

Economia do **AUDIOVISUAL** carioca



carta do **PREFEITO**

O Rio de Janeiro, Cidade Maravilhosa, e, em 2024, também a capital do G20, é conhecido internacionalmente por seus grandes eventos tradicionais, como o Carnaval e o Réveillon, e por sua estonteante beleza natural. Não à toa, nessa gestão, nos tornamos a cidade mais filmada da América Latina com quase 8 mil diárias de filmagem em locações públicas em 2023, ultrapassando, inclusive, Paris, na França.

A economia criativa é um dos pilares do desenvolvimento econômico do Rio, o setor audiovisual, um de seus principais segmentos. Dinâmico e inovador, ele gera propriedade intelectual com alto valor agregado, postos de trabalho qualificados e tem baixo impacto ambiental. Ou seja, é a "cara do Rio".

Nesse sentido, o estudo "Economia do Audiovisual Carioca", elaborado pela Prefeitura do Rio por meio da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Urbano e Econômico (SMDUE) em parceria com a Secretaria Municipal de Cultura (SMC) e a Riofilme, trata desse importante setor produtivo que fortalece o desenvolvimento econômico carioca. Segundo a FIRJAN, no Rio, a indústria criativa tem a maior participação no PIB em todo país e é aqui que os trabalhadores desse segmento têm os maiores salários. De acordo com o estudo da SMDUE, foram mais de R\$ 4 bilhões movimentados por ano na economia do setor audiovisual no Rio e mais de R\$ 70 milhões de impostos (ISS) arrecadados em 2023. Destaca-se ainda o estoque de empregos formais do setor: 20,4 mil.

Vale frisar que, nessa minha gestão, por todas as políticas públicas implementadas, a movimentação econômica do setor audiovisual cresceu quase 60%, e a arrecadação, aproximadamente 70%, contribuindo para a geração de emprego e renda na cidade. Entre 2021 e 2023, os investimentos no setor por meio da Riofilme, que estavam zerados em 2020, foram de aproximadamente R\$ 140 milhões, distribuídos entre mais de 400 projetos. Além disso, políticas afirmativas garantiram que o investimento realizado promovesse, em conjunto com o desenvolvimento industrial do setor, a ampliação da inclusão e da diversidade entre os contemplados pelos editais.

Vamos seguir investindo em setores estratégicos como o audiovisual, que gerem grande impacto econômico e empregos, tragam benefícios para os cariocas e promovam a imagem de nossa cidade internacionalmente. É assim, com transparência, responsabilidade, visão e boa gestão, que o Rio vai avançar ainda mais no caminho do desenvolvimento.

EDUARDO
PAES

carta do **SECRETÁRIO MUNICIPAL DE DESENVOLVIMENTO URBANO E ECONÔMICO**

Para contar a trajetória econômica da cidade do Rio nos últimos quatro anos, seria preciso escrever um roteiro que passasse por diversos temas transversais como inovação e tecnologia, mercado financeiro, crédito de carbono, transição energética e economia criativa. Isso porque muitos desses setores foram criados ou estão sendo fortalecidos pela atual gestão do prefeito Eduardo Paes, como é o caso do setor audiovisual.

No estudo "Economia do Audiovisual Carioca" fizemos um filme desse segmento do setor de economia criativa, que é tão importante para o Rio e para o seu desenvolvimento econômico: com mais de 20 mil trabalhadores na cidade. Segundo dados da Secretaria Municipal de Fazenda e Planejamento (SMFP), a movimentação econômica estimada do setor audiovisual no Rio é de R\$ 4,2 bilhões.

Somente em 2023, o Rio arrecadou mais de R\$ 70 milhões em impostos sobre serviços (ISS) do setor do audiovisual. Caso fosse um grupo agregado de serviços, o setor seria o 14º maior arrecadador de impostos (ISS), correspondendo a aproximadamente um terço da arrecadação dos serviços de educação, 60% de eventos e 83% de transportes. Nos últimos três anos, a arrecadação disparou quase 70%, mostrando como o investimento público nesse mercado é fundamental para impulsionar o setor, reverberando na economia como um todo.

O estudo, e todos os dados e informações contidos nele, mostram o efeito do investimento no setor, assim como servem de base para a elaboração de novas políticas públicas que possam alavancar ainda mais o mercado de audiovisual carioca – uma potencial força para o desenvolvimento econômico do Rio.

CHICÃO
BULHÕES

carta da **SECRETARIA DE CULTURA** **E RIOFILME**

Estamos completando um ciclo que começou em 2021 e temos muito a comemorar. Nos últimos quatro anos promovemos o renascimento de um setor que é estratégico economicamente para a cidade e para o país, e acima de tudo, faz o Rio pulsar no coração das pessoas, projetando a nossa cidade e criando no imaginário do mundo inteiro o desejo de conhecer e viver as experiências que essa cidade única tem a oferecer. Mas além do atributo lúdico que a arte tem de alimentar o nosso espírito, é preciso falar do audiovisual como uma potência econômica que pulsa e alavanca as maiores economias do mundo.

A indústria audiovisual carioca é um dos pilares de sustentação do cinema brasileiro. Conforme dados da ANCINE, organizados nesse estudo, entre 1995 e 2023, a produção brasileira majoritariamente fluminense foi responsável, em média, por 71% do público e 70% da renda anual do cinema brasileiro. Sendo que em alguns anos, como 1996, 1998, 2000, 2005, 2006 e 2010, essa participação superou 90%. Em 2022, a cidade do Rio de Janeiro foi responsável por 18,8% dos empregos formais gerados pelo setor audiovisual no país.

O balanço de realizações desta gestão vai ao encontro deste contexto, criando um retrato que confirma que vontade política e ações efetivas são fundamentais para a liderança da produção carioca e o seu impacto na indústria audiovisual brasileira.

Entre 2021 e 2023, os investimentos da Prefeitura do Rio em audiovisual, por meio da Secretaria Municipal de Cultura via RioFilme, superaram R\$ 139,4 milhões, viabilizando 418 projetos. Apenas em 2023, o investimento municipal foi responsável pela geração potencial de aproximadamente cinco mil postos de trabalho na área técnica e artística, e sete mil entre atores e figurantes. A implantação do mecanismo de "Cash Rebate" viabilizou a atração de R\$ 83,7 milhões em investimentos para a cidade em uma proporção de R\$ 3,7 atraídos para cada R\$ 1,0 investido pelo município. No ano passado, o Rio consagrou-se também como a cidade mais filmada da América Latina e um dos maiores destinos cinematográficos do mundo, superando Paris e Cidade do México em número de diárias de filmagem autorizadas em espaços públicos.

Estar à frente do berço do cinema não é uma conquista trivial, é fruto de muito trabalho e de política de governo, que se depender de nós, será perene.

Por sua vez, o estabelecimento da parceria público-privada para modernização e expansão do Pólo Cine Vídeo, por meio da Companhia Carioca de Parcerias e Investimentos (CCPar), viabilizou o investimento privado de R\$ 92 milhões no espaço, transformando o Polo Cine Vídeo em um dos maiores complexos de estúdios da América Latina, e contribuindo para superar um gargalo histórico de infraestrutura na cidade.

No contexto pós-pandemia da COVID-19, entre 2021 e 2023, o volume de público e renda do cinema nacional tem demonstrado dificuldade em se recuperar, ficando muito abaixo dos patamares atingidos nas duas primeiras décadas dos anos 2000. Neste contexto, a lei nº 14.814/2024, de autoria do deputado federal Marcelo Calero, que regulamenta a cota de tela para o cinema brasileiro, promoveu um impacto imediato na recuperação do *market share* do cinema brasileiro, perceptível já em 2024. Os títulos nacionais lançados até setembro somam 7,4 milhões de espectadores, e pelo menos três deles ultrapassaram 1,5 milhões de espectadores.

Outro ponto crucial aprofundado por este estudo é a necessidade urgente de uma regulação para o VOD (*Video on demand*) no Brasil. Somos o segundo maior mercado consumidor de *streaming* no mundo, atrás apenas dos EUA, mas temos pouca presença de conteúdo audiovisual brasileiro presente neste segmento de mercado. A inclusão adequada das plataformas de *streaming* no arcabouço regulatório no Brasil é fundamental para o fortalecimento da cadeia industrial do setor audiovisual brasileiro a longo prazo, com efeitos diretos na proteção à propriedade intelectual brasileira, na valorização do talento de técnicos e artistas nacionais, na estruturação de um sistema de financiamento à produção eficiente, gerador de empregos e divisas, na competitividade internacional da indústria nacional e no *soft power* brasileiro no exterior.

Esse estudo que compartilhamos agora com o cidadão carioca amplia os significados do investimento da Prefeitura em audiovisual, dando transparência à robustez do impacto econômico, cultural e social deste setor para a cidade. Ele reafirma a nossa certeza de que investir e promover o audiovisual é um compromisso com os cariocas e um excelente negócio.

MARCELO CALERO
SECRETÁRIO MUNICIPAL DE CULTURA

EDUARDO MARQUES CUPERTINO
DIRETOR ADMINISTRATIVO E FINANCEIRO
- RIOFILME

MAURÍCIO HIRATA FILHO
DIRETOR DE INVESTIMENTOS
- RIOFILME

DANIEL CELLI
COORDENADOR DA
RIO FILM COMMISSION
- RIOFILME

carta do **SICAV/FIRJAN**

O Audiovisual ocupa uma posição central no ecossistema criativo do Rio de Janeiro, cidade reconhecida por seu dinamismo cultural e artístico. Em um mundo cada vez mais conectado e impulsionado pela evolução tecnológica, o audiovisual se torna a principal janela de comunicação entre as artes, reunindo cinema, música, design, animação e tantas outras formas de expressão que compõem nossa identidade cultural. Mais do que isso, é o setor com maior capacidade de refletir a diversidade da sociedade e projetá-la para o mundo.

O Rio de Janeiro possui um enorme potencial para expandir seu PIB criativo, e a Indústria Audiovisual é indiscutivelmente um dos maiores vetores de crescimento. Nos últimos anos temos gerado centenas de milhares de empregos, destacando-se a inserção da camada mais jovem: a indústria é a que mais emprega pessoas com até 29 anos, oferecendo oportunidades inclusivas e abraçando a diversidade em todas as suas formas. A pluralidade de vozes e talentos está no DNA dessa atividade que reflete e amplifica as histórias de pessoas de diferentes origens, raças, gêneros e classes sociais.

Nesse cenário, o compromisso com políticas públicas de fomento ao audiovisual é indispensável para garantir que o Rio de Janeiro se fortaleça e atinja uma autonomia plena como polo global da produção criativa. Dados e estudos são instrumentos essenciais. Investimentos consistentes na criação, produção, distribuição e exibição de suas obras, além da infraestrutura, capacitação profissional e inovação tecnológica são a chave mestra para amplificar ainda mais o impacto econômico e social do setor - fortalecendo a economia local e projetando a cidade para o mundo.

Estamos certos de que a gestão atual reconhece esse potencial transformador, e o estudo **Economia do Audiovisual Carioca** é uma prova disso. O compromisso com o crescimento sustentável da indústria audiovisual deve ser uma prioridade estratégica. Trabalhando juntos: poder público, setor privado e produtores culturais podem não só manter, mas sobretudo ampliar os investimentos e oportunidades no setor. O futuro criativo do Rio de Janeiro depende desse esforço conjunto – e ele já começou. Vamos em frente!

**LEONARDO
EDDE**

PRESIDENTE
SICAV - SINDICATO INTERESTADUAL DA INDÚSTRIA AUDIOVISUAL

VICE PRESIDENTE
FIRJAN - FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO



Sumário Executivo

"Economia do Audiovisual Carioca" é um estudo elaborado pela Prefeitura do Rio, por meio da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Urbano e Econômico (SMDUE), em parceria com a Secretaria Municipal de Cultura (SMC) e a Riofilme, que trata desse importante setor produtivo do município do Rio de Janeiro.

O audiovisual, com protagonismo relevante na capital fluminense, é um vetor econômico dinâmico e inovador, gerador de propriedade intelectual com alto valor agregado e de postos de trabalho qualificados, com baixo impacto ambiental e intenso efeito multiplicador positivo sobre outros setores da economia local ao longo de toda sua cadeia de valor.

O estudo reúne e analisa um conjunto amplo de informações oficiais dos âmbitos federal, estadual e municipal, bem como estudos nacionais e internacionais para traçar um panorama econômico detalhado da indústria audiovisual no município do Rio de Janeiro, incluindo a sua inserção no contexto nacional e global.

São detalhados dados sobre o faturamento e a arrecadação de impostos no município e no estado, a organização das empresas do setor, incluindo sua distribuição por porte, atividade econômica e localização geográfica; a geração de empregos e postos de trabalho; o volume de produção audiovisual realizada no município, e o investimento realizado pela prefeitura no setor de 2021 a 2023 e seus resultados.

A pesquisa traz ainda um recorte específico sobre a produção independente carioca, incluindo o volume de empresas constituídas no município e registradas na ANCINE por ano, e sua produtividade no setor. Bem como o impacto da produção cinematográfica carioca no *market share* do cinema brasileiro e os dados sobre a produção audiovisual de séries para TV e *Streaming*.

Tendência de crescimento global após a pandemia de Covid-19

Estudos internacionais apontam um aumento consistente de receitas da indústria criativa e do setor audiovisual, após o forte impacto da pandemia de Covid-19. Dados da Pesquisa Global de Entretenimento e Mídia (E&M) 2023-2027, feita pela PWC, sugerem que a cifra do mercado de entretenimento pode alcançar, em 2027, US\$ 2,8 trilhões globalmente, indicando um crescimento de 3,8% em relação a 2022. No Brasil, o faturamento pode chegar a US\$ 41,3 bilhões, uma projeção ainda maior, de 4,1%. Dados do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) reforçam essa tendência para o audiovisual, indicando que Argentina, Brasil e México, as maiores indústrias audiovisuais da América Latina, podem alcançar a receita de US\$ 170 bilhões até 2030, uma perspectiva de crescimento de 7,2% ao ano.

Audiovisual é motor do desenvolvimento social e econômico na cidade

As boas perspectivas globais já encontram eco em solo brasileiro, em especial no Rio de Janeiro. No município, a movimentação econômica do setor cresceu 56,2% nos últimos três anos, chegando a mais de R\$ 4 bilhões em 2023, tornando a indústria audiovisual a 10^a maior em movimentação econômica do município. A arrecadação de impostos alcançou patamares altos, com registro de 67,7% de aumento nos últimos três anos, atingindo a arrecadação de R\$ 70 milhões em 2023 e configurando-se como o 14º maior arrecadador de ISS do Rio.

O Rio também se destaca nos empregos do setor, já que o estoque do setor audiovisual no Rio é de 20,4 mil empregos formais na cidade do Rio de Janeiro. Ao se excluir os empregos dos Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet, o número de empregos passa para 14,0 mil, o que corresponde a 17,5% do total de empregos do Brasil. A curva de crescimento do setor acompanha a retomada e o aumento do investimento público realizado pela Prefeitura do Rio de Janeiro, por meio da Riofilme.

Entre 2021 e 2023, os investimentos no setor, zerados em 2020, superaram R\$ 139,4 milhões, distribuídos entre 418 projetos. Somente em 2023, estima-se que os R\$ 60,8 milhões investidos, incluindo os recursos oriundos da Lei Paulo Gustavo, contribuam para a criação de 12 mil postos de trabalho.

Outro destaque de 2023 são as 7.885 autorizações às produções filmadas na cidade, emitidas pela Rio Film Commission, o que deixou o Rio de Janeiro à frente de Paris e Cidade do México em número de diárias autorizadas, configurando-se também como a cidade com mais diárias de filmagem da América Latina.

Como parte da estratégia de alavancar ainda mais esses números e atrair produções de porte internacional, a Prefeitura também lançou, em 2022, o mecanismo de atração de investimentos *Cash Rebate*. Entre 2022 e 2023 foram investidos mais de R\$ 22,8 milhões, que atraíram R\$ 83,7 milhões adicionais, totalizando um investimento de mais de R\$ 106,6 milhões na cidade.

A política afirmativa praticada pela Riofilme entre 2021 e 2023 garantiu o aumento da proporção entre inscritos e selecionados com vistas à ampliação da inclusão e da diversidade entre os contemplados pelos editais. O número de projetos contratados de proponentes situados em regiões da cidade com menor IDH foi 61% maior do que o número de inscritos com as mesmas características.

O aumento é ainda mais expressivo entre propostas lideradas por pessoas negras, indígenas, trans ou com deficiência. Enquanto as propostas inscritas representaram 26% do total, as propostas selecionadas alcançaram 45% entre os projetos contratados, um aumento de 73%. Já em relação a propostas lideradas por mulheres, o total de propostas inscritas já é maioria entre os projetos apresentados à Riofilme, 63% do total, mas chegou ao patamar de 66% entre os selecionados.

Produção cinematográfica fluminense é essencial para o **market share** do cinema brasileiro

Sob a perspectiva de resultados, o cinema fluminense se destaca em todo período da série histórica monitorada pela Agência Nacional de Cinema (An-cine).

No período pós retomada do cinema brasileiro, 1995 a 2023, a produção brasileira majoritariamente fluminense foi responsável, em média, por 71% do público e 70% da renda anual do cinema brasileiro. Sendo que em alguns anos, como 1996, 1998, 2000, 2005, 2006 e 2010, essa participação superou 90%.

O pico de público e renda de filmes de produção majoritária do Rio de Janeiro ocorreu em 2010, quando R\$ 23,3 milhões de espectadores foram ao cinema ver filmes fluminenses, gerando uma renda de R\$ 452,7 milhões. Nesse ano, os filmes fluminenses representaram 95,7% do público total de filmes brasileiros, e a renda 95,1%.

No contexto pós-pandemia da COVID-19, entre 2021 e 2023, o volume de público e renda do cinema nacional ainda ficou muito abaixo dos patamares atingidos nas duas primeiras décadas dos anos 2000, mas começa a dar sinais de recuperação, com tendência de crescimento em 2024. Os títulos nacionais lançados até setembro somam 7,4 milhões de espectadores, sendo que pelo menos três deles, "Os Farofeiros 2", "Nosso Lar 2 - Os Mensageiros", e "Minha Irmã e Eu", ultrapassaram 1,5 milhões de espectadores. Todos são produzidos por empresas cariocas.

O protagonismo carioca e a vocação da cidade do Rio como centro da produção cinematográfica e audiovisual brasileira reforçam a necessidade de investimentos ainda mais robustos na infraestrutura e na consolidação dos agentes do setor, com capacidade de gerar empregos, potencializar o crescimento econômico, a arrecadação de impostos, a projeção internacional e a atração de investimentos. Sem perder de vista os desafios de inclusão, de inovação e da promoção da cultura por meio do audiovisual.

1. O setor audiovisual brasileiro no contexto internacional

Segundo dados da Pesquisa Global de Entretenimento e Mídia (E&M) 2023-2027, realizada pela PWC em 2023, que analisa 13 segmentos de E&M em 53 países, as receitas desses setores alcançarão US\$ 2,8 trilhões em 2027. De acordo com o estudo, a projeção para o Brasil é de US\$ 41,3 bilhões em 2027.¹

O relatório estima ainda que o mercado cinematográfico brasileiro, nono maior mercado de cinema no mundo, pode atingir US\$ 707 milhões em 2026, uma expectativa maior do que os US\$ 638 milhões de bilheteria alcançados em 2019, antes da pandemia de Covid-19.

Outro estudo internacional, com um recorte mais específico do setor audiovisual, "O impacto econômico do setor audiovisual na América Latina"² realizado em 2023 pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), com apoio da Netflix, aponta Argentina, Brasil e México como as maiores indústrias audiovisuais na América Latina, somando uma receita de US\$ 20 bilhões em 2021, sendo US\$ 3 bilhões vindos da produção cinematográfica. Globalmente, o estudo aponta um crescimento do setor de cerca de 7,2% ao ano, alcançando US\$ 170 bilhões até 2030. O documento aponta ainda que, em 2021, o setor audiovisual do Brasil gerou receita total de R\$ 56,9 bilhões (US\$ 10,5 bilhões).

O estudo estima também os efeitos dos multiplicadores da atividade econômica do setor audiovisual, concluindo que para cada US\$ 10 gastos no setor na América Latina, entre US\$ 6 e US\$ 9 sejam gerados na cadeia de suprimentos, e que para cada dez empregos no setor, entre US\$ 5 e US\$ 7

¹ <https://www.pwc.com.br/pt/estudos/setores-atividades/entretenimento-midia/2024/tl-pesquisa-global-de-entretenimento-e-midia-2023-2027.pdf>

² <https://publications.iadb.org/pt/publications/portuguese/viewer/O-impacto-econ%C3%B4mico-do-setor-audiovisual-na-América-Latina.pdf>

sejam gerados em outros setores. Em uma simulação, tendo como base um gasto de R\$ 54 milhões (US\$ 10 milhões) em produção audiovisual, seriam gerados R\$ 42 milhões (US\$ 8 milhões) de gastos adicionais na cadeia de suprimentos (gastos indiretos), R\$ 63 milhões (US\$ 12 milhões) de gastos dos trabalhadores em outros setores da economia (gastos induzidos), totalizando um impacto econômico de R\$ 159 milhões (US\$ 29 milhões) e a geração de 1.222 postos de trabalho.

Dados divulgados em março de 2024 pela Pesquisa Mensal de Serviços, do IBGE, apontavam que os serviços audiovisuais haviam crescido 27,6% no Brasil durante o mês de janeiro, tendo sido um dos principais responsáveis pelo crescimento de 0,7% no setor de serviços prestados no país no período.³⁴

Dados da Agência Nacional do Cinema (Ancine) também mostram recuperação do público cinematográfico no ano passado.⁵ Em 2023, o público de salas de cinema foi de 114 milhões de pessoas, gerando uma renda bruta de R\$ 2,2 bilhões. Um aumento de 23% em relação à 2022, mas ainda abaixo do patamar recorde de R\$ 2,8 bilhões, estabelecido em 2019.

Deve-se notar, entretanto, que a parcela de filmes brasileiros neste cenário ainda é diminuta: 3,7 milhões de ingressos vendidos que correspondem a apenas 3,25% do público total. Muito abaixo dos valores de 2019 (24,1 milhões de ingressos e 13,5% do *market share*).

Na comparação com o cenário internacional, esses números também chamam a atenção. A Ancine aponta que, em 2023, a participação de títulos nacionais no *market share* do segmento de cinema no México foi de 4%, na Argentina foi de 7%, na Espanha foi de 17,5%, na França foi de 40% e na Coreia do Sul foi de 48,5%.

³ <https://exibidor.com.br/noticias/mercado/13932-audiovisual-impulsiona-crescimento-do-setor-de-servicos-no-brasil>

⁴ <https://www.gov.br/ancine/pt-br/assuntos/noticias/ancine-apresenta-panorama-do-setor-audiovisual-brasileiro-para-o-conselho-superior-do-cinema/apresentaoCSPanoramadoSetorAudiovisual.pdf>

⁵ <https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/publicacoes/arquivos.pdf/anuario-estatistico-2023.pdf>

Ao compararmos a variação na participação no *market share* entre os anos 2019 e 2023, o Brasil teve uma queda de 76,3%, o México teve uma queda de 60%, a Argentina de 9,5% e a Coréia do Sul de 4,9%. Os países europeus, por sua vez, experimentaram crescimento no período, França de 14,9% e Espanha de 15,9%.

Em 2024, há uma sinalização que pode indicar uma reversão da tendência de queda no Brasil. O *market share* do filme brasileiro subiu para 8,4%, um crescimento de 154% em relação a 2023. A queda acentuada no *market share* do cinema brasileiro até 2023 é problemática quando se considera, para além dos impactos diretos do setor na economia (já elevado) e dos (ainda mais elevados) impactos indiretos, os efeitos intangíveis da produção audiovisual de um país, especialmente no que se refere ao *soft power* por ela gerado, que afetam diretamente, por exemplo, o turismo. Mauro Garcia, então presidente-executivo da Brasil Audiovisual Independente (BRAVI), em artigo publicado na Folha de S. Paulo em 2023,⁶ defendeu a indústria como força criativa, afirmando que "estimula a criatividade, gera empregos, impulsiona o crescimento econômico e molda a cultura por meio das histórias que compartilha".

Já o mercado de TV paga tem projeção de queda em todo mundo. Estudo da Ampere Analysis,⁷ que cobre 96 países, aponta retração do mercado global em 2024, com menos 4% de penetração nos domicílios ao redor do mundo. Os dados revelam que a queda é liderada pelos EUA, onde a penetração da TV paga quase foi reduzida pela metade, passando de um pico de 84% em 2009 para 45% em 2023.

O cenário de redução de assinantes de TV Paga se repete no Brasil. Conforme dados do Anuário do Audiovisual Brasileiro, em 2022, o Brasil registrou 12,5 milhões de acessos a TV Paga e 18,8 milhões em 2016, uma queda de mais de 32,4%. Sob outro recorte de pesquisa, a PNAD Contínua, do IBGE,⁸

⁶ <https://www1.folha.uol.com.br/opiniao/2023/07/o-audiovisual-como-soft-power.shtml>

⁷ <https://www.ampereanalysis.com/products/about/markets-operators>

⁸ <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/41024-internet-foi-acessada-em-72-5-milhoes-de-domiciliios-do-pais-em-2023>

apontou que 25,2% dos domicílios com televisão no país tinham acesso a serviço de televisão por assinatura em 2023. Em 2016, esse percentual era de 33,7%, uma retração de 25,2%. A situação se repete no estado do Rio de Janeiro, conforme análise explicitada nos dados de recolhimento de ICMS.

Em relação ao *streaming*, segundo a PNAD, entre os domicílios com televisão, 43,4% (ou 31,1 milhões) utilizavam algum serviço pago nessa modalidade. Um ponto de atenção desse mercado diz respeito à ausência de regulamentação sobre a atividade. Um estudo da Ancine⁹ aponta que "o Brasil é 2º país que mais consome *streaming* no mundo, (...) sendo o segundo maior país em número de assinantes, atrás apenas dos EUA, e a frente do Reino Unido, Austrália, México e França".

Considerando o tamanho deste mercado e sua curva ascendente de crescimento, desde 2017, o legislativo brasileiro debate algumas propostas de regulamentação por meio do projeto de lei. Com variações, as propostas se assemelham àquelas adotadas pela *Audiovisual Media Services Directive* – AVMSD (Diretiva dos Serviços de Comunicação Audiovisual) da União Europeia. De acordo com a Ancine, em termos gerais, a entidade regulou o serviço em três eixos, que funcionam como diretrizes para os países membros que podem adotá-los de acordo com as características de cada local: cotas de conteúdo, posição proeminente na tela e contribuição financeira dos *players* para a produção de obras locais.

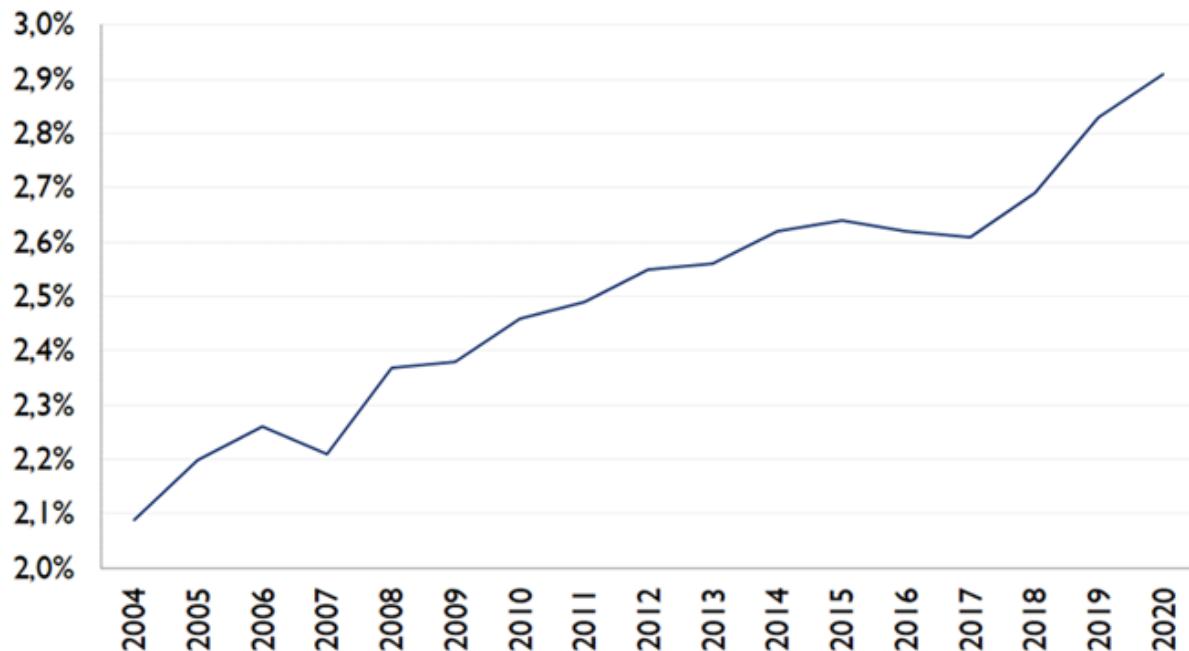
⁹ <https://www.gov.br/ancine/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/apresentacoes/Streamingevod.pdf>

2. O setor audiovisual no contexto das indústrias criativas brasileiras

O estudo "Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil", elaborado pela FIR-JAN - Federação das Indústrias do estado do Rio de Janeiro em 2022, cobre o período de 2017 a 2020 e analisa 13 segmentos da chamada Indústria Criativa, dividida em quatro grandes áreas:

- ▶ **Consumo:** Design, Arquitetura, Moda, Publicidade e Marketing;
- ▶ **Mídias:** Editorial e Audiovisual;
- ▶ **Cultura:** Patrimônio e artes, Música, Artes Cênicas e Expressões Culturais;
- ▶ **Tecnologia:** P&D, Biotecnologia e TIC.

De acordo com o estudo, desde meados dos anos 2000, a Indústria Criativa vem aumentando sua participação no PIB do país: enquanto em 2004 representava 2,1% do PIB, em 2020 atingiu a máxima histórica de 2,9% do PIB, totalizando R\$ 217,4 bilhões, valor comparável ao de construção civil, que também responde por 2,9% do PIB, e superior à produção total do setor extrativista mineral (**Gráfico 1**).

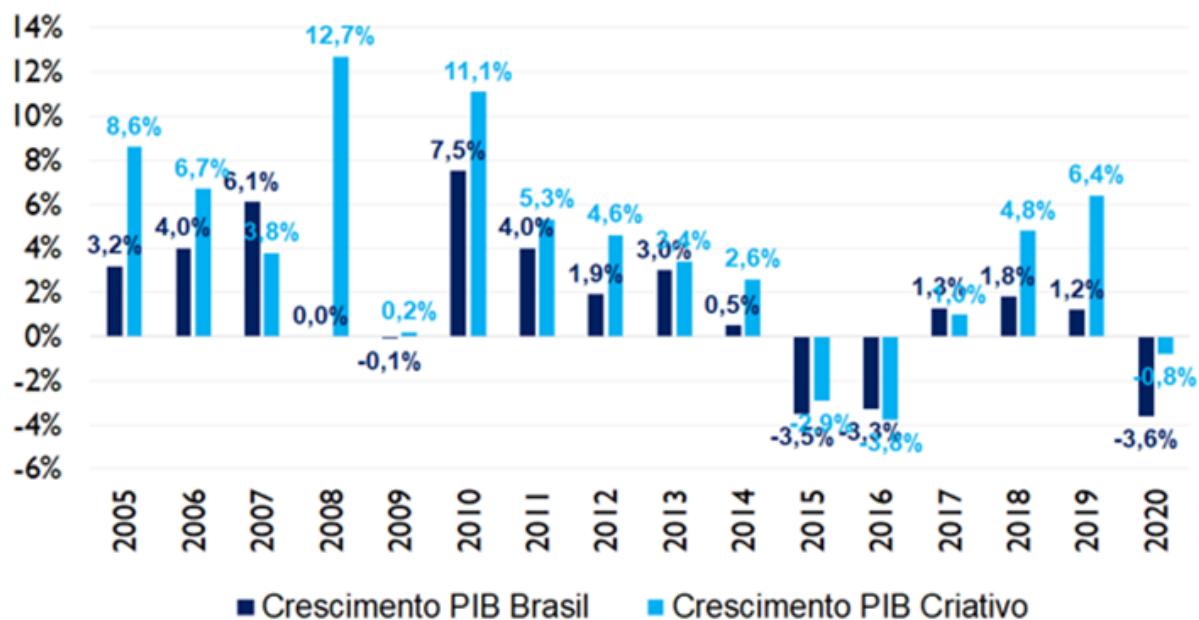
Gráfico 1: Participação do PIB Criativo no PIB Total Brasileiro

Fonte: FIRJAN. Elaboração: Estudo "Economia do Audiovisual Carioca".

Ainda segundo o estudo, em 2020, o setor contava com 935 mil profissionais formalmente empregados, o que representa um aumento de 11,7% em relação ao ano de 2017. Vale frisar que o setor foi resiliente durante a pandemia, com sua participação na economia crescendo de maneira particularmente acelerada a partir de 2018, graças ao aumento da área de Consumo e Tecnologia.

O **Gráfico 2** mostra que as taxas de crescimento da Economia Criativa têm sido melhores do que as taxas de crescimento da economia como um todo.

Gráfico 2: Taxa Real de Crescimento do PIB



Fonte: FIRJAN. Elaboração: Estudo "Economia do Audiovisual Carioca".

Com base em estimativas da pesquisa, em 2020, as maiores participações da Indústria Criativa em PIBs estaduais ocorreram no Rio de Janeiro (4,6%), São Paulo (4,4%) e Distrito Federal (3,1%). No caso do RJ, a posição de destaque se justifica por dois motivos: o estado é o 4º com maior aumento de valor gerado pela Indústria Criativa no período de 2017-2020 (+13,4%) e também o que sofreu maior retração da economia no período (-7,9%).

Apesar do crescimento líquido positivo, há grande heterogeneidade de desempenho entre as áreas da Economia Criativa. No período analisado, as áreas de Consumo e Tecnologia cresceram 20% e 12,8%, respectivamente, enquanto as áreas de Cultura e Mídia apresentaram retração de -7,2% e -10,7%, respectivamente.

Destacam-se, como fatores para o crescimento de Consumo e Tecnologia, a digitalização da economia e as necessidades crescentes de empresas de entenderem as dinâmicas de mercado e os perfis de seus consumidores. Já para os setores de Cultura e Mídia, esses foram fortemente afetados pela pandemia.

Entretanto, como 85% dos empregos formais na Indústria Criativa estão nas áreas de Consumo e Tecnologia, o setor como um todo apresentou crescimento durante o período. Dos 935 mil empregos (formais) no setor criativo em 2020, os três principais segmentos eram:

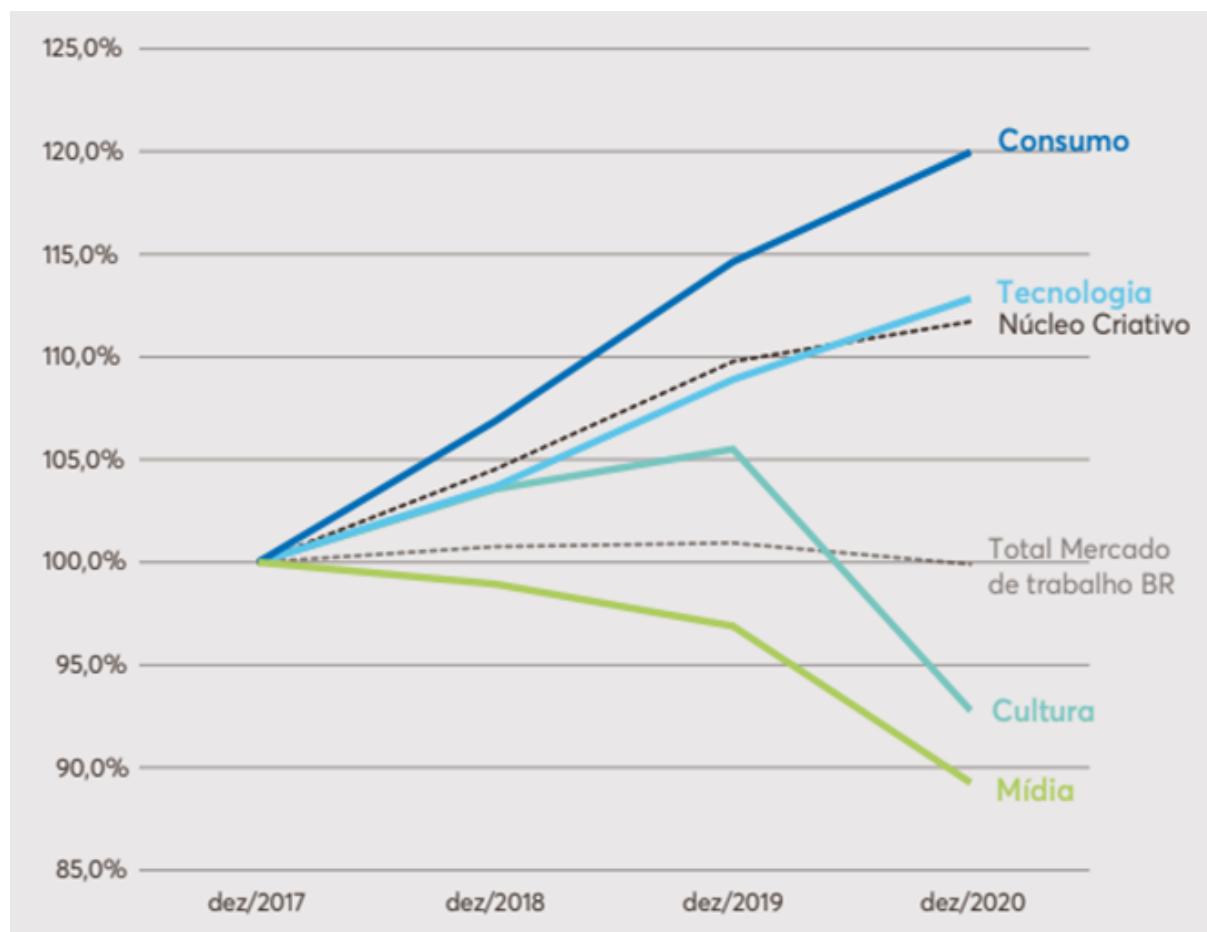
- I. Publicidade e marketing (223,5 mil empregos, ou 23,9% do total);
- II. Pesquisa e desenvolvimento (166,0 mil empregos, ou 17,8% do total);
- III. Tecnologia da informação e de comunicação (146,3 mil empregos, ou 15,6% do total).

Além disso, o rendimento médio do trabalhador criativo, em 2020, era de R\$ 8.572, valor cerca de 2,4 vezes maior do que a média salarial brasileira. Nos segmentos mencionados acima, em particular, os rendimentos médios eram de R\$ 7.801 (Publicidade e Marketing); R\$ 9.414 (TIC); e R\$ 15.126 (P&D) – este último o segmento de maiores salários do setor. No estado do Rio de Janeiro, o rendimento médio era de R\$ 12.787 mil, o maior salário desse setor no Brasil, e quase três vezes maior do que o rendimento médio do trabalhador fluminense.¹⁰

O **Gráfico 3** mostra o crescimento de vagas de emprego formais nas quatro grandes áreas da indústria criativa para o período de 2017-2020.

¹⁰ Valores deflacionados pelo IPCA-RJ, de julho/2024.

Gráfico 3: Evolução do Número de Empregados na Economia e da Indústria Criativa no Brasil, por Área Criativa (2017=100)



Fonte: FIRJAN. Elaboração: Estudo "Economia do Audiovisual Carioca".

Para além desses dados, o relatório também inclui uma análise mais aprofundada para cada um dos treze segmentos que compõem a indústria criativa e, ademais, conta também com discussões temáticas sobre as definições de economia criativa, a valoração de intangíveis na indústria, a proteção da propriedade intelectual e a relação do setor com o *soft power*.

3. Economia do Setor Audiovisual Carioca

Faturamento e Arrecadação de ISS do Setor Audiovisual no Rio

A presente subseção apresenta os dados de faturamento e arrecadação de impostos municipais (ISS) sobre serviços ligados ao audiovisual. A **Tabela 1** apresenta os vinte serviços incluídos na economia do setor.

Tabela 1: Serviços Ligados ao Audiovisual

Serviço	Descrição
010901	disponibilização, sem cessão definitiva, de conteúdos de áudio, vídeo, imagem ou texto por meio da internet, para pessoas jurídicas
010902	disponibilização, sem cessão definitiva, de conteúdos de áudio, vídeo, imagem ou texto por meio da internet, para pessoas naturais
030204	serviços relativos à indústria cinematográfica, correspondentes a receitas de licenciamento para exibição da obra cinematográfica, exclusivamente vinculados a filme brasileiro, natural ou de enredo
030205	serviços relativos à indústria cinematográfica, correspondentes a receitas de licenciamento para exibição da obra cinematográfica, vinculados a filme estrangeiro
101002	serviços relativos à indústria cinematográfica, correspondentes a receitas de distribuição de filmes, exclusivamente vinculados a filme brasileiro, natural ou de enredo, e havendo dedicação exclusiva do distribuidor a filmes brasileiros, naturais ou de enredo
101003	serviços relativos à indústria cinematográfica, correspondentes a receitas de distribuição de filmes, vinculados a filme estrangeiro, ou não havendo dedicação exclusiva do distribuidor a filmes brasileiros
120201	exibições cinematográficas
121601	exibição de filmes cinematográficos
130202	gravação de sons
130203	trucagem de som
130204	dublagem
130205	mixagem
130207	reprodução de vídeo
130302	cinematografia
130306	reprodução de filme
130307	trucagem de imagem
130308	Serviços relativos à indústria cinematográfica, diretamente concorrentes para a produção da obra audiovisual, vinculados a filme brasileiro, natural ou de enredo
130309	Serviços relativos à indústria cinematográfica, diretamente concorrentes para a produção da obra audiovisual, vinculados a filme estrangeiro
130310	cinematografia - filmes publicitários
310107	SVA - serviços de valor adicionado suportados por serviços de telecomunicações, nos termos da Lei Federal nº 9.472/97

Fontes: SMFP; SMDUE; SMC; Riofilme. Elaboração: Estudo "Economia do Audiovisual Carioca".

O **Gráfico 4** mostra a evolução da arrecadação de ISS do setor audiovisual no Rio, no acumulado em 12 meses, entre 2011 e 2023. O Rio arrecadou R\$ 72,1 milhões de ISS desse setor somente em 2023.

**Gráfico 4: Arrecadação de ISS do Setor Audiovisual
(Acumulado em 12 Meses, milhões R\$)***



*dados deflacionados pelo IPCA-RJ. Fontes: SMFP; SMDUE.
Elaboração: Estudo "Economia do Audiovisual Carioca".

Vale frisar que a arrecadação de ISS do setor audiovisual aumentou 67,7% nos últimos três anos, passando de R\$ 43,0 milhões em 2020 para mais de R\$ 70 milhões em 2023, com um aumento de R\$ 29,1 milhões.

Caso o setor audiovisual fosse um grupo agregado de serviços, seria o 14º maior arrecadador de impostos (ISS), correspondendo a aproximadamente 1/3 da arrecadação dos serviços de educação,¹¹ 60% dos serviços de eventos¹² e 83% dos serviços de transportes.¹³

¹¹ Serviços de educação, ensino, orientação pedagógica e educacional, instrução, treinamento e avaliação pessoal de qualquer grau ou natureza.

¹² Serviços de diversões, lazer, entretenimento e congêneres.

¹³ Serviços de transporte de natureza municipal.

No triênio 2021-2023, o setor do audiovisual arrecadou aproximadamente R\$ 200 milhões¹⁴ de impostos (ISS).

Já o **Gráfico 5** mostra a evolução da movimentação econômica do setor audiovisual no Rio, no acumulado em 12 meses, entre 2011 e 2023, por meio das notas fiscais do faturamento desses serviços. Nesse sentido, pode-se estimar que a movimentação econômica do setor do audiovisual em 2023 foi de R\$ 4,2 bilhões, posicionando o setor como a 10^a maior em movimentação econômica do município do Rio, segundo estimativas do estudo.

**Gráfico 5: Movimentação Econômica do Setor Audiovisual
(Acumulado em 12 Meses, bilhões R\$)***



*dados deflacionados pelo IPCA-RJ. Fontes: SMFP; SMDUE.
Elaboração: Estudo "Economia do Audiovisual Carioca".

Destaca-se que a movimentação econômica do setor audiovisual aumentou 56,2% nos últimos três anos, passando de R\$ 2,7 bilhões em 2020 para mais de R\$ 4 bilhões em 2023, com um aumento de R\$ 1,5 bilhão.

¹⁴ R\$ 198,1 milhões.

Arrecadação de ICMS do Setor Audiovisual no Rio

A presente subseção apresenta os dados de arrecadação de impostos estaduais (ICMS) de atividades ligadas ao setor do audiovisual. A **Tabela 2** apresenta as atividades.

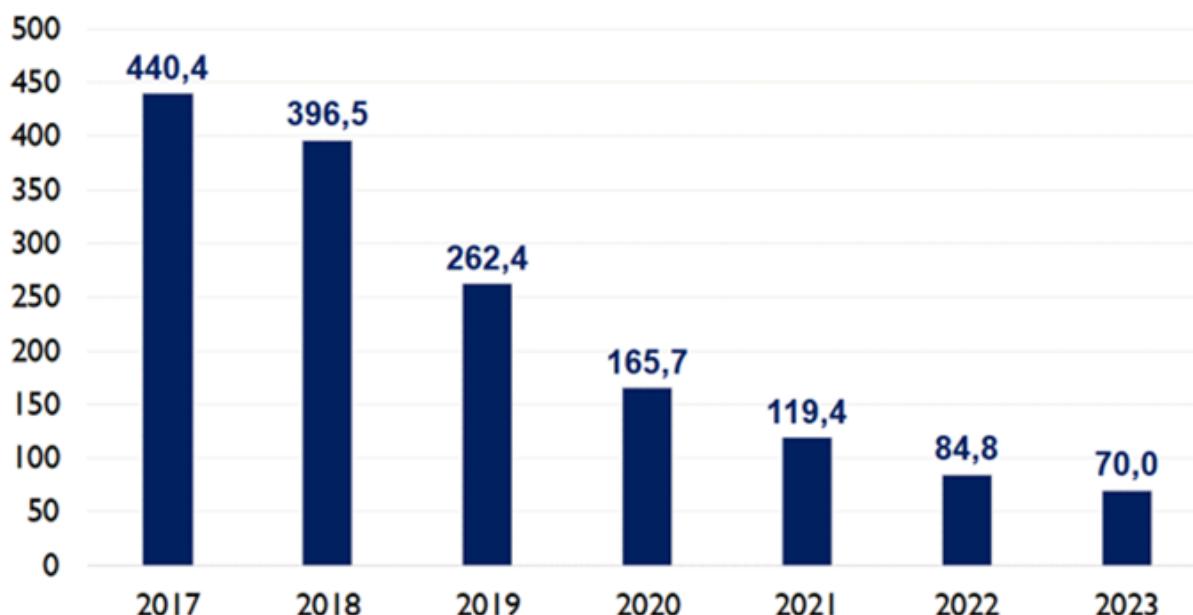
Tabela 2: CNAEs Ligados ao Setor Audiovisual

CNAE		Descrição
47.62-8		Comércio varejista de discos, CDs, DVDs e fitas
	4762-8/00	Comércio varejista de discos, CDs, DVDs e fitas
60.21-7		Atividades de televisão aberta
	6021-7/00	Atividades de televisão aberta
60.22-5		Programadoras e atividades relacionadas à televisão por assinatura
	6022-5/01	Programadoras
	6022-5/02	Atividades relacionadas à televisão por assinatura, exceto programadoras
61.41-8		Operadoras de televisão por assinatura por cabo
	6141-8/00	Operadoras de televisão por assinatura por cabo
61.43-4		Operadoras de televisão por assinatura por satélite
	6143-4/00	Operadoras de televisão por assinatura por satélite
77.22-5		Aluguel de fitas de vídeo, DVDs e similares
	7722-5/00	Aluguel de fitas de vídeo, DVDs e similares

Fontes: SEFAZ-RJ; SMDUE; SMC; Riofilme. Elaboração: Estudo "Economia do Audiovisual Carioca".

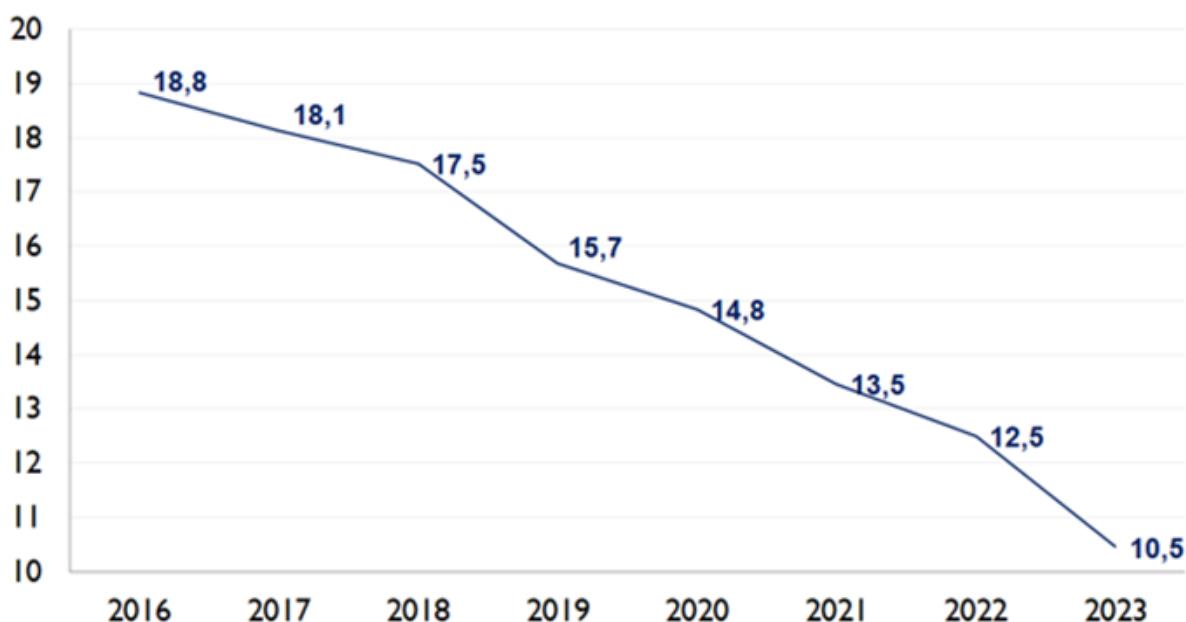
O **Gráfico 6** mostra a evolução anual da arrecadação de ICMS do setor audiovisual no estado do Rio de Janeiro, entre 2017 e 2023. O Rio arrecadou R\$ 70,0 milhões de ICMS desse setor em 2023, seis vezes menos do que em 2017. O decréscimo da arrecadação de ICMS das atividades audiovisuais no período, reflete as mudanças no ecossistema do setor provocadas pela emergência do vídeo por demanda, e em particular o seu impacto nos segmentos de TV Paga e TV Aberta.

Gráfico 6: Arrecadação de ICMS do Setor Audiovisual no Estado do RJ (milhões R\$)*



*dados deflacionados pelo IPCA-RJ. Fontes: SEFAZ-RJ; SMDUE; SMC; Riofilme.
Elaboração: Estudo "Economia do Audiovisual Carioca".

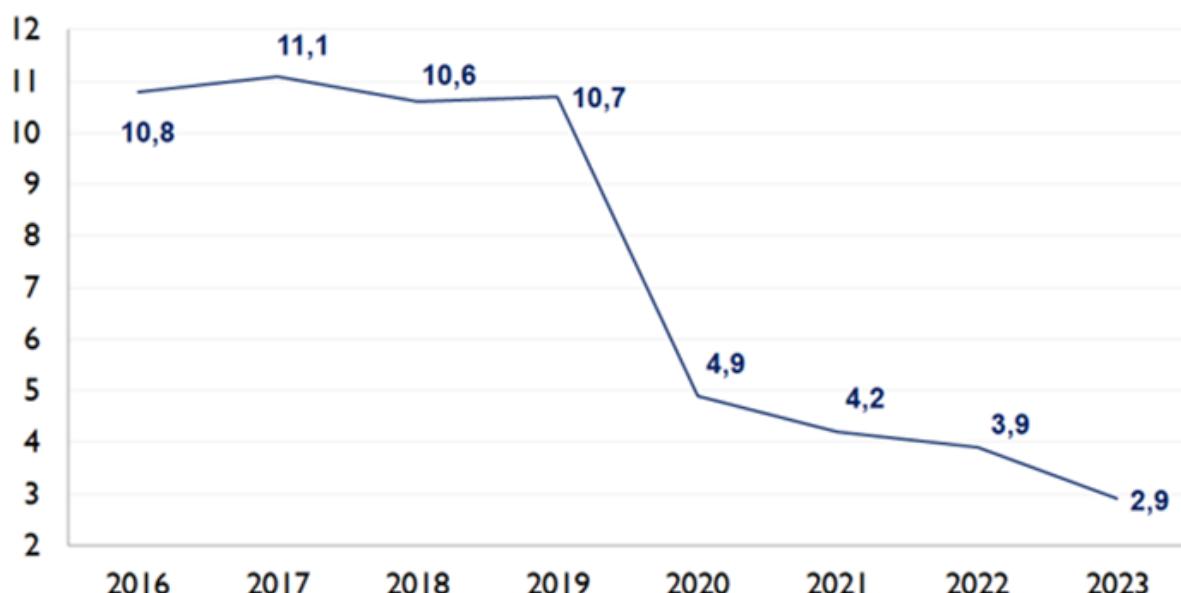
No que concerne à TV Paga, embora ainda se configure como um segmento de mercado bastante relevante, dados do Anuário Estatístico do Audiovisual Brasileiro - 2023 publicado pela ANCINE demonstram que no período de 2016 a 2023, houve uma queda de 44,4% na base de assinantes de TV Paga, que se reflete em uma redução expressiva do faturamento do serviço (**Gráfico 7**).

Gráfico 7: Número de Acessos de TV Paga no Brasil (em milhões)

Fonte: ANCINE. Elaboração: Estudo "Economia do Audiovisual Carioca".

No mesmo sentido, dados da agência relativos à programação dos canais de TV Paga informam uma redução de 7,9 pontos percentuais (p.p.) no tempo dedicado à veiculação de publicidade entre 2016 (10,8%) e 2023 (2,9%). Mesmo não contribuindo diretamente para arrecadação do ICMS, a queda acentuada da veiculação de obras publicitárias é reveladora do impacto dos serviços de vídeo por demanda, em particular os financiados por publicidade neste segmento de mercado (Gráfico 8).

Gráfico 8: Porcentagem das Obras Publicitárias no Tempo Total de Programação da TV Paga (%)



Fonte: ANCINE. Elaboração: Estudo "Economia do Audiovisual Carioca".

Empresas Formais no Setor Audiovisual no Rio

De acordo com a Ancine (2019), o setor audiovisual compreende a indústria cinematográfica e videofonográfica do país, isto é: os agentes de produção, distribuição e exibição dos segmentos de cinema (salas de exibição), TV paga (comunicação eletrônica de massa por assinatura), TV aberta (radiodifusão de sons e imagens), vídeo doméstico e vídeo por demanda.

Segundo dados do registro de agentes econômicos da agência,¹⁵ até agosto de 2024, 1.675 empresas estabelecidas no município do Rio de Janeiro tinham atividade econômica principal relativa ao setor audiovisual. Elas se encontravam distribuídas da seguinte forma, conforme descrito na **Tabela 3**.

¹⁵ <https://dados.gov.br/dados/conjuntos-dados/atividades-economicas-dos-agentes-regulares-registrados-na-ancine/> / <https://dados.gov.br/dados/conjuntos-dados/agentes-economicos-regulares-registrados-na-ancine/> / https://concla.ibge.gov.br/images/concla/documentacao/CNAE20_EstruturaDetalhada.xls

Tabela 3: Empresas do Setor de Audiovisual no Rio

ATIVIDADE ECONÔMICA PRINCIPAL	EMPRESAS	%
Atividades de exibição cinematográfica	20	1,2%
Atividades de pós-produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificadas anteriormente	204	12,2%
Atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificadas anteriormente	1.398	83,5%
Atividades de televisão aberta	2	0,1%
Atividades relacionadas à televisão por assinatura, exceto programadoras	13	0,8%
Comércio varejista de discos, CDs, DVDs e fitas	1	0,1%
Distribuição cinematográfica, de vídeo e de programas de televisão	23	1,4%
Operadoras de televisão por assinatura por cabo	1	0,1%
Operadoras de televisão por assinatura por satélite	2	0,1%
Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet	12	0,7%
Total geral	1.675	100,0%

Fonte: Ancine (2024). Elaboração: Estudo "Economia do Audiovisual Carioca".

Os dados fornecidos pela Ancine indicam ainda a existência de outras 1.088 empresas sediadas no município do Rio, cuja atividade principal não pertence ao setor audiovisual, mas que possuem atividades econômicas secundárias relativas ao setor, totalizando 2.761 empresas.

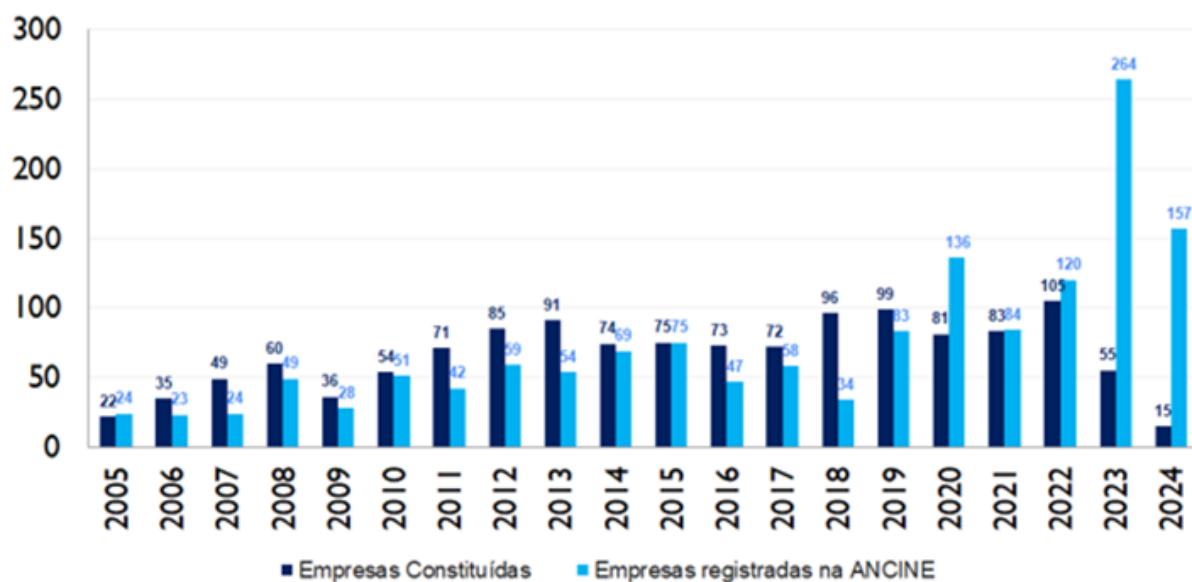
Os números revelam ser este um fenômeno recente, possivelmente estimulado pela ampliação dos investimentos públicos na atividade. Como pode se verificar pelo **Gráfico 9**, somente nos últimos três anos e meio anos,¹⁶ foram registradas na cidade do Rio de Janeiro 625 empresas, com atividade principal audiovisual.

¹⁶ Entre janeiro de 2021 e agosto de 2024.

Os novos registros representam um aumento de 100% em relação ao volume de empresas audiovisuais cariocas registradas na ANCINE no quadriênio anterior (2017/2020), mesmo considerando que os dados mais recentes foram coletados apenas até agosto de 2024.

Tal movimento se deu, particularmente, devido ao registro de empresas produtoras independentes e será tratado em seção específica deste estudo.

Gráfico 9: Empresas Registradas na ANCINE, sediadas no município do Rio de Janeiro, com atividade econômica principal relativa ao setor audiovisual, por ano de registro e data de constituição



Fonte: ANCINE. Elaboração: Estudo "Economia do Audiovisual Carioca".

A **Tabela 4** apresenta dados da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) do Ministério do Trabalho e Emprego sobre o número de empresas no setor audiovisual em 2021 por código da CNAE (Classificação Nacional das Atividades Econômicas). Foram consideradas as mesmas doze atividades econômicas audiovisuais da Ancine (2019).

Tabela 4: Número de Empresas do Setor Audiovisual no Rio*

CNAE	Atividade	Empresas	%
47628	Comércio varejista de discos, CDs, DVDs e fitas	14	2,6%
59111	Atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão	216	40,8%
59120	Atividades de pós-produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão	44	8,3%
59138	Distribuição cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão	14	2,6%
59146	Atividades de exibição cinematográfica	34	6,4%
60217	Atividades de televisão aberta	20	3,8%
60225	Programadoras e atividades relacionadas à televisão por assinatura	11	2,1%
61418	Operadoras de televisão por assinatura por cabo	5	0,9%
61426	Operadoras de televisão por assinatura por micro-ondas	0	0,0%
61434	Operadoras de televisão por assinatura por satélite	8	1,5%
63194	Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet	149	28,1%
77225	Aluguel de fitas de vídeo, DVDs e similares	15	2,8%
Total		530	100%

*dados de 2021. Fonte: RAIS / Ministério do Trabalho e Emprego (MTE).
Elaboração: Estudo "Economia do Audiovisual Carioca".

É importante destacar que os dados extraídos da RAIS são relativos a estabelecimentos que possuem ao menos um empregado, sendo, portanto, um subconjunto do universo de empresas atuantes no setor audiovisual. Neste sentido, a comparação das informações oriundas do registro de agentes econômicos da ANCINE e da RAIS revelam aspectos importantes do setor.

Em termos de volume total de empresas audiovisuais no município do Rio de Janeiro, os dados da RAIS revelam haver 530 estabelecimentos com ao menos um empregado.

Utilizando o mesmo período para fins de comparação, de acordo com os dados da Ancine, até 2021, havia 1.134 estabelecimentos com atividade principal audiovisual registrados na agência. Ao cotejarmos os dados, é possível estimar que pelo menos 50% das empresas atuantes são empregadoras.

Do total de 530 estabelecimentos, a maior parte (40,8%) era de atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão. Considerando as atividades de produção e pós-produção cinematográfica de vídeo e televisão, a participação era de 49,1%.

Ao compararmos estes dados com os oriundos da Ancine, verifica-se que, nesses setores, a proporção de estabelecimentos com menos de um empregado é particularmente acentuada. Segundo dados da agência, até 2021, havia 1.067 empresas registradas com atividades principais de produção ou pós-produção cinematográfica de vídeo e televisão.

Segundo dados da RAIS, apenas 260 estabelecimentos dedicados a essas atividades possuem ao menos um empregado, 24% do total. Esse cenário é condizente com o modelo de negócio predominante na atividade, baseado principalmente na contratação de prestadores de serviço por projeto.

Também é importante destacar que, entre os estabelecimentos empregadores, aparecem atividades de Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet (28,1%). Segundo a Ancine (2019), a inclusão da CNAE (63194) Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet no setor se deve ao crescimento da importância dos serviços de *streaming* de conteúdo audiovisual nos últimos anos.

O Gráfico 10 mostra a evolução do número de empresas empregadoras no setor audiovisual e do total de empresas empregadoras na capital fluminense desde 2010 até 2021. A evolução deste segmento no setor audiovisual é coerente com a evolução do total de empresas no Rio, com ascensão entre 2010 e 2014, até o patamar de 720 empresas. O decrescimento progressivo se inicia em 2015, até atingir o menor valor em 2020, de 528 empresas.

Gráfico 10: Evolução do Número de Empresas do Setor Audiovisual no Rio

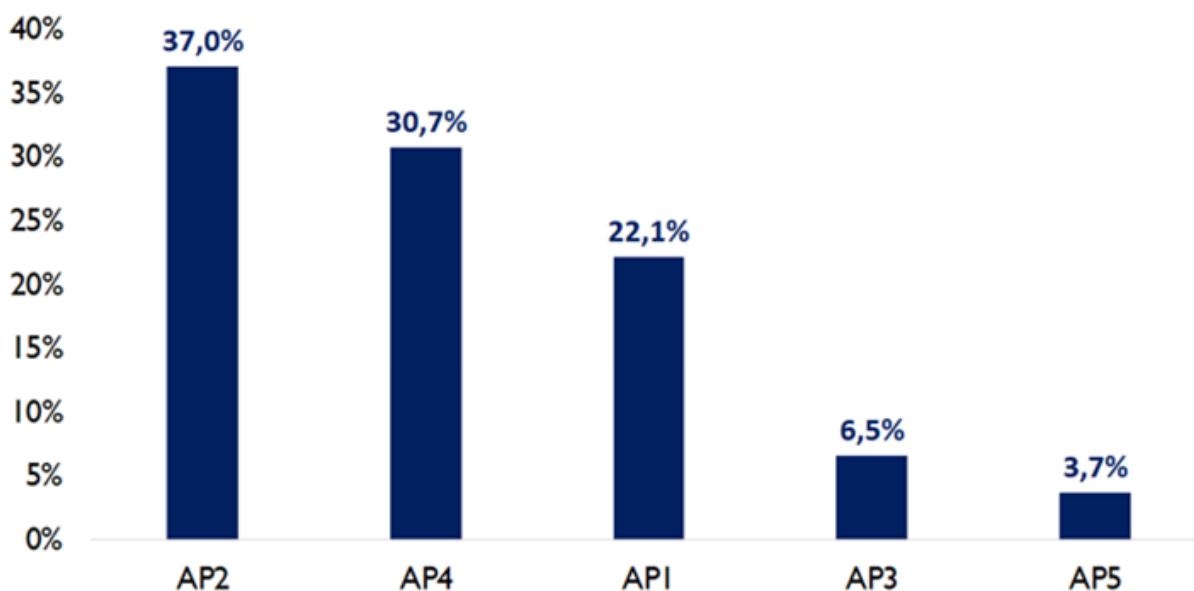


Fonte: RAIS / Ministério do Trabalho e Emprego (MTE).
Elaboração: Estudo "Economia do Audiovisual Carioca".

A acentuação da redução do volume de empresas empregadoras no período 2020 e 2021 revela o impacto da pandemia da COVID-19 sobre os postos de trabalho no setor.

A disposição das empresas empregadoras do setor de audiovisual no Rio por Área de Planejamento (AP) indica um maior número de empresas na AP2 (Zona Sul e Tijuca), com 37%, seguida pela AP4 (Barra e Jacarepaguá), com 30,7% das empresas e nas duas APs juntas concentravam mais de dois terços das empresas do setor audiovisual no Rio. A AP1 (Centro) e AP3 (Zona Norte) detinham 22,1% e 6,5%, respectivamente, das empresas do setor (Gráfico 11).

Gráfico 11: Distribuição das Empresas do Setor Audiovisual no Rio por Área de Planejamento (AP)*

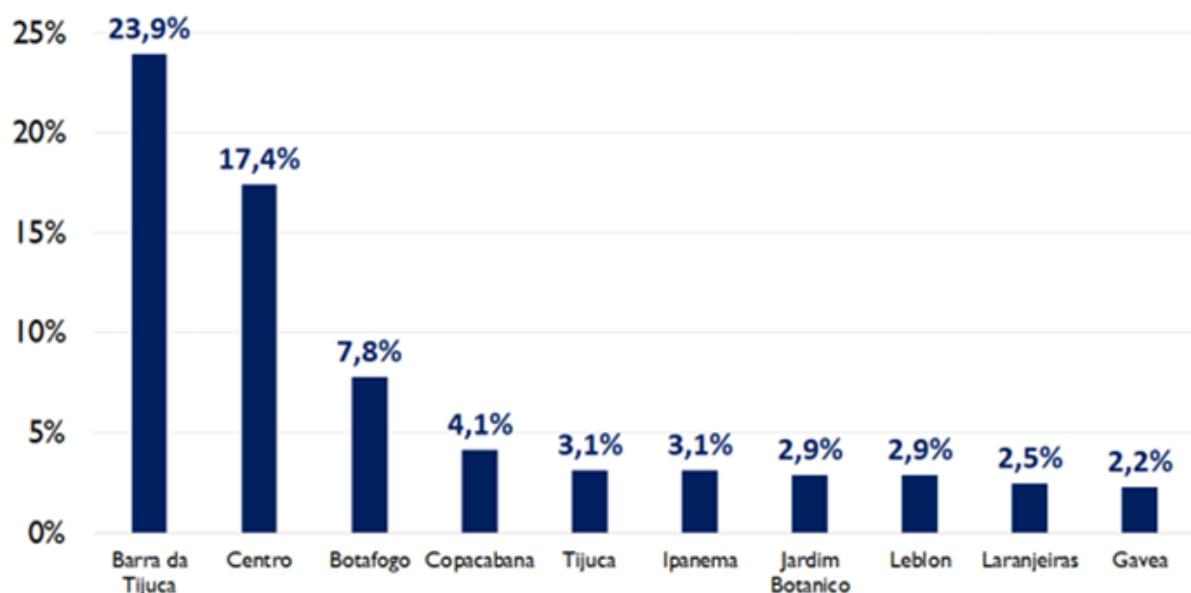


*2021. Fonte: RAIS / Ministério do Trabalho e Emprego (MTE).
Elaboração: Estudo "Economia do Audiovisual Carioca".

Olhando os bairros individualmente, no Gráfico 12, a região que se destaca é a Barra da Tijuca (23,9%), seguido do Centro (17,4%) e Botafogo (7,8%).

Comparando a relação bairro e AP, se pode destacar que enquanto na AP4 há uma grande concentração das empresas na Barra da Tijuca, e na AP1 uma concentração no Centro, a AP2 apresenta uma ampla dispersão das empresas nos bairros de Botafogo (7,8%), Copacabana (4,1%), Tijuca (3,1%), Ipanema (3,1%), Jardim Botânico (2,9%), Leblon (2,9%), Laranjeiras (2,5%) e Gávea (2,2%).

Gráfico 12: Distribuição das Empresas do Setor Audiovisual no Rio por Bairro – Top 10*



*2021. Fonte: RAIS / Ministério do Trabalho e Emprego (MTE).

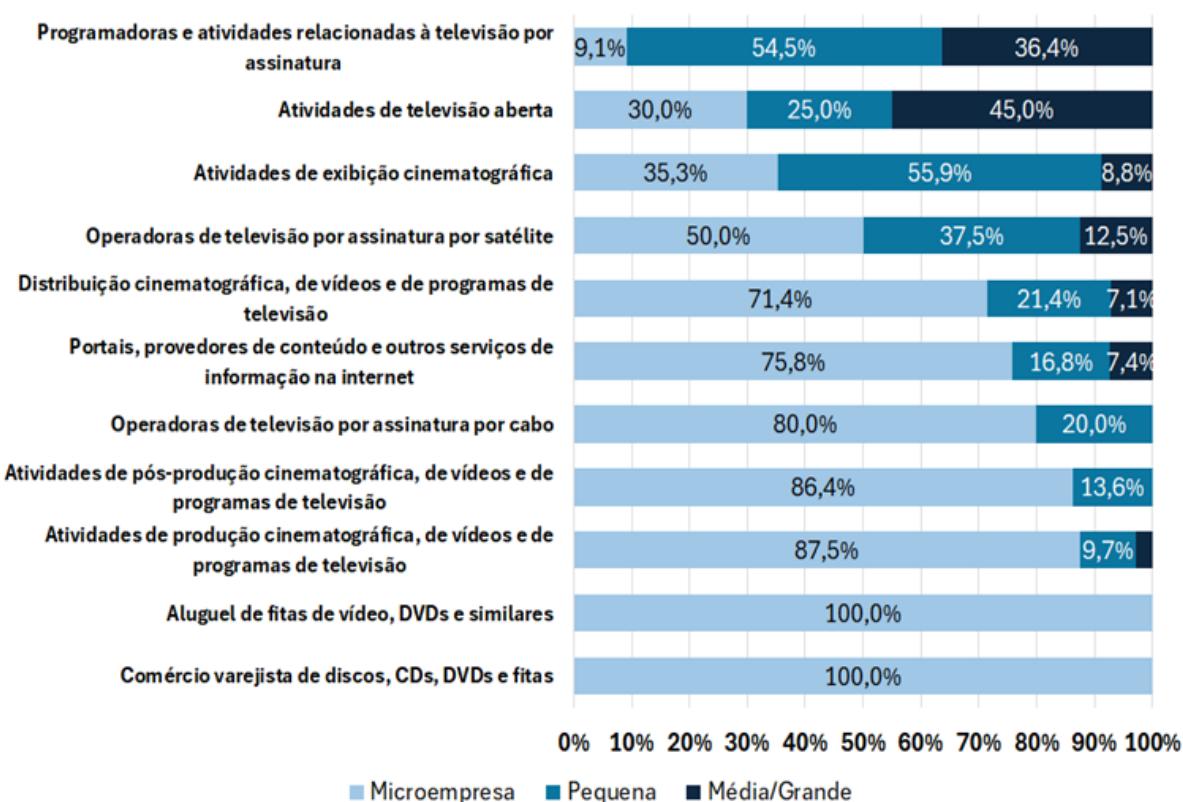
Elaboração: Estudo "Economia do Audiovisual Carioca".

Do total de 530 empresas no setor audiovisual em 2021, a maioria (76,6%, 406) são microempresas, com até nove empregados. Em segundo lugar, vêm as pequenas empresas (16,8%, 89), que são aquelas que têm entre 10 até 49 empregados. As empresas de médio porte, entre 50 e 99 funcionários, representavam somente 2,6% das empresas do setor. Por fim, as empresas de grande porte (acima de 100 funcionários) representavam 4% do total de empresas do setor.

Cabe destacar que o tamanho da empresa varia muito dentro das atividades que compõem o setor audiovisual. Nas atividades de televisão o percentual de microempresas é bem menor, sendo de apenas 9,1% entre programadoras e atividades relacionadas à televisão por assinatura, e de 30% nas atividades de televisão aberta. Em compensação o percentual de empresas médias e grandes chegava a 45% nas atividades de televisão aberta.

Nas atividades de produção e pós-produção cinematográfica, de vídeo e televisão que somadas representavam o maior número de empresas no setor, a parcela de microempresas era de 87,5% e 86,4%, e o percentual de empresas médias e grandes era de 2,8% e 0%, respectivamente.

Gráfico 13: Distribuição das Empresas no Setor Audiovisual no Rio por Tamanho da Empresa e CNAE, 2021



Fonte: RAIS / Ministério do Trabalho e Emprego (MTE).
Elaboração: Estudo "Economia do Audiovisual Carioca".

Empresas produtoras audiovisuais independentes sediadas no Rio

Ao observarmos a **Tabela 3**, verifica-se que 96% das empresas (1.602) têm atividades principais: produção ou pós-produção cinematográfica de vídeos e de programas de televisão. A alta concentração das empresas do setor audiovisual nessas atividades requer um olhar mais aprofundado para debater suas particularidades.

Em primeiro lugar, é importante circunscrever o universo com mais precisão. Considerando as definições de produtora brasileira independente utilizadas pela ANCINE,¹⁷ que incluem empresas com atividade econômica principal e secundária de produção, verificamos que, até agosto de 2024, havia 2.085 empresas produtoras independentes sediadas no município do Rio de Janeiro registradas na Ancine. Volume 30% maior que o de empresas que possuem apenas produção como atividade principal.

¹⁷ Instrução Normativa ANCINE n.º 158, de 23 de dezembro de 2021, Art. 13.:

"Art. 13. Para fins de aprovação do projeto para captação, a ANCINE observará o atendimento das seguintes condições:

I - da proponente:

a) registro na ANCINE, e sua regularidade, como agente econômico brasileiro independente, nos termos da Instrução Normativa que trata de registro de agentes econômicos;
 b) adequação da atividade econômica ao objeto a ser realizado, devendo apresentar como atividade econômica, principal ou secundária, no seu instrumento de constituição ou em alterações posteriores, aquelas classificadas nas seguintes subclasse:
 i. CNAE 5911-1/99 - atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificadas anteriormente, 5911-1/01 - estúdios cinematográficos, ou 5911-1/02 - produção de filmes para publicidade, nos casos de projetos de desenvolvimento, produção e festivais; ou
 (...)

Instrução Normativa ANCINE n.º 91, de 1 de dezembro de 2010, Art. 8º-A, §3º:

"Art. 8º-A (...)

(...)

§ 3º Para fins de classificação conforme o inciso III do caput, considera-se produtora brasileira independente a empresa que produza conteúdo audiovisual e que atenda às seguintes condições, cumulativamente:

I - ser constituída sob as leis brasileiras; II - ter sede e administração no País; III - ter 70% (setenta por cento) do capital total e votante sob titularidade, direta ou indireta, de brasileiros natos ou naturalizados há mais de 10 (dez) anos; IV - ter a gestão das atividades da empresa e a responsabilidade editorial sobre os conteúdos produzidos exercidas privativamente por brasileiros natos ou naturalizados há mais de 10 (dez) anos; V - não ser controladora, controlada ou coligada a programadoras, empacotadoras, distribuidoras ou concessionárias de serviço de radiodifusão de sons e imagens; VI - não estar vinculada a instrumento que, direta ou indiretamente, confira ou objetive conferir a sócios minoritários, quando estes forem programadoras, empacotadoras, distribuidoras ou concessionárias de serviços de radiodifusão de sons e imagens, direito de voto comercial ou qualquer tipo de interferência comercial sobre os conteúdos produzidos; VII - não manter vínculo de exclusividade que impeça de produzir ou comercializar para terceiros os conteúdos audiovisuais por ela produzidos.

Ao observarmos a série histórica do volume anual de registros dessas empresas na Ancine, no **Gráfico 14**, verifica-se um aumento acentuado em anos recentes.

Gráfico 14: Registro na ANCINE de Empresas Independentes com Atividades Econômicas Principal ou Secundária de Produção Cinematográfica, por Ano de Registro de Data de Constituição



Fonte: Ancine. Elaboração: Estudo "Economia do Audiovisual Carioca".

No quadriênio incompleto 2021-2024, foram registradas 877 empresas produtoras independentes com sede no município do Rio de Janeiro, volume 135% superior ao registrado no quadriênio anterior de 2017-2020 (373). O dado revela um aumento do interesse das empresas cariocas em empreender nessas atividades.

O aquecimento do setor de produção audiovisual, como evidenciado em seção específica deste estudo, pode estar relacionado à ampliação recente do investimento público, particularmente pela Prefeitura do Rio de Janeiro, através da Riofilme, assim como pelas leis federais nº 14.017/2020 (Lei Aldir Blanc) e Lei Complementar nº 195/2022 (Lei Paulo Gustavo), que aportaram

recursos emergenciais nas atividades culturais como medida de proteção contra os impactos provocados pela COVID-19.

Um recorte relevante a ser observado nesse universo, no entanto, diz respeito ao volume de empresas produtoras independentes cariocas ativas, ou seja, aquelas que efetivamente produziram obras audiovisuais no período.

Dados da Ancine, relativos à emissão de Certificado de Produto Brasileiro – CPB,¹⁸ documento federal obrigatório que atesta a produção de obra audiovisual brasileira, revelam que no período de 2020-2023, 602 empresas produtoras cariocas produziram ao menos uma obra audiovisual independente, e, dessas, apenas 372 produziram filmes de longa-metragem ou séries.

Ao cotejarmos esta informação com o volume total de empresas cariocas independentes registradas regularmente na ANCINE até 2023 (1.890), verificamos que apenas 32% se encontram efetivamente ativas, no que concerne à produção de obras audiovisuais. Se considerarmos apenas aquelas que produziram longas-metragens ou séries a proporção se reduz a 20%.

Cabe observar que as atividades de produção audiovisual também são comuns entre as empresas prestadoras de serviço para produções audiovisuais. Nesse sentido, a ampliação recente do volume de registros pode revelar um movimento de empreendedores que tradicionalmente atuam na equipe técnica e artística de produções audiovisuais, na direção de se viabilizar efetivamente como produtores audiovisuais. Além da entrada no setor de empreendedores de outros setores que ainda não produziram obras audiovisuais.

Ambos os movimentos são evidenciados pela divergência entre o volume de registros na Ancine e o volume de constituição de novas empresas no período apresentado no **Gráfico 14**.

¹⁸<https://dados.gov.br/dados/conjuntos-dados/obras-nao-publicitarias-brasileiras-registradas-na-ancine>

Empregos formais no setor audiovisual no Rio

A [Tabela 5](#) mostra o estoque de empregos formais no setor audiovisual por código CNAE, que são, em 2024, 20,4 mil empregos formais na cidade do Rio de Janeiro, ao se considerar o total do setor audiovisual mais os empregos dos Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet, o que corresponde a 14,1% do total de empregos do Brasil ao se excluir os empregos dos Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet, o número de empregos passa para 14,0 mil,¹⁹ o que corresponde a 17,5% do total de empregos do Brasil.²⁰

A distribuição do emprego formal entre as atividades audiovisuais é bastante distinta da distribuição das empresas. No emprego há uma predominância das atividades de televisão aberta, com 9,4 mil empregos, o equivalente a 44,5% do total de empregos do setor. Apesar das atividades de televisão aberta representarem somente 3,8% do número de empresas, nesse ramo de atividade quase metade das empresas eram de porte médio (50 a 99 funcionários) e grande (acima de 100 funcionários).

¹⁹ Estojo de emprego da RAIS de dezembro de 2021 somado ao saldo acumulado do emprego do CAGED de janeiro de 2022 a julho de 2024.

²⁰ Em uma publicação da ANCINE, com dados da RAIS (2022), mostrava que o Brasil tinha 86,3 mil empregos do setor audiovisual. Isso significava 18,8% do total de empregos do setor estavam no Rio de Janeiro (16,2 mil).

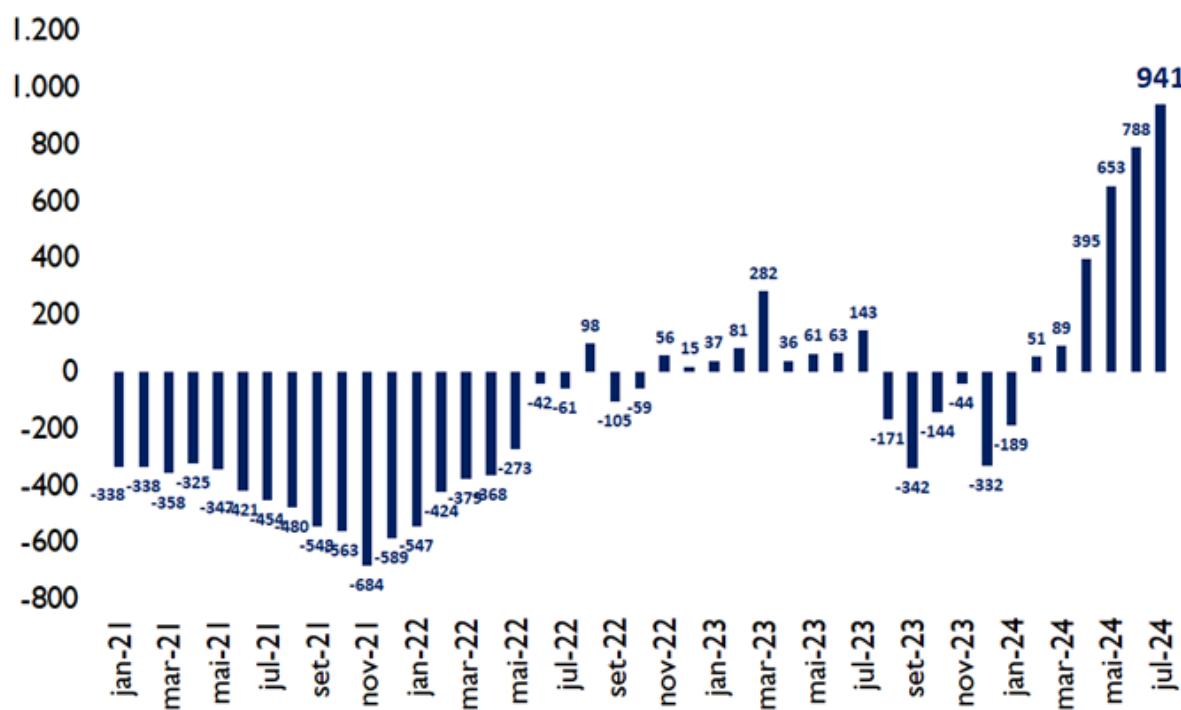
Tabela 5: Número de Empregos no Setor Audiovisual no Rio*

Atividade	Emprego	%
Aluguel de DVDs	30	0,1%
Comércio varejista de CDs, DVDs	33	0,2%
Distribuição	580	2,8%
Exibição cinematográfica	861	4,2%
Operadoras de TV paga	176	0,9%
Produção e Pós-produção	1.977	9,7%
Programadoras de TV paga	1.509	7,4%
TV aberta	8.833	43,2%
Total Setor Audiovisual	13.999	68,5%
Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet	6.437	31,5%
Total com portais, provedores de conteúdo	20.436	100,0%

*Estoque de emprego da RAIS de dezembro de 2021 somado ao saldo acumulado do emprego do CAGED de janeiro de 2022 a julho de 2024. Fonte: RAIS e CAGED / Ministério do Trabalho e Emprego (MTE). Elaboração: Estudo "Economia do Audiovisual Carioca".

O **Gráfico 15** mostra o saldo do CAGED, que corresponde à diferença entre contratações e desligamentos no setor, acumulado mês a mês, e é uma medida de geração de emprego. Entre janeiro de 2021 e julho de 2024, compreendendo o período da pandemia, e a sua posterior recuperação, foram criadas 941 novas vagas de emprego formal no setor audiovisual na capital fluminense.

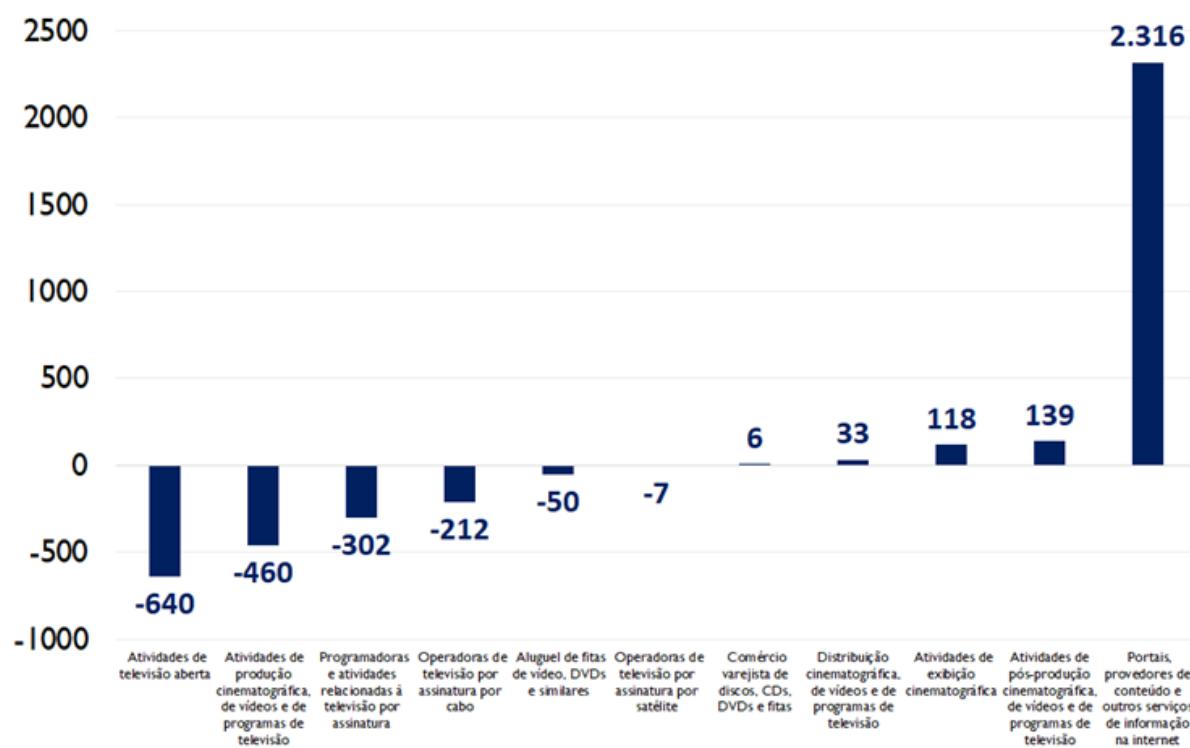
Gráfico 15: Geração Líquida de Empregos Formais no Setor Audiovisual no Rio (Acumulado Mês a Mês)*



Fonte: CAGED / Ministério do Trabalho e Emprego (MTE).
Elaboração: Estudo "Economia do Audiovisual Carioca".

Cabe destacar que a evolução do emprego nos últimos três anos e meio no setor audiovisual foi muito distinta entre as atividades. Os Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet exibiram um saldo positivo de 2.316 empregos entre janeiro de 2021 e julho de 2024. Em contrapartida, as atividades de televisão foram as que mais perderam, com saldos negativos de -640 nas Atividades de televisão aberta, -302 nas programadoras e atividades relacionadas à televisão por assinatura, e -212 nas operadoras de televisão por cabo. As atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão apresentaram saldo negativo de -460 (Gráfico 17).

Gráfico 17: Geração Líquida de Empregos Formais no Setor Audiovisual no Rio por CNAE (Acumulado Jan/21-Jul/24)



Fonte: CAGED / Ministério do Trabalho e Emprego (MTE).

Elaboração: Estudo "Economia do Audiovisual Carioca".

Além dos empregos formais, os dados do Portal do Empreendedor revelam que em maio de 2024 havia 6,8 mil Microempreendedores individuais (MEIs) registrados nas atividades elegíveis ao MEI do setor audiovisual.

Tabela 6: Número de Microempreendedores Individuais (MEIs) no Setor Audiovisual no Rio*

CNAE	Atividade	Empresas	%
47628	Comércio varejista de discos, CDs, DVDs e fitas	176	2,6%
59111	Atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão	2	0,0%
59120	Atividades de pós-produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão	6.540	96,7%
63194	Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet	1	0,0%
77225	Aluguel de fitas de vídeo, DVDs e similares	41	0,6%
Total		6.760	100,0%

*dados de maio/24; as CNAES de Comércio varejista de medicamentos veterinários e Atividades veterinárias não são elegíveis ao MEI. Fonte: Portal do Empreendedor. Elaboração: Estudo "Economia do Audiovisual Carioca".

Cabe destacar que dentre os Microempreendedores Individuais, a maioria (96,7%) estavam registrados nas Atividades de pós-produção cinematográfica, de vídeos e programas de televisão. As CNAEs de distribuição e exibição cinematográficas, e atividades de televisão aberta e por assinatura não são elegíveis ao MEI.

4. Investimento da Prefeitura do Rio de Janeiro

Riofilme

A indústria audiovisual, que além da importância para a economia, a geração de empregos e a qualificação de mão de obra, é um importante instrumento de inclusão e diversidade cultural, requer um direcionamento estratégico dos investimentos governamentais e das políticas públicas. Após o forte impacto da pandemia da Covid-19 no setor, a Prefeitura do Rio de Janeiro, por meio da Riofilme, a partir de 2021, traçou um planejamento para mudar o contexto que atingiu toda a cadeia produtiva. A estratégia da empresa combinou ações voltadas para a infraestrutura, atração de investimentos nacionais e internacionais, organização do atendimento e gestão da informação para a qualificação das políticas setoriais.

Investimentos no setor e resultados para o município

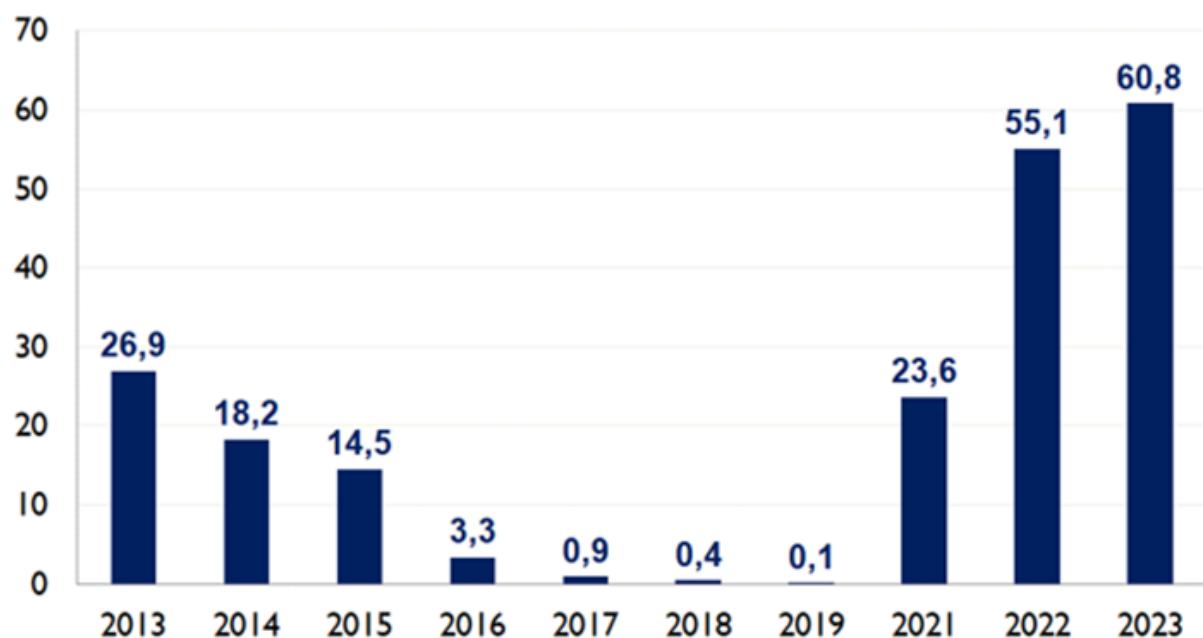
A estratégia diversificou investimentos em distribuição, produção e desenvolvimento de obras audiovisuais, bem como apoio a mostras, festivais e projetos de qualificação profissional, sem perder de vista as políticas afirmativas de inclusão e diversidade. O fomento ao setor, nos últimos três anos, superou R\$ 139,4 milhões, em 418 projetos.

Só em 2023, foram 199 projetos contemplados, com um investimento de R\$ 60,8 milhões (Gráfico 17). Levantamento feito pela Riofilme aponta que o fomento, nesse ano, contribuiu para quase cinco mil postos de trabalho gerados na área técnica, e outros quase sete mil entre atores e figurantes.

A qualificação da mão de obra na cidade é um eixo fundamental para potencializar os investimentos. A empresa investiu também em mais de 70 cursos de formação profissional na área do audiovisual, propiciando que 386 alunos pudessem se qualificar e serem inseridos no mercado de trabalho.

O volume de recursos investidos desde 2021 não só retomaram o investimento após quatro anos de paralisação no fomento do município, como bateram o recorde de aporte dos últimos 10 anos.

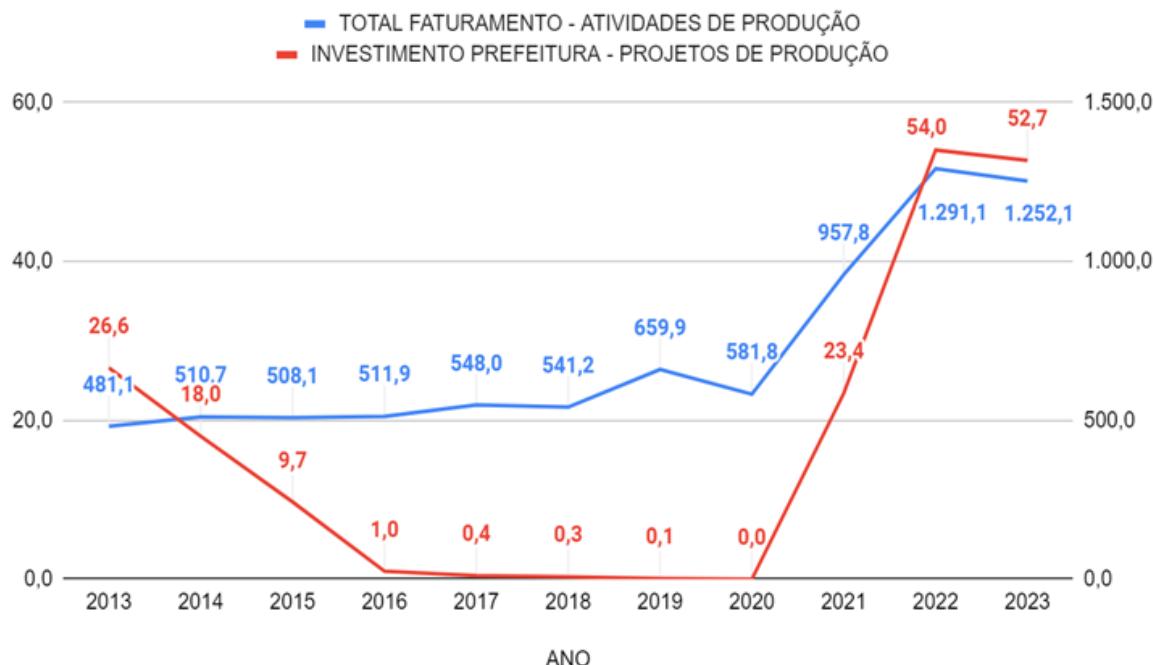
Gráfico 17: Investimento RIOFILME (em milhões de R\$)



Fonte: RIOFILME. Elaboração: Estudo "Economia do Audiovisual Carioca".

Fazendo o recorte desse investimento apenas nos projetos que envolvem diretamente as atividades de produção, encontra-se uma relação direta com o aumento do faturamento das atividades de produção do setor no mesmo período, próximo a R\$ 1,5 bilhão, conforme demonstrado no **Gráfico 18**.

Gráfico 18: Total Faturamento e Investimento da Prefeitura
(R\$ milhões)



Fonte: Ancine. Elaboração: Estudo "Economia do Audiovisual Carioca".

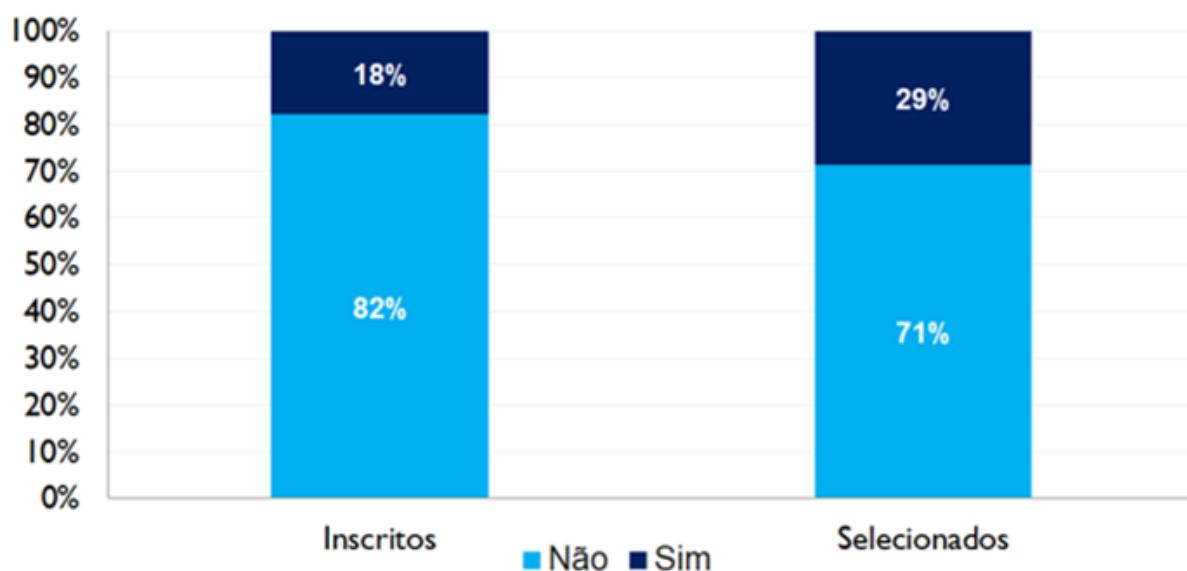
Diversidade e inclusão

Desde 2021, os editais da Riofilme têm dispositivos inclusivos, por meio de pontuações adicionais a propostas lideradas por mulheres, negros, indígenas, pessoas com deficiência e pessoas trans. Proponentes cuja sede estão localizadas em áreas de IDH mais baixo, como nas Áreas de Planejamento (APs) 3, 4 e 5 do município ou favelas das APs 1 e 2, também ganham pontuação indutora para ampliar as possibilidades de seleção.

A efetividade da política pode ser verificada quando observada a relação entre propostas inscritas e propostas selecionadas nos últimos três anos.

Considerando as 2.905 propostas inscritas entre 2021 e 2023, pode-se observar que a proporção de propostas selecionadas de proponentes sediados em áreas de menor IDH (29%) foi superior ao de propostas inscritas (18%), um aumento de 61% na comparação entre ambos (**Gráfico 19**).

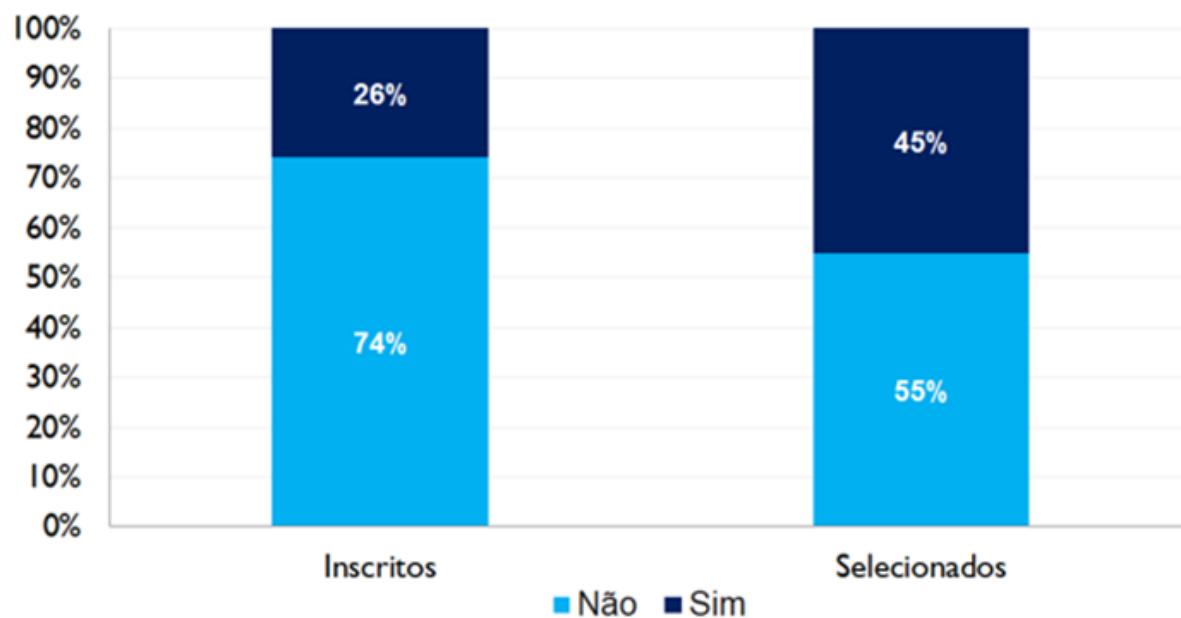
Gráfico 19: O proponente é sediado nas APs 3, 4 e 5; ou nas favelas das APs 1 e 2?



*A informação referente aos proponentes sediados nas APs 1 e 2 somente foi inserida no ano de 2023. Fonte: RIOFILME. Elaboração: Estudo "Economia do Audiovisual Carioca".

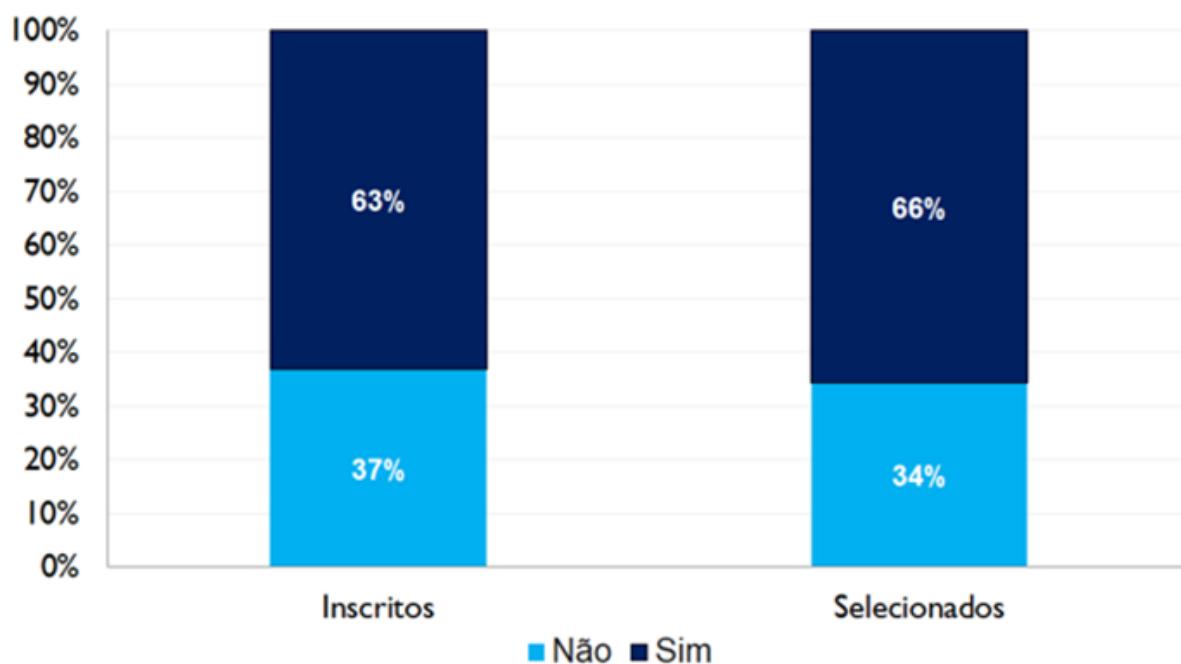
O aumento da proporção entre inscritos e selecionados é ainda mais expressivo entre propostas lideradas por pessoas negras, indígenas, trans ou com deficiência. Enquanto as propostas inscritas representaram 26% do total, as propostas selecionadas alcançaram 45% entre os projetos contratados, um aumento de 73% (**Gráfico 20**).

Gráfico 20: A proposta é liderada por pessoas negras, indígenas, trans ou com deficiência?



Fonte: RIOFILME. Elaboração: Estudo "Economia do Audiovisual Carioca".

Já em relação a propostas lideradas por mulheres, o total de propostas inscritas já se configura como uma maioria entre os projetos apresentados à Riofilme (63%). O efeito indutor das políticas afirmativas reverberou também sobre a proporção de projetos selecionados, neste caso 66% (Gráfico 21).

Gráfico 21: A proposta é liderada por mulheres?

Fonte: RIOFILME. Elaboração: Estudo "Economia do Audiovisual Carioca".

Atendimento e atração de filmagens na cidade

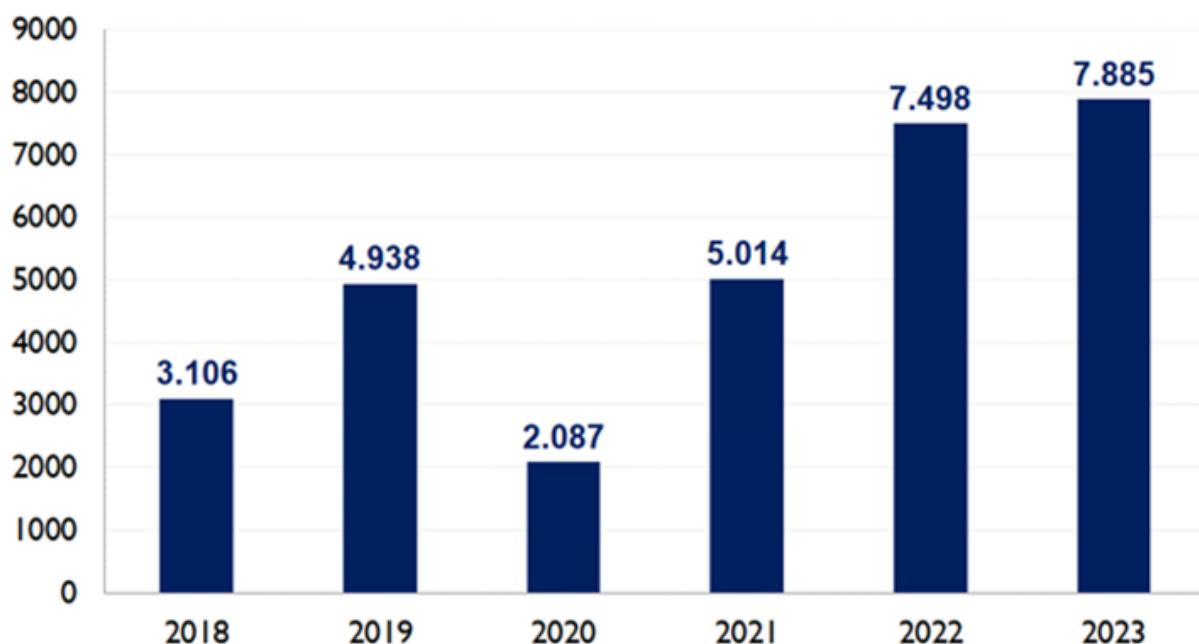
A *Rio Film Commission*, setor da Riofilme que autoriza a realização de filmagens em espaços públicos e oferece suporte a produtores que querem filmar no Rio de Janeiro, promoveu uma série de mudanças desde 2021. Reunindo e coordenando uma série de outros órgãos públicos da Prefeitura, o novo sistema de solicitação de autorização de filmagens online automatizou o procedimento.

No site, foram disponibilizados um catálogo com 295 locações, outro com 365 empresas e prestadores de serviços no município e um guia de produção, além do material necessário para formalizar as autorizações.

O monitoramento do atendimento revelou que, em 2023, o Rio autorizou 7.885 diárias de filmagem (**Gráfico 22**).

Grandes projetos para o cinema como "Godzilla e Kong: O Novo Império", "Velozes e Furiosos" e séries para o *streaming* como "Pedaços de Mim" foram atendidos pela *Rio Film Commission*.

Gráfico 22: Diárias de Filmagens Autorizadas em áreas públicas no Rio de Janeiro



Fonte: RIOFILME. Elaboração: Estudo "Economia do Audiovisual Carioca".

A organização do atendimento, a desburocratização do processo de autorização de filmagem, o incremento da gestão da informação, impulsionadas pelos investimentos em fomento na cidade, colocaram o Rio de Janeiro à frente de Paris e Cidade do México em número de diárias autorizadas, configurando-se também como a cidade com mais diárias de filmagem da América Latina, conforme mostra a **Tabela 7**.

Tabela 7: Comparativo de Diárias Autorizadas em algumas Cidades no Mundo

Cidade	Diárias autorizadas em 2023	Nº de obras seriadas	Nº de longas-metragens
Los Angeles	24.873	-	-
Madri	11.133	55	41
Rio de Janeiro	7.885	66	60
Cidade do México	7.876	-	-
Paris	7.400	64	98
São Paulo	4.895	-	-
Lisboa	1.309	23	15

Fonte: Rio Film Commission. Elaboração: Estudo "Economia do Audiovisual Carioca".

Como parte da estratégia de alavancar esses números e atrair produções de porte internacional, a Prefeitura também lançou, em 2022, o mecanismo de atração de investimentos **Cash Rebate**. Entre 2022 e 2023 foram investidos mais de R\$ 22,8 milhões, com atração potencial de R\$ 83,7 milhões, totalizando um investimento de mais de R\$ 106,6 milhões na cidade.

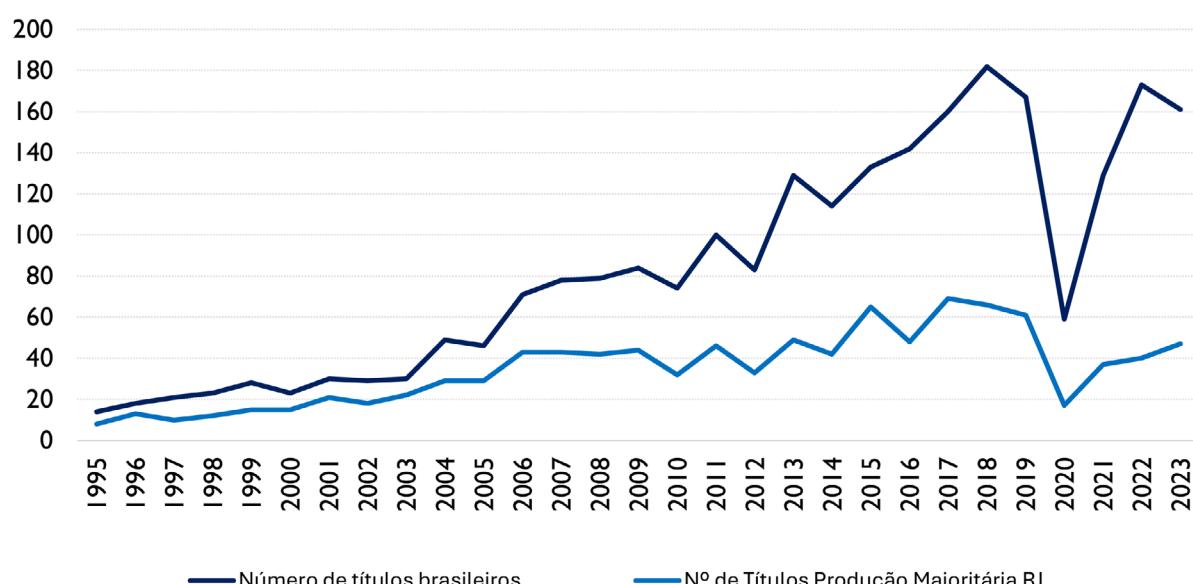
Entre as propostas, estão projetos de grande impacto e repercussão nacional e internacional como DOM - 3ª Temporada (Amazon), a maior bilheteria do cinema nacional de 2023, "Minha Irmã e Eu" e "O Auto da Comadecida 2".

O impacto da produção cinematográfica fluminense no market share do cinema nacional

Dados da Ancine mostram que o número de títulos brasileiros se expandiu progressivamente entre 1995, quando apenas 14 títulos foram lançados, até atingir o valor máximo de 183 filmes em 2018. Com a chegada da pandemia da Covid-19 e as medidas de distanciamento social, o número de lançamentos caiu para 59 em 2020, com a recuperação no número de 173 títulos sendo alcançado em 2023.

Os filmes de produção majoritária²¹ no estado do Rio de Janeiro seguiram a mesma tendência, com aumento de lançamentos até 2017, quando se atingiu o maior número, 69 títulos (**Gráfico 23**).

Gráfico 23: Evolução do Número de Títulos Brasileiros Lançados: 1995 - 2023



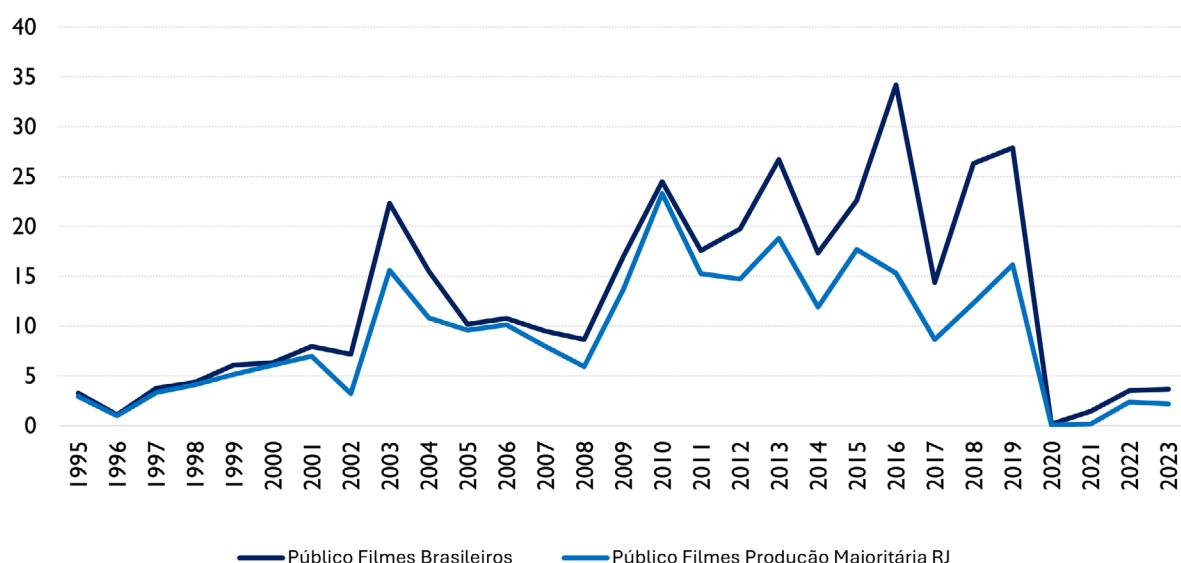
Fonte: Ancine. Elaboração: Estudo "Economia do Audiovisual Carioca".

²¹ A Empresa Produtora Majoritária é a empresa produtora brasileira com maior percentual de cota patrimonial de acordo com dados disponíveis no campo Produtor do Certificado de Produto Brasileiro (CPB).

Em relação ao público do cinema e à bilheteria (renda), a trajetória não é tão linear, e depende em grande medida do sucesso dos filmes lançados.

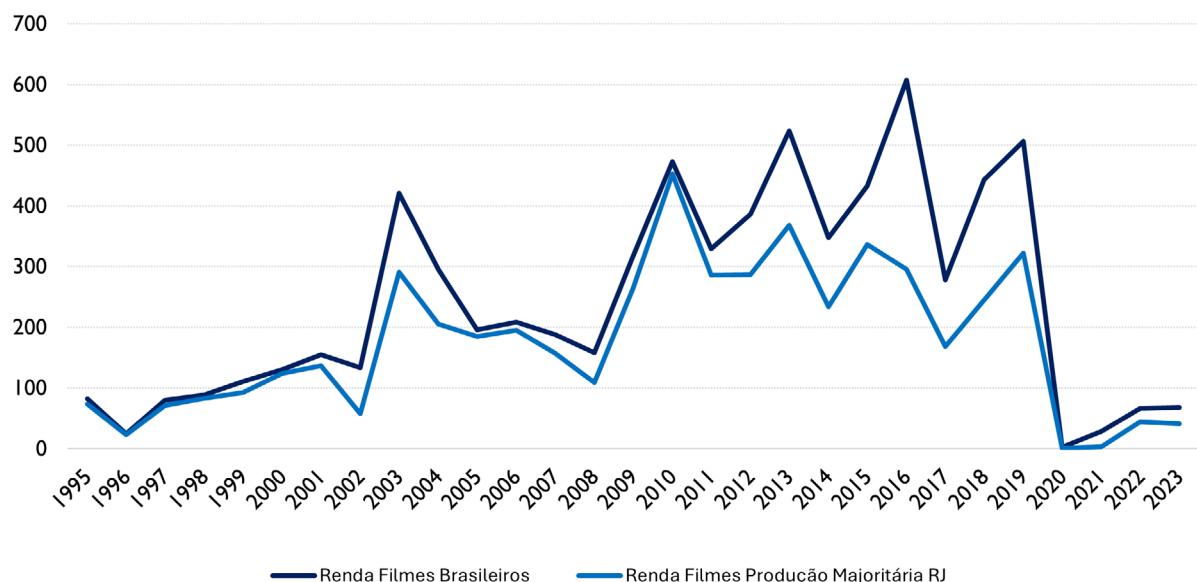
Os Gráficos 24 e 25, analisados em conjunto, mostram uma trajetória de crescimento do público e da renda do cinema nacional desde 1995 até 2003, ano em que o público total atingiu 22,3 milhões e a renda acumulada R\$ 420,5 milhões. No ano de 2003 foram lançados sete filmes que ultrapassaram a marca de um milhão de espectadores, sendo que desses sete, cinco são de produção majoritária no estado do Rio de Janeiro.

**Gráfico 24: Evolução do Público de Filmes Brasileiros: 1995 – 2023
(em milhões de pessoas)**



Fonte: Ancine. Elaboração: Estudo "Economia do Audiovisual Carioca".

Gráfico 25: Evolução da Renda dos Filmes Brasileiros: 1995 – 2023
(Em milhões de reais*)



*Em valores de maio/2024, deflacionado pelo IPCA.
 Fonte: Ancine. Elaboração: Estudo "Economia do Audiovisual Carioca".

Seguindo a linha histórica, os dados mostram alguns picos de público e renda nos anos de 2010, 2013, 2016 e 2019. No ano de 2016 o cinema brasileiro atingiu o seu maior público, de 34,2 milhões, com renda acumulada de R\$ 607,4 milhões.

Em relação à evolução do público e da renda de filmes de produção majoritária no Rio de Janeiro, o pico no total de público e de renda ocorreu em 2010, quando o público de filmes de produção fluminense atinge 23,3 milhões de espectadores e a renda chega a R\$ 452,7 milhões. Nesse ano foram lançados cinco filmes que alcançaram a marca de um milhão de espectadores, sendo que o filme "Tropa de Elite 2" teve 11,1 milhões de espectadores e renda acumulada de R\$ 103,5 milhões. De 2011 a 2019, o público de filmes

de produção majoritária no Rio de Janeiro oscilou bastante, com a média de 14,5 milhões de público e R\$ 282,3 milhões de renda anual, com participações de 65% do público e 67% da renda de filmes nacionais durante o período. Com a chegada da Covid-19, a produção de filmes foi paralisada e as salas de cinema foram fechadas por um longo período. O público do cinema nacional chegou ao seu menor patamar, de 141 mil. É provável que os dados sejam referentes ao 1º trimestre de 2020, quando as atividades de exibição ainda estavam em funcionamento. Nesse ano, o público e a renda de filmes de produção majoritária no Rio de Janeiro corresponderam a apenas 30,7% e 33,4% dos totais de público e renda de filmes brasileiros.

Entre 2021 e 2023, o volume de público e da renda do cinema nacional ficou muito abaixo dos patamares atingidos nas duas primeiras décadas dos anos 2000, mas começa a dar sinais de recuperação com tendência de crescimento em 2024.

De acordo com dados do Painel Interativo - Indicadores do Mercado de Exibição,²² monitorado pela Ancine, dos 463 filmes brasileiros lançados entre 2021 e 2023, nenhum conseguiu alcançar a marca de um milhão de espectadores, e somam, em conjunto, um público de 9 milhões de pessoas.

Já em 2024, os 212 títulos até setembro, somam 7,4 milhões de espectadores, sendo que pelo menos três deles, "Os Farofeiros 2", "Nosso Lar 2 - Os Mensageiros", e "Minha Irmã e Eu", esse último apoiado pelo *Cash Rebate* da Riofilme, ultrapassaram 1,5 milhões de espectadores. O crescimento de 2024, se comparado a 2023, chega a 75%.

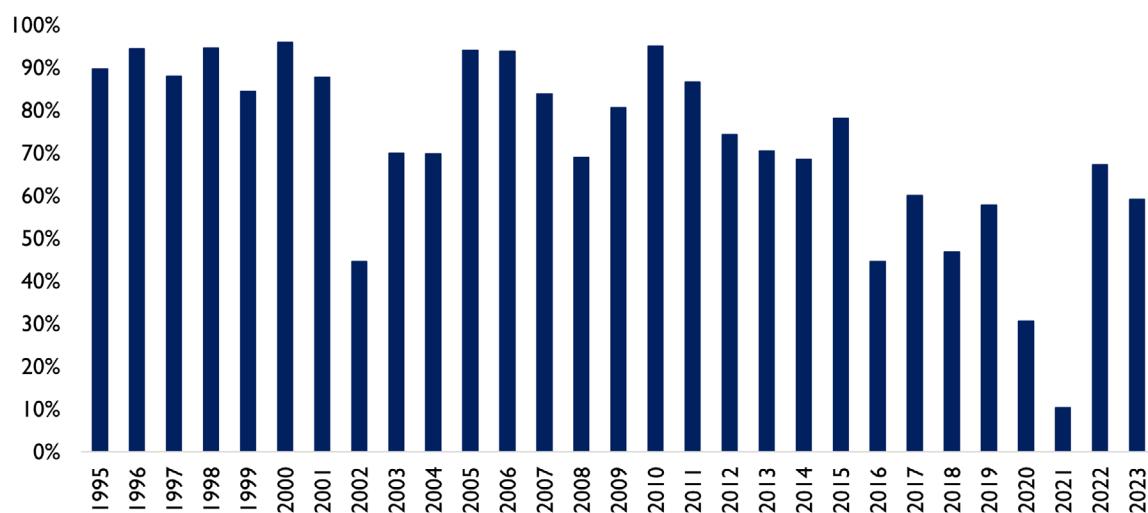
A análise dos dados de público e renda cinematográficos demonstram ainda a relevância histórica da produção fluminense para o *marketshare* do cinema brasileiro.

²² <https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/Paineis%20Interativos/painel-indicadores>

Os **Gráficos 26** e **27** apresentam a participação do público e da renda nos filmes de produção majoritária no Rio em relação ao total do cinema brasileiro. Na média do período da retomada (1995 - 2023), a produção carioca foi responsável por 71% do público e 70% da renda do cinema brasileiro.

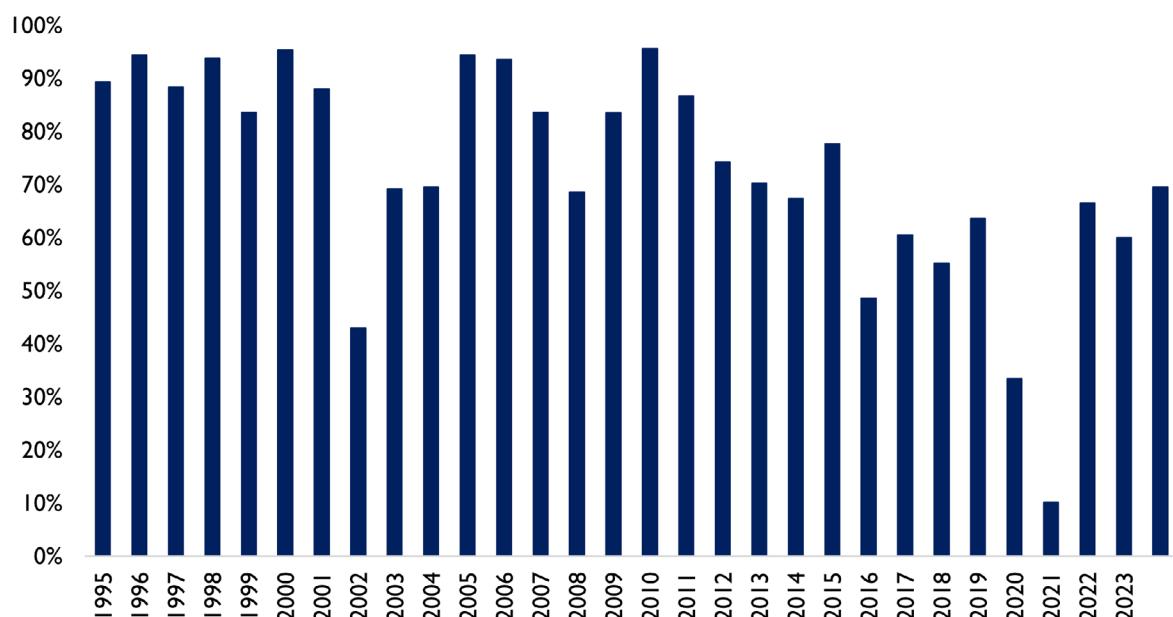
É possível perceber ainda que em alguns anos, como em 1996, 1998, 2000, 2005, 2006 e 2010, essa participação superou 90%, atingindo o seu ápice em 2010. Nesse ano, o público de filmes de produção majoritária no Rio de Janeiro correspondeu a 95,7% do público total de filmes brasileiros, e a renda 95,1%.

Gráfico 26: Participação de Filmes de Produção Majoritária do Rio de Janeiro no PÚblico dos Filmes Brasileiros



Fonte: Ancine. Elaboração: Estudo "Economia do Audiovisual Carioca".

Gráfico 27: Participação de Filmes de Produção Majoritária do Rio de Janeiro na Renda dos Filmes Brasileiros



Fonte: Ancine. Elaboração: Estudo "Economia do Audiovisual Carioca".

A **Tabela 8** apresenta o *ranking* de filmes por bilheteria (renda deflacionada). As linhas marcadas em azul claro são filmes de produção majoritária do estado do Rio de Janeiro. Os três primeiros colocados são filmes de produção fluminense, "Tropa de Elite 2", lançado em 2010, foi exibido em 763 salas, com público de 11,1 milhões e bilheteria de R\$ 224,2 milhões.

O segundo colocado, "Minha Mãe é uma Peça 3", lançado nove anos depois, foi exibido num número bem maior de salas, 1.815, e obteve público e renda bem próximos ao "Tropa de Elite 2", de 11 milhões e R\$ 221,2 milhões.

O filme "Minha Mãe é uma Peça 2" obteve o mesmo sucesso de sua continuação, com público de 9,2 milhões e renda de R\$ 180,9 milhões.

O 4º e o 5º colocados, "Os Dez Mandamentos", e "Nada A Perder", foram produzidos em São Paulo. Esses dois filmes foram alvo de polêmicas, como a suposta distribuição de ingressos por Igrejas.²³

Tabela 8: Top 20 Filmes com Maior Bilheteria*

Ranking	Ano de Lançamento	Titulo	UF	Máximo de Salas	Público acumulado (em milhões)	Renda Deflacionada (em milhões)	% Público de filmes brasileiros	% Renda de filmes brasileiros
1	2010	Tropa De Elite 2	RJ	763	11,1	224,2	45,5	47,4
2	2019	Minha Mãe É Uma Peça 3	RJ	1.815	11,0	221,2	39,3	43,7
3	2016	Minha Mãe É Uma Peça 2	RJ	1.125	9,2	180,9	27,0	29,8
4	2016	Os Dez Mandamentos - O Filme	SP	1.127	11,3	169,5	33,0	27,9
5	2018	Nada A Perder	SP	1.161	12,2	164,3	46,3	37,1
6	2018	Minha Vida Em Marte	RJ	925	5,2	110,2	19,9	24,9
7	2009	Se Eu Fosse Você 2	RJ	315	5,8	109,3	34,1	34,5
8	2005	2 Filhos De Francisco: A História De Zezé Di Camargo E Luciano	RJ/RJ/RJ/SP	329	5,3	100,3	52,3	51,3
9	2012	De Pernas Pro Ar 2	RJ	718	4,8	96,7	24,5	25,1
10	2003	Carandiru	SP	298	4,7	92,0	21,1	21,9
11	2013	Minha Mãe É Uma Peça	RJ	407	4,6	90,0	17,2	17,2
12	2013	Até Que A Sorte Nos Separe 2	SP	778	4,0	82,2	14,9	15,7
13	2010	Nosso Lar	RJ	444	4,1	79,0	16,7	16,7
14	2019	Nada A Perder 2	SP	1.028	6,2	77,8	22,2	15,4
15	2006	Se Eu Fosse Você	RJ	197	3,6	76,6	33,9	36,7
16	2015	Loucas Pra Casar	RJ	604	3,7	70,4	16,5	16,3
17	2012	Até Que A Sorte Nos Separe	SP	425	3,4	66,7	17,3	17,3
18	2010	Chico Xavier	RJ	392	3,4	65,6	13,9	13,9
19	2015	Até Que A Sorte Nos Separe 3	SP	819	3,3	65,2	14,7	15,1
20	2002	Cidade De Deus	SP	176	3,4	64,8	47,0	48,5

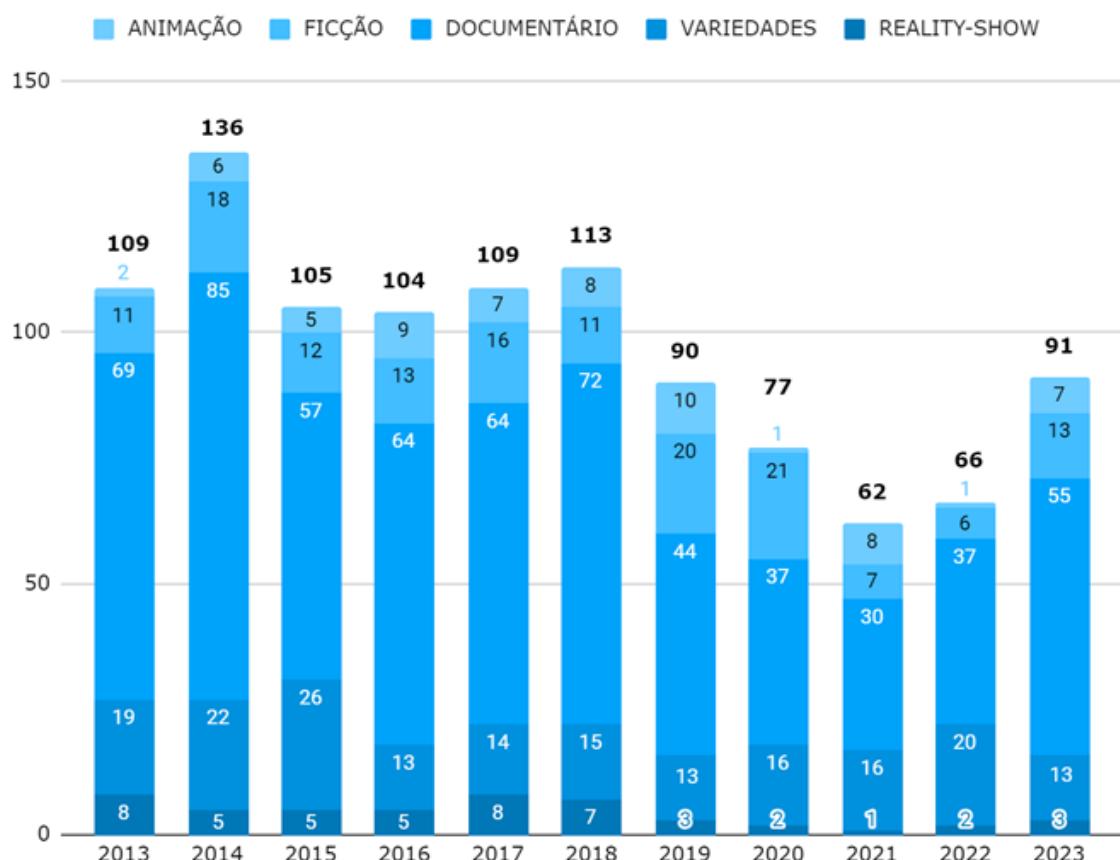
*em R\$ de maio/2024. Fonte: Ancine. Elaboração: Estudo "Economia do Audiovisual Carioca"

²³ <https://oglobo.globo.com/cultura/filmes/sucesso-de-bilheteria-filme-sobre-edir-macedo-tem-salas-vazias-22539322>

Séries independentes cariocas para TV e *streaming*

Além dos filmes de longa-metragem, as séries para televisão e ou serviços de *streaming* respondem por uma parcela significativa da produção independente carioca como pode se depreender das informações relativas à emissão de Certificado de Produto Brasileiro fornecidas pela ANCINE, compiladas no **Gráfico 28**.²⁴

Gráfico 28: Tipos de Produção Independente Carioca



Fonte: Ancine. Elaboração: Estudo "Economia do Audiovisual Carioca".

²⁴ <https://dados.gov.br/dados/conjuntos-dados/obras-nao-publicitarias-brasileiras-registradas-na-ancine>

No período de 2013-2023 as empresas produtoras independentes cariocas produziram 1.062 obras seriadas. Uma média de 97 séries por ano. A produção de séries documentais corresponde a maior parcela deste volume, com 614 séries no período, correspondendo a 58% do total, o que demonstra a relevância deste formato para a economia do setor audiovisual no Rio de Janeiro.

Em segundo lugar estão os programas de variedade, com 187 obras (18%). As séries de ficção, obras audiovisuais que, em geral, possuem maior custo de produção, maior valor de mercado e mais visibilidade, vêm em terceiro lugar com 148 obras (14%), seguido pelas animações, com 64 séries (6%). Os *reality shows*, são o tipo de obra audiovisual com menor volume de produção no período, com apenas 48 séries (5%).

Pela análise da série histórica percebe-se, também, sobre a produção de séries, o impacto do recuo no investimento público na produção audiovisual (2019-2020) e da pandemia de Covid-19 (2020-2021).

A paralisação dos repasses de recursos públicos federais, destinados à produção audiovisual, no início de 2019 por determinação do TCU, somado a ausência de investimentos nos níveis estadual e municipal, reduziram a capacidade produtiva do setor nacionalmente, como revela a queda de 20% no volume de obras seriadas produzidas em 2019, em relação à 2018, chegando à redução de 45% em 2021. Efeito que também foi potencializado pela paralisação dos sets de filmagem devido a Covid-19.

Com o arrefecimento da pandemia, e a retomada dos investimentos públicos, particularmente no nível municipal, percebe-se a retomada do volume de produção do setor, que em 2023 voltou aos níveis de 2019 (91 projetos), mas ainda segue abaixo da média histórica do período anterior, revelando espaço para crescimento. Entre 2013 e 2018, a produção de séries independentes cariocas se encontrava na média de 113 obras por ano.

A Secretaria Municipal de Desenvolvimento Urbano e Econômico é o órgão da Prefeitura responsável por elaborar políticas urbanísticas e de desenvolvimento econômico do Rio de Janeiro promovendo a requalificação urbana, a melhoria do ambiente de negócios, a segurança jurídica e a inovação por meio da excelência nos serviços prestados, atraindo investimentos e oportunidades para o município.

Prefeito do Rio de Janeiro

Eduardo Paes

Secretário Municipal de Desenvolvimento Urbano e Econômico

Chicão Bulhões

Subsecretário Executivo

Thiago Dias

Subsecretário de Desenvolvimento Econômico e Inovação

Marcel Grillo Balassiano

Subsecretaria de Regulação e Ambiente de Negócios

Carina de Castro Quirino

Subsecretaria de Controle e Licenciamento Urbanístico

Marcia Queiroz Bastos

Subsecretário de Controle e Licenciamento Ambiental

Paulo Silva

Subsecretário de Planejamento Urbano

Wanderson Barreto

Chefe de Gabinete

Márcio Menezes Lopes

Comunicação e Assessoria de Imprensa

Janaína Salles

Equipe econômica da Subsecretaria de Desenvolvimento Econômico e Inovação (SUBDEI/SMDUE)

João Gabriel Rodrigues Garcez

Leonardo Vianna Moog Barreto

Lucas Siqueira Simões

Luiza Szczerbacki Castello Branco

Maíra Penna Franca

Manoel Tabet Soriano

Marcus Gerardus Lavagnole Nascimento

Pedro Vianna

Coordenadores do Estudo Especial

Marcel Grillo Balassiano | SMDUE

Maurício Hirata Filho | Riofilme

Design e diagramação do Estudo Especial

Julia Lacerda

A Secretaria Municipal de Cultura (SMC) é responsável pela organização, promoção e execução de atividades artísticas, culturais, de museu e de arquivo histórico da cidade do Rio de Janeiro.

Prefeito do Rio de Janeiro

Eduardo Paes

Secretário Municipal de Cultura

Marcelo Calero

Subsecretaria Executiva

Mariana Ribas

Subsecretaria de Gestão

Ana Paula Teixeira

Chefe de Gabinete

Flávia Piana

Coordenador de Gabinete

Douglas Resende

A RIOFILME é uma empresa pública municipal que tem como missão impulsionar o desenvolvimento do audiovisual carioca para potencializar a economia e a cultura da cidade do Rio de Janeiro.

Diretor Administrativo e Financeiro

Eduardo Marques

Diretor de Investimentos

Maurício Hirata Filho

**Coordenadora de Contratação
e Seleção de Investimentos**

Carolina Ribeiro

**Coordenador de Acompanhamento
de Investimentos**

Lauro Mesquita

Coordenador Rio Film Commission

Daniel Celli

Coordenadora de Comunicação

Roberta Canuto

**PRÓ-CARIOCA
AUDIOVISUAL**



RIOFILME



CULTURA

ESTUDO ECONOMIA DO AUDIOVISUAL CARIOCA

Organização

Marcel Grillo Balassiano

Maurício Hirata Filho

Equipe Técnica Responsável

Carolina Ribeiro (Riofilme)

Leonardo Vianna Moog Barreto (SMDUE)

Lucas Siqueira Simões (SMDUE)

Maíra Penna Franca (SMDUE)

Marcus Gerardus Lavagnole Nascimento (SMDUE)



Rio

P R E F E I T U R A

DESENVOLVIMENTO
URBANO E
ECONÔMICO

CULTURA

RIOFILME

Realização:
Secretaria de Desenvolvimento Urbano e Econômico,
Secretaria de Cultura e Riofilme

