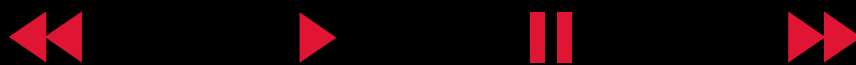


O impacto econômico do setor audiovisual na **América Latina**



Em 2021, a Netflix se uniu à Coalizão de Competências do Século 21 do Banco Interamericano de Desenvolvimento para apoiar o desenvolvimento de habilidades nas áreas de cinema e entretenimento na América Latina e no Caribe, tendo como principal objetivo posicionar esses setores como um motor de crescimento econômico na região. Como parte da colaboração, a Netflix e o Banco Interamericano de Desenvolvimento continuam estudando diversas formas de apoio ao setor audiovisual. Este relatório quantifica o impacto econômico do setor audiovisual nos países na América Latina. O relatório se baseia nos resultados de vários estudos de caso sobre inovações no setor, em um número cada vez maior de pesquisas regionais sobre o audiovisual e em um estudo da Deloitte, encomendado pela Netflix, em conjunto com a Unidade de Criatividade e Cultura do Banco Interamericano de Desenvolvimento, que estima a contribuição econômica do aumento nos gastos com o setor audiovisual na Argentina, Brasil, Colômbia e México.

Índice

Prefácio	4
Sumário Executivo	6
1. Introdução	16
2. O setor audiovisual na América Latina	21
3. A cadeia de valor do setor audiovisual	29
4. Estimando o impacto econômico do setor audiovisual	35
5. Oportunidades e as principais políticas para o setor audiovisual	47
6. Conclusão	60
Anexos	64

Prefácio

**POR ALEJANDRA LUZARDO,
LÍDER SETORIAL EM INOVAÇÃO E CRIATIVIDADE
NO GRUPO BID**

Há cento e vinte e sete anos, os irmãos Auguste e Louis Lumière exibiam seus primeiros filmes. Um século depois, o cinema continua a nos surpreender e encantar, e também emprega milhares de pessoas. Apesar de ser possível assistir a filmes em praticamente qualquer tela graças aos avanços da Quarta Revolução Industrial associados à digitalização, ainda sabemos pouco sobre o impacto econômico do setor na América Latina e no Caribe atualmente.

O objetivo deste relatório é quantificar o impacto do setor de cinema e TV (filmes, vídeos e televisão) na economia e visualizar os efeitos diretos e indiretos ao longo de toda sua cadeia de valor. Esta metodologia nos permite ver como os gastos com a produção de cinema e TV se espalham pela economia, gerando gastos adicionais, Valor Adicionado Bruto (VAB) e criando oportunidades de trabalho. O relatório mostra que, para cada US\$ 10 investidos no setor de cinema e TV, entre US\$ 6 e US\$ 9 são gerados no restante da cadeia de valor (pré-produção, produção, pós-produção e distribuição). Além disso, a cada 100 oportunidades de trabalho geradas de maneira direta pelo setor, mais 50 a 70 postos são gerados indiretamente em outras áreas. É incrível observar o crescimento dos benefícios econômicos do cinema e da TV. Na Argentina, no Brasil, na Colômbia e no México, mais de dois terços dos gastos totais nesse setor são destinados a outras partes da cadeia produtiva, como serviços profissionais, construção, têxteis e marketing.

Uma compreensão mais detalhada e precisa do setor de cinema e TV é essencial para a elaboração de políticas públicas que facilitem o desenvolvimento dessa área que vem ganhando espaço devido à explosão de conteúdo no formato vídeo em novas plataformas. Coletar e analisar dados tem sido há bastante tempo um "calcanhar de Aquiles" do setor criativo em geral.

Os esforços significativos de alguns países latino-americanos nesse sentido, estes ainda não foram suficientes para convencer boa parte os governos da região a aproveitar a oportunidade oferecida pela economia criativa. A ausência de monitoramento rigoroso, as estruturas regulatórias desatualizadas, a inflação alta, a falta de coordenação entre os órgãos na gestão de produções locais e internacionais e a escassez de pessoas qualificadas para preencher as vagas mais procuradas da área somam-se a uma longa lista de fatores que precisamos lapidar para aproveitar as oportunidades associadas a um setor que, só em 2019, gastou US\$ 5,7 bilhões e criou mais de 1,6 milhão de oportunidades de trabalhos.¹

A América Latina e o Caribe têm diversas e incomparáveis vantagens competitivas. Em áreas geograficamente próximas, é possível encontrar montanhas, desertos, florestas tropicais, neve, praias, vulcões e cidades antigas, além de inúmeras histórias que refletem nossa diversidade cultural. Pode ser que, há alguns anos, a língua espanhola fosse um desafio à nossa entrada nos mercados globais, mas isso mudou. Hoje, podemos citar séries feitas na região que lideraram listas de maior audiência em países distantes. Por outro lado, o espanhol é um idioma relevante quando o assunto é mercado, sendo falado por 559 milhões de pessoas. Como primeira língua, sua população só perde em tamanho para o mandarim.² Em um estudo recente, "Behind the Camera: Creativity and Investment in Latin America and the Caribbean,"³ realizado pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento com apoio da Netflix, destacamos que os principais produtores de vídeo sob demanda (VoD) buscam trabalhar com produtoras locais em toda a América Latina para desenvolver conteúdo original. Isso cria uma oportunidade única que nos ajudará a conseguir uma boa posição competitiva para o estabelecimento de serviços de produção, bem como de hubs de cinema e TV.

¹ Olsberg SPI, Global Screen Production - The Impact of Film and Television Production on Economic Recovery from COVID-19 (25 de junho de 2020), 5. <https://www.o-spi.com/projects/economic-impact-studies-research-and-evaluation-ly9lh>

² Forbes, 2021. "The U.S. has the second-largest population of Spanish speaker" - <https://www.forbes.com/sites/soniathompson/2021/05/27/the-us-has-the-second-largest-population-of-spanish-speakers-how-to-equip-your-brand-to-serve-them/?sh=1b25f111793a>

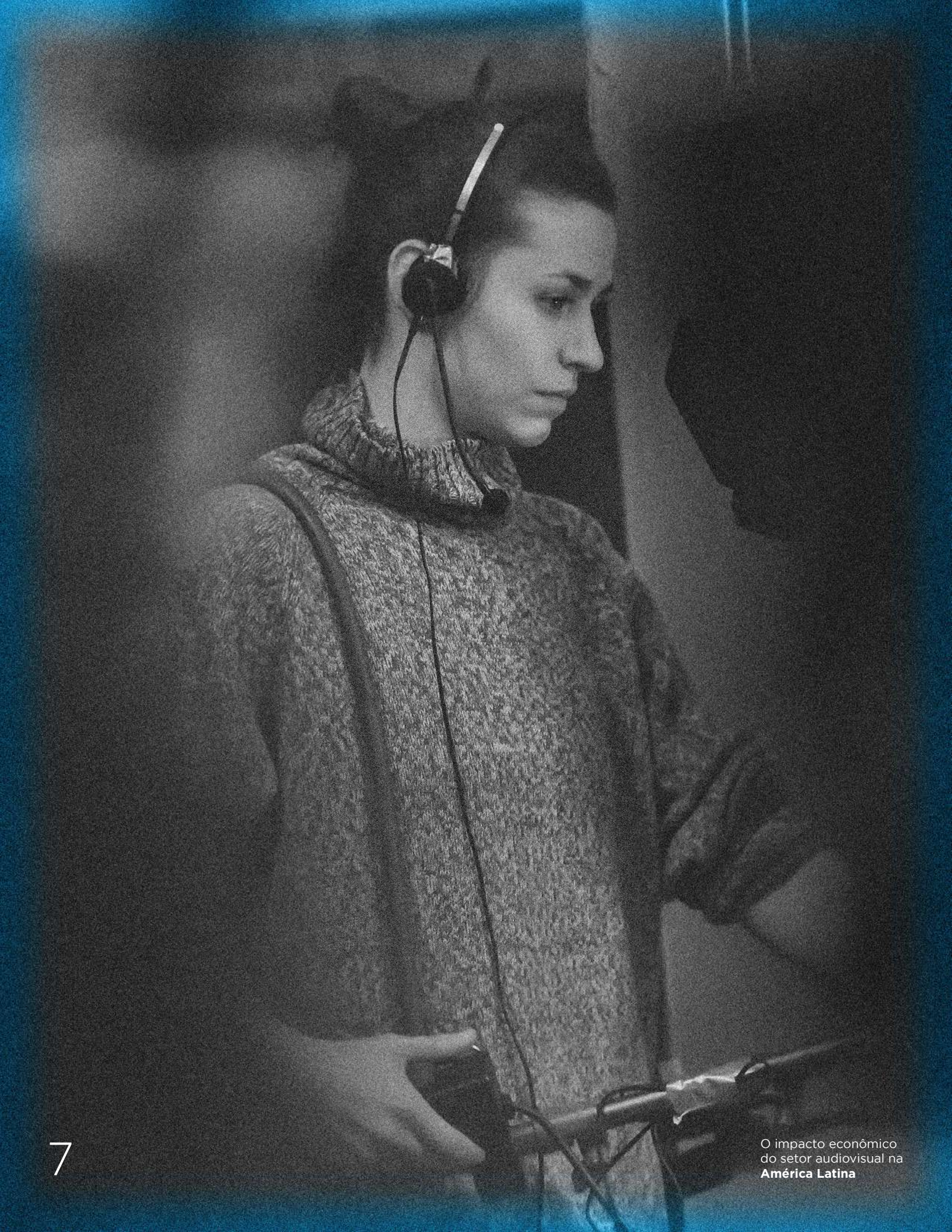
³ Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), 2021. "Behind the Camera: Creativity and Investment for Latin America and the Caribbean: lições aprendidas em uma conversa com os principais representantes do setor audiovisual" - <https://publications.iadb.org/en/behind-camera-creativity-and-investment-latin-america-and-caribbean-learnings-conversations-key>

Agora, mais do que nunca, precisamos criar uma estratégia transformadora para melhorar a cooperação local e internacional, oferecer mais acesso a financiamento com compreensão das condições locais de produção, infraestrutura inovadora, regulamentos de apoio ao crescimento da indústria e um modelo educacional que invista em capital humano para preencher as lacunas existentes. A experiência nos mostra que ter leis que estimulam o setor do cinema e da TV é um fator importante, mas não é o único. Os governos da região têm a oportunidade de se beneficiar do potencial impacto econômico de outras formas, como por exemplo, a marca de um país, que pode ser reforçada pelo turismo, promovendo determinados lugares como possíveis destinos para turistas e investidores.

Este documento é um passo importante. Ele servirá para apoiar o setor de cinema e TV e permitir a criação de políticas públicas ágeis que visem gerar crescimento econômico e novas oportunidades de trabalho, ao mesmo tempo em que atendam aos desafios locais e foquem em profissionais altamente qualificados e prestigiados. Não podemos esquecer que o primeiro filme latino-americano produzido para uma plataforma de streaming tem apenas oito anos. Segundo a pesquisa da Digital TV,⁴ havia mais de um bilhão de lares com serviço de assinatura de vídeo sob demanda em todo o mundo em 2021. Nossas histórias têm grande alcance, com mais de 100 milhões de assinantes à espera de conteúdo latino-americano em nossos idiomas e com nossos sotaques. Vamos aproveitar a oportunidade de criar, estrelar e produzir essas narrativas.

⁴ Digital TV Research, 2021. "SVOD subscriptions to reach 1.5 billion by 2026" - https://digitaltvresearch.com/wp-content/uploads/2021/09/Global-SVOD-Forecasts-2021-TOC_toc_322.pdf

SUMÁRIO EXECUTIVO



A indústria audiovisual impulsiona o crescimento

Governos ao redor do mundo reconhecem a importância do audiovisual para a economia. O setor audiovisual, que inclui as indústrias de TV e cinema, está se recuperando da pandemia de Covid-19, e os principais atores do mercado se concentram na expansão regional e em parcerias de distribuição. Essas indústrias são um componente importantíssimo para o mercado global de filmes e entretenimento, cuja projeção é estimada em cerca de US\$ 170 bilhões em 2030, com crescimento anual de 7,2% entre 2022 e 2030.⁵

Argentina, Brasil e México têm as maiores indústrias audiovisuais na América Latina. A receita do setor nesses três países foi de aproximadamente US\$ 20 bilhões em 2021,⁶ sendo US\$ 3 bilhões vindos da produção cinematográfica.⁷ Nos últimos anos, houve crescimento desse setor nos países latino-americanos com indústrias audiovisuais emergentes, como é o caso da Colômbia, que entre 2009 e 2019, cresceu 15%, chegando a US\$ 2,3 bilhões em 2021.^{8,9}

O aumento do acesso à internet e a demanda global por conteúdo levou ao crescimento recente do setor na América Latina

O aumento do acesso à internet e a aparelhos eletrônicos levou ao rápido crescimento dos provedores de Vídeo-on-Demand (VoD) na região. A demanda global de consumo está estimulando a produção de conteúdo local com alto nível de qualidade. Uma pesquisa feita pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) revelou que os grandes provedores de VoD estão em busca de colaborações com produtoras locais para fazer conteúdo original em toda a América Latina, criando oportunidade para que a região se transforme em grande exportadora de conteúdo audiovisual.¹⁰ O aumento global nas produções de qualidade acelerou ainda mais o crescimento nas indústrias de animação e efeitos visuais (VFX) da região, o que pode se tornar um impulsionador para a economia desses países nos próximos anos.¹¹

⁵ Research and Markets, 2022. "Global Movies and Entertainment Market (2022-2030) – Size, Share & Trends Analysis Report" - <https://www.prnewswire.com/news-releases/global-movies-and-entertainment-market-2022-to-2030---size-share--trends-analysis-report-301590021.html>

⁶ Este valor também inclui o rádio. Dada a natureza dos dados, não é possível apresentar a receita do setor audiovisual excluindo o rádio. No entanto, presume-se que o rádio tenha uma parcela pequena da receita total. Os institutos nacionais de estatísticas usam sistemas de classificações diferentes para os setores econômicos. Embora esses sistemas de classificação sejam comparáveis no geral, a classificação dos subsetores pode ser diferente, o que pode levar à alocação das receitas com a produção audiovisual para outros setores, como o de telecomunicações.

⁷ Passport – Euromonitor international, 2022. "Production turnover (USD Dollars)"

⁸ Passport – Euromonitor international, 2022. "Production turnover (USD Dollars) – Colombia"

⁹ O relatório se concentra nesses quatro países latino-americanos, visto que Argentina, Brasil e México têm indústrias audiovisuais maiores e mais maduras, enquanto a Colômbia vive um crescimento no setor.

¹⁰ Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), 2021. "Behind the Camera: Creativity and Investment for Latin America and the Caribbean: lições aprendidas em uma conversa com os principais representantes do setor audiovisual" - <https://publications.iadb.org/en/behind-camera-creativity-and-investment-latin-america-and-caribbean-learnings-conversations-key>

¹¹ Digital.vector, 2022. "Latin America Animation, VFX & Video Games: Strategies, Trends & Opportunities (2022 – 26)" - <http://www.digital-vector.com/images/Latin%20America%20Animation,%20VFX%20&%20Video%20Games%20-%20Sample%20Pages.pdf>

A América Latina tem a oportunidade de capitalizar em cima das tendências globais e estimular o crescimento da sua indústria audiovisual

Considerando essas tendências recentes, existem oportunidades para que o setor audiovisual na América Latina cresça ainda mais:

- **Apoio à especialização em efeitos visuais:** o aumento na digitalização faz com que o setor audiovisual dependa menos dos centros tradicionais para algumas atividades, como os efeitos visuais (VFX). A Argentina e o México já têm indústrias de efeitos visuais em franca expansão. Além disso, a proximidade na América Latina em relação aos EUA, com alguns fusos horários em comum, além das vantagens em termos de custos na produção de VFX, faz com que seja interessante para as empresas norte-americanas e mundiais terceirizarem os efeitos visuais de suas produções para a região.¹²
- **Explorando a vantagem do idioma e a tendência ao VoD:** os serviços de streaming possibilitam a distribuição de conteúdo em espanhol para cerca de 560 milhões¹³ de falantes do idioma em todo o mundo, além dos mercados que falam outras línguas. Os lares latino-americanos, que antes só assistiam à TV, estão mudando rapidamente para o streaming. Pesquisas da Digital TV preveem que o número de assinaturas de serviços de VoD na América Latina vai aumentar de 53 milhões no final de 2020 para 116 milhões em 2025.¹⁴ Fora na América Latina, a empresa de pesquisa de mercado Comscore descobriu que o número de lares hispânicos nos EUA com uma assinatura de streaming aumentou 41% entre 2019 e 2022, chegando a quase 14 milhões de residências hoje.¹⁵ A mudança nos hábitos de consumo leva a um aumento cada vez maior na demanda por conteúdos de qualidade em espanhol.¹⁶ Esta oportunidade pode se expandir ainda mais para espectadores que não falam espanhol, já que a legendagem e a dublagem estão ganhando popularidade entre esse público.¹⁷

Embora a importância cultural do setor já seja reconhecida, o impacto econômico mais amplo da indústria audiovisual é muitas vezes subestimado

Ao contar as histórias e a História na América Latina, o setor audiovisual é uma fonte inigualável de entretenimento e representação cultural. Embora a importância sociocultural da indústria audiovisual seja amplamente reconhecida, o impacto econômico mais amplo é frequentemente mal compreendido, porque boa parte dos gastos dessa indústria ocorre em outros setores. Na Argentina, Brasil, Colômbia e México, mais de dois terços¹⁸ do total de gastos acontece em outros setores dentro da cadeia de suprimentos do audiovisual, como serviços profissionais, construção, indústria têxtil e publicidade.¹⁹

Entender todos os benefícios econômicos pode ajudar os responsáveis pelas políticas públicas e as partes interessadas do setor a tomar decisões políticas e de investimento com o intuito de estimular o crescimento do setor audiovisual.

¹² LatinAmerican Post, 2019. "The reason why foreign animation companies are looking for Latin American talent" - The reasons why foreign animation companies are looking for Latin American talent - LatinAmerican Post

¹³ Forbes, 2021. "The U.S. has the second-largest population of Spanish speaker" - <https://www.forbes.com/sites/soniathompson/2021/05/27/the-us-has-the-second-largest-population-of-spanish-speakers-how-to-equip-your-brand-to-serve-them/?sh=1b25f111793a>

¹⁴ Digital TV, 2022. "Latin American SVOD market to double within five years"-<https://www.digitaltveurope.com/2021/03/08/latin-american-svod-market-to-double-within-five-years/>

¹⁵ Fierce Video, 2022: "Latinx streaming-only audiences grows to 38%, Spanish-language content options expand" - <https://www.fiercevideo.com/video/latinx-streaming-only-audience-grows-38-spanish-language-content-options-expand>

¹⁶ BELatina, 2022. "Audiência de streaming latino continua a crescer, abrindo oportunidades para conteúdo em espanhol" - <https://belatina.com/latino-streaming-audience-spanish-language-content/>

¹⁷ BBC, 2021. "Young viewers prefer TV subtitles, research suggests" - <https://www.bbc.co.uk/news/entertainment-arts-59259964>

¹⁸ Argentina: 68%, Colômbia: 65% (com base na distribuição das produções Netflix), Brasil: 79%, México: 88% (com base na proporção dos gastos obtidos em matrizes de insumo-produto nacionais).

¹⁹ Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 2015. "Brasil – Matrizes de Insumo-Produto" - <https://www.ibge.gov.br/en/statistics/economic/national-accounts/16940-input-output-matrix.html>

Os benefícios econômicos mais amplos do setor audiovisual ficam ainda maiores graças à cadeia de valor de suprimentos

Várias indústrias estão envolvidas nos diversos estágios da cadeia de valor na produção de cinema e TV (que envolve pré-produção, produção, pós-produção e distribuição), tais como construção de cenários, efeitos especiais, composição musical, design de figurinos e serviços jurídicos.

Exemplo: Pedro Páramo

Pedro Páramo, baseado no livro mexicano de Juan Rulfo, tem produção marcada para começar em 2023 e será dirigido pelo premiado Rodrigo Prieto. Com produção da Redrum e da Woo, a equipe do filme tem nomes como o diretor de arte indicado ao Oscar® Eugenio Caballero ("*Roma*," "*O Labirinto do Fauno*") e a figurinista Anna Terrazas.²⁰



²⁰ Juan Rosas/Netflix © 2023 Netflix, Inc.

O setor audiovisual pode ter um papel importante na geração de benefícios econômicos, pois os gastos envolvidos nesses projetos fomentam outros setores dentro da economia. Os gastos do audiovisual não só aumentam a demanda por bens e serviços oferecidos pelos fornecedores do setor, como também ajudam os fornecedores desses fornecedores (no fenômeno conhecido como “efeito indireto”). Por exemplo, a produção de figurinos para um filme exige que a empresa têxtil responsável procure fabricantes de matérias-primas, além de tecelagens e empresas de tingimento. O aumento na atividade econômica dessas indústrias pode levar a salários mais altos para os trabalhadores. Embora uma parcela desse aumento seja direcionada à poupança ou gasta em outros países, boa parte será gasta na economia local. As pessoas podem usar a renda adicional em restaurantes, comprando roupas ou equipamentos eletrônicos, o que aumenta a produção de bens e serviços dentro dessa economia (o que é chamado de “impacto induzido”).

Esse impacto econômico mais amplo pode ser estimado por meio de “multiplicadores”

Os multiplicadores calculados para Argentina, Brasil, Colômbia e México podem ser usados para que os responsáveis pela elaboração de políticas públicas e as partes interessadas do setor quantifiquem a contribuição econômica total (isso é, o impacto direto, indireto e induzido²¹) dos gastos no setor audiovisual. Os multiplicadores que medem os gastos indiretos na cadeia de suprimentos variam entre 1,6 e 1,9 nos quatro países latino-americanos que fazem parte deste estudo. **Isso significa que, de cada US\$ 10 gastos no setor audiovisual, entre US\$ 6 e US\$ 9 são gerados na cadeia de suprimentos.** Além disso, gastar na indústria do audiovisual gera mais oportunidades de trabalho: para cada 100 postos de trabalho no setor audiovisual, entre 50 e 70 estão em outros setores da economia. Os multiplicadores podem ser usados para medir três tipos de contribuição econômica: gasto total, Valor Adicionado Bruto (VAB) e os postos de trabalho gerados pelos gastos adicionais:²²

- **Gastos:** o valor bruto dos bens e serviços produzidos pelo setor audiovisual medido pelos preços pagos aos produtores. Essa é a medida mais ampla de impacto econômico. Imagine, por exemplo, que uma produtora contrate uma **empresa de cenografia** para criar e decorar o set de filmagens. Se a **empresa de cenografia** comprar material de decoração por US\$ 2 mil e adicionar valor criando o design e os cenários, cobrando US\$ 5 mil pelo serviço, o impacto (direto) dos gastos seria de US\$ 7 mil.
- **Valor Adicionado Bruto (VAB):** o VAB é o valor dos bens ou serviços que leva em conta o custo da produção (ou seja, o gasto menos o custo dos insumos intermediários). Usando o exemplo da **empresa de cenografia**, o VAB gerado seria de US\$ 5 mil, pois o custo dos insumos intermediários no valor de US\$ 2 mil foi capturado pela indústria que produz o material de decoração.
- **Trabalho:** medido em termos equivalentes a uma pessoa que trabalha em tempo integral.²³

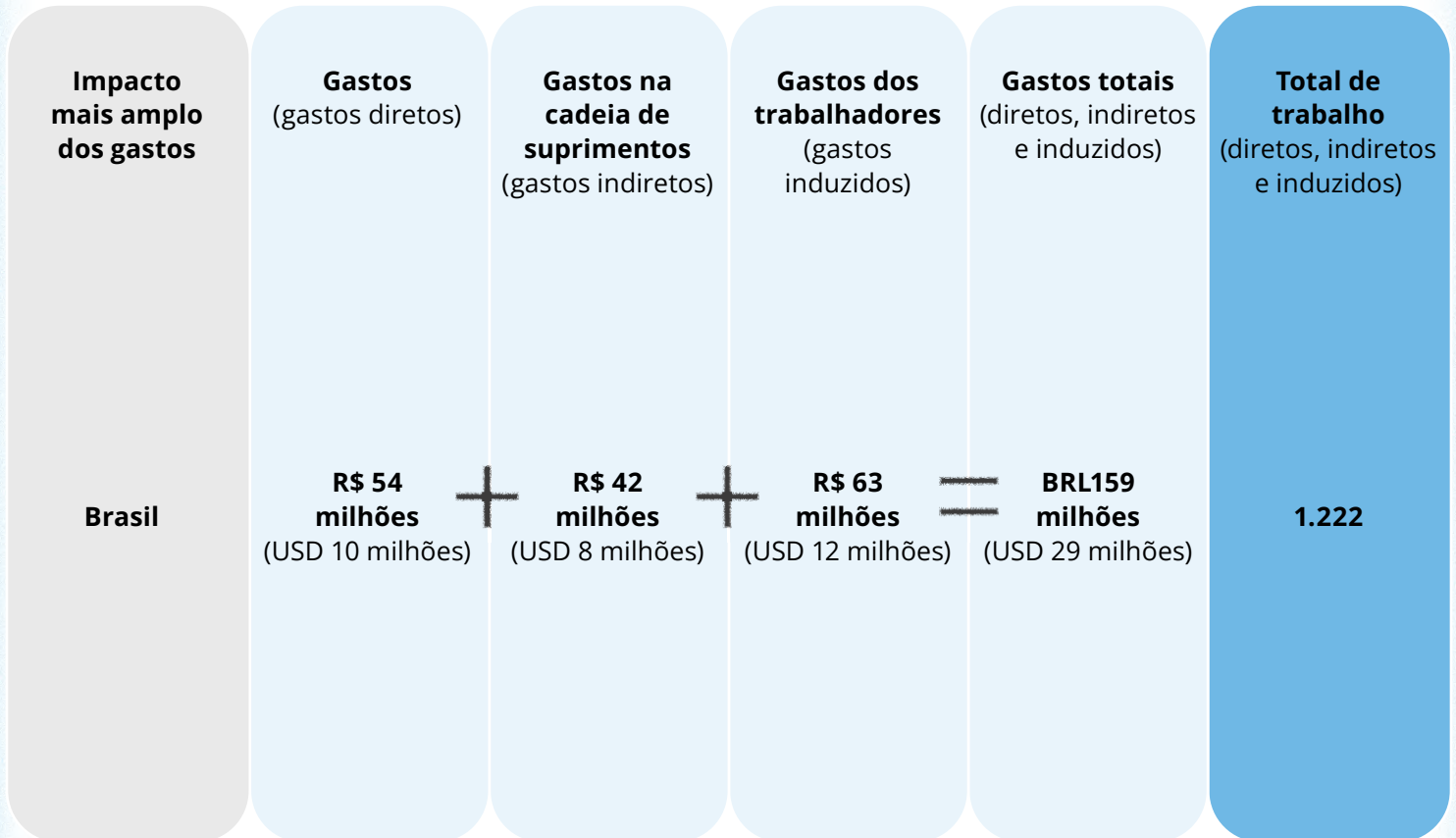
²¹ Impacto induzido: um crescimento na atividade do setor audiovisual e de seus fornecedores gerará elevação nos salários que serão parcialmente gastos na economia. O aumento nos gastos domésticos resultante gerará um crescimento na produção nacional de bens e serviços.

²² The Motion Picture Association – Canada, 2019. “Economic Impact of Star Trek: Discovery” - <https://www.mpa-canada.org/wp-content/uploads/2019/10/MPA-Canada-Star-Trek-Discovery-FI.pdf>

²³ O modelo econômico usado para calcular os multiplicadores converte trabalhos de meio período em trabalhos de período integral, sendo assim, todos os resultados são apresentados como equivalentes em tempo integral.

Usando os multiplicadores de país estimados para este estudo, a Figura 1 mostra o impacto econômico mais amplo de um investimento ilustrativo de US\$ 10 milhões em uma produção de cinema ou TV no Brasil, no qual US\$ 10 milhões refletem o nível aproximado de gastos em uma produção de baixo a médio orçamento.²⁴

FIGURA 1: O IMPACTO ECONÔMICO AMPLO DOS GASTOS EM UMA PRODUÇÃO COM ORÇAMENTO DE USD 10 MILHÕES NA ARGENTINA, VALORES DE 2021.



Embora a magnitude do impacto varie entre os países (dependendo do tamanho e da estrutura de cada um), o padrão de impactos para os outros três países incluídos neste relatório será semelhante aos mostrados para o Brasil.

²⁴ Olsberg SPI, 2020. "Global Screen Production – The impact of film and television production on economic recovery from COVID-19" - Global-Screen-Production-and-COVID-19-Economic-Recovery-Final-2020-06-25.pdf (squarespace.com)

Os efeitos de transbordamento para outros setores podem ter um impacto econômico adicional significativo

Além disso, os benefícios econômicos do setor audiovisual não se limitam aos impactos ao longo da cadeia de suprimentos, como é o caso na maioria dos outros setores da economia. Outros benefícios econômicos da produção e exibição de conteúdo audiovisual podem ser gerados a partir de efeitos de transbordamento (spillover) únicos, como o aumento do turismo nos locais de filmagem.²⁵

Aumento do turismo nos locais de filmagem

A animação *“Viva: A Vida é uma Festa”* (2017), um filme infantil que conta a história de um menino mexicano, pode ter tido um efeito positivo no turismo do México. Morelia, a capital de Michoacán e ponto de partida da jornada de Coco no filme, teve um aumento de 50% no número de turistas no ano seguinte ao lançamento do filme.²⁶

O filme da Disney *“Encanto”* (2021), que conta a história de uma jovem colombiana, fez sucesso no mundo todo. Ele apresenta a paisagem, biodiversidade, música e cultura da Colômbia. O governo colombiano está usando o alcance mundial da produção para promover o turismo e o investimento no país. As embaixadas da Colômbia, por exemplo, organizaram exposições especiais para operadoras de turismo e jornalistas.²⁷



Aumento do interesse por livros após o lançamento do filme

“A Ira de Deus”, suspense psicológico dirigido pelo argentino Sebastián Schindel, é uma adaptação do livro argentino *“La ira de Dios”* de Guillermo Martínez. O número de pessoas interessadas no livro aumentou logo após o lançamento do filme na Netflix em 15 de junho de 2022. As buscas aumentaram em 33 vezes na semana seguinte ao lançamento, em comparação com a média de buscas semanais em 2021. É provável que o aumento nas buscas tenha resultado em um aumento nas vendas do livro.²⁸



²⁵ Organização Mundial do Turismo em colaboração com a Netflix, 2021. “Cultural Affinity and Screen Tourism – The Case of Internet Entertainment Services” - Cultural Affinity and Screen Tourism – The Case of Internet Entertainment Services | World Tourism Organization (e-unwto.org)

²⁶ OpenEdition Journals, 2021. “Travel-inspiring Skeletons in Spectre and Coco – Film Tourism and the Día de Muertos in Mexico” - <https://journals.openedition.org/inmedia/2985>

²⁷ The World, 2021. “Disney’s ‘Encanto’ depicts Colombia as a magical place full of possibilities – a welcome change for local audiences” - Disney’s ‘Encanto’ depicts Colombia as a magical place full of possibilities — a welcome change for local audiences | The World from PRX

²⁸ GoogleTrends, 2022. “The Book of Murder by Guillermo Martinez” - The Book of Murder - Explore - Google Trends

Políticas e parcerias do governo com o setor privado para melhorar a infraestrutura, oferecer incentivos e desenvolver competências podem estimular ainda mais o setor audiovisual na América Latina

No início de 2022, a América Latina continuou sua recuperação econômica da Covid-19, com um crescimento de 2,8% ao ano no primeiro trimestre. No entanto, de acordo com o FMI, a região enfrenta desafios significativos, como menor crescimento econômico global, inflação persistente, baixo dinamismo na geração de trabalhos e aumento das tensões sociais devido à crescente insegurança alimentar e energética.²⁹

Devido aos desafios econômicos na região, a implementação de políticas e parcerias com as partes interessadas do setor para apoiar o audiovisual pode ajudar no crescimento econômico, permitindo que o setor audiovisual latino-americano aproveite as oportunidades disponíveis. Os benefícios econômicos mais abrangentes e os possíveis efeitos de transbordamento (spillover) para outros setores sugerem que o audiovisual pode ter um papel importante a desempenhar no impulsionamento do crescimento econômico nos próximos anos.

As principais medidas para apoiar o crescimento do setor audiovisual podem incluir:

- **Incentivar o investimento na expansão da capacidade de infraestrutura**, como espaços de estúdios, por meio de parcerias público-privadas e incentivos fiscais (como isenções de tarifas de importação de equipamentos de produção) para superar restrições de capacidade que possam impedir o crescimento da indústria.
- **Incentivar a produção** incluindo restituição em dinheiro ou créditos para atrair produtores globais para expandir e desenvolver a indústria nacional. Esses incentivos podem ser acompanhados de requisitos como a locação da produção em uma área específica e parcerias com empresas locais.³⁰
- **Investir em programas de treinamento** treinamento para desenvolver as habilidades e competências necessárias ao crescimento do setor e aumentar a diversidade na força de trabalho. Isso pode ser alcançado em parceria com as principais partes interessadas do setor audiovisual. Exemplos incluem:³¹
 - Programas de treinamento para dar conta das lacunas de habilidades entre os trabalhadores técnicos, incluindo requalificação e melhoria da qualificação dos talentos existentes
 - Treinamento focado em grupos sub-representados, como mulheres, pessoas negras, comunidades indígenas e pessoas LGBTQIAP+, para apoiar a diversidade de histórias.
 - Programas de treinamento para capacitar jovens e ajudar a reduzir o desemprego juvenil, que foi em média 28,6% em 2021 na Argentina, no Brasil e na Colômbia.³²
- **Fomentar a colaboração entre o setor e o governo para reduzir a pirataria de conteúdo digital** na América Latina (estimada em cerca de US\$ 733 milhões por ano), por meio da implementação de medidas de combate à pirataria, como pesquisa e desenvolvimento (P&D) de tecnologias de detecção.

²⁹ International Monetary Fund (IMF) Blog, 2022. "Shifting Global Winds Pose Challenges to Latin America" - <https://www.imf.org/en/Blogs/Articles/2022/07/27/blog-shifting-global-winds-pose-challenges-to-latin-america>

³⁰ Mincultura, 2018-2019. "Anuario estadístico del cine", AnuarioEstadísticoCine20182019.pdf (mincultura.gov.co)

³¹ Exibidor, 2021. "O ponto fraco na cadeia produtiva audiovisual: a capacitação de mão de obra técnica na América Latina" - Portal Exibidor - O ponto fraco na cadeia produtiva audiovisual: a capacitação de mão de obra técnica na América Latina

³² Banco Mundial, 2021. "Unemployment, youth total (% of total labour force ages 15-24) (modelled ILO estimate)" - <https://data.worldbank.org/indicator/SL.UEM.1524.ZS>



CAPÍTULO 1

INTRODUÇÃO

Ter um entendimento dos benefícios mais abrangentes do setor audiovisual pode ajudar a embasar a formulação de políticas públicas



1.1 Histórico

Governos ao redor do mundo reconhecem a importância do audiovisual para a economia. O setor audiovisual, que abrange as produções para TV e cinema, está se recuperando da pandemia de Covid-19, e os principais atores do mercado estão se concentrando em expansões regionais e parcerias de distribuição. Esse setor responde por uma grande parte do mercado mundial de cinema e entretenimento, projetado para atingir cerca de US\$ 170 bilhões até 2030, com uma taxa de crescimento anual de 7,2% de 2022 a 2030.³³

Na América Latina, as maiores indústrias audiovisuais se concentram nos maiores países. A Argentina, o Brasil e o México têm as maiores indústrias da região, com receita combinada em 2021³⁴ de aproximadamente US\$ 20 bilhões, atribuindo-se US\$ 3 bilhões à produção cinematográfica.³⁵ Além disso, houve crescimento em países latino-americanos que apresentam um setor audiovisual emergente, como a Colômbia. Entre 2009 e 2019, a receita colombiana proveniente do setor audiovisual deu um salto de 15%, chegando a US\$ 2,3 bilhões em 2021.³⁶

No entanto, embora a importância cultural do setor audiovisual já seja bem percebida, sua importância econômica pode ser subestimada, porque boa parte dos gastos ocorre em atividades de outros setores. O setor audiovisual desempenha um papel na geração de benefícios econômicos mais abrangentes devido à amplitude e à diversidade de sua cadeia de suprimentos. Os gastos do setor apoiam fornecedores de muitos outros setores (como, por exemplo, efeitos especiais, figurinistas, fabricantes de equipamentos para cinema). Além disso, o setor audiovisual tem o potencial de criar efeitos de transbordamento (spillover) que geram outros benefícios econômicos, como o aumento do turismo nos locais de filmagem.

Entender e quantificar na íntegra esses benefícios econômicos pode ajudar na tomada de decisões na formulação de políticas públicas e na definição de investimentos para o setor audiovisual.

³³ Research and Markets, 2022. "Global Movies and Entertainment Market (2022-2030) – Size, Share & Trends Analysis Report" - <https://www.prnewswire.com/news-releases/global-movies-and-entertainment-market-2022-to-2030---size-share--trends-analysis-report-301590021.html>

³⁴ Este valor também inclui o rádio. Dada a natureza dos dados, não é possível apresentar a receita do setor audiovisual excluindo o rádio. No entanto, presume-se que o rádio tenha apenas uma pequena parcela da receita total. Os institutos nacionais de estatísticas usam sistemas de classificações diferentes para os setores econômicos. Embora esses sistemas de classificação sejam comparáveis no geral, a classificação dos subsetores pode ser diferente, o que pode levar à alocação das receitas com a produção audiovisual para outros setores, como o de telecomunicações.

³⁵ Passport – Euromonitor international, 2022. "Production turnover (USD Dollars)"

³⁶ Passport – Euromonitor international, 2022. "Production turnover (USD Dollars) – Colombia"

1.2 Este relatório

Este relatório explica como o setor audiovisual gera benefícios econômicos mais amplos em suas cadeias de suprimentos e apresenta estimativas desses benefícios usando multiplicadores baseados em suas interações com outros setores. Essas informações podem ser usadas por formuladores de políticas públicas para definição de investimentos e incentivos, bem como para complementar o impacto cultural das políticas. O relatório também identifica as principais políticas que podem ajudar no desenvolvimento e na expansão do setor.

Neste estudo, os multiplicadores para o setor audiovisual foram extraídos das estatísticas oficiais e combinados às matrizes nacionais de insumo-produto da OCDE para a Argentina, Brasil, Colômbia e México. Os multiplicadores podem ser usados para estimar a contribuição econômica geral dos gastos no setor.

Esses quatro países latino-americanos foram selecionados para o estudo por serem as maiores economias da região, com base no Produto Interno Bruto (PIB). A Argentina, o Brasil e o México têm os maiores e mais maduros setores audiovisuais da região, enquanto a Colômbia vem apresentando um setor em crescimento nos últimos dez anos. Além disso, os fornecedores mundiais de vídeo sob demanda (VoD) estão considerando mais investimentos na produção de conteúdos nesses quatro países.

O relatório seguirá com a seguinte estrutura:

- **A segunda seção** apresenta uma visão geral das tendências atuais do setor audiovisual na América Latina.
- **A terceira seção** se debruça sobre a cadeia de valor do setor audiovisual e seus vínculos com outros setores criativos e não criativos.
- **A quarta seção** descreve como o setor audiovisual pode contribuir para a economia nacional e apresenta estimativas por país com base nos multiplicadores setoriais para Argentina, Brasil, Colômbia e México.
- **A quinta seção** identifica os principais desafios para o setor audiovisual na América Latina e as principais políticas que podem ajudar a superá-los.



O SETOR AUDIOVISUAL NA AMÉRICA LATINA

O setor audiovisual na América Latina representa uma oportunidade de crescimento com o aumento da demanda na produção de conteúdo da região

2.1 Qual é o valor econômico do setor audiovisual?

Argentina, Brasil, México e Colômbia

A Argentina, o Brasil e o México têm as maiores e mais maduras indústrias audiovisuais na América Latina. Em 2021, a receita combinada desses três países proveniente do setor audiovisual³⁷ chegou a cerca de US\$ 20 bilhões, atribuindo-se US\$ 3 bilhões à produção cinematográfica.

Adicionalmente, o mercado consumidor colombiano cresceu nos últimos dez anos. A indústria cinematográfica do país também cresceu nesse período devido à implementação de políticas abrangentes de apoio aos setores criativos. Além disso, novas leis de fomento e a introdução de incentivos de produção têm atraído empresas internacionais para o país, ajudando a fortalecer a indústria do cinema local. Entre 2013 e 2018, as exportações do setor audiovisual colombiano tiveram um crescimento de 20%, chegando a US\$ 48 milhões em 2018.³⁸ Em 2021, a receita total do setor audiovisual na Colômbia somou US\$ 2,3 bilhões, dos quais cerca de US\$ 220 milhões foram atribuídos à produção cinematográfica.³⁹



³⁷ Esses valores de receita também incluem o rádio. No entanto, presume-se que o rádio tenha apenas uma parcela pequena da receita total.

³⁸ Cámara de Comercio de Bogotá, 2019. "Colombia exporta más de 80% de su producción cinematográfica a EE.UU." - Clúster de Industrias Creativas y Contenidos, Cámara de Comercio de Bogotá (ccb.org.co)

³⁹ Passport – Euromonitor international, 2022. "Production turnover (USD Dollars)"

2.2 Quais são as tendências atuais do setor?

As mudanças no setor audiovisual na América Latina são majoritariamente influenciadas por três tendências:

1 O surgimento dos serviços de vídeo sob demanda (VoD)

2 A produção de conteúdos locais

3 O rápido crescimento dos setores de animação e efeitos visuais

2.2.1 O SURGIMENTO DOS SERVIÇOS DE VÍDEO SOB DEMANDA (VoD)

A América Latina tem vivido forte crescimento dos serviços de vídeo sob demanda (VoD) ao longo dos últimos anos, estimulado parcialmente pela ampliação do acesso à internet. Embora a TV continue predominando como meio de consumo de conteúdos na América Latina, o crescimento dos serviços de VoD representa uma oportunidade promissora de expansão do setor audiovisual na região. Segundo o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), os serviços de streaming são, no momento, acessados em um quinto dos lares na América Latina.⁴⁰

A expansão dos serviços de VoD afetou toda a cadeia de valor do setor audiovisual. Do lado da oferta, trata-se de uma nova maneira de distribuir e produzir conteúdo. Já para a demanda, os serviços de VoD promoveram mudanças nos hábitos e preferências dos consumidores quanto ao quê, quando e onde assistir aos conteúdos.⁴¹ Movidas pelo sucesso dos provedores globais especializados em vídeo sob demanda, diversas transmissoras locais, tanto privadas como públicas, começaram a disponibilizar seus conteúdos online por meio de serviços próprios ou de terceiros.⁴²

Além disso, serviços globais e regionais de VoD, como Apple TV+, Amazon Prime, Claro Video, Disney+, Globoplay, HBO Max, Movistar, Netflix, Paramount+ e Televisa-Univision, vêm tentando atender às demandas crescentes por mais conteúdos locais de alta qualidade e dos mais diversos gêneros.⁴³ Alguns desses serviços anunciaram recentemente novos investimentos para fomentar a produção de conteúdos na América Latina. Um dos exemplos de destaque é a Globoplay, serviço de VoD brasileiro que anunciou planos de aumentar em 50% os investimentos em novos conteúdos e lançar 30 produções originais em 2022.^{44,45} Em 2023, a Globo anunciou também investimentos de R\$ 5 bilhões em produção de conteúdo.⁴⁶ A Netflix, por sua vez, trabalhou com diversas produções originais locais por toda a América Latina; o México, em especial, recebeu um investimento de US\$ 300 milhões e cerca de 50 projetos em 2021.⁴⁷

⁴⁰ Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), 2021. "Behind the Camera: Creativity and Investment for Latin America and the Caribbean: lições aprendidas em uma conversa com os principais representantes do setor audiovisual" - <https://publications.iadb.org/en/behind-camera-creativity-and-investment-latin-america-and-caribbean-learnings-conversations-key>

⁴¹ Motion Picture Association America Latina, 2016. "O Impacto Econômico do Setor Audiovisual Brasileiro" - <http://spcine.com.br/wp-content/uploads/MPA-Estudo-Setor-Audiovisual-Brasil-e-LATAM.pdf>

⁴² Comisión de Regulación de Comunicaciones Republica de Colombia, 2021. "Estudio sobre la Industria de Contenidos Audiovisuales y Pluralismo informativo en Colombia" - https://www.crc.com.co/13-informe_ejecutivo_industria_contenidos_av.pdf (cocom.gov.co)

⁴³ Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), 2021. "Behind the Camera: Creativity and Investment for Latin America and the Caribbean: lições aprendidas em uma conversa com os principais representantes do setor audiovisual" - <https://publications.iadb.org/en/behind-camera-creativity-and-investment-latin-america-and-caribbean-learnings-conversations-key>

⁴⁴ NextvNews, International, 2021. "Globo will invest 50% more in content by 2022" - <https://nextvnews.com/globo-will-invest-50-more-in-content-by-2022/>

⁴⁵ Television Business International (TBI), 2022. "Exclusive: Globoplay's head of content to step down at Brazilian giant" - <https://tbivision.com/2022/08/30/exclusive-globoplays-head-of-content-to-step-down-at-brazilian-giant/>

⁴⁶ Globo, 2023. "Na Rio2C, Globo anuncia novidades e debate o poder da comunicação na TV e na web" - <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/o-que-fazer-no-rio-de-janeiro/noticia/2023/04/12/paineis-na-rio2c-debatem-o-poder-da-comunicacao-da-tv-e-na-web.ghtml>

⁴⁷ Forbes México, 2021. "Netflix invertirá más de 300 millones de dólares en México para 2021" - <https://www.forbes.com.mx/exclusiva-netflix-invertira-mas-de-300-millones-de-dolares-enmexico-para-2021/>

Atualmente, países na América Latina estão desenvolvendo conteúdo local para satisfazer não apenas suas próprias demandas regionais e locais, como também o interesse global dos provedores de VoD. Esse movimento indica o potencial da região, que pode vir a se tornar um importante centro exportador de conteúdo audiovisual, e também destaca a oportunidade de compartilhar **histórias latino-americanas** com o restante do mundo. Por exemplo:

- A Netflix está desenvolvendo uma adaptação do livro “Cem anos de solidão”, do célebre escritor colombiano Gabriel García Márquez. O premiado romance vendeu cerca de 47 milhões de cópias. A série, que terá produção executiva dos filhos de Garcia Márquez, será filmada quase inteiramente na Colômbia.^{48, 49}
- A HBO Max está trabalhando na produção de um filme de animação do Batman, que será totalmente ambientado na cultura asteca do México antigo. O projeto é uma parceria com a Chatrone e o Anima, um estúdio mexicano de animação. A produção será realizada no México, e contará com a participação de talentos da região. A equipe do filme, aliás, está colaborando com um especialista dos Estudos Mesoamericanos — disciplina acadêmica que se dedica ao estudo da história étnica do México e da região andina — para garantir uma representação correta das culturas locais.⁵⁰

Além dos investimentos em produção de conteúdo local por parte dos provedores de serviços em VoD, muitos países da região implementaram políticas públicas com o objetivo de fomentar o crescimento do setor audiovisual local e captar recursos para financiar essas produções:

- Na Colômbia, existe um esforço concreto de preservar a herança audiovisual do país e fomentar o interesse nesse formato. Prova disso são as bolsas do programa Audiovisual Heritage Management, que desde 2006 compõe a National Incentive Portfolios. Entre 2006 e 2020, o Audiovisual Heritage Management ajudou a financiar 181 projetos com um investimento total de COL\$ 3,115 bilhões (cerca de US\$ 1,2 milhão).⁵¹ No ano de 2020, as bolsas concedidas a pessoas indígenas e de comunidades afro-colombianas ajudaram a impulsionar a representação de grupos minorizados e a gerar mais diversidade nas telas. Naquele ano, as bolsas viabilizaram cinco produções alinhadas a esses valores.⁵²
- Em agosto de 2022, o governo mexicano anunciou um projeto para fomentar a indústria cinematográfica dentro do país. A ideia é incentivar o crescimento da infraestrutura do setor no México e, assim, aumentar o número de filmes e séries lá produzidos. Parte da estratégia do governo nacional consiste em estabelecer uma colaboração próxima com os órgãos públicos locais, investidores e grandes atores do mercado audiovisual, além de produtoras nacionais e internacionais.⁵³

⁴⁸ The Guardian, 2022. “Netflix to adapt One Hundred Years of Solitude by Gabriel García Márquez” - Netflix to adapt One Hundred Years of Solitude by Gabriel García Márquez | Gabriel García Márquez | The Guardian

⁴⁹ What's on Netflix, 2022. “Netflix Series 'One Hundred Years of Solitude': What We Know so Far” - Netflix Series 'One Hundred Years of Solitude': What We Know So Far - What's on Netflix (whats-on-netflix.com)

⁵⁰ Deadline, 2022. “Batman Azteca”: HBO Max Orders Animated Feature Set in Mexico” - <https://deadline.com/2022/06/batman-azteca-hbo-max-orders-animated-feature-mexico-1235044624/>

⁵¹ A estimativa do valor em dólares foi calculada com base na média cambial entre os anos 2006 e 2020.

⁵² Mincultura, 2018-2019. “Anuario Estadístico del Cine” - AnuarioEstadisticoCine20182019.pdf (mincultura.gov.co)

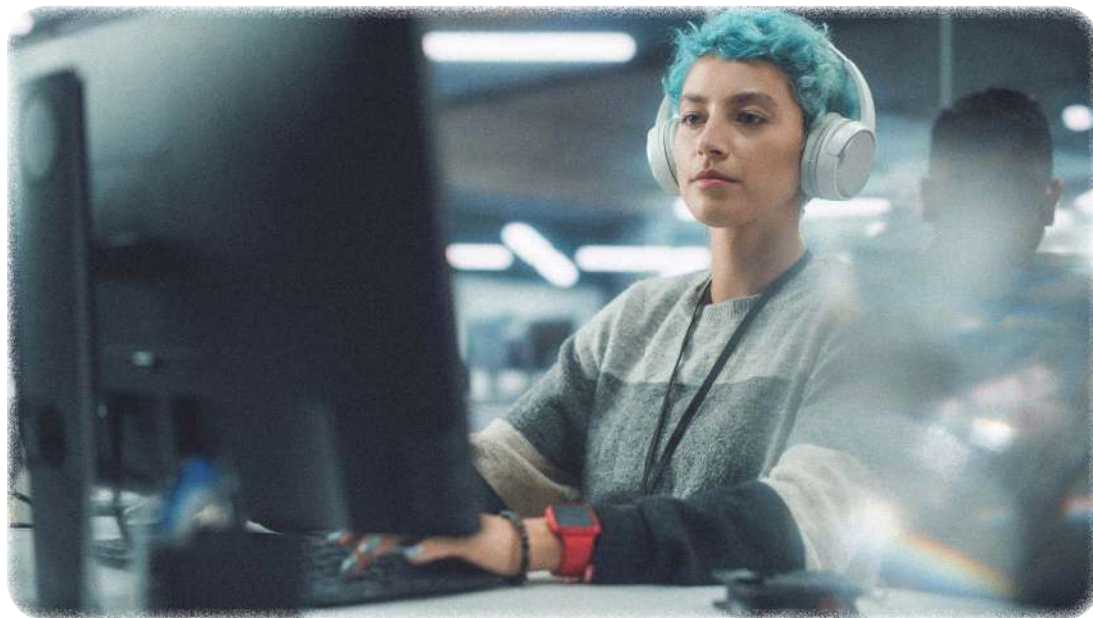
⁵³ El Economista, 2022. “Contenido audiovisual, los pendientes” - Contenido audiovisual, los pendientes (eleconomista.com.mx)

2.2.3 O RÁPIDO CRESCIMENTO DAS ÁREAS DE ANIMAÇÃO E EFEITOS VISUAIS (VFX)

Os setores de animação e efeitos visuais (VFX, na sigla em inglês) têm o potencial de fomentar muito crescimento para a região. Desenvolvimentos tecnológicos recentes acabaram por impulsionar a presença de VFX em grandes produções e filmes independentes de toda a região. A presença de serviços globais de VoD, por sua vez, contribuiu para o desenvolvimento acelerado de novos softwares de animação, capazes de atender às demandas por VFX de alta qualidade.⁵⁴

Países como México e Argentina também registraram um avanço em seus setores de animação e efeitos visuais: se antes era comum que a maior parte dos projetos tratasse de curtas e anúncios de publicidade, atualmente a maior parte dos projetos está em séries, filmes e outros conteúdos originais.⁵⁵ Prova disso é o aumento de rendimentos registrado pelo setor argentino de produções 3D: no ano de 2020, esse setor era avaliado em US\$ 19,6 milhões, mas a projeção é de que, em 2028, alcance a marca dos US\$ 35,7 milhões.⁵⁶

O setor audiovisual mexicano, por sua vez, também apresentou um crescimento considerável nos últimos anos — em grande parte graças a acontecimentos como a fusão de vários estúdios e o reconhecimento em festivais internacionais de cinema. O Festival Pixelatl é um importante exemplo disso. Em 2011, ano em que o festival latino-americano foi estabelecido, apenas 10 estúdios mexicanos estavam presentes; já em 2021, 33 dos 60 estúdios participantes eram nomes consolidados da indústria mexicana.⁵⁷



⁵⁴ Digital.vector, 2022. "Latin America Animation, VFX & Video Games: Strategies, Trends & Opportunities (2022 – 26)" - <http://www.digital-vector.com/images/Latin%20America%20Animation,%20VFX%20&%20Video%20Games%20-%20Sample%20Pages.pdf>

⁵⁵ Especial México, 2021. "La industria de la animación mexicana está bien representada internacionalmente" - La industria de la animación mexicana está bien representada internacionalmente (produ.com)

⁵⁶ The Insight Partners, 2022. "South America 3D Animation Software Market: Forecast to 2028 – COVID-19 Impact Analysis"

⁵⁷ Especial México, 2021. "La industria de la animación mexicana está bien representada internacionalmente" - La industria de la animación mexicana está bien representada internacionalmente (produ.com)

2.3 Como a Covid-19 afetou o setor audiovisual?

A pandemia da Covid-19 afetou duramente o setor audiovisual na América Latina e em todo o mundo, pausando diversas produções por conta de riscos à saúde e impondo cortes em orçamentos.⁵⁸ No entanto, a demanda por novos conteúdos de streaming registrou um forte aumento durante a pandemia, com mais de 1,1 bilhão de pessoas consumindo serviços de VoD. Segundo um estudo realizado pela Motion Pictures Association, esse número deve atingir a marca dos 2 bilhões em 2023.⁵⁹ O cenário atual é de recuperação para o setor audiovisual na América Latina, que está chegando perto dos patamares de atividade registrados no período pré-pandemia.

Um exemplo disso é o México, que em 2020 chegou a registrar um declínio de 25% em receitas provenientes do setor de cinema. Apesar de ter atingido apenas US\$ 650 milhões naquele ano,⁶⁰ em 2021 a receita já havia subido para US\$ 738 milhões⁶¹, com um crescimento anual estimado em 6,6% até 2025. No ano de 2023, o país deverá atingir os níveis de receita de antes da pandemia.⁶²

É importante destacar ainda que o setor audiovisual pode desempenhar um papel central na recuperação econômica, uma vez que a demanda por conteúdos continua a crescer e pode gerar benefícios econômicos imediatos. A produção de um filme ou série exige parcerias com outros setores, ajudando a fomentar o crescimento econômico como um todo.⁶³

⁵⁸ World Intellectual Property Organization, 2022. "The impact of the COVID-19 pandemic on creative industries, cultural institutions, education and research" - https://www.wipo.int/edocs/mdocs/copyright/en/wipo_cr_COVID_19_ge_22/wipo_cr_COVID_19_ge_22_study.pdf

⁵⁹ Motion Pictures Association, 2020. "Theme Report – A comprehensive analysis and survey of the theatrical and home/mobile entertainment market environment for 2020." - <https://www.motionpictures.org/wp-content/uploads/2021/03/MPA-2020-THEME-Report.pdf>

⁶⁰ Passport – Euromonitor international, 2022. "Production turnover (USD Dollars)"

⁶¹ O crescimento registrado no setor de cinema não se traduz em um crescimento geral do setor audiovisual, que não apresentou evolução significativa entre 2021 e 2022.

⁶² Passport – Euromonitor international, 2021. "Radio and TV in Mexico: ISIC 9213"

⁶³ Olsberg SPI, 2020. "Production audiovisual global: el impacto de la producción de cine y television en la recuperacion económica tras la COVID-19" - Global Screen Prod Report_Esp_revised - LATAM Presentation 2020-07-24 (canacine.org.mx)



A CADEIA DE VALOR DO SETOR AUDIOVISUAL

Com dois terços de todos os gastos acontecendo em outros setores da economia, a cadeia de valor do audiovisual inclui diversas outras indústrias e serviços

3.1 Qual é a cadeia de valor do setor audiovisual?

O setor audiovisual pode ser descrito como uma cadeia de valor dividida em quatro grandes atividades: pré-produção (desenvolvimento criativo), produção, pós-produção e, por último, distribuição e consumo:

- A etapa de **pré-produção** gira em torno da preparação necessária para rodar um filme ou uma série e envolve decisões sobre roteiro, produtoras e elenco. Por conta da importância dessas atividades, a pré-produção costuma ser uma etapa demorada, pois é importante garantir não só a qualidade do roteiro, como também a participação das pessoas certas. Para grandes e médias produções, é uma etapa relativamente barata, que não envolve gastos elevados.
- A etapa de **produção** concentra a gravação das cenas e, embora não seja a mais demorada, costuma ser a mais cara, totalizando às vezes cerca de 60% a 70%⁶⁴ do orçamento total.
- A **pós-produção** transforma tudo aquilo que foi gravado durante a produção em filmes, séries e outros programas por meio de edição, efeitos visuais, correção de cores, mixagem de som e outros processos. Muitas vezes é a etapa mais demorada de um projeto.
- Por último, a **distribuição** fica responsável por divulgar o conteúdo e disponibilizá-lo para os consumidores. Embora os meios mais tradicionais de distribuição sejam o cinema e a televisão, é cada vez maior o número de produções que vêm sendo lançadas direto em serviços de VoD.

As quatro atividades descritas acima demandam a presença e a participação de diversos outros setores. Por exemplo: é necessário envolver o setor jurídico para lidar com leis e direitos de propriedade intelectual, o setor de construção para elaborar os equipamentos a serem usados em um set de filmagem e o setor de tecnologia para otimizar as ferramentas de edição de som e imagem. A própria natureza do setor audiovisual, portanto, acaba envolvendo agentes externos — pois, sem eles, grande parte das atividades econômicas que precisam acontecer para a realização de uma produção simplesmente não aconteceriam. Isso é algo que pode ser observado no setor audiovisual de países como Argentina, Brasil e México, que registram mais de dois terços de seus gastos com trabalhos externos.^{65,66} Outro ponto que vale destacar é o fato de que diversas atividades da cadeia de valor dependem de capital humano, e por isso mesmo acabam gerando oportunidades de trabalho em áreas diversas. Um exemplo é a série brasileira Conquest, que criou cerca de 2 mil postos de trabalho na região só em 2019.⁶⁷

⁶⁴ Olsberg SPI, 2020. "Global Screen Production – The impact of film and television production on economic recovery from COVID-19" - Global-Screen-Production-and-COVID-19-Economic-Recovery-Final-2020-06-25.pdf (squarespace.com)

⁶⁵ Argentina: 68%, Colômbia: 65% (com base na distribuição das produções Netflix), Brasil: 79%, México: 88% (com base na proporção dos gastos obtidos em matrizes de insumo-produto nacionais).

⁶⁶ Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 2015. "Brasil – Matrizes de Insumo-Produto" - <https://www.ibge.gov.br/en/statistics/economic/national-accounts/16940-input-output-matrix.html>

⁶⁷ Motion Picture Association (MPA), 2019. "Economic Impact of Motion Picture Association Member Companies | Brazil."

Exemplo: Pinóquio por Guillermo Del Toro

Diversas empresas locais se envolveram na produção de Pinóquio (2022), dirigido pelo premiado diretor e roteirista mexicano Guillermo del Toro para a Netflix. Entre elas estava o Centro de Animação Internacional do próprio Del Toro, conhecido como “El Taller de Chucho”, o primeiro estúdio cinematográfico na América Latina a fazer projetos em stop motion. O Chucho ficou responsável por animar os créditos finais e outras cenas importantes do filme.⁶⁸ Além disso, o sonoplasta Scott Martin Gershin adquiriu uma madeira única de origem brasileira, trabalhada à mão, para recriar os sons que Pinóquio faz ao longo do filme. Por último, as guitarras fabricadas pela PRS serviram de molde para as guitarras de madeira usadas por Gershin na hora de criar sons mais emotivos, que ajudaram a formular a personalidade do personagem.⁶⁹



⁶⁸ The Fresno Bee, 2022. “Guillermo del Toro brings magic of stop motion filming to Mexico” - Guillermo del Toro brings magic of “stop motion” filming to México | The Fresno Bee

⁶⁹ The Credits, 2022. “Bringing Stop-Motion Puppets to Life through sound in Guillermo del Toro’s Pinocchio” - Bringing Stop-Motion Puppets to Life Through Sound in “Guillermo del Toro’s Pinocchio” - The Credits (motionpictures.org)

FIGURA 2: ETAPAS DE UMA PRODUÇÃO E OS SETORES EXTERNOS QUE ATUAM EM UMA PRODUÇÃO AUDIOVISUAL⁷⁰

Pré-produção Roteiro e planejamento



Escolher a história a ser contada: escrever o roteiro original e lidar com direitos de propriedade intelectual

Encontrar talentos: escalar o elenco, além de encontrar figurinistas, cabeleireiros, maquiadores, etc.

Planejar as filmagens: criar cada cena da produção (figurino, maquiagem, objetos de cena)

Dar apoio à pré-produção: fornecendo serviços de seguros, publicidade, contabilidade e advocacia.

Produção Filmar as cenas



Encontrar a locação: alugar espaços em um estúdio

Preparar o cenário: criar, construir e decorar o set de filmagens

Gravar a cena: alugar ou comprar câmeras, equipamentos de som e luz

Apoiar quem está na locação: transportar equipamentos, pessoas e serviço de bufê até a locação

Animar a produção: desenvolver animações com softwares em computadores

Pós-produção: Edição e efeitos visuais (VFX)



Transformar as cenas em uma série: selecionar as imagens filmadas para a produção

Acrescentar música às cenas: sobrepôr a música que foi composta, gravada e publicada para a produção.

Acrescentar efeitos especiais: acrescentar computação gráfica e efeitos especiais às cenas.

Deixar o produto acessível: acrescentar legendas e dublagens à produção

Distribuição Chegar aos espectadores



Aumentar a divulgação: promover e criar trailers para o filme

Disponibilizar o conteúdo: distribuir a produção (cinema, TV e VoD)

Distribuição secundária: fabricar e distribuir DVDs e Blu-rays

EXEMPLOS DE SETORES:

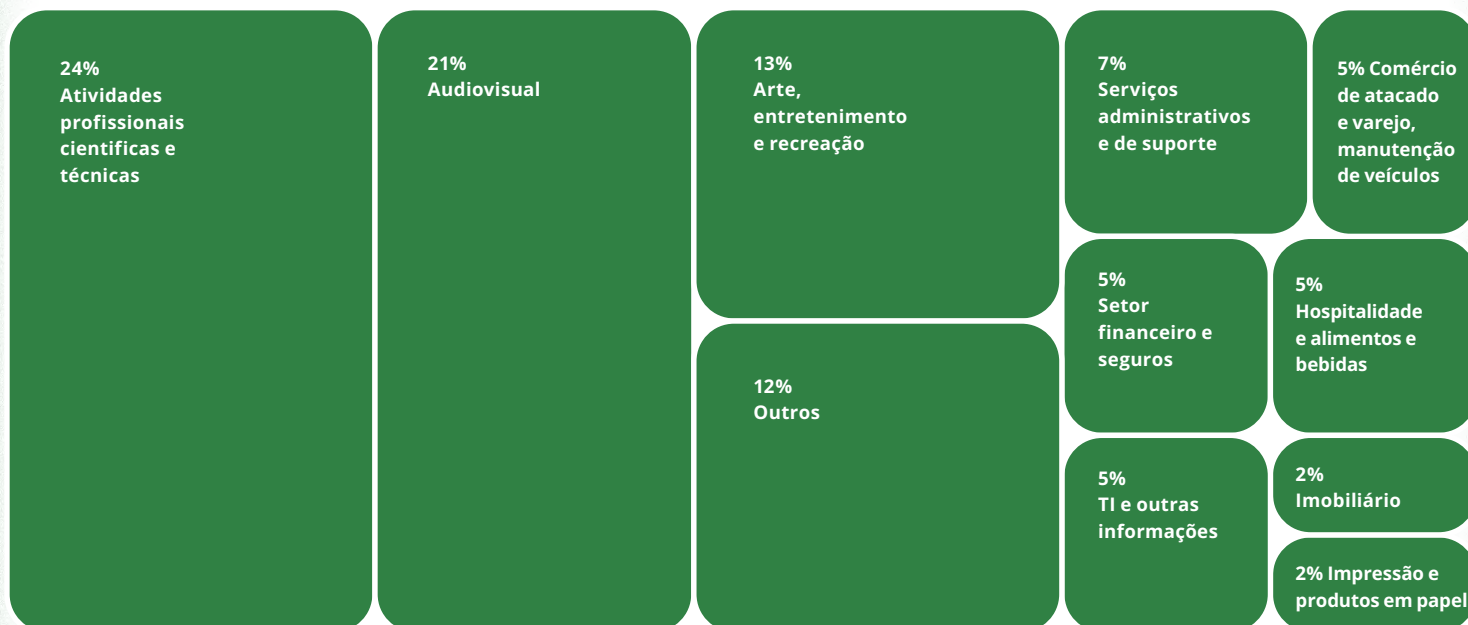
- Profissionais
- Artes
- Administrativo e suporte
- Têxteis e calçados
- Comércio atacadista e varejista
- Finanças e seguros

- Construção
- Produção de madeira
- TI
- Equipamentos elétricos
- Transporte
- Alimentos e bebidas
- Acomodações e imóveis

- TI
- Artes e entretenimento
- Equipamentos elétricos
- Profissionais e técnicos

- Publicidade
- Comércio varejista

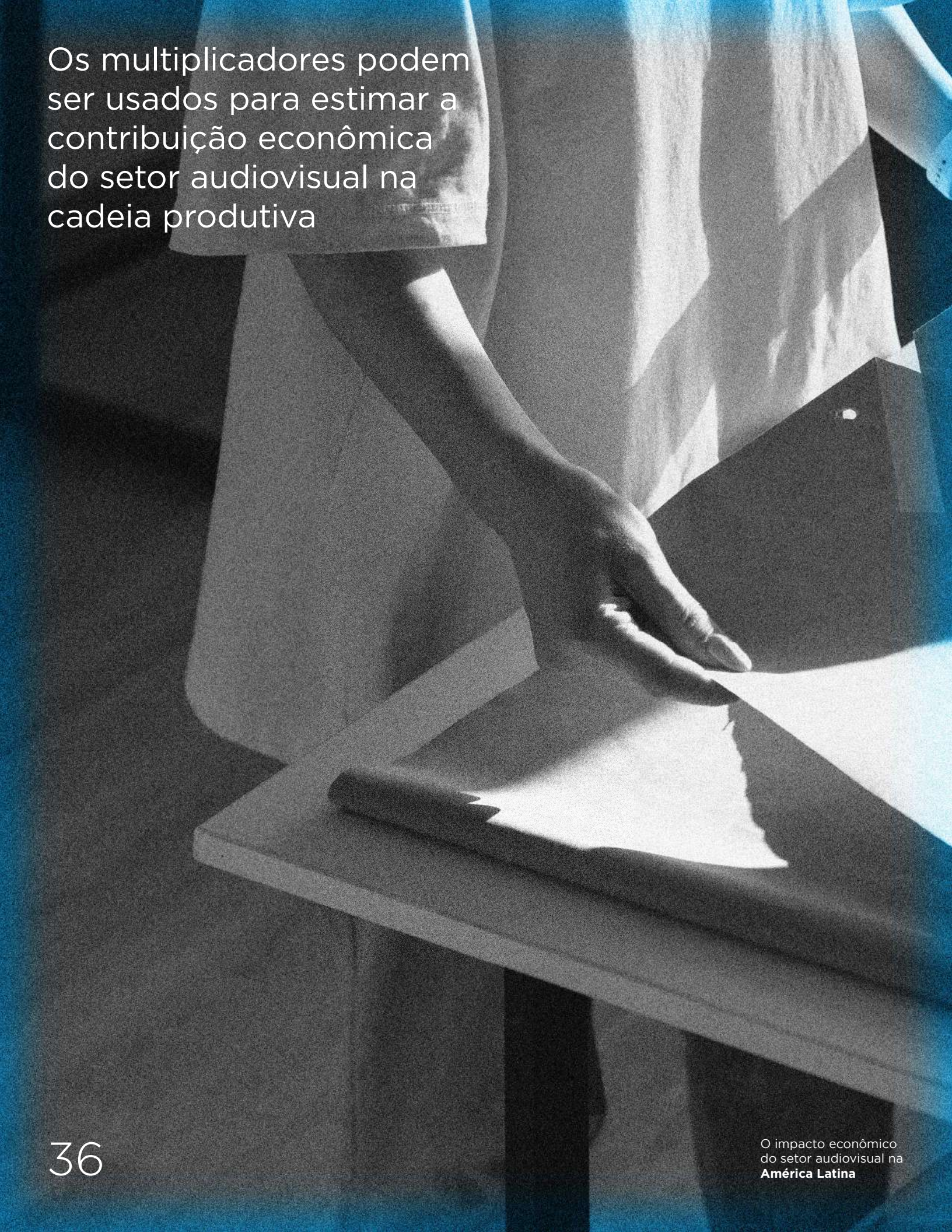
PEGANDO O BRASIL COMO EXEMPLO, QUASE 80% DOS GASTOS DO SETOR ESTÃO FORA DO SETOR AUDIOVISUAL.
GASTOS COM EDIÇÃO/GRAVAÇÃO PARA TELEVISÃO, RÁDIO, FILME E SOM NO BRASIL (2015)⁷⁰



⁷⁰ Gastos com gravação e edição de som e imagem para televisão, rádio e cinema no Brasil (2015), com base na matriz de Insumo-Produto do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).



ESTIMANDO O IMPACTO ECONÔMICO DO SETOR AUDIOVISUAL

A person wearing a white lab coat is shown from the waist down, leaning over a table. They are holding a large sheet of paper or a folder, looking at it intently. The scene is lit with dramatic, high-contrast lighting, creating deep shadows and bright highlights. The background is dark, and the overall color palette is dominated by blues and greys, with the white of the lab coat providing a focal point.

Os multiplicadores podem ser usados para estimar a contribuição econômica do setor audiovisual na cadeia produtiva

4.1 Como o audiovisual ajuda a gerar benefícios econômicos?

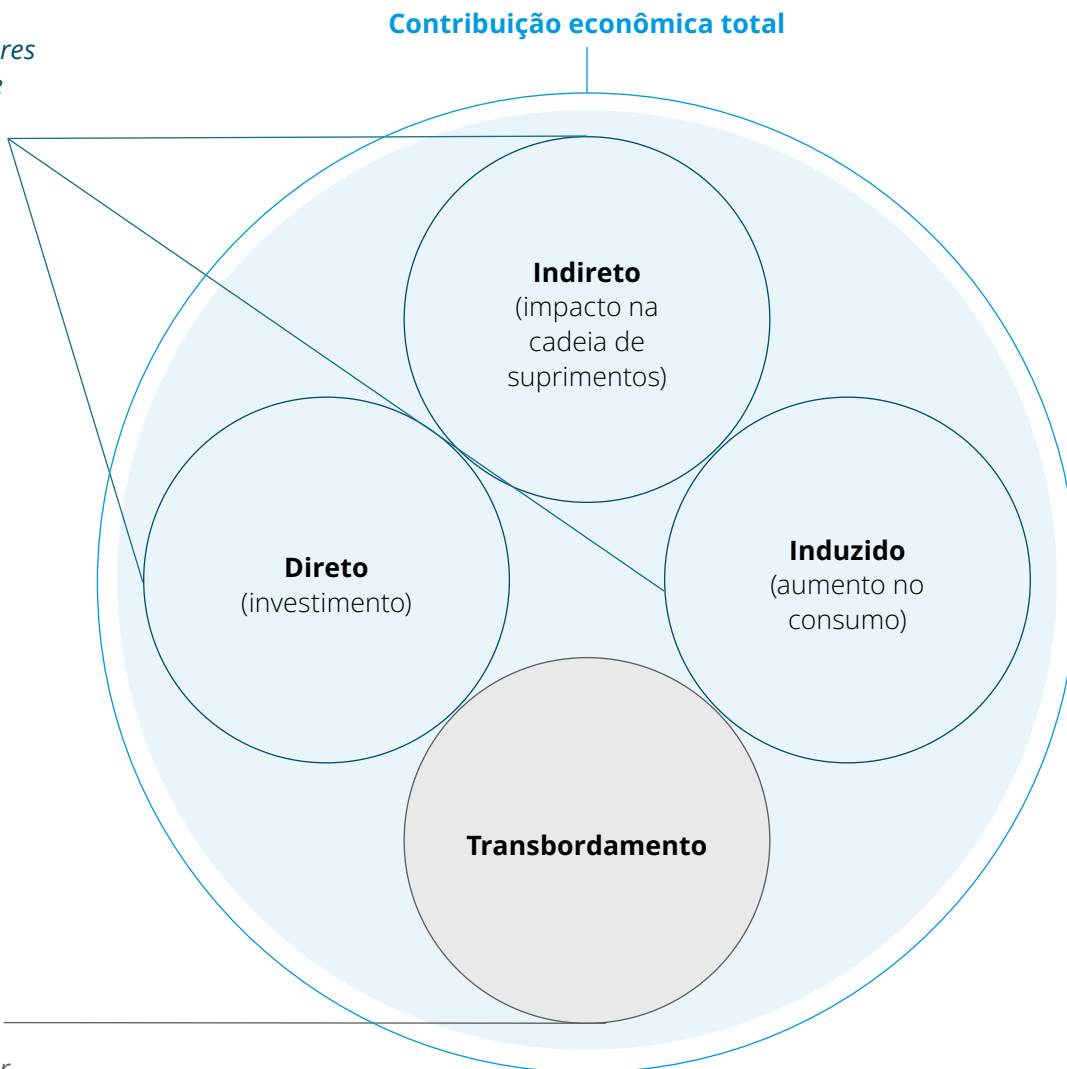
A cadeia produtiva do audiovisual conta com a presença de vários outros setores da economia, criativos ou não. O audiovisual gera uma espécie de “efeito cascata” na economia, uma vez que um gasto realizado por esse setor se faz sentir em outros — o que contribui para um benefício econômico em ampla escala, maior do que o gasto inicial.

Os benefícios econômicos da situação descrita acima podem ser divididos em três grandes áreas: o impacto direto dos gastos registrados por empresas de audiovisual; o impacto indireto, que atinge os fornecedores; e o impacto induzido, que diz respeito a remunerações mais elevadas e efeitos de transbordamento (spillover).

O efeito cascata gerado pelos gastos do setor audiovisual deve ser considerado para o desenvolvimento de políticas públicas (como, por exemplo, o provisionamento de incentivos financeiros) para o setor.

FIGURA 3: CONTRIBUIÇÃO ECONÔMICA TOTAL DO SETOR AUDIOVISUAL

Quantificável usando multiplicadores derivados de um modelo de insumo e produto



É difícil de quantificar, mas pode ser significativo

4.1.1 IMPACTOS DIRETOS, INDIRETOS E INDUZIDOS

Os gastos das empresas produtoras do audiovisual têm um impacto direto na economia, uma vez que aumentam os resultados no setor. Esses gastos também se fazem sentir em empresas de outros setores, como transporte, têxtil e publicidade. Os gastos do audiovisual não só aumentam a demanda por bens e serviços oferecidos pelos fornecedores do setor, como também ajudam os fornecedores desses fornecedores (no fenômeno conhecido como “efeito indireto”). Por exemplo, a produção de figurinos para um filme exige que uma empresa têxtil procure fabricantes de matérias-primas, além de tecelagens e empresas de tingimento. O aumento da atividade econômica dessas cadeias de valor pode levar a remunerações mais altas para os trabalhadores. Embora uma parcela desse aumento seja direcionada à poupança ou gasta em outros países, boa parte será gasta na economia local, num processo chamado de “impacto induzido”. Nesse caso, as pessoas podem usar a renda adicional em restaurantes, comprando roupas ou equipamentos eletrônicos, por exemplo. Essas atividades, por sua vez, acabam contribuindo para uma maior demanda por bens de consumo e outros serviços dentro da economia.

FIGURA 4: DESCRIÇÃO DOS IMPACTOS DIRETOS, INDIRETOS E INDUZIDOS

Impacto direto	O produto da indústria audiovisual será aumentado para atender à demanda associada por meio de gastos adicionais no setor (investimentos, por exemplo)
Impacto indireto	O aumento no produto do setor audiovisual vai exigir o aumento nos produtos de seus fornecedores para suprir mais matérias-primas e serviços associados a fim de atender à demanda adicional (por exemplo, figurinista e fornecedor de efeitos especiais)
Impacto induzido	O aumento nos produtos do setor audiovisual e de seus fornecedores levará ao aumento nas remunerações, que serão parcialmente gastas na economia. O aumento dos gastos nos lares vai exigir um aumento na produção de bens e serviços (porque pessoas estão gastando mais com roupas ou indo a restaurantes, por exemplo)

4.1.2 EFEITOS DE TRANSBORDAMENTO (SPILLOVER)

Os efeitos de transbordamento para outros setores também podem apresentar um impacto econômico significativo. São benefícios adicionais para a economia, uma vez que não são um resultado direto de gastos adicionais em uma produção ou em suas cadeias de fornecimento. Embora seja difícil quantificar os efeitos de transbordamento, eles podem ser bastante substanciais. Por exemplo, um filme que foi gravado em um determinado local e acabou impulsionando o turismo naquela região ou país, ou um filme que foi baseado em um livro e, após o lançamento, fez com que o número de vendas do livro aumentasse consideravelmente.^{71,72} Existem ainda outros exemplos de transbordamento, sobretudo aqueles que dizem respeito a impactos gerados nas seguintes áreas:

- Streaming de músicas
- Vendas de merchandising
- Vendas de revistas/ou livros
- Demanda por uma maior conectividade
- Vendas de jogos
- Demanda por dispositivos



Embora seja verdade que vários outros setores possam impactar significativamente suas respectivas cadeias de suprimento, o audiovisual é um dos poucos capazes de gerar efeitos de transbordamento em grande escala.

Para além dos efeitos de transbordamento na área econômica, há também transbordamentos na área cultural e social, uma vez que grande parte dos projetos de audiovisual conta histórias que acabam aproximando pessoas e comunidades. Por isso, qualquer estudo sobre os investimentos que podem ser realizados no setor deve não só quantificar a contribuição econômica dos impactos diretos e indiretos dos gastos, como também compreender os possíveis efeitos de transbordamento.

⁷¹ Deloitte, 2021. "The Future of the Creative Economy" - <https://www2.deloitte.com/uk/en/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/the-future-of-the-creative-economy.html>

⁷² Organização Mundial do Turismo em colaboração com a Netflix, 2021. "Cultural Affinity and Screen Tourism – The Case of Internet Entertainment Services" - Cultural Affinity and Screen Tourism – The Case of Internet Entertainment Services | World Tourism Organization (e-unwto.org)

4.2 O que são multiplicadores?

Os multiplicadores são métricas que ajudam a quantificar os benefícios econômicos provenientes do aumento de gastos do setor audiovisual. Com eles, é possível medir a relação entre o aumento total de gastos na economia e o aumento inicial nos gastos do setor. Desse modo, se o multiplicador é 2,0, então um aumento inicial de US\$ 1 no setor audiovisual corresponderia a um aumento total de US\$ 2. Além disso, é importante destacar que os multiplicadores são retirados da matriz de insumo-produto, um modelo macroeconômico consolidado que é usado para capturar a relação entre diferentes setores dentro de uma mesma economia.

Os multiplicadores podem ser usados para quantificar o impacto direto, indireto e induzido dos gastos no setor audiovisual:⁷³

- Multiplicadores de impacto indireto (chamados de “Multiplicadores de tipo I”) são aplicados aos gastos iniciais registrados. Nesse caso, eles são usados para estimar a contribuição econômica indireta e a contribuição direta adicional, como as implicações na cadeia de suprimentos.
- Multiplicadores de impacto induzido (ou “Multiplicadores de tipo II”) também são aplicados aos gastos iniciais registrados, mas são usados para estimar a contribuição econômica direta, indireta e induzida, bem como as implicações na cadeia de suprimentos e o aumento de consumo devido às remunerações mais altas.

Os multiplicadores podem ser usados para medir três tipos de contribuição econômica: gasto total, Valor Adicionado Bruto (VAB) e, além disso, as oportunidades de trabalho geradas pelos gastos adicionais:⁷⁴

- **Gastos:** o valor bruto dos bens e serviços produzidos pelo setor audiovisual, medido pelos preços pagos aos produtores. Essa é a medida mais ampla de impacto econômico. Por exemplo, imagine que uma produtora contrate uma empresa de cenografia para criar e decorar o set de filmagens. Se a empresa de cenografia comprar material de decoração por US\$ 2 mil e adicionar valor criando o design e os cenários cobrando US\$ 5 mil pelo serviço, o impacto (direto) dos gastos seria de US\$ 7 mil.
- **Valor Adicionado Bruto (VAB):** o VAB é o valor dos bens ou serviços que leva em conta o custo de produzir os bens ou serviços (ou seja, o gasto menos o custo dos insumos intermediários). A contribuição do VAB de todos os setores equivale ao Produto Interno Bruto (PIB) de um país (somando os impostos e subtraindo os subsídios aos produtos).⁷⁵ Usando o exemplo da empresa de cenografia, o VAB gerado seria de apenas US\$ 5 mil, pois o custo dos insumos intermediários no valor de US\$ 2 mil foi capturado pelo setor que produz o material de decoração.
- **Trabalho:** medido em termos equivalentes a uma pessoa que trabalha em tempo integral por um ano.⁷⁶

⁷³ O código internacional ISIC 59.1, que indica atividades cinematográficas, produção de vídeos e de programas de televisão, foi usado como base para o modelo. A definição da OCDE para esse código compreende “a produção de filmes em películas, fitas de vídeo, DVDs ou em outros suportes, incluindo a distribuição digital, a exibição em cinemas ou transmissão em televisão; e atividades complementares como edição, dublagem e outras. A compra e a venda de filmes, assim como os direitos de distribuição de outras produções cinematográficas, também está contemplada aqui.” (tradução livre).

A receita também inclui o setor de rádio. Dada a natureza dos dados, não é possível apresentar a receita do setor audiovisual excluindo o rádio. No entanto, presume-se que o rádio tenha apenas uma parcela pequena da receita total.

⁷⁴ The Motion Picture Association – Canada, 2019. “Economic Impact of Star Trek: Discovery” - <https://www.mpa-canada.org/wp-content/uploads/2019/10/MPA-Canada-Star-Trek-Discovery-FI.pdf>

⁷⁵ Office for National Statistics, 2022. “A guide to interpreting monthly gross domestic product” - <https://www.ons.gov.uk/economy/grossdomesticproductgdp/methodologies/aguidetointerpretingmonthlygrossdomesticproduct>

⁷⁶ Os valores de trabalho integral em geral são mais baixos do que os relatados pelas produções, visto que a produção de um filme ou série costuma durar menos de um ano. Por exemplo, dois trabalhos em tempo integral em uma produção de seis meses equivalem a um trabalho integral.

4.3 Uso de multiplicadores para calcular a contribuição econômica

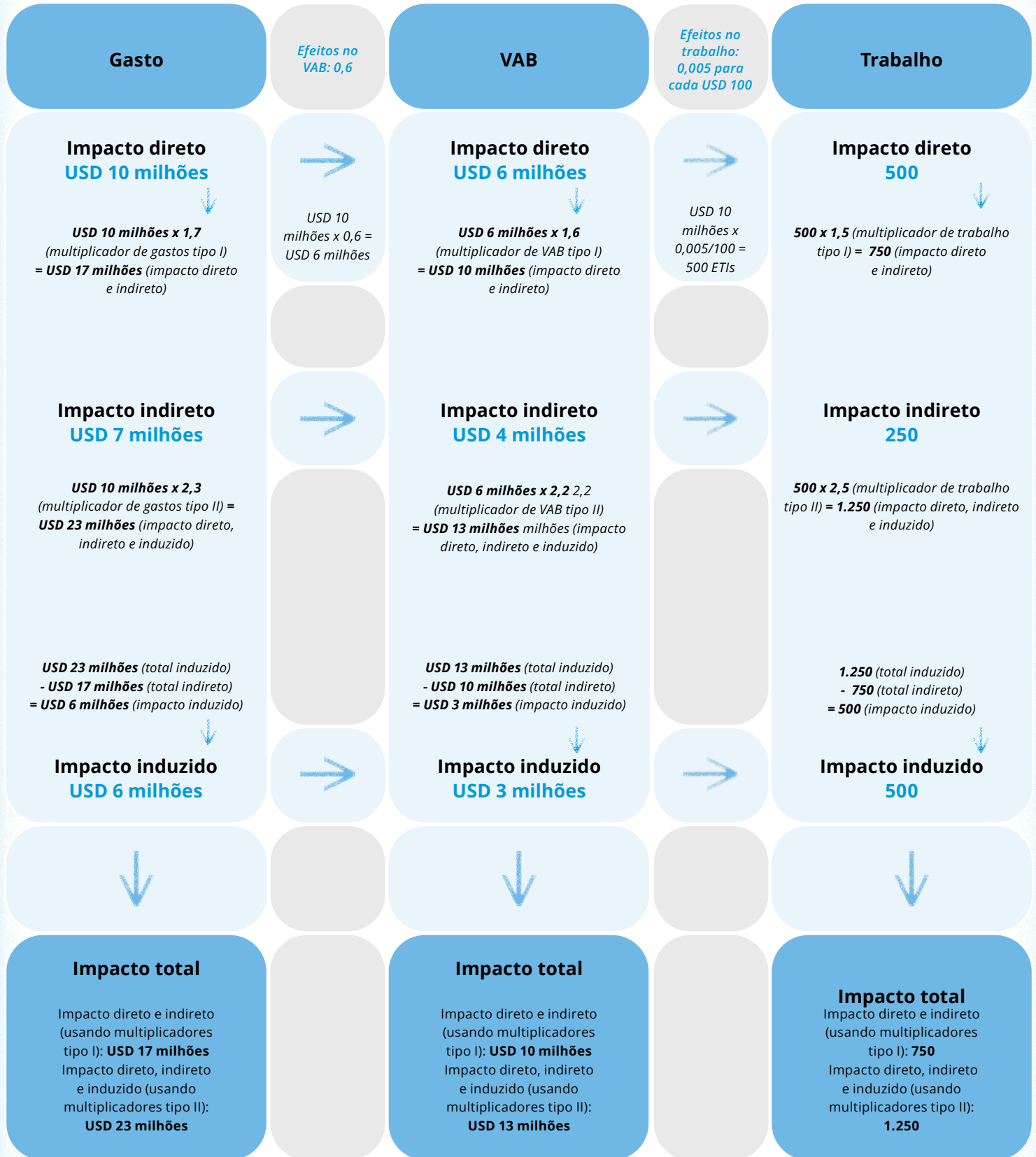
De acordo com um estudo feito pela Olsberg SPI (2020), um filme de orçamento baixo a médio custa entre US\$ 6 milhões e US\$ 20 milhões, e uma série de médio orçamento gira em torno de US\$ 13 milhões.⁷⁷ A ilustração a seguir exemplifica como os multiplicadores podem ser usados para calcular a contribuição econômica gerada pelo investimento de US\$ 10 milhões em uma produção de TV ou cinema de orçamento baixo a médio:

- O setor audiovisual aumenta os gastos em US\$ 10 milhões. Esse é o impacto dos gastos diretos.
- Aplicando a esse gasto de US\$ 10 milhões o multiplicador de impacto indireto ("Multiplicador de gastos tipo I") de 1,7, temos um gasto total de US\$ 17 milhões. Este é o impacto direto dos US\$ 10 milhões, mais o impacto indireto de US\$ 7 milhões na cadeia de suprimentos.
- Levando-se em conta o custo ilustrativo dos insumos intermediários no valor de US\$ 4 milhões, o aumento nos gastos de US\$ 10 milhões no setor audiovisual gera em torno de US\$ 6 milhões em VAB (isso é, o impacto direto no VAB). Multiplicar esses US\$ 6 milhões pelo multiplicador de VAB indireto que é 1,6 ("Multiplicador de VAB tipo I") dá uma contribuição total do VAB no valor de US\$ 10 milhões (isso é, o impacto direto de US\$ 6 milhões no VAB, mais o impacto indireto de US\$ 4 milhões no VAB).
- O aumento dos gastos em US\$ 10 milhões no setor audiovisual ainda gera cerca de 500 oportunidades de trabalho em tempo integral. Multiplicar os 500 postos de trabalho pelo multiplicador de trabalho indireto ("Multiplicador de trabalho tipo I") dá um total de 750 oportunidades de trabalho (o impacto direto de 500 postos mais o impacto indireto de 250).

⁷⁷ Olsberg SPI, 2020. "Global Screen Production – The impact of film and television production on economic recovery from COVID-19" - Global-Screen-Production-and-COVID-19-Economic-Recovery-Final-2020-06-25.pdf (squarespace.com)

FIGURA 5: EXEMPLO ILUSTRANDO O IMPACTO ECONÔMICO MAIS AMPLO DE GASTAR EM UMA PRODUÇÃO TÍPICA DE ORÇAMENTO BAIXO OU MÉDIO

INVESTIMENTO DE USD 10 MILHÕES NO SETOR AUDIOVISUAL PARA PRODUZIR UM FILME: Ⓞ



4.4 Multiplicadores para o setor audiovisual da Argentina, Brasil, Colômbia e México.

O cálculo dos multiplicadores para o setor audiovisual da Argentina, Brasil, Colômbia e México se baseia nos dados mais recentes disponíveis publicamente e pode ser usado por formuladores de políticas públicas para quantificar a contribuição econômica total dos gastos adicionais com o setor audiovisual. A análise ilustrativa a seguir demonstra o impacto de um aumento de US\$ 10 milhões nos gastos com o setor audiovisual, que é o valor aproximado de uma produção de orçamento baixo ou médio:

Resumo das descobertas:

- Os multiplicadores de impacto indireto (“Multiplicadores de gastos tipo I”) para o setor audiovisual dos quatro países variam entre 1,6 e 1,9 (isso é, implicações na cadeia de suprimentos).
- Os multiplicadores de impacto induzido (“Multiplicadores de gastos tipo II”) no setor audiovisual dos quatro países variam entre 2,1 e 3,0 (isto é, as implicações na cadeia de suprimentos e o aumento no consumo devido às remunerações mais altas).

Esses multiplicadores sugerem que:

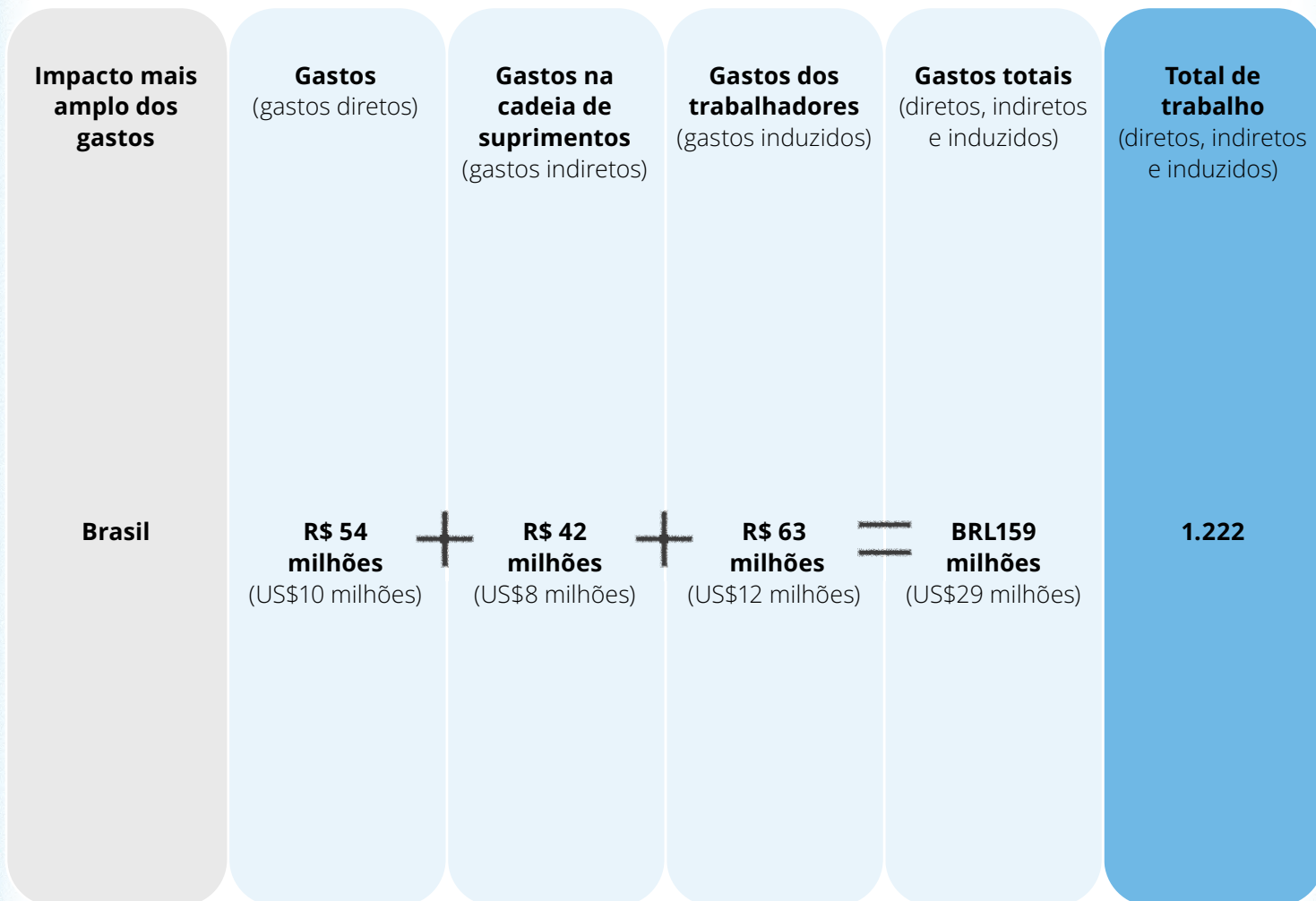
- Um aumento nos gastos no setor audiovisual da ordem de US\$ 10 milhões (gastos diretos) fomentaria outros US\$ 6 milhões a US\$ 9 milhões ao longo da cadeia de suprimentos e por meio do pagamento de remunerações (impacto dos gastos indiretos).⁷⁸
- Os gastos adicionais com o setor audiovisual levam à criação de mais oportunidades de trabalho: para cada 100 pessoas trabalhando em uma produção, mais 50-70 oportunidades de trabalho seriam geradas na economia em geral.

Esses números seriam ainda maiores ao levar em conta o impacto no aumento no consumo dos lares devido às remunerações maiores, aumentando a demanda de consumo e conseqüentemente levando ao aumento na produção de bens e serviços em toda a economia (impacto induzido dos gastos).

A Figura 6 destaca o impacto econômico amplo dos gastos em uma produção com orçamento de US\$ 10 milhões na Brasil, valores de 2021.

⁷⁸ O aumento ilustrativo de US\$ 10 milhões nos gastos foi escolhido porque reflete os custos de uma produção de cinema ou TV de orçamento baixo ou médio. De acordo com um estudo feito pela Olsberg SPI (2020), um filme de orçamento baixo a médio custa entre US\$ 6 milhões e US\$ 20 milhões, enquanto uma série de TV de orçamento médio gira em torno de US\$ 13 milhões.

FIGURA 6: O IMPACTO ECONÔMICO AMPLO DOS GASTOS EM UMA PRODUÇÃO COM ORÇAMENTO DE US\$ 10 MILHÕES NO BRASIL, VALORES DE 2021.



Segundo a figura, o aumento dos gastos no valor de R\$ 54 milhões (US\$ 10 milhões) em gastos diretos geraria:

- **Um aumento nos gastos na cadeia de suprimentos (gastos indiretos) de R\$ 42 milhões (US\$ 8 milhões)** - Multiplicando esse gasto de R\$ 54 milhões (US\$ 10 milhões) pelo multiplicador de impacto indireto ("Multiplicador de gastos tipo I") de 1,769, temos um gasto total de R\$ 96 milhões (US\$ 18 milhões). Este valor representa o impacto direto dos R\$ 54 milhões (US\$ 10 milhões), mais o impacto indireto na cadeia de suprimentos de R\$ 42 milhões (US\$ 8 milhões). Portanto, o aumento nos gastos com a cadeia de suprimentos é de R\$ 42 milhões (US\$ 8 milhões) - R\$ 96 milhões (US\$ 18 milhões), menos o impacto dos gastos diretos, que é de R\$ 54 milhões (US\$ 10 milhões).
- **Um aumento dos gastos dos trabalhadores (gastos induzidos) de R\$ 63 milhões (US\$ 12 milhões)** - Multiplicando esse gasto de R\$ 54 milhões (US\$ 10 milhões) pelo multiplicador de impacto induzido ("Multiplicador de gastos tipo II") de 2,935, temos um gasto total de R\$ 159 milhões (US\$ 29 milhões). Este valor representa o impacto direto dos R\$ 54 milhões (US\$ 10 milhões), mais o impacto indireto na cadeia de suprimentos de R\$ 42 milhões (US\$ 8 milhões), mais os gastos dos trabalhadores (gastos induzidos) de R\$ 63 milhões (US\$ 12 milhões). Então, o gasto adicional dos trabalhadores é de R\$ 63 milhões (US\$ 12 milhões), que são os gastos totais de R\$ 159 milhões (US\$ 29 milhões), menos os gastos diretos de R\$ 54 milhões (US\$ 10 milhões), menos os gastos na cadeia de suprimento (gastos indiretos) de R\$ 42 milhões (US\$ 8 milhões).
- **Total de 1.222 postos de trabalho (diretos, indiretos e induzidos)** - O aumento nos gastos de R\$ 54 milhões (US\$ 10 milhões) feito pelas empresas do setor audiovisual gera 490 oportunidades de trabalho em tempo integral. Multiplicando os 490 postos pelo multiplicador de trabalho indireto ("Multiplicador de trabalho tipo I") dá um total de 754 oportunidades de trabalho (o impacto direto de 490 mais o impacto indireto de 264). O total de vagas de trabalho é ainda maior quando se inclui o impacto induzido no aumento do consumo de 1.222 vagas de trabalho, ou seja, o "Multiplicador de trabalho tipo II" de 2,492 x 490 postos de trabalho.

Embora a magnitude do impacto varie entre os países (dependendo do tamanho e da estrutura de cada um), o padrão de impactos para os outros três países incluídos neste relatório será semelhante aos mostrados para o Brasil (consulte o Anexo para ver os resultados detalhados).



OPORTUNIDADES E AS PRINCIPAIS POLÍTICAS PARA O SETOR AUDIOVISUAL

O potencial de crescimento pode ser estimulado pelo aumento na capacidade de infraestrutura e também pelo desenvolvimento de competências, mais fomento e criação de regulamentações específicas para o setor



5.1 Oportunidades para o setor audiovisual

ENTRE AS PRINCIPAIS OPORTUNIDADES EM POTENCIAL PARA O SETOR AUDIOVISUAL NA AMÉRICA LATINA COMPARADAS AO MERCADO GLOBAL ESTÃO:

Os formuladores de políticas públicas e os atores do mercado audiovisual podem trabalhar juntos para identificar e explorar oportunidades, além de aproveitar as vantagens comparativas para desenvolver e fomentar o setor audiovisual na América Latina.

Apoio à especialização em efeitos visuais: o aumento na digitalização faz com que o setor audiovisual dependa menos dos centros tradicionais para algumas atividades, como os efeitos visuais (VFX). Devido ao rápido avanço nas tecnologias digitais, a animação e os efeitos visuais estão entre os segmentos que mais crescem na mídia global e no mercado de entretenimento. Como o trabalho de produção passou a ser mundial, as produtoras cinematográficas estão procurando locais que possam fornecer efeitos visuais de qualidade e também subsídios e incentivos, baixando os custos de produção.^{79, 80}

A Argentina e o México já mostram crescimento no setor de efeitos visuais. A proximidade na América Latina em relação aos EUA, com alguns fusos horários em comum, além das vantagens em termos de custos na produção de VFX, fazem com que seja interessante para as empresas norte-americanas e mundiais terceirizarem os efeitos visuais de suas produções para a região.

Aproveitar a vantagem do idioma e das narrativas locais: os serviços de streaming possibilitam a distribuição de conteúdo em espanhol para cerca de 560 milhões⁸¹ de falantes do idioma em todo o mundo, além dos mercados que falam outras línguas. Os lares latino-americanos, que antes só assistiam à TV, estão mudando rapidamente para o streaming. Pesquisas da Digital TV preveem que o número de assinaturas de serviços de VoD na América Latina vai aumentar de 53 milhões no final de 2020 para 116 milhões em 2025⁸². Fora na América Latina, a empresa de pesquisa de mercado Comscore descobriu que o número de lares hispânicos com uma assinatura de streaming nos EUA aumentou 41% entre 2019 e 2022, chegando a quase 14 milhões de residências hoje.⁸³ A mudança nos hábitos de consumo leva a um aumento cada vez maior na demanda por conteúdos de qualidade em espanhol.⁸⁴ Uma pesquisa feita pela empresa de pesquisa de consumo Horowitz descobriu que aproximadamente 45% das pessoas que assistem a conteúdo na América Latina acham que a qualidade do conteúdo disponível em espanhol não é tão boa quanto a do conteúdo em inglês.⁸⁵ Portanto, os países latino-americanos de língua espanhola poderiam aproveitar essa oportunidade para criar e fornecer conteúdo de qualidade em espanhol a fim de atender à demanda crescente por vários tipos de conteúdo de qualidade no mercado de língua espanhola.

Esta oportunidade pode se expandir ainda mais para os espectadores que não falam espanhol, já que a legendagem e a dublagem estão ganhando popularidade entre esse público.⁸⁶ Por exemplo, a série *La casa de papel* foi dublada do espanhol. Ela atraiu um público modesto quando foi exibida originalmente na TV espanhola, mas obteve sucesso mundial após ser lançada pela Netflix.⁸⁷

⁷⁹ Research and Markets, 2022. "Latin America Animation, VFX & Video Games Market Strategies, Trends & Opportunities Report 2022-2026" - <https://www.globenewswire.com/en/news-release/2022/05/05/2436423/28124/en/Latin-America-Animation-VFX-Video-Games-Market-Strategies-Trends-Opportunities-Report-2022-2026.html>

⁸⁰ LatinAmerican Post, 2019. "The reason why foreign animation companies are looking for Latin American talent" - The reasons why foreign animation companies are looking for Latin American talent - LatinAmerican Post

⁸¹ Forbes, 2021. "The U.S. has the second-largest population of Spanish speakers" - https://www.google.com/search?rlz=1C1GCEJ_enGB1007GB1007&q=560+spanish+speaker&sa=X&ved=2ahUKewjA_a691YD7AhXBiVwKHTVICecQ7xYoAHoECAYQAQ&biw=1280&bih=609&dpr=1.5

⁸² Digital TV, 2022. "Latin American SVOD market to double within five years" - <https://www.digitaltveurope.com/2021/03/08/latin-american-svod-market-to-double-within-five-years/>

⁸³ Digital TV, 2022. "Latin American SVOD market to double within five years" - <https://www.digitaltveurope.com/2021/03/08/latin-american-svod-market-to-double-within-five-years/>

⁸⁴ BELatina, 2022. "Audiência de streaming latino continua a crescer, abrindo oportunidades para conteúdo em espanhol" - <https://belatina.com/latino-streaming-audience-spanish-language-content/>

⁸⁵ Horowitz, 2022. "Media companies expanding Spanish-language content for growing Latinx Audiences" - <https://www.horowitzresearch.com/press/media-companies-expanding-spanish-language-content-for-growing-latinx-audiences/>

⁸⁶ BBC, 2021. "Young viewers prefer TV subtitles, research suggests" - <https://www.bbc.co.uk/news/entertainment-arts-59259964>

⁸⁷ Los Angeles Times, 2021. "Spanish-speaking audiences are a huge streaming market. Do media companies understand it?" - <https://www.latimes.com/entertainment-arts/business/newsletter/2021-05-04/spanish-language-tv-streaming-audiences-hollywood-netflix-the-wide-shot>

5.2 Desafios para o setor audiovisual na América Latina

Apesar do crescimento do setor audiovisual nos mercados latino-americanos e das oportunidades em potencial para essa indústria, relatórios feitos pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e pelo ThinkTank de Análisis y Creatividad de las TIC (TicTac) da Colômbia identificaram alguns desafios em comum enfrentados pelo setor na região. Superar esses desafios pode exigir mais apoio por parte dos responsáveis pelas políticas públicas e das partes interessadas do setor.

Além disso, de acordo com um relatório recente do Fundo Monetário Internacional (FMI), a região enfrenta desafios significativos, como menor crescimento econômico global, inflação persistente, baixo dinamismo na geração de trabalhos e aumento nas tensões sociais devido à crescente insegurança alimentar e energética.⁸⁹ Considerando os desafios econômicos da região, a implementação de políticas públicas e parcerias com agentes do mercado para fomentar o setor audiovisual pode ajudar o crescimento econômico como um todo.

ENTRE OS PRINCIPAIS DESAFIOS DO SETOR ESTÃO:



Tamanho e qualificação da mão de obra

Devido à natureza rápida das mudanças no setor audiovisual, as produtoras precisam inovar e digitalizar o tempo todo. A demanda crescente dos provedores e exibidores de VoD pela produção de conteúdo, além do crescimento no setor de animação e efeitos visuais na América Latina, aumentaram a demanda por mão de obra técnica e qualificada, especialmente na pós-produção.

O BID identificou a carência de mão de obra técnica, chamados de trabalhos “below the line” (BTL), no setor audiovisual para atender a esse aumento na demanda. Entre os cargos que mais precisam de mão de obra na América Latina estão: diretores de arte, profissionais de efeitos especiais, especialistas em efeitos visuais e coordenadores de dublês.⁹⁰ Em uma pesquisa realizada pelo BID, 58% dos mais de 400 produtores na região disseram que a América Latina atualmente não tem talentos com a capacidade técnica necessária para trabalhar em novas produções.⁹¹ Se quiser se manter competitiva e apoiar o crescimento e o desenvolvimento do setor audiovisual local, a América Latina precisa aumentar sua mão de obra técnica. Além disso, a habilidade digital e o aumento na diversidade da mão de obra do setor audiovisual serão fundamentais para que a região possa competir no mercado mundial. O TicTac também descobriu que os trabalhadores do setor audiovisual colombiano muitas vezes não têm conhecimento adequado de inglês, limitando suas oportunidades de entrar em projetos de coprodução com empresas internacionais.⁹²

⁸⁸ Tic Tac. On Think Tanks | Tanque de análisis y creatividad de las tic – tictac

⁸⁹ International Monetary Fund (IMF) Blog, 2022. “Shifting Global Winds Pose Challenges to Latin America” - <https://www.imf.org/en/Blogs/Articles/2022/07/27/blog-shifting-global-winds-pose-challenges-to-latin-america>

⁹⁰ Deloitte, 2022. “O futuro do vídeo no Brasil – Cenários e tendências para o mercado de streaming e broadcasting”

⁹¹ Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), 2021. “Behind the Camera: Creativity and Investment for Latin America and the Caribbean: lições aprendidas em uma conversa com os principais representantes do setor audiovisual” - <https://publications.iadb.org/en/behind-camera-creativity-and-investment-latin-america-and-caribbean-learnings-conversations-key>

⁹² Tictac, 2021. “Colombia Audiovisual: Audiovisual content production in Colombia” - diagramacion-colombia-audiovisual-ingles.pdf (ccit.org.co)

Infraestrutura



A presença de instalações de qualidade, como estúdios e locais para pós-produção, foi identificada pela empresa de consultoria Olsberg SPI como um dos principais fatores para atrair produtores internacionais. O crescimento na produção de conteúdo gera um aumento na demanda pela estrutura para as filmagens, como estúdios e locações. Por exemplo, um estudo feito pela Olsberg descobriu que São Paulo, um dos principais centros de produção do Brasil, tem uma capacidade de baixa para média em termos de estúdios de som especializados.⁹³ Essa limitação de capacidade impede que o setor cresça e alcance o seu potencial máximo. Isso significa que será necessário investir mais na infraestrutura de estúdios.

Além disso, investir em ferramentas baseadas na nuvem pode ajudar a América Latina a melhorar sua especialização em efeitos visuais. Recentemente, os estúdios de efeitos visuais e animação começaram a migrar para estações de trabalho virtuais e ferramentas baseadas na nuvem. Instalar uma estação de trabalho virtual geralmente exige apenas um dispositivo e uma conexão à internet, mas ela pode ser usada para tarefas pesadas, como animação em 3D ou simulação de partículas. As estações de trabalho virtuais têm uma vantagem em termos de custo quando comparadas aos estúdios físicos (isso é, são mais baratas) e não exigem tanto espaço. Elas também podem ser facilmente adaptadas às exigências de projetos específicos e atualizadas com os softwares mais recentes.⁹⁴

Pirataria



A distribuição ilegal de filmes e séries pela internet representa outro grande desafio para o setor audiovisual. Por exemplo, no México, sites com conteúdo pirata atraem 1,114 bilhão de visitas por ano, enquanto sites legalizados não passam de 545 milhões de visitas.⁹⁵ A pirataria custa milhões de dólares por ano ao setor e aos governos devido à perda de vendas e receitas com impostos. Estima-se que os sites de conteúdo pirata gerem perdas de US\$ 733 milhões por ano para as operadoras de plataformas legalizadas na América Latina.⁹⁶ Além disso, o compartilhamento de contas em plataformas de VoD aumentou nos últimos anos. Embora isso não seja necessariamente considerado pirataria, é um grande desafio para o setor.

O retorno mais baixo no investimento em produção causado pela pirataria pode levar à diminuição no orçamento das produções. Isso pode ser um problema para o conteúdo produzido com o intuito de ser assistido e distribuído predominantemente na América Latina. Hoje em dia, é difícil encontrar a origem do conteúdo pirata e os sites costumam implementar medidas técnicas para evitar que sejam descobertos.⁹⁷

⁹³ Olsberg SPI, 2022. "Auditoria de Capacidade e Infraestrutura de produção (ACIP) para a Grande São Paulo" - <http://spcine.com.br/wp-content/uploads/SPI-Spcine-Study-Final-Report-1.pdf>

⁹⁴ "Before & afters, 2022. "How VFX and animation studios are using virtual workstations today"- <https://beforeandafters.com/2020/07/22/how-vfx-and-animation-studios-are-using-virtual-workstations-today/>

⁹⁵ El Universal, 2020. "Mexicanos prefieren sitios piratas de contenidos digitales"- Mexicanos prefieren sitios piratas de contenidos digitales (eluniversal.com.mx)

⁹⁶ El Universal, 2020. "Mexicanos prefieren sitios piratas de contenidos digitales"- Mexicanos prefieren sitios piratas de contenidos digitales (eluniversal.com.mx)

⁹⁷ Tictac, 2021. "Colombia Audiovisual: Audiovisual content production in Colombia" - diagramacion-colombia-audiovisual-ingles.pdf (ccit.org.co)



Ambiente regulatório

A América Latina oferece diversas vantagens para que as produtoras estrangeiras atuem na região, como custos relativamente baixos e paisagens variadas, que vão de praias e montanhas a florestas e ambientes urbanos. A região também fica geograficamente próxima dos EUA, o principal mercado de audiovisual do mundo. Contudo, a América Latina enfrenta desafios econômicos que a deixam menos estável e segura, quando comparada a outros locais. Por exemplo, um ambiente de inflação em alta e incerteza regulatória pode dissuadir as produções estrangeiras de atuar na região.

Em alguns países latino-americanos, as estruturas regulatórias estão ultrapassadas, impedindo que as produtoras e provedores de VoD expandam suas operações na região. Por exemplo, o Brasil criou a lei do SeAC em 2011⁹⁸ com objetivo de abrir o mercado a novos competidores e estimular a produção local. Contudo, as mudanças substanciais enfrentadas pelo setor desde que a lei foi aprovada e o surgimento dos fornecedores de VoD deixaram a legislação ultrapassada. A proibição da propriedade cruzada entre operadoras e produtoras de TV, as cotas obrigatórias de conteúdo nacional para distribuidoras e produtoras, bem como os impostos que se aplicam apenas às operadoras dificultam a colaboração entre operadoras e provedores de streaming.⁹⁹

Além disso, alguns países latino-americanos são extremamente burocráticos. Os pedidos de visto de trabalho para atores e técnicos das empresas de coprodução podem exigir muito tempo e a diferença de processamento dentro da região pode levar a atrasos na produção.

5.3 Principais políticas

Os formuladores de políticas públicas, em conjunto com os principais agentes do mercado audiovisual, podem ajudar a superar esses desafios desenvolvendo políticas e iniciativas para fomentar o crescimento do setor. Uma abordagem estratégica e coordenada feita pelos governos nacionais, com foco em um pacote de políticas públicas voltado para diversas áreas a fim de promover o desenvolvimento da indústria como um todo pode ter mais sucesso do que políticas voltadas para questões específicas do setor audiovisual. Além disso, essa abordagem enviaria um forte sinal às empresas nacionais e internacionais de que os governos querem promover e desenvolver o setor.

A Colômbia está entre os países da OCDE que mais gastam em cultura. O governo colombiano tem políticas direcionadas ao crescimento do setor criativo, como isenção de impostos para a economia criativa (criada em 2018) e incentivos fiscais voltados para investidores.

⁹⁸ Lexology, 2020. "In brief: media law and regulation in Brazil" - <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=4331d9b4-0d13-4f74-88d5-fb0de753b00f>

⁹⁹ Deloitte, 2022. "O futuro do vídeo no Brasil – Cenários e tendências para o mercado de streaming e broadcasting"

Colômbia: uma abordagem política holística

O Plano Nacional de Desenvolvimento (PND) 2018-2022 para a Colômbia incluiu a economia criativa em seus objetivos, reconhecendo a importância do setor na criação de trabalhos, renda e na geração de riqueza, além do estímulo ao desenvolvimento local. O plano é estruturado em torno de sete pilares:¹⁰⁰

1

Informação: estratégias para gerar informações, dados e conhecimentos sobre o setor, além de fortalecer o diálogo entre a cultura, a criatividade, a economia e o desenvolvimento sustentável para aumentar a precisão das políticas públicas em nível nacional e local.

2

Instituições: estratégias para criar novos instrumentos financeiros e ferramentas de coordenação a fim de facilitar o acesso às oportunidades financeiras.

3

Infraestrutura: estratégias para criar e melhorar os bens públicos e a infraestrutura já existente para a cultura, mobilizando fundos de fontes variadas e usando parcerias interministeriais.

4

Indústria: estratégias para reforçar o empreendedorismo e o ecossistema da economia criativa por meio do apoio às políticas públicas.

5

Integração: estratégias para aumentar a integração das cadeias de valor e a circulação de bens e serviços culturais e criativos por meio de plataformas de networking, assistência à exportação e turismo.

6

Inclusão: estratégias para desenvolver habilidades e a capacitação por meio de políticas que atendam às necessidades dos trabalhadores da economia criativa (o Serviço Nacional de Aprendizaje (SENA), por exemplo, adapta seus programas para a cultura).

7

Inspiração: estratégias para aumentar a produção e a inovação nos bens e serviços culturais e criativos por meio do apoio à formação de plateias, à propriedade intelectual e o reforço nos programas de bolsa para produtores culturais.

¹⁰⁰OCDE, 2017. "Culture and the Creative Economy in Colombia – Leveraging the Orange Economy" - Culture and the Creative Economy in Colombia: Leveraging the Orange Economy | Local Economic and Employment Development (LEED) | OECD iLibrary (oecd-ilibrary.org)

Embora as políticas desta seção abordem os desafios específicos discutidos na seção 5.1, eles provavelmente serão mais eficazes para desenvolver o setor se forem combinadas com políticas voltadas para outros desafios.

OS TEXTOS A SEGUIR MOSTRAM ALGUMAS DAS PRINCIPAIS POLÍTICAS QUE FORAM IDENTIFICADAS:



Mão de obra e competências

Investimento em educação: o investimento na educação de qualidade e em programas voltados para vocações técnicas pode ajudar a superar o déficit de formação e atender à crescente demanda global por mão de obra técnica, além de melhorar a diversidade na mão de obra do setor.¹⁰¹ Alguns exemplos desse tipo de investimento:

- O oferecimento de oportunidades de aprendizado para jovens ajuda a reduzir o desemprego nessa faixa etária, que estava em uma média de 28,6% na Argentina, Brasil e Colômbia em 2021.¹⁰²
- Iniciativas que apoiem grupos minorizados, como mulheres, pessoas negras, comunidades indígenas e pessoas LGBTQ+ para fomentar narrativas mais diversas.
- Apoio financeiro, como bolsas para pessoas em situação de vulnerabilidade social a fim de aumentar a diversidade no setor.
- A criação de cursos técnicos relacionados à produção (como cinema, TV, animação e efeitos visuais) para aumentar o número de trabalhadores técnicos no setor, e também cursos de inglês para superar as barreiras linguísticas e aumentar as oportunidades de trabalho em produtoras internacionais.
- Qualificação ou requalificação de profissionais experientes por meio de cursos técnicos e workshops que estimulem o aprendizado contínuo.

Parcerias público-privadas são uma forma de financiar iniciativas de treinamento e garantir que programas educacionais forneçam as habilidades necessárias para que indivíduos possam competir no mercado global. As iniciativas de aprendizado profissional podem ajudar pessoas a fazer carreira no setor, com foco potencial nos jovens em situação de vulnerabilidade social ou grupos subrepresentados. Alguns exemplos dessas iniciativas são: estágios, oportunidades de trabalho como aprendiz ou trabalhos em meio período.

¹⁰¹Exibidor, 2021. "O ponto fraco na cadeia produtiva audiovisual: a capacitação de mão de obra técnica na América Latina" - Portal Exibidor - O ponto fraco na cadeia produtiva audiovisual: a capacitação de mão de obra técnica na América Latina

¹⁰² Banco Mundial, 2021. "Unemployment, youth total (% of total labour force ages 15-24) (modelled ILO estimate)" - <https://data.worldbank.org/indicador/SL.UEM.1524.ZS>



Potrero Digital na Argentina

Potrero Digital é uma iniciativa de treinamento lançada em 2018 com objetivo de educar e ajudar pessoas em situação de vulnerabilidade social. O programa fornece habilidades digitais aos moradores da região de modo a atender à carência de talentos para criar animações para o cinema. Desde 2018, o programa gerou 1.300 certificações e 500 de seus graduados já estão empregados no setor.¹⁰³

O Centro Latino-americano de Treinamento e Assessoria Audiovisual

O Centro Latinoamericano de Treinamento e Assessoria Audiovisual (LATC), em parceria com o Sindicato Interestadual dos Trabalhadores na Indústria Cinematográfica e do Audiovisual, os cursos de cinema da ABC e a indústria local, organizou uma iniciativa de treinamento com o intuito de fornecer cursos remotos para profissionais de países latino-americanos, como Brasil, Argentina, Colômbia e México. O programa abordou tópicos como direção de arte, desafios digitais nos sets de filmagem e efeitos visuais.¹⁰⁴



¹⁰³The Index Project, 2021. "Potrero Digital – Fostering digital skills in youth in a digital way" - Potrero Digital - The Index Project

¹⁰⁴Latin American Training Center, 2022. - <https://latamtrainingcenter.com/>

Incentivos e Infraestrutura



Incentivos à produção: os incentivos ao cinema ou à produção (isso, é, descontos e créditos dados pelo governo da cidade, estado ou município para que empresas filmem em um determinado local) pode atrair produtoras globais para a América Latina e promover o crescimento do setor audiovisual local. As empresas geralmente precisam atender a determinados requisitos ou condições a fim de receber os reembolsos em dinheiro, que podem ser usados para promover vários objetivos do setor.¹⁰⁵ Exemplos dessas exigências:

- Filmar em determinado território, como uma cidade ou região, o que pode fomentar a criação de centros de criatividade e produção dentro de um país.
- Fazer parcerias com uma produtora local, o que pode desenvolver e fomentar o setor audiovisual da região.
- Oferecer iniciativas de treinamento e educação, que podem desenvolver habilidades na mão de obra local.

Estudo de caso para investimento em infraestrutura: é preciso investir na expansão da tecnologia e infraestrutura existentes, como estúdios e estações de trabalho virtuais para atender à crescente demanda global pela produção de conteúdo. O investimento em infraestrutura por parte do governo ou das empresas pode ser estimulado por um estudo de caso baseado em evidências que identifique os possíveis benefícios sociais e econômicos de gastar mais no setor.

Também é possível desenvolver programas para auxiliar a implementação de distritos criativos fora das capitais, como fornecer moradia acessível, subsidiar aluguéis de espaços para oficinas, incentivos fiscais e apoio a startups e serviços de desenvolvimento de empresas. Por exemplo, o governo mexicano desenvolveu uma política para criar a Cidade Criativa Digital (CCD), que beneficiou a cidade de Guadalajara dentro de uma política ampla com o intuito de promover o setor audiovisual como fonte de desenvolvimento urbano e sustentável.¹⁰⁶

¹⁰⁵ Mincultura, 2018-2019. "Anuario estadístico del cine", AnuarioEstadisticoCine20182019.pdf (mincultura.gov.co)

¹⁰⁶ OCDE, 2021. "Culture and the Creative Economy in Colombia: Leveraging the Orange Economy – 3. Creative district policy - 3. Creative district policy in Colombia | Culture and the Creative Economy in Colombia: Leveraging the Orange Economy | OECD iLibrary (oecd-ilibrary.org)

Colômbia: incentivos à produção

A Colômbia oferece incentivos à produção na forma de créditos transferíveis para deduções de impostos e “cash rebates” (isso é, o governo fornece um reembolso em dinheiro às produtoras estrangeiras para que filmem na Colômbia), atraindo produtoras internacionais nos últimos anos. Este foi um dos principais fatores para o recente crescimento do setor audiovisual na região. Em 2012, o país estabeleceu a Lei 1556, que oferece um reembolso de até 40% em serviços cinematográficos relacionados a pré-produção, produção ou pós-produção. Além disso, os serviços de logística cinematográfica, como bufê e transportes recebem um reembolso de até 20% sobre seus custos. Para receber os incentivos, as produtoras precisam trabalhar com uma empresa colombiana.¹⁰⁷



Brasil: cidade de São Paulo

Em 2021, São Paulo, uma das cidades mais importantes e centro de produção do Brasil, definiu um programa de “cash rebate” a fim de atrair produções para a cidade. A cidade oferece um reembolso de 30% dos custos de produção às produtoras caso São Paulo seja a locação escolhida para as filmagens. A produção de duas séries de TV e um filme se beneficiou do primeiro reembolso em 2021, que gerou aproximadamente 14 mil trabalhos na cidade.¹⁰⁸



¹⁰⁷ La cultura es de todos, Mincultura, 2018-19. “Anuario Estadístico del cine” - AnuarioEstadisticoCine20182019.pdf (mincultura.gov.co)

¹⁰⁸ Kemps Film TV Video (KFTV), 2022. “Sao Paulo extends 30% incentives for another year” - São Paulo extends 30% incentive for another year | KFTV

Pirataria



Combate à pirataria: a colaboração entre o setor audiovisual e o governo em medidas para combater a pirataria aumentou o retorno sobre o investimento e o valor do financiamento disponível para expansão. Esta colaboração pode incluir:

- Aumento na pesquisa e desenvolvimento (P&D) de tecnologias de detecção, incluindo o uso de blockchain para reduzir a pirataria de conteúdo.¹⁰⁹
- Regulamentação que permita às operadoras usarem tecnologias como bloqueio administrativo e blockchain para identificar imediatamente a violação de propriedade intelectual.

Ambiente regulatório



Regulamentação: a estrutura regulatória precisa ser adequada e alinhada aos avanços tecnológicos e aos requisitos do setor audiovisual, que mudam com rapidez. Ela deve ser analisada e atualizada regularmente, além de ser pensada para beneficiar todos os integrantes do mercado. Considerando a dinâmica do mercado, as regulamentações baseadas em princípios podem ser mais adequadas do que as baseadas em regras, visto que têm mais flexibilidade. A regulamentação baseada em regras muitas vezes corre o risco de ficar ultrapassada em mercados que mudam rapidamente, enquanto a regulamentação baseada em princípios pode atender melhor às mudanças no setor.¹¹⁰ Uma estrutura regulatória bem elaborada pode ajudar nas seguintes áreas:

- **Incentivar o desenvolvimento de um ecossistema eficiente de produção:** conforme mencionado anteriormente, a produção, a infraestrutura e outras necessidades do setor podem ser alvo de programas governamentais para desenvolver um ecossistema eficiente de produtoras locais.
- **Redução de barreiras:** diminuir as barreiras à cooperação entre exibidores e provedores de VoD que restringem o crescimento do mercado, como as leis de cotas de conteúdo nacional e as que proíbem a propriedade cruzada entre operadoras e produtoras de TV.
- **Redução na burocracia:** simplificar os processos para facilitar a movimentação de pessoas e bens necessários para a produção (aprovação de vistos de trabalho para atores e técnicos das empresas de coprodução, além de flexibilização para obtenção dos equipamentos de filmagem).

¹⁰⁹ SMPTE, 2020. "Blockchain: A comprehensive solution for film production and distribution" - <https://www.smpete.org/blog/blockchain-comprehensive-solution-film-production-and-distribution>

¹¹⁰ Ofcom, 2022. "Rule-based versus principle-based regulation – is there a clear front-runner?" - <https://www.kftv.com/news/2022/05/18/sao-paulos-film-and-av-company-spcine-announces-second-edition-of-cash-rebate>



CONCLUSÃO

Os responsáveis pelas políticas públicas devem considerar o impacto econômico mais amplo do setor audiovisual ao elaborar intervenções políticas para fomentar o crescimento do setor

Conclusão

O setor audiovisual pode ser um dos grandes motores do crescimento econômico na América Latina, considerando a demanda global por diversos conteúdos locais e de qualidade. Embora a importância sociocultural do setor seja amplamente reconhecida, o impacto econômico mais amplo muitas vezes é mal compreendido, porque boa parte dos gastos das empresas que fazem parte dessa indústria ocorre em outros setores. Na Argentina, Brasil, Colômbia e México, mais de dois terços do total de gastos acontecem em outros setores dentro da cadeia de suprimentos do audiovisual, como serviços técnicos e artísticos, além de atividades administrativas e financeiras.

Os gastos das empresas que fazem parte do setor audiovisual podem gerar benefícios econômicos ao longo de sua cadeia de suprimentos e também por meio do aumento na renda dos lares. Além disso, diversas atividades da cadeia de suprimentos dependem de capital humano, e por isso acabam gerando oportunidades de trabalho dentro e fora do setor criativo. O setor audiovisual também tem o potencial de criar efeitos de transbordamento que geram outros benefícios econômicos, como o aumento do turismo nos locais de filmagem.

A quantificação desses benefícios econômicos mais amplos pode ajudar os responsáveis pelas políticas públicas a tomar decisões, complementando a compreensão do impacto cultural causado pelas políticas voltadas para o setor. Este relatório mostrou como os multiplicadores podem ser usados para quantificar o impacto direto, indireto e induzido dos gastos no setor audiovisual. O relatório descobriu os seguintes pontos nos quatro países (Argentina, Brasil, México, Colômbia):

- Um aumento de gastos no valor de US\$ 10 milhões feito pelas empresas que fazem parte do setor audiovisual (gastos diretos) gera entre US\$ 6 milhões a US\$ 9 milhões de gastos ao longo da cadeia de suprimentos e também por meio do pagamento de salários mais altos (impacto indireto dos gastos).
- Os gastos adicionais no setor audiovisual geram mais trabalho: para cada 100 oportunidades de trabalho em uma produção, entre 50 e 70 estão em postos em outros setores da economia.
- Os benefícios econômicos seriam ainda maiores ao levar em consideração o impacto no consumo doméstico devido às remunerações mais altas, que aumentam a demanda e a produção de bens e serviços em vários setores (impacto induzido dos gastos).

Além disso, políticas públicas bem feitas e o apoio do setor privado podem ajudar o audiovisual a enfrentar alguns de seus desafios mais urgentes, como a carência de mão de obra, a limitação na infraestrutura e a pirataria:

- **Investimento em educação:** expandir programas de educação de qualidade e treinamento técnico vocacional, além de fomentar a diversidade no setor.
- **Parcerias público-privadas:** identificar as áreas em que há carência de mão de obra no setor e criar programas de treinamento para supri-la.
- **Incentivos à produção:** atrair produtoras globais para a região e/ou promover o crescimento do setor audiovisual nacional por meio de incentivos às produtoras.
- **Investimento em infraestrutura:** modernizar e expandir a infraestrutura atual de produção.
- **Regulamentação:** melhorar a cooperação entre agentes do mercado, reduzir a burocracia e combater a pirataria por meio da criação de um arcabouço regulatório alinhado com os avanços tecnológicos e com a natureza mutável do setor audiovisual.



ANEXOS

Os anexos a seguir fornecem um resumo dos principais valores para cada um dos países incluídos neste relatório.

O relatório se baseia em dados de várias fontes, entre elas:

- Dados de fontes disponíveis publicamente na internet, como relatórios para a imprensa e registros corporativos.
- Passport International EuroMonitor.
- Matrizes de insumo-produto da OCDE.
- Agências nacionais de estatística, incluindo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e o Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).

As estimativas de receita incluem o rádio e excluem a distribuição em cinemas. Dada a natureza dos dados, não é possível apresentar a receita do setor audiovisual excluindo o rádio. No entanto, presume-se que o rádio tenha apenas uma parcela pequena da receita total.

Os institutos nacionais de estatísticas usam sistemas de classificações diferentes para os setores econômicos. Embora esses sistemas de classificação sejam comparáveis no geral, a classificação dos subsetores pode ser diferente, o que pode levar à alocação das receitas com a produção audiovisual para outros setores, como o de telecomunicações.

Mais detalhes sobre a metodologia usada para estimar os multiplicadores estão disponíveis em:

<https://www2.deloitte.com/mx/es/MultiplicadoresEconomicos.html>

www.deloitte.com/br/multiplicadoresaudiovisuais

www.deloitte.com/br/screenindustrymultipliers

Argentina

O tamanho do setor audiovisual

- Em 2021, o setor audiovisual da Argentina¹¹¹ gerou uma receita total de **ARS\$ 406 bilhões** (US\$ 4,274 bilhões).
- A produção de filmes teve uma receita de **ARS\$ 81,896 bilhões** (US\$ 861 milhões) em 2021.¹¹²
- Em 2021, a Argentina gastou cerca de **ARS\$ 288 bilhões** (US\$ 3,034) na produção de conteúdo.¹¹³
- Em 2018, o setor audiovisual¹¹⁴ gerou cerca de **90.000 oportunidades de trabalho**, o equivalente a **0,45%** do total da força de trabalho nacional.¹¹⁵

RECEITA DO SETOR AUDIOVISUAL E GASTOS COM CONTEÚDO EM MILHÕES DE ARS (PREÇOS REAIS BASEADOS EM 2021)

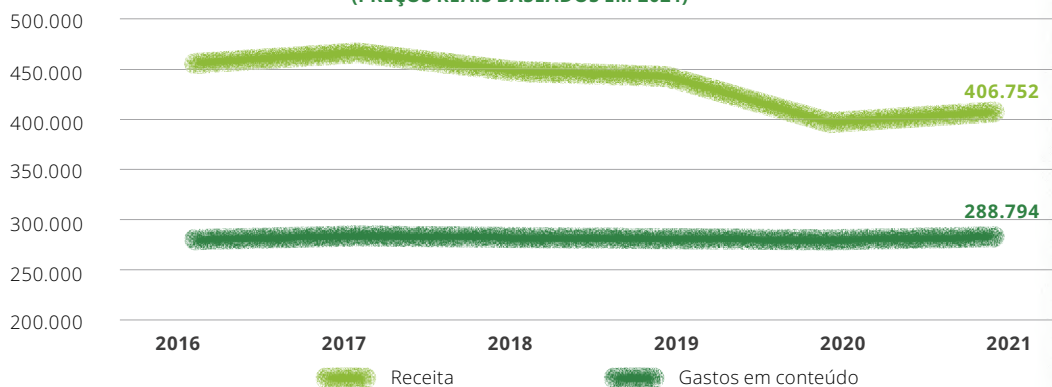


FIGURA 7: MULTIPLICADORES ECONÔMICOS PARA O SETOR AUDIOVISUAL NA ARGENTINA

País	Multiplicador de gastos		Efeitos no VAB	Multiplicador de VAB		Efeito nos trabalhos	Multiplicador de trabalho	
	Tipo I (indireto)	Tipo II (induzido)	VAB por unidade de moeda local	Tipo I (indireto)	Tipo II (induzido)	Por X unidades de moeda local	Tipo I (indireto)	Tipo II (induzido)
Argentina	1,859	2,959	0,495	1,888	3,027	0,00002 por ARS 100	1,731	2,869

¹¹¹ Os dados são referentes à produção de filmes, rádio e TV.

¹¹² Passport – Euromonitor internacional, 2022. “Production turnover (USD Dollars) – Argentina”

¹¹³ O gasto com conteúdo foi estimado usando a margem de lucro média do Brasil e do México, que depois foi aplicada à receita do setor audiovisual argentino.

¹¹⁴ Os dados se referem ao setor audiovisual, de transmissão e publicação. Dados mais recentes não estão disponíveis.

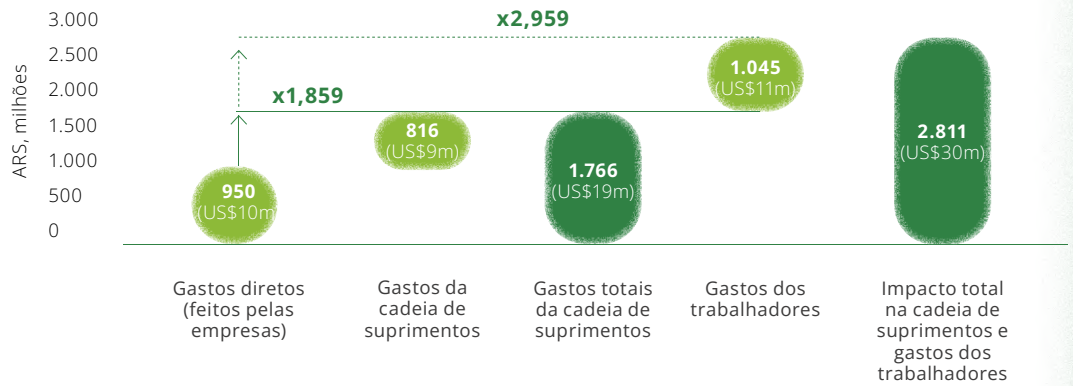
¹¹⁵ OCDE, 2018. “Trade in employment (TIM) 2021 ed.” - Input-Output Tables (IOTs) 2021 ed. (oecd.org)

GoogleTrends, 2022. “The Book of Murder by Guillermo Martinez” - The Book of Murder - Explore - Google Trends

Argentina

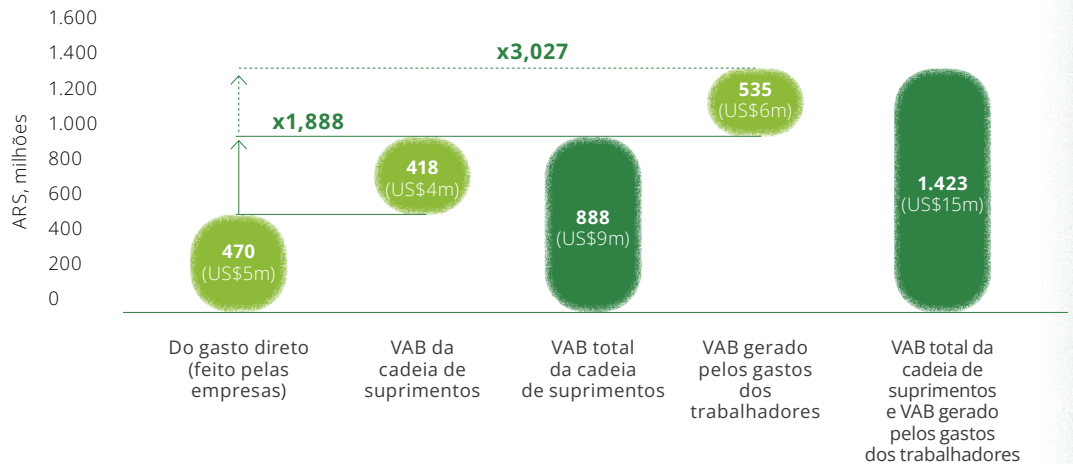
Gastos: um aumento nos gastos de **AR \$ 950 milhões** (US\$ 10 milhões) no setor audiovisual (isto é, gastos diretos) gera um gasto total de **AR\$ 1,766 bilhão** (US\$ 19 milhões), considerando o impacto indireto na cadeia de suprimentos (gastos indiretos) de **AR\$ 816 milhões** (US\$ 9 milhões) baseado em um multiplicador tipo I. O gasto total é ainda maior quando se inclui os gastos dos trabalhadores (gastos induzidos) baseados em um multiplicador tipo II, que são de **AR\$ 1,045 bilhão** (US\$ 11 milhões). Gasto total (diretos, indiretos e induzidos): **AR\$ 2,811 bilhões** (US\$ 30 milhões).

EFEITO CASCATA DOS GASTOS



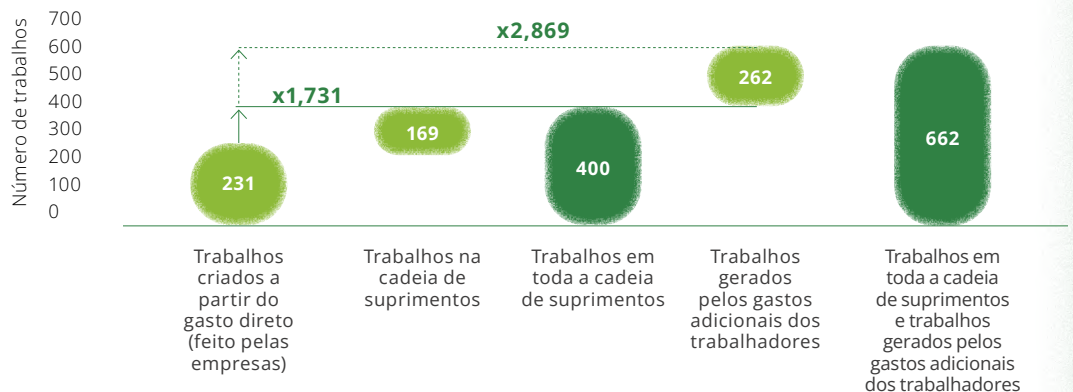
VAB: gastos adicionais de **AR\$ 950 milhões** (US\$ 10 milhões) no setor audiovisual geram **AR\$ 470 milhões** (US\$ 5 milhões) de valor agregado na cadeia de suprimentos, ou seja, 0,495 x ARS \$ 950 milhões (0,495 x US\$ 10 milhões). Isso, por sua vez, leva a um aumento de **AR\$ 418 milhões** (US\$ 4 milhões) no VAB indireto, ou seja, 0,888 de ARS \$ 470 milhões (0,888 x US\$ 5 milhões) ou um VAB total de **AR\$ 888 milhões** (US\$ 9 milhões), que equivale a 1,888 x ARS \$ 470 milhões (1,888 x US\$ 5 milhões), uma vez que o impacto indireto na cadeia de suprimentos é levado em consideração. O VAB total é ainda maior quando se inclui o impacto induzido no aumento do consumo devido aos gastos dos trabalhadores (gastos induzidos), que é de **AR\$ 1,423 bilhão** (US\$ 15 milhões), ou seja, 3,027 x ARS \$ 470 milhões (US\$ 5 milhões).

VALOR ADICIONADO BRUTO (VAB) GERADO PELOS GASTOS

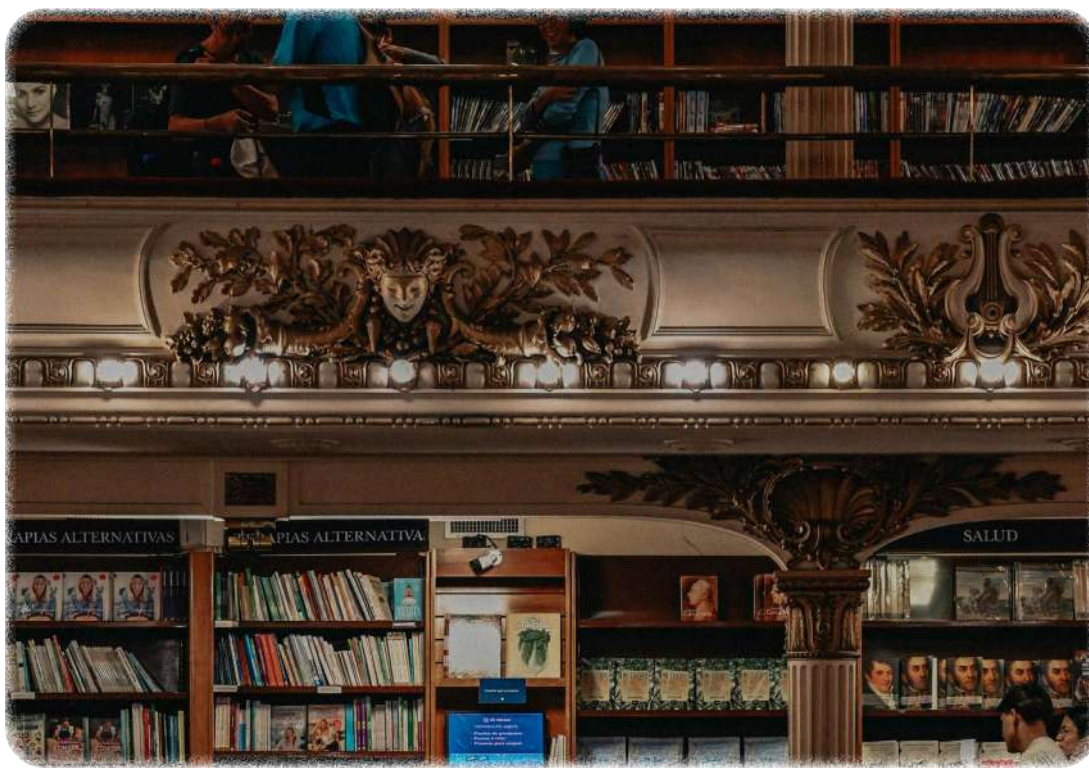


Trabalho: gastos de **AR\$ 950 milhões** (US\$ 10 milhões) no setor audiovisual criam **231 oportunidades de trabalho** na cadeia de suprimentos, ou seja, (0,243/ ARS \$ 1 milhão) x ARS \$ 950 milhões. Isso, por sua vez, leva a **169 oportunidades de trabalho adicionais**, ou seja, 0,731 x 231 postos de trabalho, ou um total de **400 trabalhadores**, que equivale a 1,731 x 231 postos de trabalho, uma vez que o impacto indireto na cadeia de suprimentos é levado em consideração. O total de oportunidades de trabalho é ainda maior quando se inclui o impacto induzido no aumento do consumo devido aos gastos dos trabalhadores, que é de **662 postos de trabalho**, ou seja, 2,869 x 231 trabalhadores.

TRABALHOS CRIADOS PELOS GASTOS



Exemplo de efeitos de transbordamento



AUMENTO DO INTERESSE POR LIVROS APÓS O LANÇAMENTO DO FILME

“*A Ira de Deus*”, suspense psicológico dirigido pelo argentino Sebastián Schindel, é uma adaptação do livro argentino “*La Ira de Dios*” de Guillermo Martínez. O número de pessoas interessadas no livro cresceu logo após o lançamento do filme na Netflix em 15 de junho de 2022. As buscas aumentaram em 33 vezes na semana seguinte ao lançamento em comparação com a média de buscas semanais em 2021.¹¹⁶ Com base na pesquisa de Lehmann (2016) sobre tendências de busca, o aumento na atividade de busca provavelmente levou a um crescimento nas vendas do livro.¹¹⁷

¹¹⁶ GoogleTrends, 2022. “The Book of Murder by Guillermo Martinez” - The Book of Murder - Explore - Google Trends

¹¹⁷ University of Twente Student theses, 2016. “Predicting the sales figures of TVs using data from Google Trends” - Predicting the sales figures of TVs using data from Google Trends - University of Twente Student Theses (utwente.nl)

Brasil

O tamanho do setor audiovisual

- Em 2021, o setor audiovisual do Brasil¹¹⁸ gerou receita total de **R\$ 56,936 bilhões** (US\$ 10,554 bilhões).¹¹⁹
- Produção de filmes representou **R\$ 6,182 bilhões** (US\$ 1,146 bilhão) de receita em 2021.¹²⁰
- Em 2021, o Brasil gastou cerca de **R\$ 52,180 bilhões** (USD 9,672 bilhões) em produção de conteúdo.^{121, 122}
- Em 2020, o setor audiovisual gerou cerca de **111.331 oportunidades de trabalho**, o equivalente a **0,12%** do total da força de trabalho nacional.¹²³

RECEITA DO SETOR AUDIOVISUAL E GASTOS COM CONTEÚDO EM MILHÕES DE BRL (PREÇOS REAIS BASEADOS EM 2021)

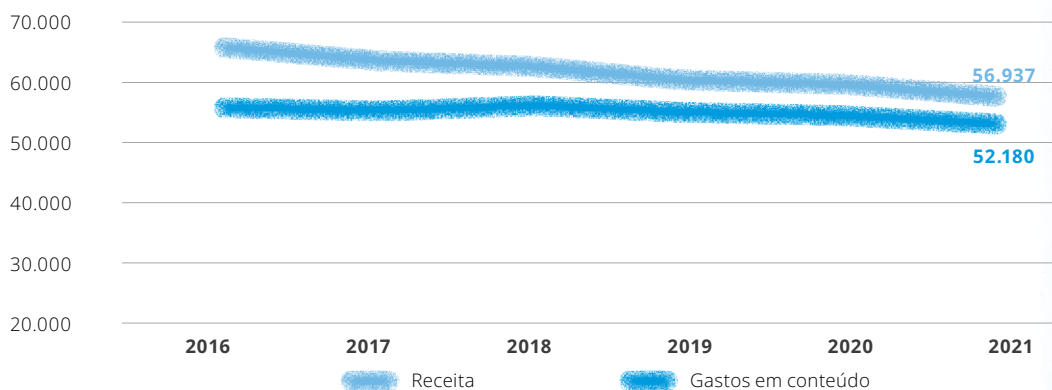


FIGURA 8: MULTIPLICADORES ECONÔMICOS PARA O SETOR AUDIOVISUAL NO BRASIL

País	Multiplicador de gastos		Efeitos no VAB		Multiplicador de VAB		Efeito nos trabalhos		Multiplicador de trabalho	
	Tipo I (indireto)	Tipo II (induzido)	VAB por unidade de moeda local	Tipo I (indireto)	Tipo II (induzido)	Por X unidades de moeda local	Tipo I (indireto)	Tipo II (induzido)		
Brasil	1,769	2,935	0,547	1,702	2,742	0,0009 por BRL 100	1,538	2,492		

¹¹⁸ Os dados são referentes ao setor de “produção de filmes, rádio e TV”.

¹¹⁹ O declínio do setor audiovisual brasileiro no ano passado foi impulsionado principalmente pela redução dos assinantes de TV paga, investimento público e receita de bilheteria devido à Covid-19.

¹²⁰ Passport – Euromonitor international, 2022. “Production turnover (USD Dollars) – Brazil”

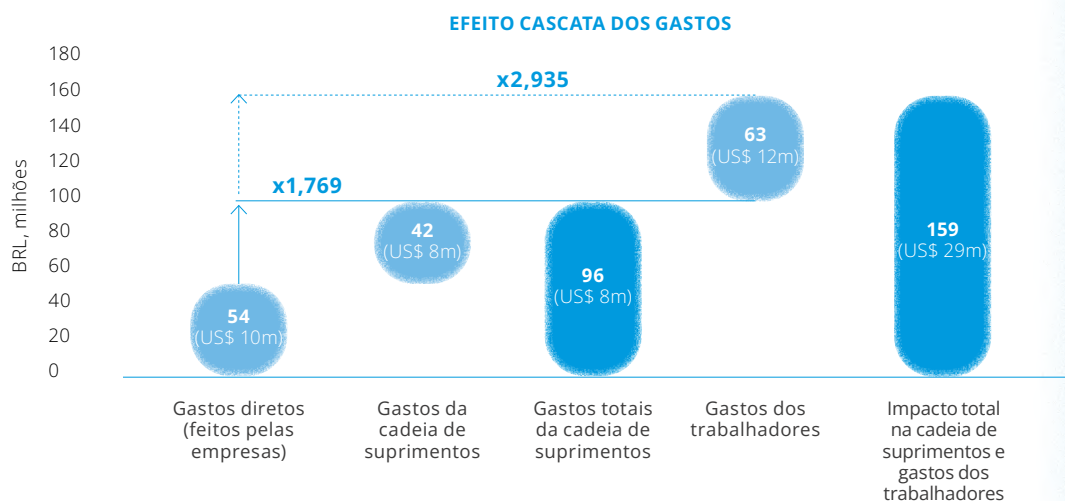
¹²¹ Passport Euromonitor international, 2022 “Total cost (US\$ Dollar) and profit margin (%) of the Filmmaking, Radio and TV industry – Brazil”

¹²² Os dados de custos de produção são baseados no custo total da indústria de “cinema, rádio e TV”.

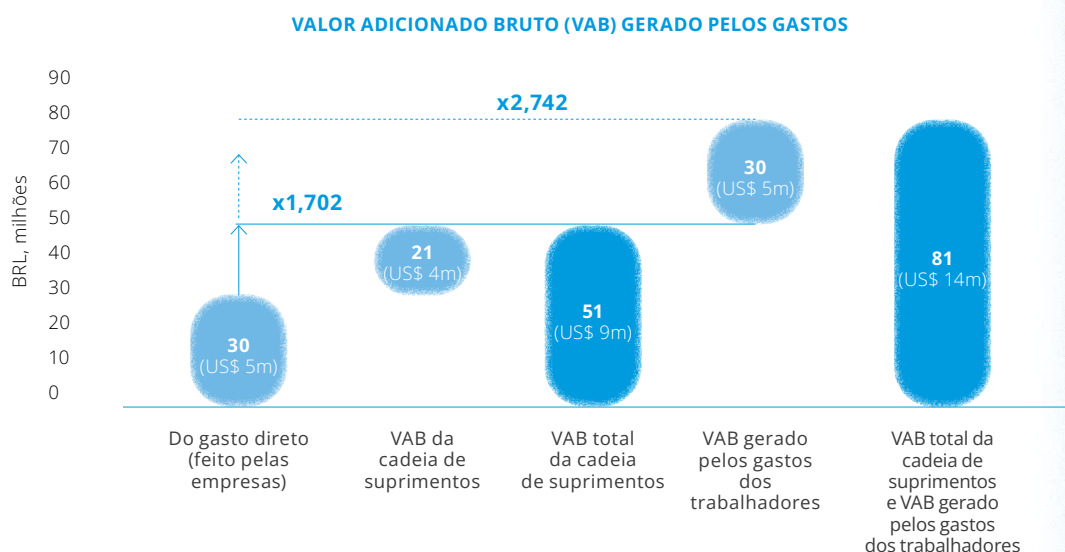
¹²³ Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 2020. “Pesquisa Anual de Serviços” <https://www.ibge.gov.br/en/ibge-search.html?searchword=unemployment&searchphrase=all&Itemid=7695>

Brasil

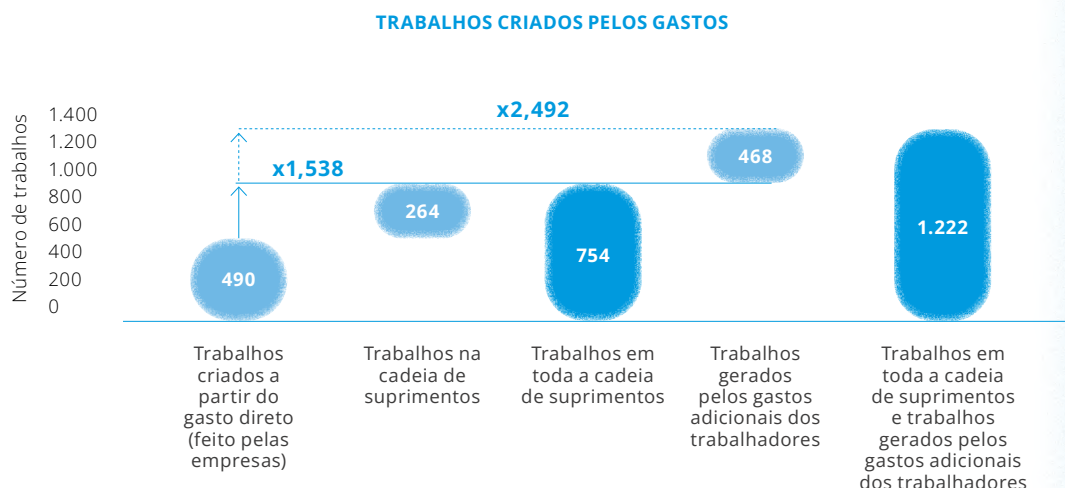
Gastos: um aumento nos gastos de **R\$ 54 milhões** (US\$ 10 milhões) no setor audiovisual (isto é, gastos diretos) gera um gasto total de **R\$ 96 milhões** (US\$ 18 milhões), considerando o impacto na cadeia de suprimentos (gastos indiretos) de **R\$ 42 milhões** (US\$ 8 milhões) baseado em um multiplicador tipo I. O gasto total é ainda maior quando se considera os gastos dos trabalhadores (gastos induzidos) baseados em um multiplicador tipo II, que é de **R\$ 63 milhões** (US\$ 12 milhões). Gasto total (direto, indireto e induzido): **R\$ 159 milhões** (US\$ 29 milhões).



VAB: gastos adicionais de **R\$ 54 milhões** (US\$ 10 milhões) no setor audiovisual geram **R\$ 30 milhões** (US\$ 5 milhões) de valor agregado na cadeia de suprimentos, ou seja, $0,547 \times R\$ 54$ milhões (0,547 x US\$ 10 milhões). Isso, por sua vez, leva a um aumento de **R\$ 21 milhões** (US\$ 4 milhões) no VAB indireto, ou seja, $0,702$ de **R\$ 30 milhões** (0,702 x US\$ 5 milhões), e a um aumento no VAB total de **R\$ 51 milhões** (US\$ 9 milhões), que equivale a $1,702 \times R\$ 30$ milhões (1,702 x US\$ 5 milhões), uma vez que o impacto indireto na cadeia de suprimentos é levado em consideração. O VAB total é ainda maior quando se inclui o impacto induzido no aumento do consumo devido aos gastos dos trabalhadores (gastos induzidos), que é de **R\$ 81 milhões** (US\$ 14 milhões), ou seja, $2,742 \times R\$ 30$ milhões (2,742 x US\$ 5 milhões).



Trabalho: um aumento de gastos de **R\$ 54 milhões** (US\$ 10 milhões) no setor audiovisual cria **490 oportunidades de trabalho** na cadeia de suprimentos, ou seja, $(0,908/\text{BRL } 100 \text{ mil}) \times R\$ 54$ milhões. Isso, por sua vez, leva a **264 postos de trabalho adicionais**, ou seja, $0,538 \times 490$ trabalhadores, ou um total de **754 oportunidades de trabalho**, que equivale a $1,538 \times 490$ trabalhadores, uma vez que o impacto indireto na cadeia de suprimentos é levado em consideração. O total de vagas de trabalho é ainda maior quando se inclui o impacto do aumento do consumo devido aos gastos dos trabalhadores (gastos induzidos), chegando a **1.222 postos de trabalho**, ou seja, $2,492 \times 490$ trabalhadores.



Exemplo de efeitos de transbordamento



TELENOVELAS INCREMENTAM TURISMO NA REGIÃO CENTRO-OESTE DO BRASIL

A novela *"Pantanal"*, ambientada na área de mesmo nome, estreou em 1990 e foi associada ao aumento do número de turistas brasileiros na região. Um remake da novela foi lançado em março de 2022 e, segundo dados da Fundação de Turismo do Mato Grosso do Sul, a procura por turismo aumentou 100% desde o lançamento. Da mesma forma, pesquisa no site Kayak constatou que as buscas pela região do Tocantins aumentaram 80% após o lançamento da novela *"O Outro Lado do Paraíso"*¹²⁴¹²⁵

¹²⁴ Glamour Viagem, 2022. "Pantanal, além da novela: como a trama impacta o turismo na região?" - Pantanal, além da novela: como a trama impacta o turismo na região? | Viagem | Glamour (globo.com)

¹²⁵ Statista, 2018. "Leading soap operas in Brazil as of 2018, based on travel destination online search growth rate" - <https://www.statista.com/statistics/978686/brazil-online-search-travel-destinations-soap-operas/>

Colômbia

O tamanho do setor audiovisual

- Em 2021, o setor audiovisual da Colômbia¹²⁶ gerou receita total de **COL\$ 8.633 bilhões** (US\$ 2,307 bilhões).¹²⁷
- Produção de filmes representou **COL\$ 822 bilhões** (US\$ 220 milhões) de receita em 2021.
- Em 2021, a Colômbia gastou cerca de **COP 7.001 bilhões** (US\$ 1,870 bilhão) em produção de conteúdo.^{128, 129}
- Em 2021, o setor audiovisual gerou cerca de **47.724 oportunidades de trabalho**, o equivalente a **0,18%** do total da força de trabalho nacional.¹³⁰

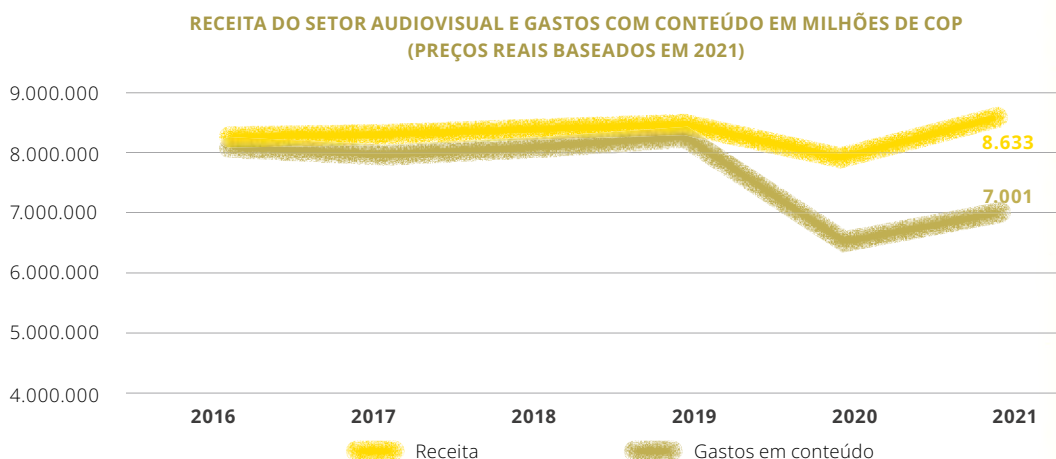


FIGURA 9: MULTIPLICADORES ECONÔMICOS PARA O SETOR AUDIOVISUAL NA COLÔMBIA

País	Multiplicador de gastos		Efeitos no VAB		Multiplicador de VAB		Efeito nos trabalhos		Multiplicador de trabalho	
	Tipo I (indireto)	Tipo II (induzido)	VAB por unidade de moeda local	Tipo I (indireto)	Tipo II (induzido)	Por X unidades de moeda local	Tipo I (indireto)	Tipo II (induzido)		
Colômbia	1,734	2,747	0,576	1,700	2,621	0,018 por COP 1 milhão	1,489	2,227		

¹²⁶ Os dados são referentes ao setor de "produção de filmes, rádio e TV".

¹²⁷ Passport – Euromonitor international, 2022. "Production turnover (USD Dollars) – Colombia"

¹²⁸ DANE Información para todos, 2021. "Cuadro 15 - Cuenta de producción y generación del ingreso" - <https://www.dane.gov.co/index.php/138-espanol/307-dane-para-todos>

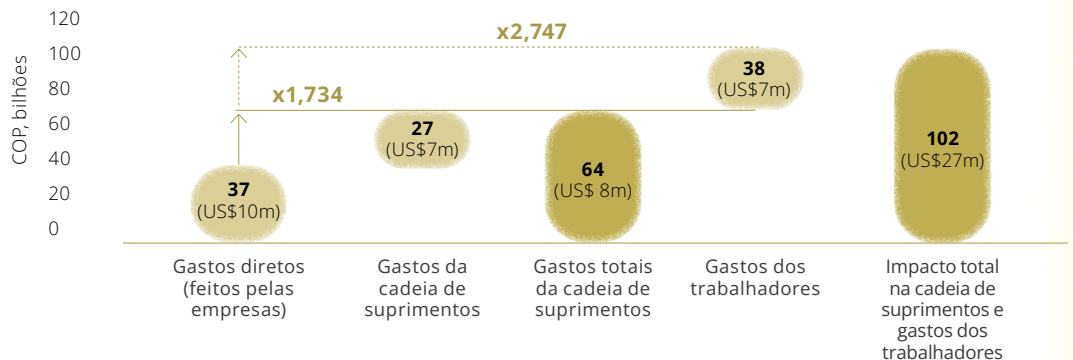
¹²⁹ Os dados de gastos com produção são referentes ao setor audiovisual, que abrange produção de filmes, vídeos, programas de TV e comerciais de TV.

¹³⁰ DANE Información para todos, 2021. "Cuentas nacionales" - <https://www.dane.gov.co/index.php/138-espanol/307-dane-para-todos>

Colômbia

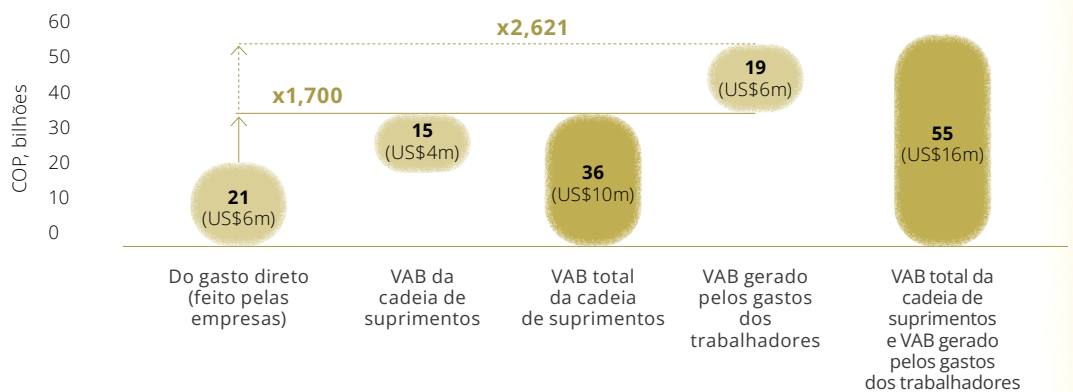
Gastos: um aumento nos gastos de **COL\$ 37 bilhões** (US\$ 10 milhões) no setor audiovisual (gastos diretos) gera um gasto total de **COL\$ 64 bilhões** (US\$ 17 milhões), considerando o impacto na cadeia de suprimentos (impacto indireto) de **COL\$ 27 bilhões** baseado em um multiplicador tipo I. O gasto total é ainda maior quando se considera os gastos dos trabalhadores (gastos induzidos) baseados em um multiplicador tipo II, que é de **COL\$ 38 bilhões** (US\$ 10 milhões). Gasto total (direto, indireto e induzido): **COL\$ 102 bilhões** (US\$ 27 milhões)

EFEITO CASCATA DOS GASTOS



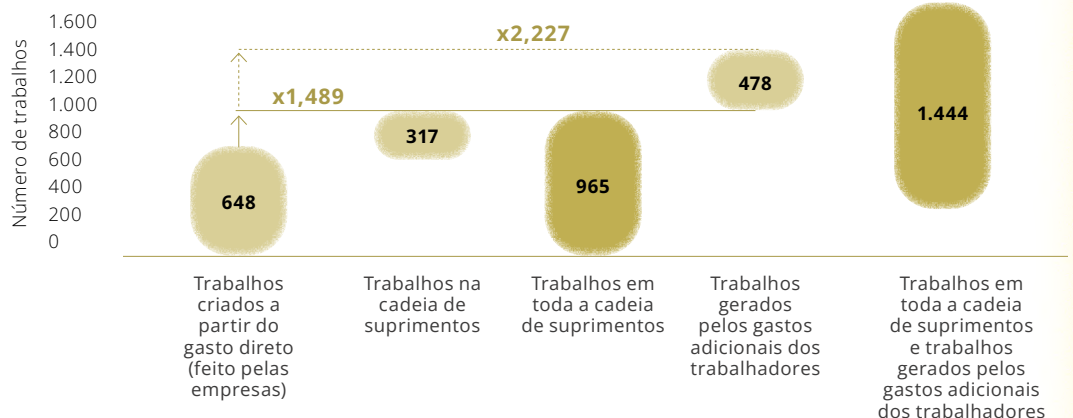
VAB: um aumento nos gastos de **COL\$ 37 bilhões** (US\$ 10 milhões) no setor audiovisual gera **COL\$ 21 bilhões** (US\$ 6 milhões) de valor agregado na cadeia de suprimentos, ou seja, $0,576 \times \text{COL\$ 37 bilhões}$ (0,576 x US\$ 10 milhões). Isso, por sua vez, leva a um aumento de **COL\$ 15 bilhões** (US\$ 4 milhões) no VAB indireto, ou seja, $0,700 \times \text{COL\$ 21 bilhões}$ (0,700 x USD 6 milhões), e a um aumento no VAB total de **COL\$ 36 bilhões** (US\$ 10 milhões), que equivale a $1,700 \times \text{COL\$ 21 bilhões}$ (1,700 x US\$ 6 milhões), uma vez que o impacto indireto na cadeia de suprimentos é levado em consideração. O VAB total é ainda maior quando se inclui o impacto induzido no aumento do consumo devido aos gastos dos trabalhadores, chegando a **COL\$ 55 bilhões** (US\$ 16 milhões), ou seja, $2,621 \times \text{COL\$ 21 bilhões}$ (US\$ 6 milhões).

VALOR ADICIONADO BRUTO (VAB) GERADO PELOS GASTOS



Trabalho: Um aumento de gastos de **COL\$ 37 bilhões** (US\$ 10 milhões) no setor audiovisual cria **648 postos de trabalho** na cadeia de suprimentos, ou seja, $(0,175/\text{COL\$ 10 milhões}) \times \text{COL\$ 37 bilhões}$. Isso, por sua vez, leva a **317 oportunidades de trabalho adicionais**, ou seja, $0,489 \times 648$ trabalhadores, ou um total de **965 postos de trabalho**, que equivale a $1,489 \times 648$ trabalhadores, uma vez que o impacto indireto na cadeia de suprimentos é levado em consideração. O total de vagas de trabalho é ainda maior quando se inclui o impacto no aumento do consumo devido aos gastos dos trabalhadores (gastos induzidos), chegando a **1.444 postos de trabalho**, ou seja, $2,227 \times 648$ trabalhadores.

TRABALHOS CRIADOS PELOS GASTOS



Exemplo de efeitos de transbordamento



“ENCANTO” TEM POTENCIAL PARA IMPULSIONAR O TURISMO NA COLÔMBIA

O filme da Disney *“Encanto”* (2021), que conta a história de uma jovem colombiana, fez sucesso na Colômbia e no mundo. Ele apresenta a paisagem, biodiversidade, música e cultura que a Colômbia oferece. O governo colombiano está usando o alcance mundial da produção para promover o turismo e o investimento no país.¹³¹ As embaixadas da Colômbia, por exemplo, organizaram exibições especiais para operadoras de turismo e jornalistas. Além disso, cruzeiros temáticos de *“Encanto”* têm como destino Cartagena, uma cidade portuária do país. Cerca de 2.400 passageiros chegam em cruzeiros, o que pode gerar um impacto econômico de cerca de COL\$ 1,2 bilhão (US\$ 300.000) em Cartagena e ainda gerar mais oportunidades para o turismo local.¹³²

¹³¹ The World, 2021. “Disney’s ‘Encanto’ depicts Colombia as magical place full of possibilities – a welcome change for local audiences” - Disney’s ‘Encanto’ depicts Colombia as a magical place full of possibilities — a welcome change for local audiences | The World from PRX

¹³² Porthole Cruise and Travel, 2022. “Ruby princess calls on Cartagena for the first time” - Ruby Princess Calls on Cartagena for the First Time | Porthole Cruise and Travel News

México

O tamanho do setor audiovisual

- Em 2021, o setor audiovisual do México¹³³ gerou receita total de **MX\$ 61,690 bilhões** (US\$ 3,041 bilhões). A produção de filmes representou.¹³⁴
- MX\$ 14,769 bilhões** (US\$ 728 milhões) de receita e a **previsão é de um crescimento de 6 a 7% a cada ano até 2025**.¹³⁵
- Em 2021, o México gastou cerca de **MX\$ 31,070 bilhões** (USD 1,532 bilhão) em produção de conteúdo.^{136, 137}
- Em 2021, o setor audiovisual gerou cerca de **31.600 oportunidades de trabalho**, o equivalente a **0,06%** do total da força de trabalho nacional.¹³⁸

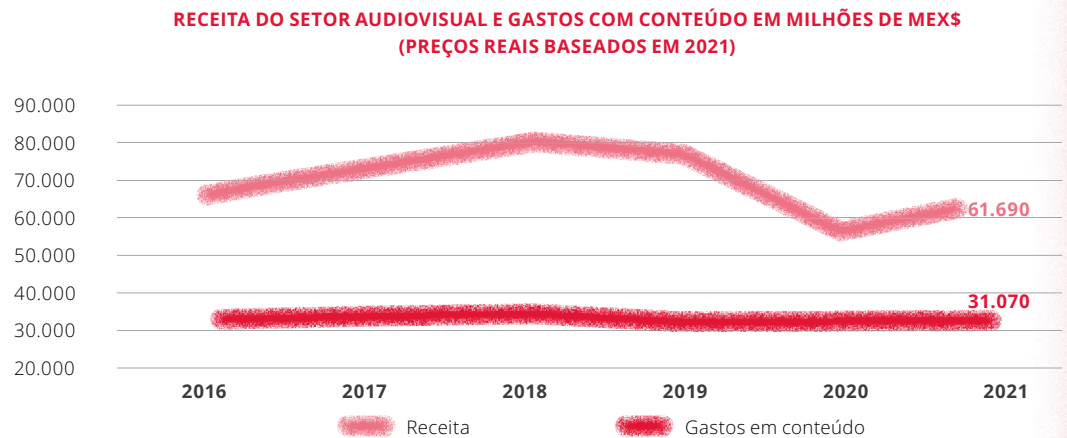


FIGURA 10: MULTIPLICADORES ECONÔMICOS PARA O SETOR AUDIOVISUAL NO MÉXICO

País	Multiplicador de gastos		Efeitos no VAB	Multiplicador de VAB		Efeito nos trabalhos	Multiplicador de trabalho	
	Tipo I (indireto)	Tipo II (induzido)	VAB por unidade de moeda local	Tipo I (indireto)	Tipo II (induzido)	Por X unidades de moeda local	Tipo I (indireto)	Tipo II (induzido)
México	1,635	2,188	0,618	1,599	2,109	0,0001 por MXN 100	1,661	2,120

¹³³ Os dados são referentes ao setor de produção de filmes, rádio e TV.

¹³⁴ Passport – Euromonitor international, 2022. “Production turnover (USD Dollars) – Mexico”

¹³⁵ Passport – Euromonitor international, 2021. “Radio and TV in Mexico: ISIC 9213”

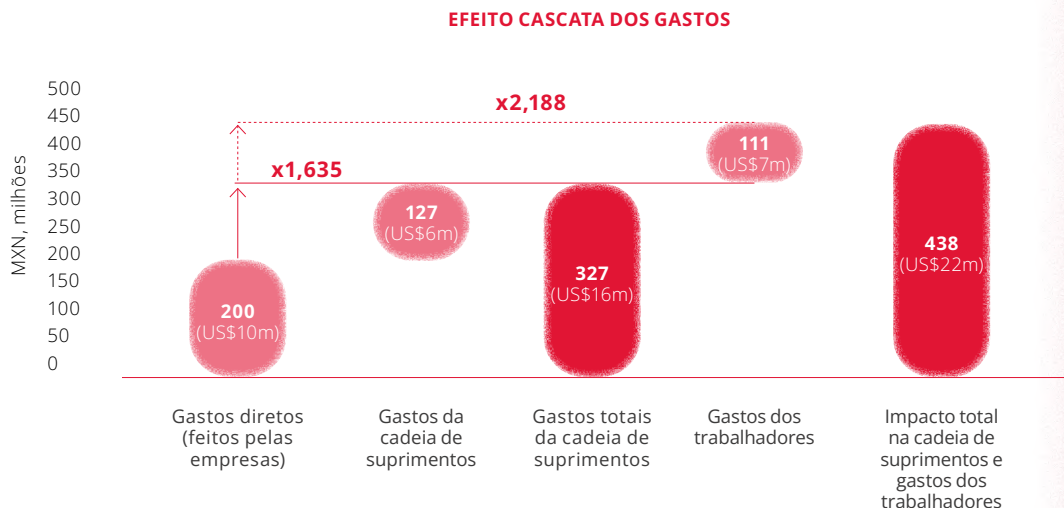
¹³⁶ Passport – Euromonitor international, 2021. “Total cost (USD Dollar) and profit margin (%) of the Filmmaking, Radio and TV industry – Mexico”

¹³⁷ Os dados de custos de produção são baseados no custo total da indústria de “cinema, rádio e TV”.

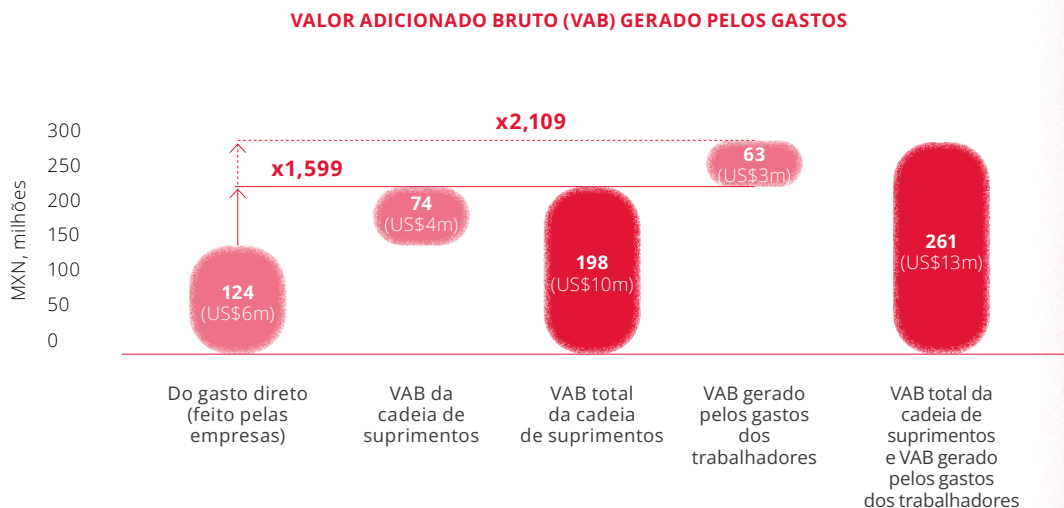
¹³⁸ Passport – Euromonitor international, 2021. “Film, radio, and TV – Employment in Mexico”

México

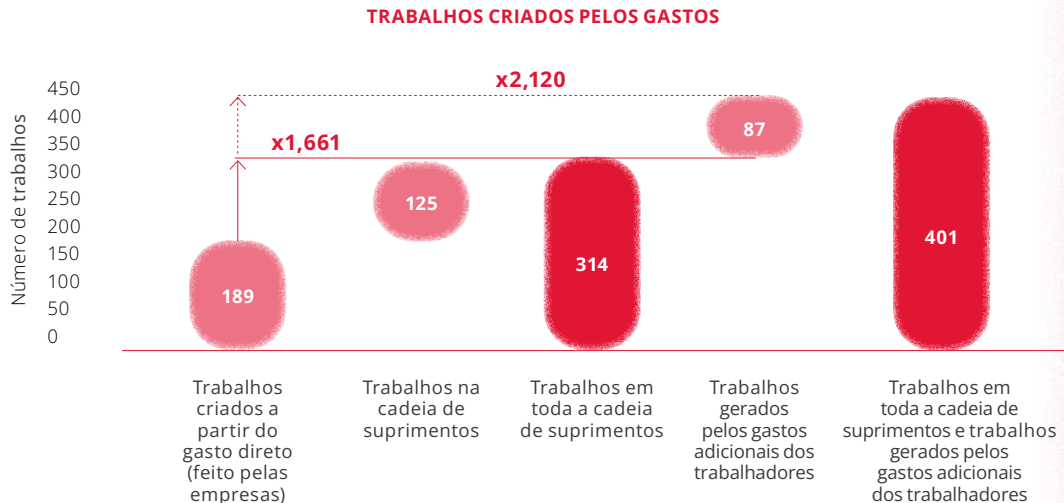
Gastos: um aumento nos gastos de **MX\$ 200 milhões** (US\$ 10 milhões) no setor audiovisual (gastos diretos) gera um gasto total de **MX\$ 327 milhões** (US\$ 16 milhões), considerando o impacto na cadeia de suprimentos (gastos indiretos) baseados em um multiplicador tipo I. O gasto total é ainda maior quando se leva em conta os gastos dos trabalhadores (gastos induzidos) baseados em um multiplicador tipo II, que são de **MX\$ 111 milhões** (US\$ 6 milhões). Gasto total (direto, indireto e induzido): **MX\$ 438 milhões** (US\$ 22 milhões).



VAB: um aumento nos gastos de **MX\$ 200 milhões** (US\$ 10 milhões) no setor audiovisual gera **MX\$ 124 milhões** (US\$ 6 milhões) de valor agregado na cadeia de suprimentos, ou seja, 0,618 x MX\$ 200 milhões (0,618 x US\$ 10 milhões). Isso, por sua vez, leva a um aumento de **MX\$ 74 milhões** (US\$ 4 milhões) no VAB indireto, ou seja, 0,599 de MX\$ 124 milhões (0,599 x US\$ 6 milhões), e a um aumento no VAB total de **MX\$ 198 milhões** (US\$ 10 milhões), que equivale a 1,599 x MX\$ 124 milhões (1,599 x US\$ 6 milhões), uma vez que o impacto indireto na cadeia de suprimentos é levado em consideração. O VAB total é ainda maior quando se inclui o impacto induzido no aumento do consumo, **MX\$ 261 milhões** (US\$ 13 milhões), ou seja, 2,109 x MX\$ 124 milhões (US\$ 6 milhões).



Trabalho: um aumento de gastos de **MX\$ 200 milhões** (US\$ 10 milhões) no setor audiovisual cria **189 oportunidades de trabalho** na cadeia de suprimentos, ou seja, (0,947/ MX\$ 1 milhão) x MX\$ 200 milhões. Isso, por sua vez, leva a **125 postos de trabalho adicionais**, ou seja, 0,661 x 189 trabalhadores, ou um total de 314 postos de trabalho, que equivale a 1,661 x 189 trabalhadores, uma vez que o impacto indireto na cadeia de suprimentos é levado em consideração. O total de vagas de trabalho é ainda maior quando se inclui o impacto induzido no aumento do consumo, **401 oportunidades de trabalho**, ou seja, 2,120 x 189 trabalhadores.



Exemplo de efeitos de transbordamento



AUMENTO DO TURISMO NO MÉXICO

A cena de abertura de *"007 Contra Spectre"* (2015) foi filmada na Cidade do México, e nela é possível ver o famoso James Bond andando no meio de um desfile para celebrar o Dia dos Mortos. No entanto, ainda que o Dia dos Mortos seja considerado uma das festividades mais tradicionais do México, o desfile encenado no filme foi um evento fictício.¹³⁹ O interessante é que o sucesso do filme acabou despertando o interesse do público, que quis saber mais sobre essa data. Não demorou muito até que a Cidade do México decidisse criar um desfile anual parecido com aquele que se viu nas telas de *"007."* Foi assim que, em 2016, cerca de mil pessoas (incluindo profissionais de atuação, dança e acrobacia, todos vestidos a caráter) levaram um novo desfile para as ruas. Um ano após o lançamento do filme e a criação do desfile de Dia dos Mortos, a Cidade do México registrou um crescimento de cerca de 9,4% no número de turistas internacionais — algo que pode ser atribuído, ao menos em parte, ao filme.¹⁴⁰

¹³⁹El Horizonte, 2021. "James Bond y su influencia en el Desfile de Día de Muertos" - James Bond y su influencia en el Desfile de Día de Muertos (elhorizonte.mx)

¹⁴⁰OpenEdition Journals, 2021. "Travel-inspiring Skeletons in Spectre and Coco – Film Tourism and the Día de Muertos in Mexico" - Travel-inspiring Skeletons in Spectre and Coco – Film Tourism and the Día de Muertos in Mexico (openedition.org)



Photo Credits

- Pag. 10** Juan Rosas/Netflix © 2023 Netflix, Inc.
- Pag. 12** Variety, 2022 "Netflix Touts New Pics from Mexico's Rodrigo Prieto, Fernando Frias, Ernesto Contreras" [Netflix divulga novas fotos dos mexicanos Rodrigo Prieto, Fernando Frias e Ernesto Contreras] - Netflix Touts New Pics from Mexico's Rodrigo Prieto, Fernando Frias, Ernesto Contreras | Variety
- Pag. 32** Foto de Logan Ward no Unsplash. <https://unsplash.com/es/fotos/zdrIm6CkDQE>
- Pag. 34** Guillermo del Toro falando no WonderCon 2013 no Anaheim Convention Center em Anaheim, Califórnia. Gage Skidmore. Wikimedia Commons. [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Guillermo_del_Toro_\(8609587706\).jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Guillermo_del_Toro_(8609587706).jpg)
- Pag. 34** Pessoas que visitam a exposição. Imagens da exposição Pinóquio de Guillermo del Toro. Esplanada da Cineteca Nacional de México, Cidade do México, México. ProtoplasmaKid. Wikimedia Commons. https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Guillermo_del_Toro%27s_Pinocchio_exhibition_at_Cineteca_Nacional_-_2.tif
- Pag. 41** Foto de Polina Malilo no Unsplash. <https://unsplash.com/es/fotos/z-mt5oSHAd8>
- Pag. 63** Foto de Thibault Penin no Unsplash. <https://unsplash.com/es/fotos/ujjo9Tqof48A>
- Pag. 70** Foto de Luliia Kotik no Unsplash. <https://unsplash.com/es/fotos/GTLnwjCiffU>
- Pag. 76** Foto de Zan no Unsplash. <https://unsplash.com/es/fotos/o6etGgzGIHo>
- Pag. 78** Foto de Nik Žaret Cervantes no Unsplash. https://unsplash.com/es/fotos/kIX4_gglex4

SOBRE O BID

O Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) tem como missão melhorar vidas. Fundado em 1959, o BID é uma das principais fontes de financiamento de longo prazo para o desenvolvimento econômico, social e institucional na América Latina e do Caribe. O BID também realiza projetos de pesquisa de vanguarda e oferece assessoria sobre políticas, assistência técnica e capacitação a clientes públicos e privados em toda a região.

SOBRE A NETFLIX

Nascida como uma locadora de DVDs em 1997, a Netflix é hoje o principal serviço de entretenimento online do mundo. Hoje está disponível para milhões de membros em mais de 190 países ao redor do mundo, oferecendo séries, filmes, documentários e jogos para celular em vários idiomas, gêneros e dispositivos. Legendas, dublagens e audiodescrição são criadas para a grande maioria dos títulos e o serviço está disponível em 35 idiomas. Nossos membros podem visualizar todo o conteúdo que quiserem, a qualquer hora, em qualquer lugar, em qualquer tela conectada à Internet. Eles podem reproduzir, pausar e retomar a reprodução, tudo sem compromissos de longo prazo, pois a assinatura pode ser cancelada a qualquer momento.

Editores: Alejandra Luzardo, Najma Rajah

Desenhista: Felicidad Pública

Copyright © 2023 Banco Interamericano de Desenvolvimento. Esta obra está licenciada sob uma licença Creative Commons CC BY 3.0 IGO (<https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/igo/legalcode>). Os termos e condições indicados no link URL devem ser atendidos e o respectivo reconhecimento deve ser concedido ao BID.

Além da seção 8 da licença acima, qualquer mediação relacionada a disputas decorrentes de tal licença deve ser conduzida de acordo com as Regras de Mediação da OMPI. Qualquer controvérsia relacionada ao uso das obras do BID que não possa ser resolvida amigavelmente deverá ser submetida à arbitragem de acordo com as regras da Comissão das Nações Unidas sobre Direito Comercial Internacional (UNCITRAL). O uso do nome do BID para qualquer finalidade que não seja atribuição e o uso do logotipo do BID estarão sujeitos a um contrato de licença por escrito separado entre o BID e o usuário e não está autorizado como parte desta licença.

Observe que o link da URL inclui termos e condições que são parte integrante desta licença.

As opiniões expressas nesta publicação são de responsabilidade dos autores e não refletem necessariamente a posição do Banco Interamericano de Desenvolvimento, de sua Diretoria Executiva, ou dos países que eles representam.



NETFLIX



BID