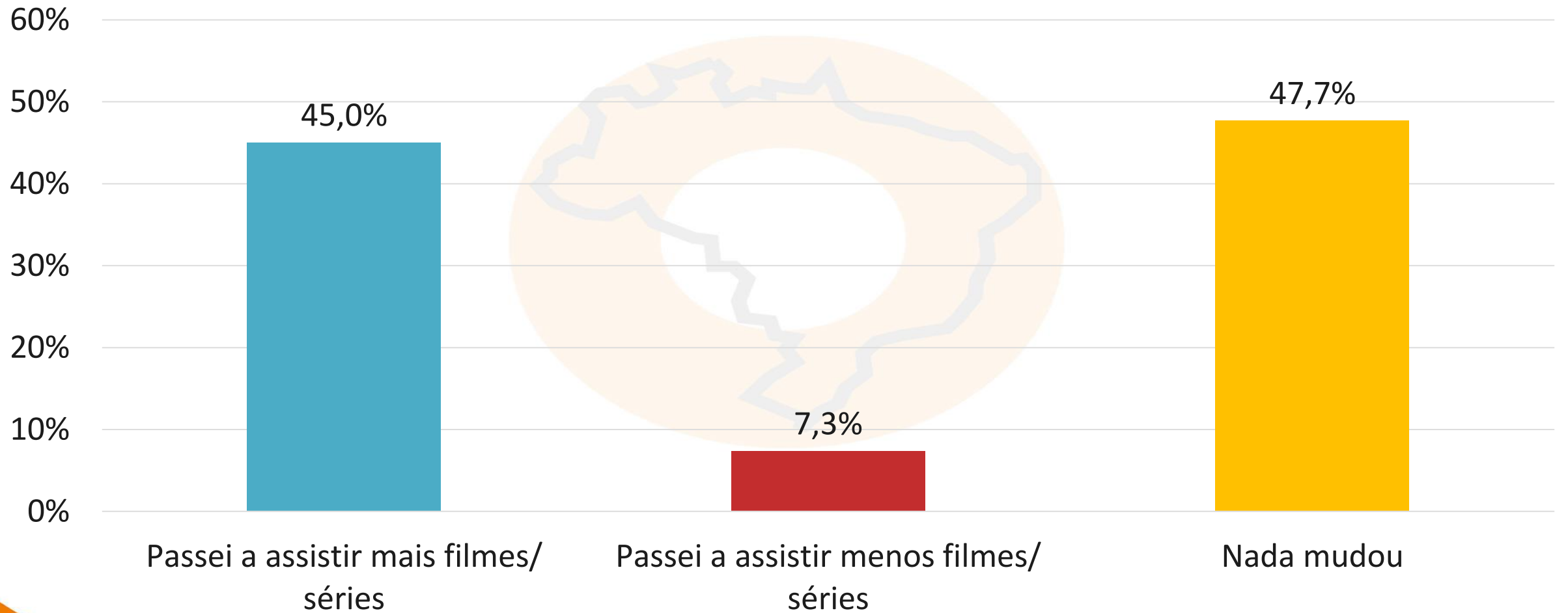
| Outros | | |
|-----------------------|-------|--------|
| | Casos | % |
| Falta de interesse | 67 | 48,6% |
| Falta de Tempo | 62 | 44,9% |
| Internet | 4 | 2,9% |
| Formas de pagamento | 2 | 1,4% |
| Conteúdos sem legenda | 2 | 1,4% |
| Não tem companhia | 1 | 0,7% |
| Total | 138 | 100,0% |

Dificuldades de acesso

| | | Preços dos ingressos de cinema | Preços das plataformas de streaming | Acesso a cinemas | Conteúdos com seu perfil de consumo | Outros | Não respondeu |
|-------------------------------|------------------------------------|--------------------------------|-------------------------------------|------------------|-------------------------------------|--------|---------------|
| Geral | | 23,9% | 27,0% | 36,2% | 18,0% | 10,8% | 8,1% |
| Região | Campo das Vertentes | 13,9% | 19,4% | 25,0% | 22,2% | 25,0% | 5,6% |
| | Central Mineira | 26,7% | 20,0% | 30,0% | 3,3% | 23,3% | 6,7% |
| | Jequitinhonha | 41,7% | 29,2% | 22,9% | 14,6% | 0,0% | 2,1% |
| | Metropolitana de Belo Horizonte | 27,2% | 25,4% | 22,7% | 16,8% | 14,6% | 15,1% |
| | Noroeste de Minas | 3,3% | 33,3% | 43,3% | 33,3% | 6,7% | 3,3% |
| | Norte de Minas | 19,4% | 28,2% | 58,3% | 4,9% | 9,7% | 1,9% |
| | Oeste de Minas | 6,7% | 36,7% | 18,3% | 25,0% | 5,0% | 23,3% |
| | Sul e Sudoeste de Minas | 35,0% | 32,5% | 42,7% | 23,6% | 5,7% | 4,5% |
| | Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba | 28,5% | 19,0% | 30,7% | 31,4% | 10,9% | 3,6% |
| | Vale do Mucuri | 20,0% | 26,7% | 76,7% | 13,3% | 3,3% | 0,0% |
| | Vale do Rio Doce | 16,3% | 9,6% | 66,3% | 14,4% | 3,8% | 7,7% |
| | Zona da Mata | 15,0% | 42,9% | 40,7% | 12,9% | 13,6% | 0,7% |
| Sexo | Feminino | 24,4% | 28,8% | 38,7% | 13,2% | 10,3% | 7,6% |
| | Masculino | 23,3% | 25,1% | 33,4% | 23,3% | 11,3% | 8,6% |
| Faixa Etária | Até 24 anos | 29,0% | 33,1% | 37,6% | 15,1% | 5,7% | 6,9% |
| | 25 a 34 anos | 28,0% | 24,0% | 36,6% | 18,3% | 10,8% | 6,1% |
| | 35 a 44 anos | 23,2% | 29,6% | 37,2% | 16,8% | 12,8% | 7,6% |
| | 45 anos ou mais | 19,6% | 24,5% | 34,8% | 20,0% | 12,3% | 10,1% |
| Escolaridade | Fundamental I com/inc | 21,2% | 27,3% | 35,4% | 17,2% | 11,6% | 9,6% |
| | Fundamental II com/inc | 25,4% | 24,2% | 40,7% | 15,3% | 11,0% | 9,3% |
| | Ensino Médio com/inc | 24,4% | 28,6% | 36,4% | 18,3% | 10,6% | 7,2% |
| | Superior com/inc | 23,3% | 25,6% | 31,4% | 21,1% | 10,3% | 8,1% |
| Renda | Até 2 SM | 23,6% | 27,7% | 40,7% | 14,6% | 9,8% | 6,6% |
| | De 2 a 5 SM | 24,3% | 26,1% | 33,6% | 19,8% | 13,0% | 9,1% |
| | Mais de 5 SM | 24,7% | 27,5% | 27,0% | 24,7% | 8,4% | 10,1% |
| Cor | Branca | 23,2% | 31,1% | 35,1% | 17,9% | 10,1% | 8,6% |
| | Preta/Parda | 24,3% | 24,5% | 36,0% | 18,6% | 11,4% | 8,1% |
| | Outras | 26,2% | 28,6% | 40,5% | 9,5% | 7,1% | 7,1% |
| Consumo durante semana | Non-Consumers | 21,1% | 26,3% | 50,0% | 13,2% | 18,4% | 5,3% |
| | Light Consumers | 25,5% | 27,2% | 37,3% | 18,4% | 12,0% | 7,9% |
| | Moderate Consumers | 20,5% | 34,0% | 37,3% | 17,8% | 6,5% | 8,8% |
| | Heavy Consumers | 25,9% | 19,5% | 32,3% | 18,4% | 13,1% | 8,0% |
| Consumo fim de semana | Non-Consumers | 18,9% | 17,6% | 35,1% | 12,2% | 17,6% | 10,8% |
| | Light Consumers | 20,8% | 24,4% | 37,7% | 20,5% | 14,3% | 9,1% |
| | Moderate Consumers | 24,2% | 32,1% | 34,8% | 20,0% | 9,0% | 5,8% |
| | Heavy Consumers | 26,5% | 25,4% | 36,7% | 15,5% | 9,1% | 9,3% |

Pandemia do Coronavírus

A pandemia do coronavírus mudou sua forma de consumo de conteúdos audiovisuais?



Pandemia do Coronavírus

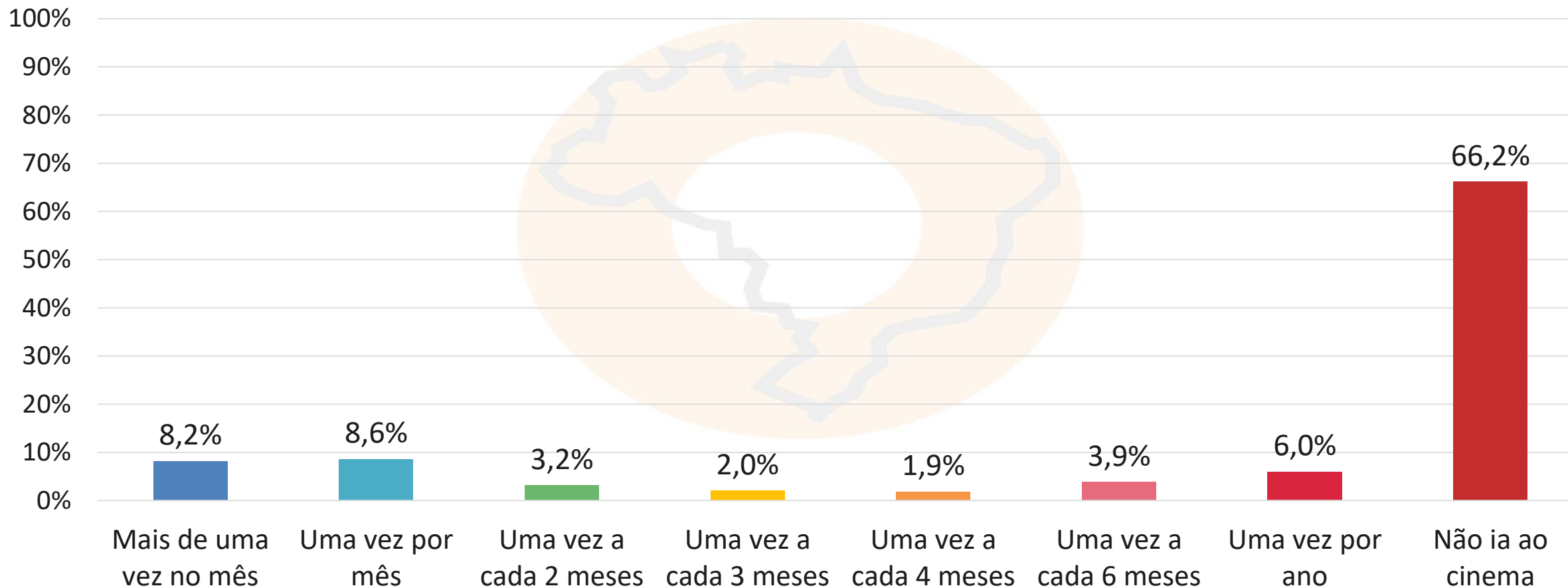
| | | Passei a assistir mais filmes/séries | Passei a assistir menos filmes/séries | Nada mudou |
|-------------------------------|------------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------------|------------|
| Geral | | 45,0% | 7,3% | 47,7% |
| Região | Campo das Vertentes | 61,1% | 5,6% | 33,3% |
| | Central Mineira | 43,3% | 6,7% | 50,0% |
| | Jequitinhonha | 47,9% | 0,0% | 52,1% |
| | Metropolitana de Belo Horizonte | 48,4% | 7,2% | 44,4% |
| | Noroeste de Minas | 43,3% | 23,3% | 33,3% |
| | Norte de Minas | 46,6% | 0,0% | 53,4% |
| | Oeste de Minas | 46,7% | 3,3% | 50,0% |
| | Sul e Sudoeste de Minas | 44,6% | 25,5% | 29,9% |
| | Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba | 39,4% | 2,2% | 58,4% |
| | Vale do Mucuri | 40,0% | 3,3% | 56,7% |
| | Vale do Rio Doce | 38,5% | 5,8% | 55,8% |
| | Zona da Mata | 40,7% | 1,4% | 57,9% |
| Sexo | Feminino | 46,0% | 7,8% | 46,2% |
| | Masculino | 43,9% | 6,9% | 49,3% |
| Faixa Etária | Até 24 anos | 60,4% | 6,1% | 33,5% |
| | 25 a 34 anos | 52,0% | 7,9% | 40,1% |
| | 35 a 44 anos | 40,8% | 10,4% | 48,8% |
| | 45 anos ou mais | 35,8% | 6,1% | 58,1% |
| Escolaridade | Fundamental I com/inc | 30,3% | 8,6% | 61,1% |
| | Fundamental II com/inc | 40,7% | 8,1% | 51,3% |
| | Ensino Médio com/inc | 46,9% | 7,5% | 45,6% |
| | Superior com/inc | 57,4% | 4,9% | 37,7% |
| Renda | Até 2 SM | 41,4% | 6,8% | 51,8% |
| | De 2 a 5 SM | 47,8% | 8,5% | 43,7% |
| | Mais de 5 SM | 48,9% | 6,2% | 44,9% |
| Cor | Branca | 44,2% | 8,1% | 47,7% |
| | Preta/Parda | 45,8% | 6,9% | 47,3% |
| | Outras | 45,2% | 9,5% | 45,2% |
| Consumo durante semana | Non-Consumers | 23,7% | 2,6% | 73,7% |
| | Light Consumers | 36,2% | 10,3% | 53,5% |
| | Moderate Consumers | 47,3% | 5,8% | 47,0% |
| | Heavy Consumers | 55,7% | 5,9% | 38,4% |
| Consumo fim de semana | Non-Consumers | 29,7% | 5,4% | 64,9% |
| | Light Consumers | 29,9% | 11,0% | 59,1% |
| | Moderate Consumers | 44,8% | 7,2% | 48,0% |
| | Heavy Consumers | 58,0% | 5,3% | 36,7% |

A stylized graphic of a film reel, rendered in a light orange color. The word "CINEMA" is written in a bold, black, sans-serif font in the center of the reel. The entire graphic is set against a white background, which is framed by a large, white, curved border that resembles a film strip or a lens. The top and bottom edges of the page are solid orange.

CINEMA

Frequência antes da pandemia

Falando do período antes da pandemia, com que frequência ia ao cinema?

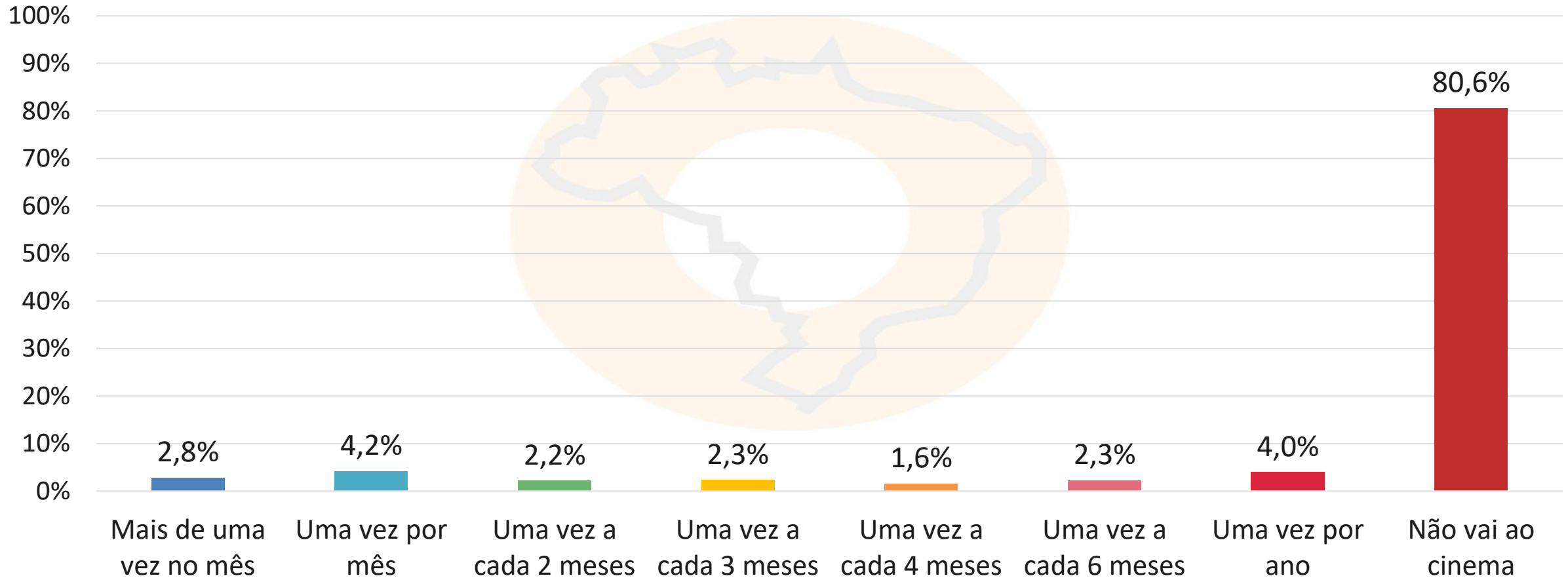


Frequência antes da pandemia

| | | Mais de uma vez no mês | Uma vez por mês | Uma vez a cada 2 meses | Uma vez a cada 3 meses | Uma vez a cada 4 meses | Uma vez a cada 6 meses | Uma vez por ano | Não ia ao cinema |
|-------------------------------|------------------------------------|------------------------|-----------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|-----------------|------------------|
| Geral | | 8,2% | 8,6% | 3,2% | 2,0% | 1,9% | 3,9% | 6,0% | 66,2% |
| Região | Campo das Vertentes | 0,0% | 5,6% | 0,0% | 0,0% | 2,8% | 2,8% | 0,0% | 88,9% |
| | Central Mineira | 3,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,3% | 3,3% | 90,0% |
| | Jequitinhonha | 27,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 72,9% |
| | Metropolitana de Belo Horizonte | 11,1% | 10,6% | 4,4% | 1,5% | 2,5% | 3,0% | 8,4% | 58,5% |
| | Noroeste de Minas | 0,0% | 3,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,3% | 93,3% |
| | Norte de Minas | 1,0% | 3,9% | 2,9% | 1,9% | 1,0% | 5,8% | 5,8% | 77,7% |
| | Oeste de Minas | 3,3% | 11,7% | 1,7% | 0,0% | 3,3% | 5,0% | 1,7% | 73,3% |
| | Sul e Sudoeste de Minas | 19,1% | 11,5% | 5,7% | 3,2% | 0,6% | 2,5% | 1,9% | 55,4% |
| | Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba | 5,1% | 8,8% | 1,5% | 5,1% | 3,6% | 8,0% | 13,1% | 54,7% |
| | Vale do Mucuri | 0,0% | 16,7% | 3,3% | 0,0% | 0,0% | 3,3% | 10,0% | 66,7% |
| | Vale do Rio Doce | 2,9% | 6,7% | 3,8% | 1,9% | 1,9% | 3,8% | 2,9% | 76,0% |
| | Zona da Mata | 2,1% | 7,9% | 2,1% | 2,9% | 1,4% | 5,0% | 5,0% | 73,6% |
| Sexo | Feminino | 7,6% | 8,7% | 3,3% | 2,2% | 2,2% | 4,6% | 6,6% | 64,6% |
| | Masculino | 8,8% | 8,5% | 3,1% | 1,8% | 1,5% | 3,1% | 5,4% | 67,9% |
| Faixa Etária | Até 24 anos | 12,2% | 14,3% | 5,7% | 2,0% | 2,0% | 3,7% | 8,6% | 51,4% |
| | 25 a 34 anos | 11,8% | 11,8% | 2,9% | 2,5% | 3,2% | 6,1% | 7,5% | 54,1% |
| | 35 a 44 anos | 6,8% | 6,8% | 2,8% | 2,4% | 0,8% | 4,4% | 5,2% | 70,8% |
| | 45 anos ou mais | 4,9% | 4,9% | 2,4% | 1,6% | 1,6% | 2,6% | 4,3% | 77,7% |
| Escolaridade | Fundamental I com/inc | 3,0% | 2,0% | 0,5% | 1,5% | 0,5% | 2,5% | 3,0% | 86,9% |
| | Fundamental II com/inc | 6,4% | 5,5% | 1,7% | 0,4% | 1,3% | 1,7% | 5,9% | 77,1% |
| | Ensino Médio com/inc | 10,0% | 9,1% | 3,2% | 1,8% | 2,2% | 4,3% | 6,1% | 63,2% |
| | Superior com/inc | 9,9% | 16,1% | 7,2% | 4,9% | 2,7% | 6,3% | 8,5% | 44,4% |
| Renda | Até 2 SM | 6,6% | 5,8% | 1,7% | 1,2% | 1,0% | 2,7% | 5,6% | 75,4% |
| | De 2 a 5 SM | 7,9% | 10,5% | 3,8% | 2,6% | 2,8% | 4,3% | 6,5% | 61,5% |
| | Mais de 5 SM | 14,0% | 12,9% | 6,7% | 3,4% | 2,2% | 6,7% | 6,2% | 47,8% |
| Cor | Branca | 9,1% | 10,1% | 3,8% | 3,8% | 1,8% | 5,1% | 6,6% | 59,8% |
| | Preta/Parda | 7,6% | 8,1% | 2,9% | 1,3% | 1,9% | 3,5% | 5,8% | 68,8% |
| | Outras | 11,9% | 7,1% | 4,8% | 0,0% | 2,4% | 2,4% | 7,1% | 64,3% |
| Consumo durante semana | Non-Consumers | 2,6% | 5,3% | 2,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,6% | 86,8% |
| | Light Consumers | 6,0% | 9,2% | 2,8% | 2,6% | 1,5% | 5,8% | 6,6% | 65,5% |
| | Moderate Consumers | 8,8% | 8,5% | 4,0% | 1,8% | 1,3% | 3,0% | 5,5% | 67,3% |
| | Heavy Consumers | 10,9% | 8,3% | 2,9% | 1,9% | 3,2% | 2,9% | 6,1% | 63,7% |
| Consumo fim de semana | Non-Consumers | 4,1% | 8,1% | 1,4% | 1,4% | 1,4% | 2,7% | 4,1% | 77,0% |
| | Light Consumers | 3,2% | 8,4% | 2,3% | 1,6% | 1,0% | 5,5% | 5,5% | 72,4% |
| | Moderate Consumers | 9,0% | 9,4% | 4,7% | 2,0% | 1,6% | 4,0% | 5,8% | 63,5% |
| | Heavy Consumers | 11,5% | 8,0% | 2,7% | 2,4% | 2,9% | 2,9% | 6,9% | 62,8% |

Frequência atualmente

E agora, com que frequência você vai ao cinema?

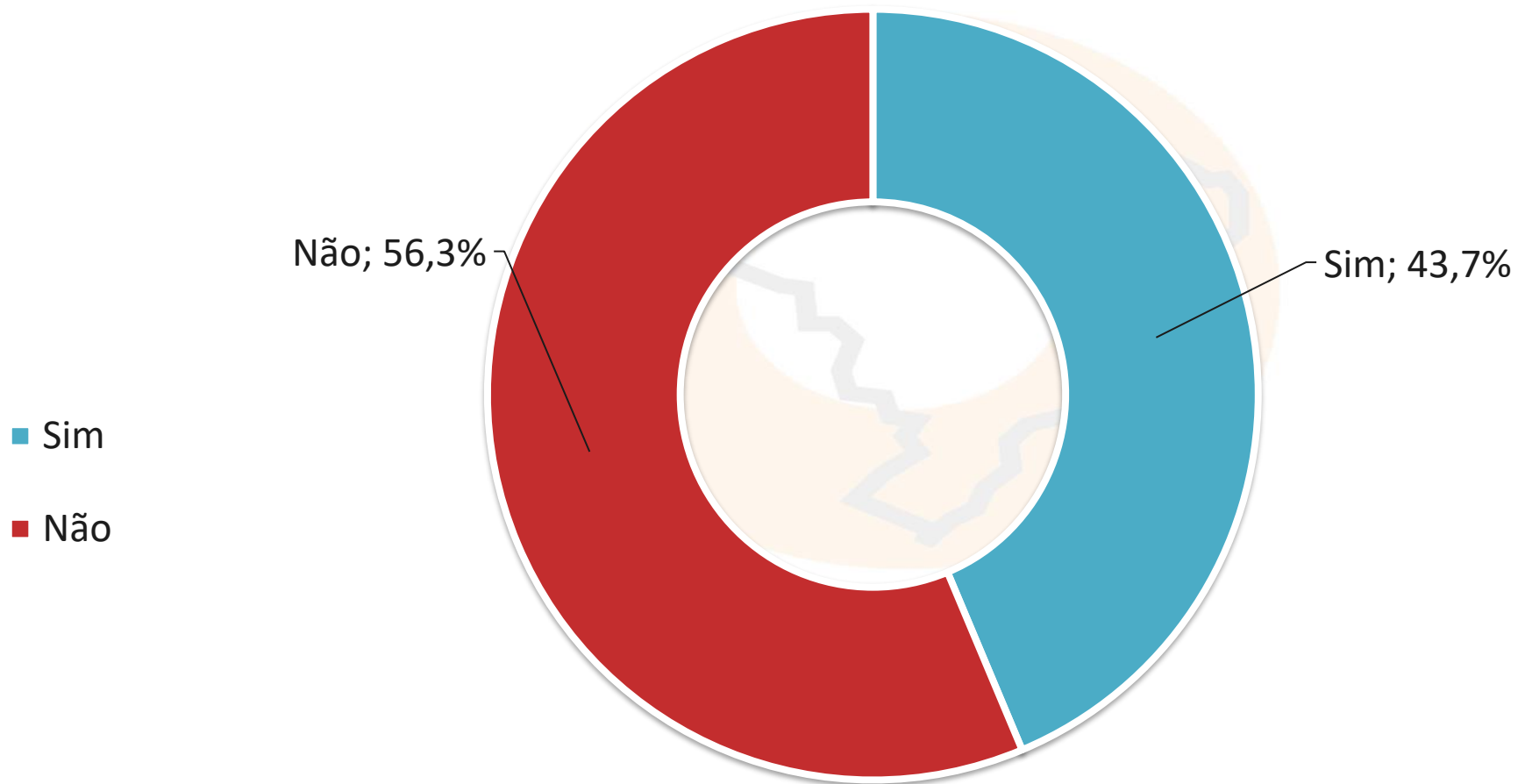


Frequência atualmente

| | | Mais de uma vez no mês | Uma vez por mês | Uma vez a cada 2 meses | Uma vez a cada 3 meses | Uma vez a cada 4 meses | Uma vez a cada 6 meses | Uma vez por ano | Não vai ao cinema |
|-------------------------------|------------------------------------|------------------------|-----------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|-----------------|-------------------|
| Geral | | 2,8% | 4,2% | 2,2% | 2,3% | 1,6% | 2,3% | 4,0% | 80,6% |
| Região | Campo das Vertentes | 0,0% | 5,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,8% | 91,7% |
| | Central Mineira | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,3% | 0,0% | 96,7% |
| | Jequitinhonha | 20,8% | 2,1% | 2,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 75,0% |
| | Metropolitana de Belo Horizonte | 3,2% | 5,4% | 1,2% | 2,0% | 1,0% | 1,0% | 4,4% | 81,7% |
| | Noroeste de Minas | 3,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 96,7% |
| | Norte de Minas | 0,0% | 3,9% | 2,9% | 1,9% | 1,0% | 5,8% | 5,8% | 78,6% |
| | Oeste de Minas | 0,0% | 0,0% | 1,7% | 1,7% | 1,7% | 3,3% | 3,3% | 88,3% |
| | Sul e Sudoeste de Minas | 2,5% | 8,9% | 5,7% | 6,4% | 4,5% | 1,9% | 1,3% | 68,8% |
| | Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba | 4,4% | 5,1% | 2,2% | 2,9% | 2,9% | 5,1% | 9,5% | 67,9% |
| | Vale do Mucuri | 0,0% | 3,3% | 3,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 6,7% | 86,7% |
| | Vale do Rio Doce | 1,9% | 1,9% | 1,9% | 0,0% | 1,0% | 2,9% | 2,9% | 87,5% |
| | Zona da Mata | 0,0% | 0,7% | 2,1% | 3,6% | 1,4% | 2,1% | 2,9% | 87,1% |
| Sexo | Feminino | 3,0% | 3,1% | 3,0% | 2,1% | 1,3% | 1,9% | 4,3% | 81,1% |
| | Masculino | 2,6% | 5,4% | 1,3% | 2,6% | 1,8% | 2,6% | 3,6% | 80,1% |
| Faixa Etária | Até 24 anos | 5,3% | 9,8% | 4,1% | 1,2% | 2,9% | 2,9% | 9,0% | 64,9% |
| | 25 a 34 anos | 3,9% | 5,7% | 2,9% | 4,7% | 2,2% | 3,2% | 5,7% | 71,7% |
| | 35 a 44 anos | 2,4% | 2,0% | 1,2% | 1,6% | 1,6% | 1,6% | 2,0% | 87,6% |
| | 45 anos ou mais | 1,2% | 1,8% | 1,4% | 2,0% | 0,6% | 1,8% | 1,6% | 89,7% |
| Escolaridade | Fundamental I com/inc | 0,0% | 0,0% | 0,5% | 1,5% | 0,5% | 2,0% | 0,0% | 95,5% |
| | Fundamental II com/inc | 1,7% | 1,3% | 1,7% | 0,8% | 0,4% | 1,3% | 3,0% | 89,8% |
| | Ensino Médio com/inc | 4,0% | 5,1% | 2,2% | 2,1% | 1,9% | 2,4% | 4,3% | 77,8% |
| | Superior com/inc | 3,1% | 8,5% | 4,0% | 5,4% | 2,7% | 3,1% | 7,6% | 65,5% |
| Renda | Até 2 SM | 2,5% | 1,7% | 1,7% | 0,8% | 0,8% | 1,3% | 2,8% | 88,4% |
| | De 2 a 5 SM | 2,8% | 5,7% | 2,2% | 3,2% | 2,2% | 3,0% | 5,1% | 75,7% |
| | Mais de 5 SM | 3,9% | 9,0% | 3,9% | 5,1% | 2,2% | 3,4% | 5,1% | 67,4% |
| Cor | Branca | 2,5% | 6,1% | 1,8% | 3,0% | 1,5% | 3,0% | 3,3% | 78,8% |
| | Preta/Parda | 2,9% | 3,5% | 2,4% | 2,2% | 1,6% | 1,9% | 4,3% | 81,2% |
| | Outras | 4,8% | 2,4% | 2,4% | 0,0% | 2,4% | 2,4% | 4,8% | 81,0% |
| Consumo durante semana | Non-Consumers | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,6% | 0,0% | 0,0% | 2,6% | 94,7% |
| | Light Consumers | 1,3% | 2,4% | 2,1% | 3,2% | 2,1% | 3,4% | 3,6% | 81,8% |
| | Moderate Consumers | 3,0% | 6,3% | 2,8% | 1,5% | 1,3% | 2,0% | 3,3% | 80,0% |
| | Heavy Consumers | 4,8% | 4,8% | 1,9% | 2,1% | 1,3% | 1,3% | 5,3% | 78,4% |
| Consumo fim de semana | Non-Consumers | 2,7% | 2,7% | 0,0% | 1,4% | 0,0% | 0,0% | 2,7% | 90,5% |
| | Light Consumers | 0,0% | 2,3% | 1,0% | 1,9% | 0,6% | 3,9% | 2,9% | 87,3% |
| | Moderate Consumers | 2,2% | 5,4% | 3,4% | 3,6% | 2,5% | 2,2% | 4,0% | 76,7% |
| | Heavy Consumers | 5,3% | 4,6% | 2,2% | 1,5% | 1,5% | 1,5% | 4,9% | 78,3% |

Cinema na cidade

Existem salas de cinema em sua cidade?

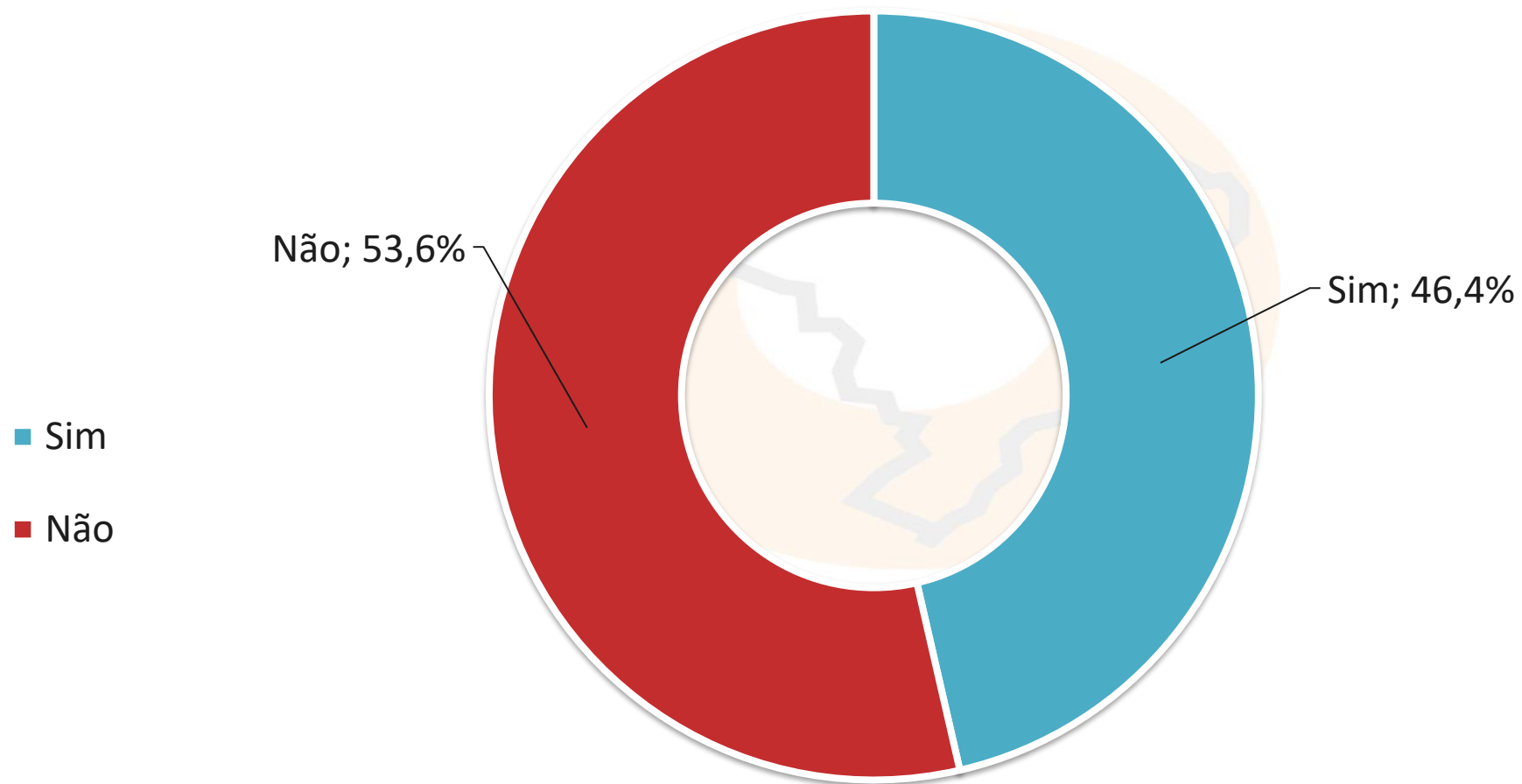


Cinema na cidade

| | | Sim | Não |
|-------------------------------|------------------------------------|-------|--------|
| Geral | | 43,7% | 56,3% |
| Região | Campo das Vertentes | 0,0% | 100,0% |
| | Central Mineira | 0,0% | 100,0% |
| | Jequitinhonha | 18,8% | 81,3% |
| | Metropolitana de Belo Horizonte | 63,0% | 37,0% |
| | Noroeste de Minas | 0,0% | 100,0% |
| | Norte de Minas | 30,1% | 69,9% |
| | Oeste de Minas | 46,7% | 53,3% |
| | Sul e Sudoeste de Minas | 43,3% | 56,7% |
| | Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba | 51,8% | 48,2% |
| | Vale do Mucuri | 0,0% | 100,0% |
| | Vale do Rio Doce | 31,7% | 68,3% |
| | Zona da Mata | 45,7% | 54,3% |
| Sexo | Feminino | 44,4% | 55,6% |
| | Masculino | 42,9% | 57,1% |
| Faixa Etária | Até 24 anos | 42,4% | 57,6% |
| | 25 a 34 anos | 41,9% | 58,1% |
| | 35 a 44 anos | 42,4% | 57,6% |
| | 45 anos ou mais | 45,8% | 54,2% |
| Escolaridade | Fundamental I com/inc | 44,9% | 55,1% |
| | Fundamental II com/inc | 45,3% | 54,7% |
| | Ensino Médio com/inc | 41,6% | 58,4% |
| | Superior com/inc | 46,6% | 53,4% |
| Renda | Até 2 SM | 39,4% | 60,6% |
| | De 2 a 5 SM | 48,0% | 52,0% |
| | Mais de 5 SM | 46,6% | 53,4% |
| Cor | Branca | 44,2% | 55,8% |
| | Preta/Parda | 44,6% | 55,4% |
| | Outras | 31,0% | 69,0% |
| Consumo durante semana | Non-Consumers | 28,9% | 71,1% |
| | Light Consumers | 44,3% | 55,7% |
| | Moderate Consumers | 39,8% | 60,3% |
| | Heavy Consumers | 48,5% | 51,5% |
| Consumo fim de semana | Non-Consumers | 47,3% | 52,7% |
| | Light Consumers | 44,8% | 55,2% |
| | Moderate Consumers | 44,2% | 55,8% |
| | Heavy Consumers | 41,8% | 58,2% |

Preço de ingressos compatíveis

Você considera que os preços dos ingressos nas salas de cinema são compatíveis com sua renda?

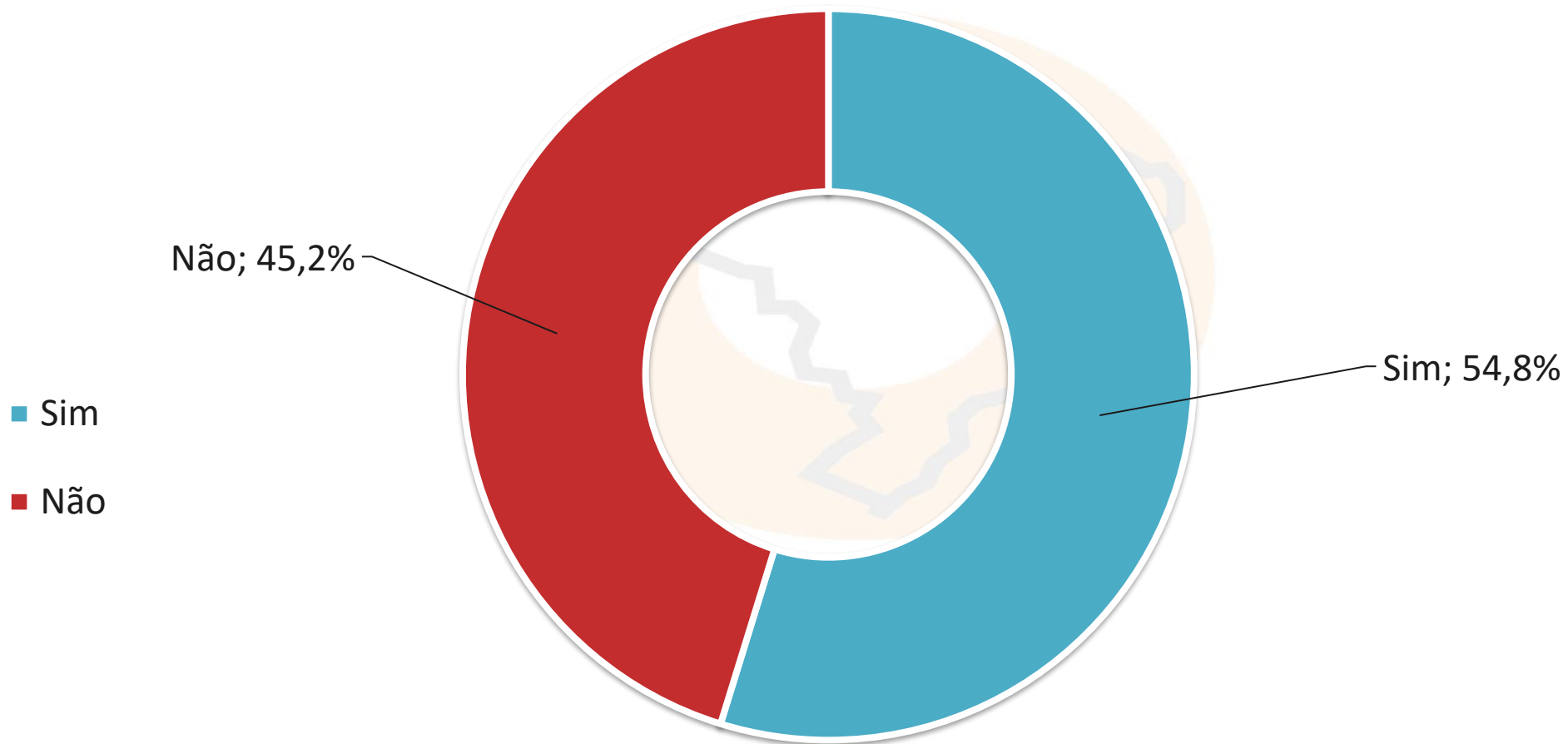


Preço de ingressos compatíveis

| | | Sim | Não |
|-------------------------------|------------------------------------|-------|-------|
| Geral | | 46,4% | 53,6% |
| Região | Campo das Vertentes | 16,7% | 83,3% |
| | Central Mineira | 6,7% | 93,3% |
| | Jequitinhonha | 64,6% | 35,4% |
| | Metropolitana de Belo Horizonte | 51,9% | 48,1% |
| | Noroeste de Minas | 10,0% | 90,0% |
| | Norte de Minas | 34,0% | 66,0% |
| | Oeste de Minas | 53,3% | 46,7% |
| | Sul e Sudoeste de Minas | 31,2% | 68,8% |
| | Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba | 56,2% | 43,8% |
| | Vale do Mucuri | 80,0% | 20,0% |
| | Vale do Rio Doce | 41,3% | 58,7% |
| | Zona da Mata | 58,6% | 41,4% |
| Sexo | Feminino | 45,4% | 54,6% |
| | Masculino | 47,5% | 52,5% |
| Faixa Etária | Até 24 anos | 58,0% | 42,0% |
| | 25 a 34 anos | 46,6% | 53,4% |
| | 35 a 44 anos | 47,6% | 52,4% |
| | 45 anos ou mais | 40,1% | 59,9% |
| Escolaridade | Fundamental I com/inc | 35,9% | 64,1% |
| | Fundamental II com/inc | 39,4% | 60,6% |
| | Ensino Médio com/inc | 48,0% | 52,0% |
| | Superior com/inc | 58,7% | 41,3% |
| Renda | Até 2 SM | 39,7% | 60,3% |
| | De 2 a 5 SM | 48,8% | 51,2% |
| | Mais de 5 SM | 62,4% | 37,6% |
| Cor | Branca | 46,5% | 53,5% |
| | Preta/Parda | 47,3% | 52,7% |
| | Outras | 40,5% | 59,5% |
| Consumo durante semana | Non-Consumers | 36,8% | 63,2% |
| | Light Consumers | 43,9% | 56,1% |
| | Moderate Consumers | 46,3% | 53,8% |
| | Heavy Consumers | 50,7% | 49,3% |
| Consumo fim de semana | Non-Consumers | 40,5% | 59,5% |
| | Light Consumers | 43,8% | 56,2% |
| | Moderate Consumers | 44,6% | 55,4% |
| | Heavy Consumers | 50,9% | 49,1% |

Ingresso mais barato e aumento da frequência

Se o ingresso para o cinema fosse mais barato você freqüentaria mais o cinema?

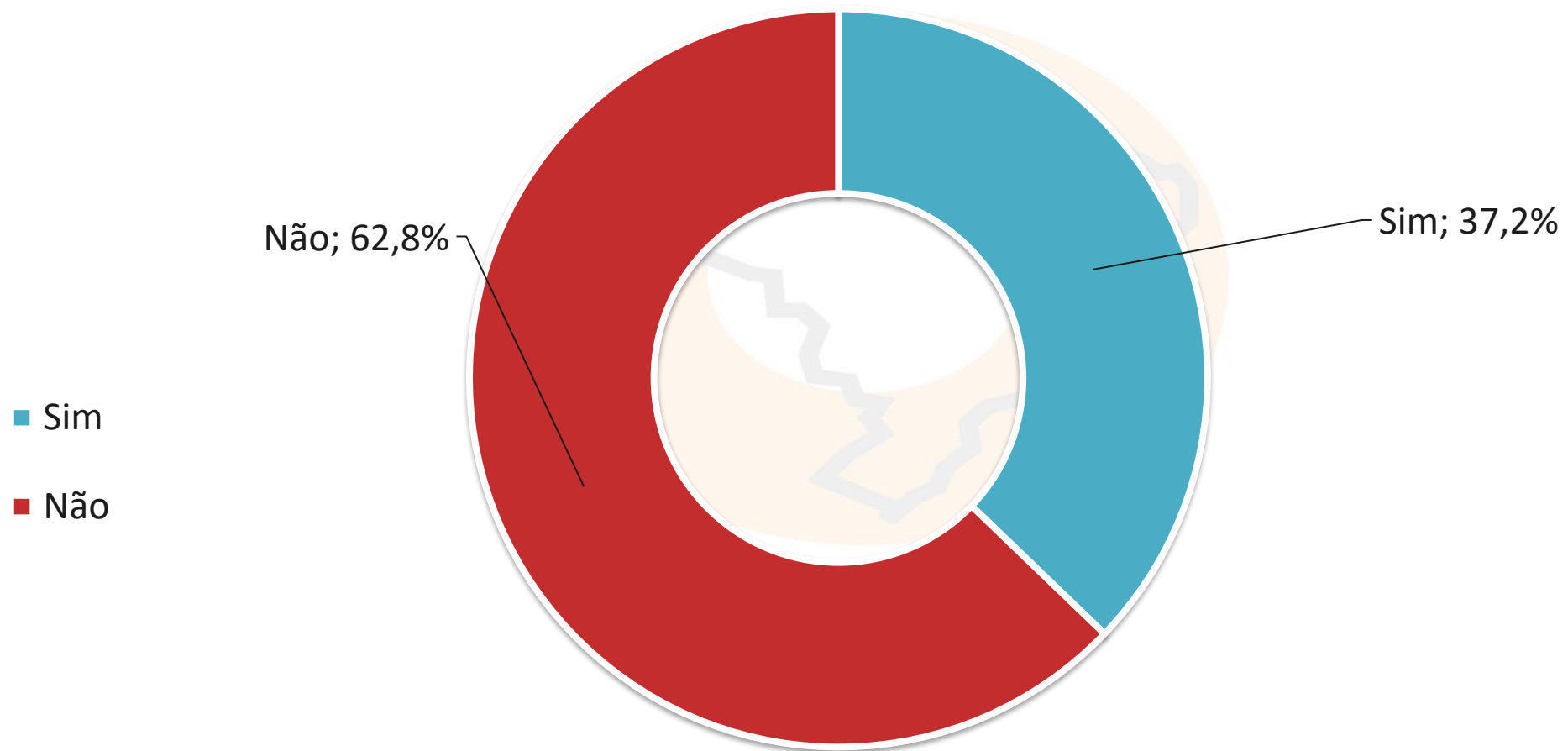


Ingresso mais barato e aumento da frequência

| | | Sim | Não |
|-------------------------------|------------------------------------|-------|-------|
| Geral | | 54,8% | 45,2% |
| Região | Campo das Vertentes | 13,9% | 86,1% |
| | Central Mineira | 10,0% | 90,0% |
| | Jequitinhonha | 66,7% | 33,3% |
| | Metropolitana de Belo Horizonte | 62,2% | 37,8% |
| | Noroeste de Minas | 73,3% | 26,7% |
| | Norte de Minas | 48,5% | 51,5% |
| | Oeste de Minas | 38,3% | 61,7% |
| | Sul e Sudoeste de Minas | 46,5% | 53,5% |
| | Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba | 46,7% | 53,3% |
| | Vale do Mucuri | 70,0% | 30,0% |
| | Vale do Rio Doce | 58,7% | 41,3% |
| | Zona da Mata | 67,9% | 32,1% |
| Sexo | Feminino | 58,3% | 41,7% |
| | Masculino | 50,9% | 49,1% |
| Faixa Etária | Até 24 anos | 68,2% | 31,8% |
| | 25 a 34 anos | 66,7% | 33,3% |
| | 35 a 44 anos | 55,6% | 44,4% |
| | 45 anos ou mais | 41,3% | 58,7% |
| Escolaridade | Fundamental I com/inc | 38,4% | 61,6% |
| | Fundamental II com/inc | 53,8% | 46,2% |
| | Ensino Médio com/inc | 57,3% | 42,7% |
| | Superior com/inc | 63,2% | 36,8% |
| Renda | Até 2 SM | 53,0% | 47,0% |
| | De 2 a 5 SM | 55,9% | 44,1% |
| | Mais de 5 SM | 56,2% | 43,8% |
| Cor | Branca | 52,3% | 47,7% |
| | Preta/Parda | 56,0% | 44,0% |
| | Outras | 64,3% | 35,7% |
| Consumo durante semana | Non-Consumers | 44,7% | 55,3% |
| | Light Consumers | 54,8% | 45,2% |
| | Moderate Consumers | 57,0% | 43,0% |
| | Heavy Consumers | 53,3% | 46,7% |
| Consumo fim de semana | Non-Consumers | 45,9% | 54,1% |
| | Light Consumers | 50,3% | 49,7% |
| | Moderate Consumers | 56,7% | 43,3% |
| | Heavy Consumers | 57,3% | 42,7% |

Interesse pela produção de cinema

Você se interessa pelo processo de produção de um filme?



Interesse pela produção de cinema

| | | Sim | Não |
|-------------------------------|------------------------------------|-------|-------|
| Geral | | 37,2% | 62,8% |
| Região | Campo das Vertentes | 25,0% | 75,0% |
| | Central Mineira | 16,7% | 83,3% |
| | Jequitinhonha | 29,2% | 70,8% |
| | Metropolitana de Belo Horizonte | 43,5% | 56,5% |
| | Noroeste de Minas | 33,3% | 66,7% |
| | Norte de Minas | 23,3% | 76,7% |
| | Oeste de Minas | 40,0% | 60,0% |
| | Sul e Sudoeste de Minas | 28,7% | 71,3% |
| | Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba | 21,9% | 78,1% |
| | Vale do Mucuri | 40,0% | 60,0% |
| | Vale do Rio Doce | 42,3% | 57,7% |
| | Zona da Mata | 59,3% | 40,7% |
| Sexo | Feminino | 34,9% | 65,1% |
| | Masculino | 39,6% | 60,4% |
| Faixa Etária | Até 24 anos | 51,4% | 48,6% |
| | 25 a 34 anos | 40,5% | 59,5% |
| | 35 a 44 anos | 33,6% | 66,4% |
| | 45 anos ou mais | 30,2% | 69,8% |
| Escolaridade | Fundamental I com/inc | 25,3% | 74,7% |
| | Fundamental II com/inc | 39,0% | 61,0% |
| | Ensino Médio com/inc | 38,7% | 61,3% |
| | Superior com/inc | 41,7% | 58,3% |
| Renda | Até 2 SM | 33,4% | 66,6% |
| | De 2 a 5 SM | 39,3% | 60,7% |
| | Mais de 5 SM | 44,4% | 55,6% |
| Cor | Branca | 34,8% | 65,2% |
| | Preta/Parda | 38,2% | 61,8% |
| | Outras | 50,0% | 50,0% |
| Consumo durante semana | Non-Consumers | 13,2% | 86,8% |
| | Light Consumers | 35,3% | 64,7% |
| | Moderate Consumers | 39,5% | 60,5% |
| | Heavy Consumers | 39,5% | 60,5% |
| Consumo fim de semana | Non-Consumers | 40,5% | 59,5% |
| | Light Consumers | 29,9% | 70,1% |
| | Moderate Consumers | 36,3% | 63,7% |
| | Heavy Consumers | 42,5% | 57,5% |



www.institutover.com.br