



A CONTRIBUIÇÃO ECONÔMICA DA INDÚSTRIA AUDIOVISUAL NO BRASIL EM 2024

SOBRE A OXFORD ECONOMICS

A Oxford Economics foi criada em 1981 como um empreendimento comercial com a faculdade de administração da Universidade de Oxford para fornecer previsões econômicas e modelagem financeira para empresas e instituições financeiras do Reino Unido em expansão internacional. Desde então, somos uma das principais empresas independentes de consultoria global do mundo, fornecendo relatórios, previsões e ferramentas de análise em mais de 200 países, 100 setores industriais e 8.000 cidades e regiões. Nossos excelentes modelos de setores industriais e econômicos globais e as nossas ferramentas de análise oferecem a habilidade única de prever tendências de mercado e avaliar seus impactos econômicos, sociais e nos negócios.

Com sede em Oxford, na Inglaterra, e com centros regionais em Nova Iorque, Londres, Frankfurt e Singapura, a Oxford Economics tem escritórios pelo mundo todo, em Abu Dhabi, Belfast, Chicago, Dubai, Dublin, Hong Kong, Los Angeles, Cidade do México, Milão, Paarl, Paris, Filadélfia, Sydney, Tóquio e Toronto. Empregamos 700 funcionários, incluindo mais de 450 economistas profissionais, especialistas do setor e editores de negócios, com uma das maiores equipes de macroeconomistas e especialistas em liderança de pensamento. Nossa equipe global é altamente qualificada em uma ampla variedade de técnicas de pesquisa e capacidades de liderança de pensamento, abrangendo desde modelagem econométrica, enquadramento de cenários e análise de impacto econômico até pesquisas de mercado, estudos de caso, painéis de especialistas e análise da web.

A Oxford Economics é uma consultora essencial para tomadores de decisões e líderes de pensamento das áreas corporativa, financeira e governamental. Hoje, nossa base de clientes

em todo o mundo é composta de mais de 2.500 organizações internacionais, incluindo empresas multinacionais e instituições financeiras líderes; órgãos governamentais importantes, associações comerciais, as melhores universidades, consultoras e laboratórios de ideias.

Setembro de 2025

Todos os dados apresentados nas tabelas e gráficos são da Oxford Economics e são propriedade da © Oxford Economics Ltd., exceto onde outra fonte estiver especificada e citada nos rodapés.

Esse relatório é confidencial e não pode ser publicado ou distribuído sem o consentimento por escrito da Motion Picture Association.

A modelagem e os resultados apresentados aqui são baseados em informações fornecidas por terceiros, em que a Oxford Economics confiou de boa-fé para produzir seu relatório e previsões. Qualquer revisão ou atualização posterior desses dados afetará as análises e projeções apresentadas.

Para discutir mais sobre o relatório, entre em contato com:

Daniel Diamond:

ddiamond@oxfordeconomics.com

Alice Gambarin:

agambarin@oxfordeconomics.com

Oxford Economics
5 Hanover Square, 8th Floor
New York, NY 10004

Tel: +1 (646) 786 1879

Créditos fotográficos

Fotos de capa: ponsulak, MIPIImages / Shutterstock.com

ÍNDICE

Sumário executivo	4
1. Introdução	8
2. Impacto econômico total da indústria audiovisual	10
2.1 O impacto no PIB do Brasil	11
2.2 O impacto nos empregos do Brasil	11
2.3 A produtividade dos trabalhadores do audiovisual	12
2.4 O impacto na arrecadação de impostos do Brasil	12
3. Contribuição econômica por segmento	13
3.1 Produção e distribuição de filmes e TV	14
3.2 Exibição de filmes em cinemas	15
3.3 Televisão	17
3.4 Vídeo sob demanda	20
3.5 Comercialização e reprodução	23
4. Impactos adicionais	24
4.1 Turismo	24
4.2 Promovendo a cultura brasileira por meio da exportação audiovisual	25
4.3 Festivais de cinema	27
4.4 Programas de capacitação	27
5. Apêndice: Metodologia	29

SUMÁRIO EXECUTIVO

PRINCIPAIS IMPACTOS

Além de produzir e distribuir filmes e programas de TV que as pessoas adoram, as atividades da indústria audiovisual têm participação significativa no PIB, geram empregos e receita pública. Os estúdios de produção, as operadoras de TV, as plataformas de streaming e os cinemas são responsáveis por contribuições diretas importantes, e geram impactos indiretos significativos por meio da compra de bens e serviços de fornecedores nacionais, induzindo ainda mais atividade econômica, ao pagar e dar suporte a salários e remunerações ao longo da cadeia de fornecimento.

O setor audiovisual é essencial para a economia brasileira. Demonstramos isso estimando a influência econômica do setor em nível nacional. Nossa análise abrange todos os aspectos da cadeia de valor do setor audiovisual, desde produtores, distribuidores, revendedores e plataformas virtuais, até os fornecedores dos quais eles dependem.

Com base em nossa análise detalhada da economia brasileira, estimamos que o **impacto econômico total** do setor audiovisual em 2024 gerou R\$ 70,2 bilhões para o PIB interno e 608.970 empregos. Para se ter uma ideia da escala, isso equivale a 0,6% do PIB do Brasil em 2024.

A atividade direta do setor audiovisual, ou seja, empresas e pessoas diretamente empregadas

na criação, produção e distribuição de conteúdo audiovisual; por exemplo, empresas de produção de cinema e televisão, redes de transmissão, serviços de pós-produção e técnicos autônomos, como operadores de câmera e engenheiros de som criou:

- R\$ 31,6 bilhões do PIB, o equivalente a cerca de 12% do setor de serviços públicos do Brasil.
- 121.840 empregos, o que é aproximadamente o mesmo tamanho da indústria de fabricação de produtos farmacêuticos e mais de 50% maior do que a força de trabalho da indústria automotiva.
- Remuneração média mensal de R\$ 6.800, 84% superior à remuneração média do país.¹

Um **efeito multiplicador significativo** está associado à atividade da indústria audiovisual no Brasil. Em 2024, para cada R\$10 milhões de valor adicionado criados diretamente por entidades da indústria audiovisual, houve uma contribuição adicional ao PIB do Brasil no valor de R\$ 12 milhões, provenientes da cadeia de fornecimento e dos consumos induzidos pelos salários, o que implica um fator multiplicador do PIB de 2,2. Da mesma forma, para cada indivíduo trabalhando diretamente na indústria audiovisual brasileira, as atividades e as despesas da indústria também sustentaram quatro brasileiros em seu trabalho nos demais setores da economia, o que implica um fator multiplicador de empregos de 5,0.

R\$70,2 bi

PIB gerado pela indústria audiovisual a partir de um multiplicador do PIB de 2,2.



608.970

Empregos gerados pelo setor audiovisual a partir de um multiplicador de emprego de 5,0.



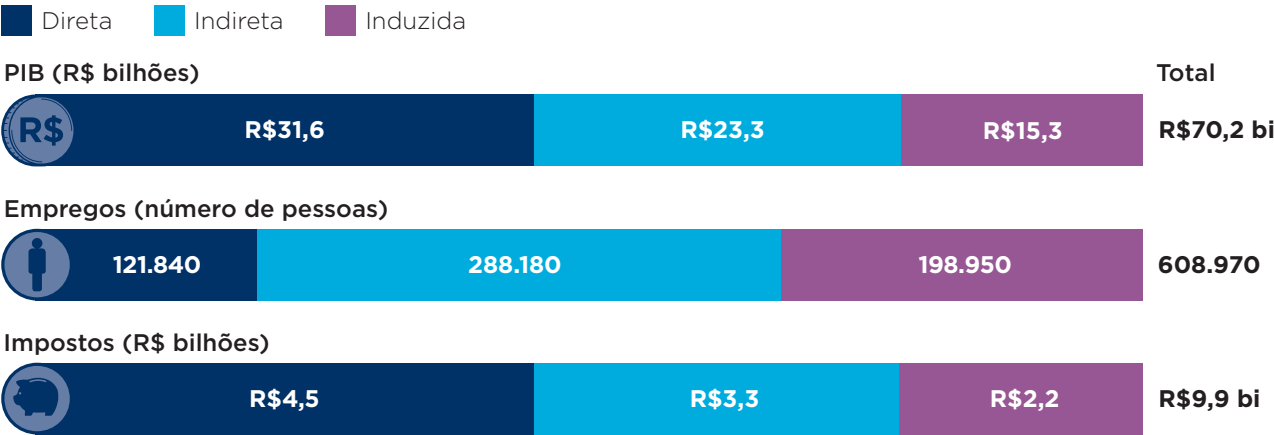
O setor também gerou pagamentos significativos de impostos para o governo brasileiro. Estimamos que o setor tenha gerado um total de R\$ 9,9 bilhões em pagamentos de impostos ao governo. A Fig. 1 ilustra os impactos do próprio setor, bem como os de sua cadeia de fornecimento e de gastos induzidos pelos

trabalhadores—os efeitos **diretos, indiretos e induzidos**, respectivamente.

Os empregados da indústria audiovisual são extremamente produtivos, gerando R\$ 259.400 de PIB por trabalhador, cerca de 3,5 vezes mais do que a média dos empregados na economia formal do Brasil.

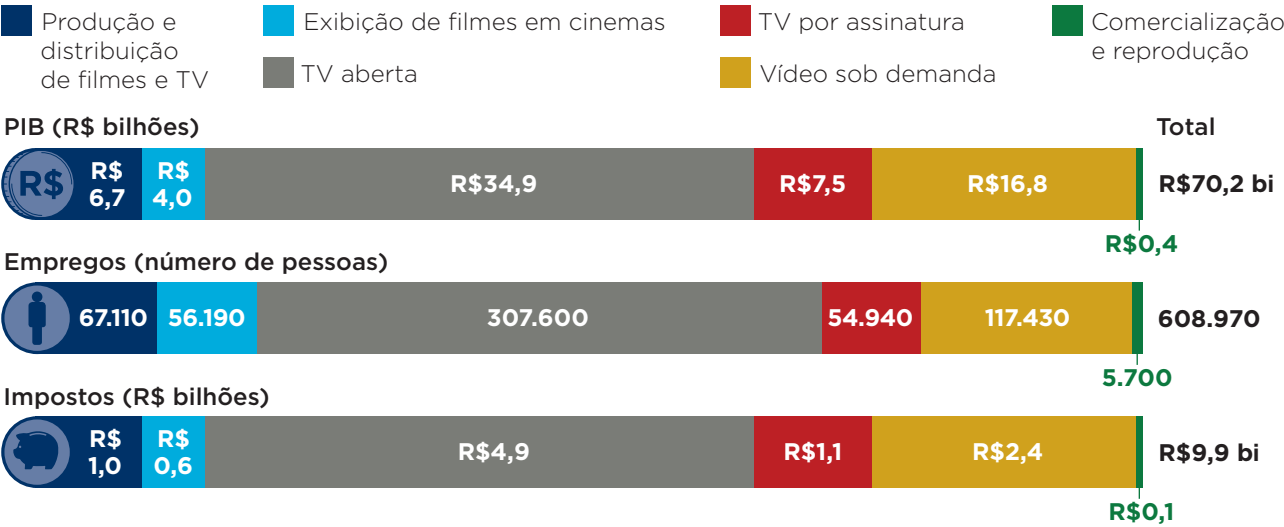
Nossa análise inclui **modelagem detalhada e projeções para cada um dos subsetores da indústria audiovisual**, incluindo produção, distribuição, comercialização, transmissão de TV e serviços de streaming de vídeo digital sob demanda Fig. 2.

Fig. 1: A contribuição da indústria audiovisual para a economia brasileira por segmento, 2024



Fonte: Oxford Economics
Os valores podem não somar devido a arredondamentos.

Fig. 2: Contribuição total de cada subsetor da indústria audiovisual para a economia brasileira, 2024



Fonte: Oxford Economics
Os valores podem não somar devido a arredondamentos.

IMPACTOS CATALÍTICOS

As produções cinematográficas e televisivas provaram ser **poderosos impulsionadores do turismo**, um fenômeno frequentemente chamado de “turismo de tela.” 53% dos viajantes pesquisados pela Expedia pesquisaram ou reservaram uma viagem depois de verem o local em um programa de TV ou filme, e a Netflix fez uma parceria com a Embratur, órgão de turismo brasileiro, para promover locais de filmagem como destinos turísticos.

As **exportações audiovisuais** do Brasil estão crescendo continuamente, e com elas, a influência cultural e a contribuição econômica. Desde 2017, as exportações de serviços audiovisuais cresceram quase 19% ao ano, contribuindo com mais de R\$2,7 bilhões para o PIB do Brasil em 2023. Conteúdos brasileiros como *Sintonia* da Netflix, *Dom* da Amazon Prime Video, *Beleza Fatal* da Max e *Eu Ainda Estou Aqui* da Sony Pictures Classics reforçam o *soft power* do Brasil.

Os **festivais de cinema** também desempenham um papel fundamental na divulgação do conteúdo brasileiro no mercado nacional

e internacional. Eventos como a Mostra Internacional de Cinema de São Paulo, a Mostra Internacional de Cinema do Rio de Janeiro e o Fantaspoa atraem, juntos, quase um milhão de visitantes e centenas de filmes inscritos. Esses festivais dão visibilidade ao talento brasileiro, fortalecem a posição do Brasil no cenário cultural global e promovem o crescimento do setor a longo prazo.

Impulsionado por investimentos federais e municipais, o Brasil ampliou **iniciativas de capacitação** inclusiva para desenvolver uma força de trabalho audiovisual mais diversificada e qualificada. Programas como o Making My First Film oferecem cursos práticos de produção cinematográfica em dispositivos móveis para jovens marginalizados, combinando instrução técnica com caminhos para estágios na indústria e festivais. Esses esforços alinham objetivos de educação, produção cultural e mobilidade social, garantindo maior participação na crescente economia criativa do Brasil e preparando novos talentos para atender à crescente demanda global por narrativas diversas.

R\$2,7 bi

A contribuição para o PIB do saldo positivo da balança comercial de serviços audiovisuais do Brasil—mais de um terço do comércio internacional de aeronaves.

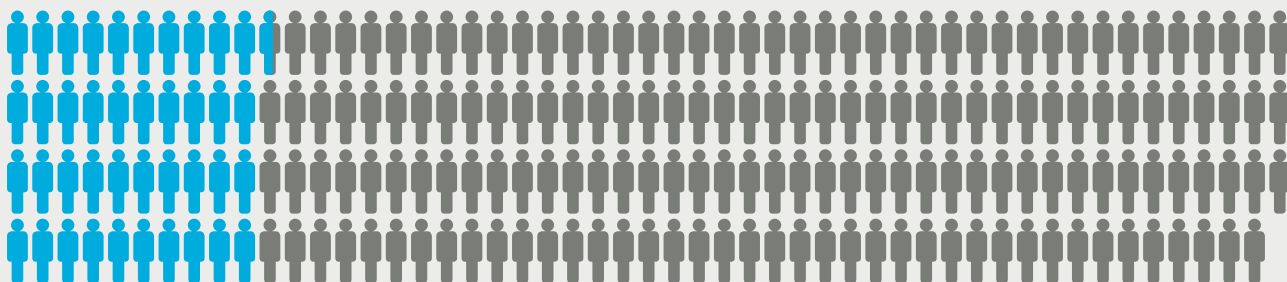
A INDÚSTRIA AUDIOVISUAL BRASILEIRA EM 2024: CRIANDO EMPREGOS, ATIVIDADES ECONÔMICAS E OPORTUNIDADES DE EXPORTAÇÃO

INFLUÊNCIA DO SETOR AUDIOVISUAL NOS EMPREGOS

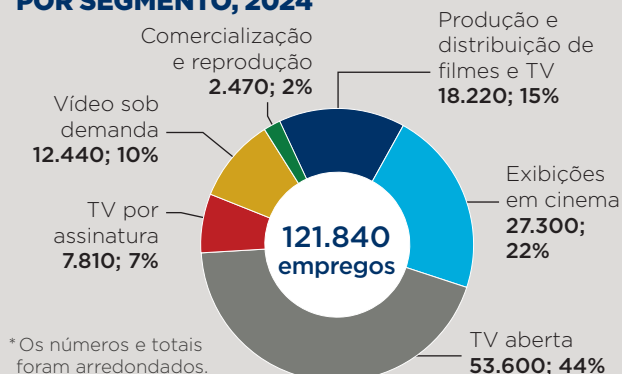
Empregos diretos
121.840

Total de empregos gerados em 2024
608.970

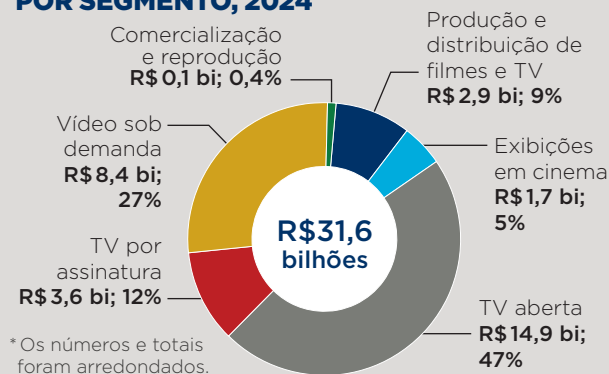
Cada indivíduo diretamente empregado na indústria audiovisual brasileira, suporta **4,0 empregos brasileiros adicionais** através da cadeia de suprimentos do setor e dos gastos induzidos por salários.



EMPREGOS DIRETOS GERADOS* POR SEGMENTO, 2024



PIB DIRETO GERADO* POR SEGMENTO, 2024



A INDÚSTRIA CONTRIBUI SIGNIFICATIVAMENTE PARA A ECONOMIA GERAL DO BRASIL

DIRETA **INDIRETA** **INDUZIDA**

CONTRIBUIÇÃO DO PIB, 2024

Contribuição direta | Contribuição de toda a economia

R\$ 31,6 bi | **R\$ 70,2 bi**



A indústria audiovisual tem um efeito multiplicador do PIB de 2,2

3,5x Os empregados da indústria são mais de 3,5 vezes mais produtivos do que o empregado médio no Brasil em 2024.

CONTRIBUIÇÃO DE IMPOSTOS, 2024

Contribuição direta | Contribuição de toda a economia

R\$ 4,5 bi | **R\$ 9,9 bi**



A indústria é altamente competitiva em todo o mundo. A indústria no Brasil registrou um **superávit na balança comercial** em 2023:

R\$ 2,6 bi
de exportação de serviços audiovisuais



1. INTRODUÇÃO

O Brasil é o maior mercado de mídia da América Latina e sua indústria cinematográfica e televisiva (amplamente chamada de setor audiovisual neste relatório) representa um dos setores mais dinâmicos e em rápida evolução do país. Enraizada em uma herança cultural rica, diversa e única, a indústria expande sua capacidade de produção nacional, ao mesmo tempo em que atrai cada vez mais a atenção internacional. Impulsionado pela demanda local e internacional por produtos culturais do país, o Brasil continua sendo um ator significativo no mercado audiovisual global. Ao mesmo tempo, o setor enfrenta desafios estruturais relacionados à regulamentação nacional e à concorrência cada vez mais forte e crescente de gigantes globais da mídia, o que torna seu caminho de crescimento e sucesso longe de ser garantido.

Vários países da América Latina identificaram os setores de criatividade como um veículo importante de estratégia para auxiliar no

desenvolvimento econômico. Diante desse cenário, a Motion Picture Association (MPA) encomendou esta análise para entender o verdadeiro valor econômico que a indústria audiovisual traz ao Brasil. Este estudo atualiza as conclusões de um relatório anterior da Oxford Economics intitulado “A contribuição econômica da indústria audiovisual no Brasil em 2019.”

Analisa ainda as atividades do setor, os efeitos na cadeia de fornecimento e nas economias de comercialização, bem como outros benefícios socioeconômicos positivos ao longo de 2024. Este relatório tem a seguinte estrutura: o capítulo 2 relata o impacto econômico da indústria audiovisual como um todo, enquanto o capítulo 3 oferece análises de cada subsetor. O Capítulo 4 apresenta uma discussão sobre os impactos mais amplos do setor audiovisual do Brasil, e o apêndice técnico pode ser encontrado no capítulo 5.

METODOLOGIA

A Oxford Economics coletou dados abrangentes sobre o setor audiovisual do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e de outras fontes. O uso desses dados foi essencial para estimar o tamanho total e as principais características do setor, como a contribuição do valor adicionado bruto para o PIB, a remuneração dos funcionários e o consumo intermediário.

Especificamente, usamos as seguintes fontes de dados:

- A Pesquisa Anual de Serviços (PAS), que identifica as características estruturais do setor de serviços não financeiros no Brasil. A pesquisa reúne muitas informações econômicas e financeiras, incluindo receita bruta e líquida; número de empresas; pessoal assalariado; despesas com funcionários; custos financeiros operacionais e não operacionais e aquisição e baixa de ativos fixos.
- A Pesquisa Anual da Indústria (PIA Empresa), que identifica as características estruturais do setor industrial brasileiro.
- A Pesquisa Anual do Comércio (PAC), que identifica as características estruturais básicas do setor comercial no Brasil.
- A Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), que é um relatório de informações administrativas de empregados formais, públicos ou privados. Os dados são coletados anualmente e incluem características demográficas, ocupacionais e de renda dos empregados. Os dados da RAIS abrangem 99% das empresas, mas não incluem o setor informal. O relatório é produzido pelo Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) do Brasil. Para este estudo, tivemos acesso aos microconjuntos de dados não identificados da RAIS.
- Estimativas produzidas pela Omdia, empresa de pesquisa de mercado e consultoria, sobre o tamanho da receita do setor de vídeo sob demanda.

INTRODUÇÃO À ANÁLISE DE IMPACTO ECONÔMICO

Nesta avaliação de impacto econômico, calculamos o fluxo da atividade econômica do setor audiovisual através dos três segmentos seguintes:

- Os **impactos diretos** medem a influência econômica das operações e atividades do setor. Isto inclui pessoas empregadas em sets de filmagem, em empresas de serviços de pós-produção, em quiosques de cinemas e todos os demais setores.
- Os **impactos indiretos** são um cálculo da atividade econômica—empregos, PIB e impostos—que ocorre nas cadeias de fornecimento do setor a partir da aquisição de bens e serviços.
- Os **impactos induzidos** são uma medida da atividade econômica impulsionada pelos gastos do consumidor provenientes dos salários pagos aos funcionários do setor, bem como dos salários pagos aos funcionários apoiados em toda a sua cadeia de fornecimento.



2. IMPACTO ECONÔMICO TOTAL DA INDÚSTRIA AUDIOVISUAL

As avaliações de impacto econômico medem a contribuição de uma indústria para sua economia nacional em várias dimensões: a adição ao produto interno bruto (PIB)—a medida padrão da produção de uma economia—o número de empregos mantidos por toda a força de trabalho e a arrecadação de impostos mantida por todos os níveis de governo.

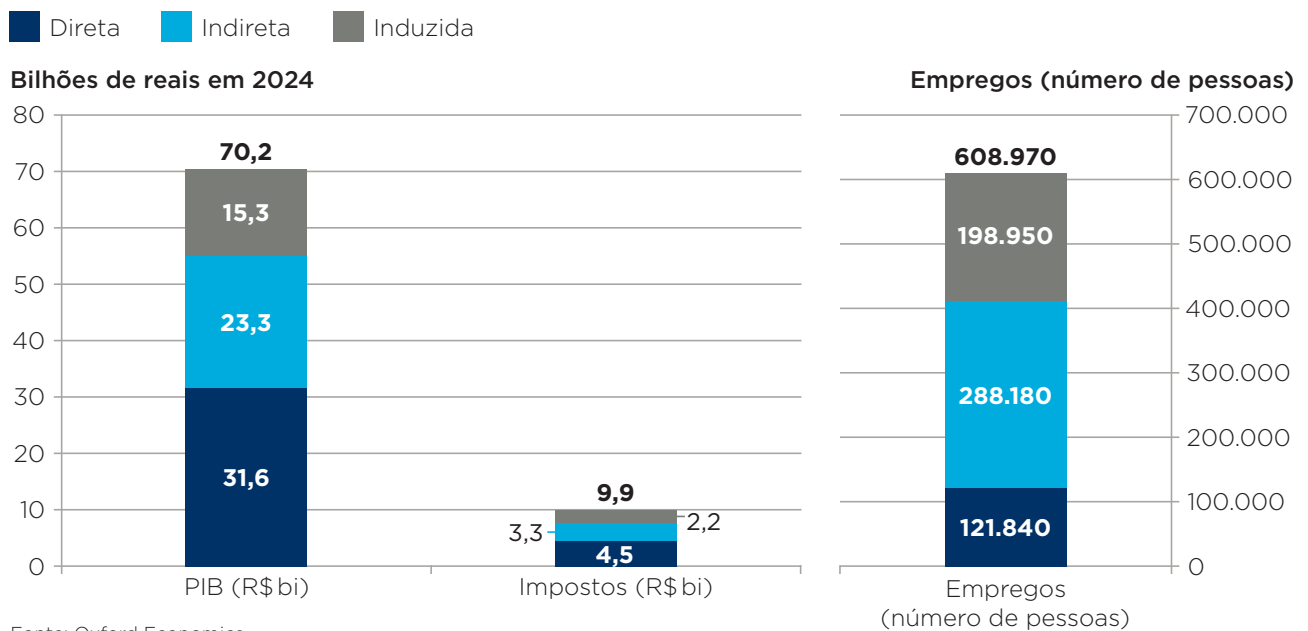
Essas três medidas de atividade econômica ocorrem em vários canais. O canal “direto” é constituído pelas operações de empresas do próprio setor audiovisual. Isso inclui indivíduos, desde atores, diretores e operadores de câmera até técnicos de efeitos especiais e mixadores de áudio de pós-produção, fiscais de ingressos e atendentes de concessionárias de cinemas

locais, bem como as empresas nas quais eles trabalham.

O segundo canal é o canal “indireto” ou da cadeia de fornecimento dessas operações. O terceiro canal ocorre por meio dos gastos salariais que são “induzidos” pelos ganhos dos empregados na indústria ou em sua cadeia de fornecimento.

Estimamos que a indústria audiovisual gerou um total de 608.970 empregos em 2024 e contribuiu com R\$ 70,2 bilhões para o PIB do Brasil. O setor foi responsável por sustentar uma contribuição tributária total combinada de R\$ 9,9 bilhões em 2024. A contribuição desagregada entre os três canais de impacto é exibida na Fig. 3 e explicada com mais detalhes abaixo.

Fig. 3: A contribuição econômica da indústria audiovisual no Brasil em 2024



2.1 O IMPACTO NO PIB DO BRASIL

Em 2024, as operações diretas da indústria audiovisual representaram 45% da contribuição total do setor para o PIB brasileiro e movimentaram R\$ 31,6 bilhões (Fig. 3). Para contextualizar, isso **equivale a 12% do setor de serviços públicos do Brasil**.

A contribuição econômica total da indústria audiovisual no Brasil é muito maior do que suas operações diretas. O impacto mais amplo se manifesta por meio dos gastos indiretos da cadeia de fornecimento do setor, que contribuíram com R\$ 23,3 bilhões para

o PIB do Brasil em 2024, e se estende ainda mais por meio dos gastos induzidos dos empregados da indústria audiovisual e sua cadeia de fornecimento, que contribuíram com R\$ 15,3 bilhões para a economia no ano.

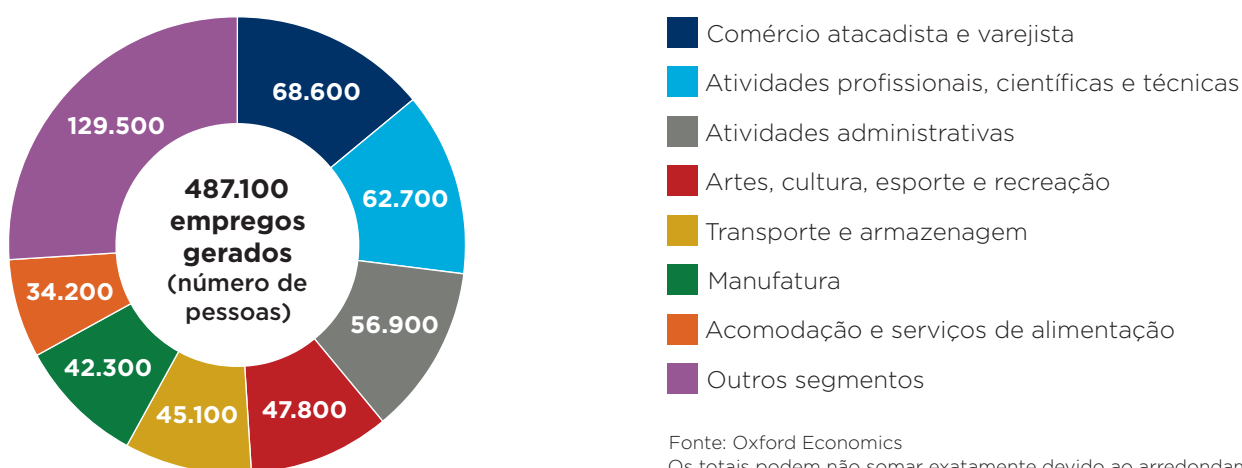
Um efeito multiplicador significativo está associado à atividade da indústria audiovisual no Brasil. Em 2024, para cada R\$ 1 milhão de valor criado diretamente por entidades da indústria audiovisual, houve uma contribuição econômica adicional ao PIB brasileiro no valor de R\$ 1,2 milhão, implicando em um multiplicador do PIB de 2,2.

2.2 O IMPACTO NOS EMPREGOS DO BRASIL

A indústria audiovisual brasileira empregou diretamente 121.840 pessoas em 2024, o que é **aproximadamente o mesmo tamanho da indústria de fabricação de produtos farmacêuticos e maior que a força de trabalho da indústria automotiva**. A parte mais significativa da influência geral de emprego da indústria veio da sua cadeia de fornecimento. Cerca de 288.180 empregos foram gerados por meio da cadeia de fornecimento, com mais 198.950 empregados por meio do efeito induzido dos

gastos salariais. Isso significa que, para cada indivíduo trabalhando diretamente na indústria audiovisual brasileira, as atividades e as despesas da indústria adicionalmente ajudaram quatro pessoas em seu trabalho nos demais setores da economia nacional, o que implica em um fator multiplicador de emprego de 5,0. Fig. 4 mostra que o setor audiovisual sustenta empregos adicionais em muitos setores no Brasil, por meio da cadeia de fornecimento e canais induzidos por salários.

Fig. 4: Empregos indiretos e induzidos gerados pela indústria audiovisual, por setor de emprego



2.3 A PRODUTIVIDADE DOS TRABALHADORES DO AUDIOVISUAL

Em todo o setor audiovisual, a média de contribuição direta para o PIB por empregado foi de R\$ 259,4 mil em 2024 (Fig. 5). Esta produtividade implícita se compara favoravelmente à economia brasileira em geral, na qual o PIB por empregado foi de aproximadamente R\$ 73.400 por trabalhador. Esses resultados indicam que **os empregados da indústria audiovisual são mais de 3,5 vezes mais produtivos do que o empregado médio no Brasil.**

A produtividade é maior no setor de vídeo sob demanda (VOD), com média de R\$ 678,3 mil por trabalhador, seguido pelo setor de TV por assinatura, com R\$ 465 mil por trabalhador. O setor de comercialização e reprodução apresenta a menor produtividade, com R\$ 51,1 mil por trabalhador. Detalhes sobre a composição de cada segmento são fornecidos no capítulo 3.

Curiosamente, a produtividade varia bastante, mesmo entre os canais de impacto. Conforme

apresentado, a produtividade direta foi de R\$ 259,4 mil por trabalhador, enquanto as produtividades indireta e induzida foram de R\$ 80,8 mil e R\$ 76,9 mil por funcionário, respectivamente. Estas estimativas estão de acordo com o esperado, visto que a produtividade indireta reflete a cadeia de fornecimento do setor e espelha o estado da economia brasileira de forma mais ampla, enquanto a produtividade induzida reflete a economia de consumo—setores como serviços de alimentação, comercialização ou recreação—que tende a apresentar maior intensidade de trabalho e, portanto, menor produtividade.

Os trabalhadores da indústria audiovisual brasileira receberam uma remuneração média mensal de R\$ 6.800,00, 84% superior à remuneração média do país (R\$ 3.700,00).

A análise é baseada em microdados mensais do RAIS de dezembro de 2024, para consistência com os números divulgados publicamente.²

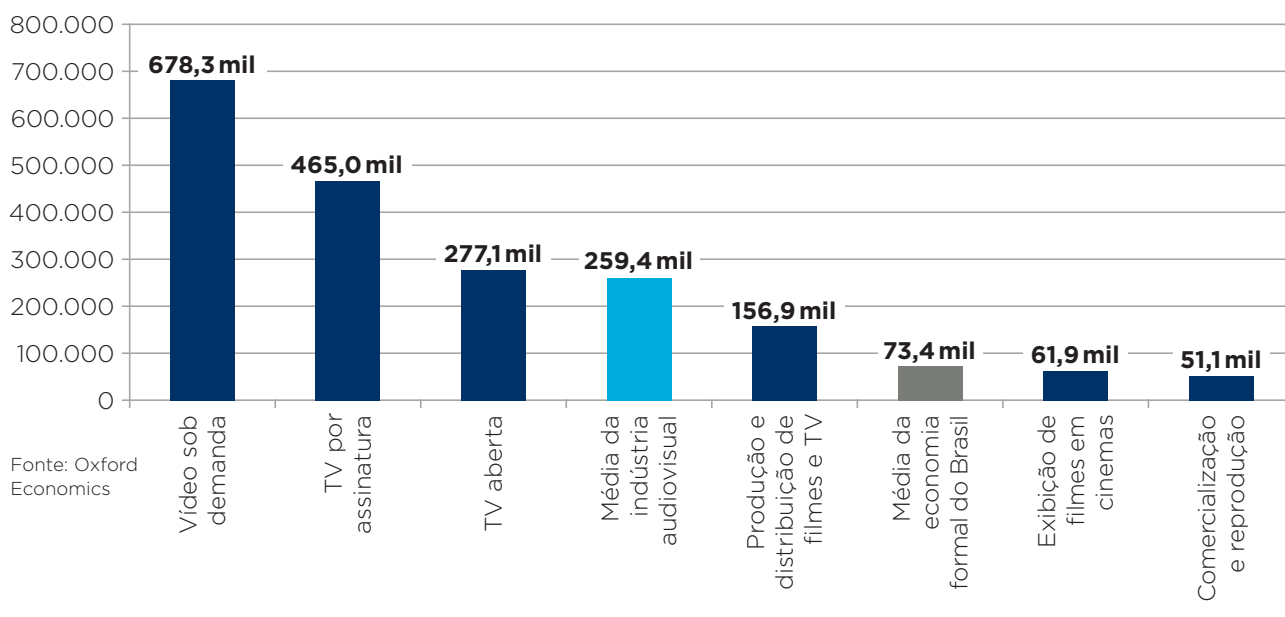
2.4 O IMPACTO NA ARRECADAÇÃO DE IMPOSTOS DO BRASIL

As atividades da indústria audiovisual em 2024 foram associadas a uma contribuição tributária direta de R\$ 4,5 bilhões, uma contribuição indireta de R\$ 3,3 bilhões e mais R\$ 2,2 bilhões

gerados por meio da contribuição induzida, totalizando uma contribuição tributária de R\$ 9,9 bilhões para todos os níveis do governo brasileiro.

Fig. 5: Produtividade média dos trabalhadores em segmentos audiovisuais, 2024

Reais em 2024



² Painel de Informações da RAIS, Ano Base 2024. Isso abrange apenas trabalhadores da indústria audiovisual tradicional e, portanto, exclui funcionários de vídeo sob demanda.

3. CONTRIBUIÇÃO ECONÔMICA POR SEGMENTO

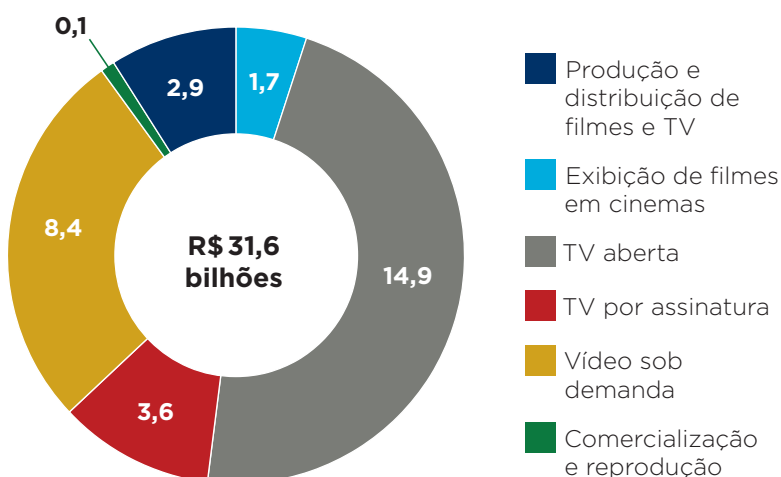
Esta seção do relatório descreve a contribuição econômica de cada segmento da indústria audiovisual no Brasil, em 2024. Os seguintes segmentos abrangem toda a indústria audiovisual: i) produção e distribuição de conteúdo cinematográfico e televisivo; ii) exibição de filmes em cinemas; iii) TV aberta; iv) TV por assinatura; v) vídeo sob demanda (VOD); e vi) comercialização e reprodução.

Todos os segmentos da indústria audiovisual contribuem para a economia brasileira; a TV aberta representa a maior fatia dessa contribuição, com 47% da contribuição direta da indústria para o PIB do Brasil, seguida pelo VOD, com cerca de 27%. (Fig. 6). Veja a Fig. 21 no Apêndice para ter um resumo completo de todos os segmentos, seus impactos, bem como seus multiplicadores.

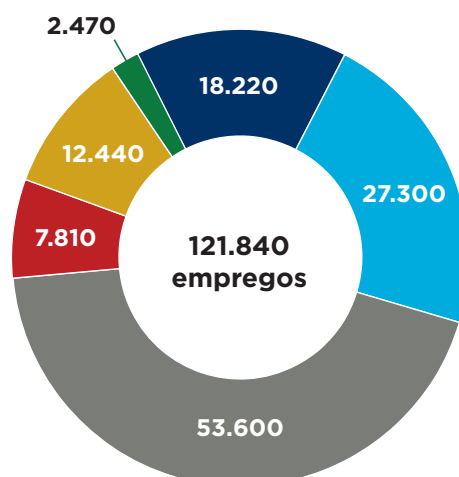
Em 2024, a indústria audiovisual brasileira empregou diretamente 121.840 pessoas, sendo a maior parcela sustentada pela TV aberta, representando cerca de 44% do emprego direto, seguida pelo segmento de exibição de filmes em cinemas, que representava 22% dos empregados diretos. O segmento de produção e distribuição de filmes e televisão foi o terceiro maior em termos de emprego direto, representando 15% da participação. Por fim, em 2024, a indústria audiovisual como um todo gerou uma contribuição tributária direta de R\$ 4,5 bilhões para a economia brasileira. A maior parte, totalizando R\$ 2,1 bilhões, veio do segmento de TV aberta, seguido por R\$ 1,2 bilhão do segmento de vídeo sob demanda (VOD) e R\$ 514 milhões do segmento de TV por assinatura.

Fig. 6: Contribuição direta da indústria audiovisual brasileira para o PIB interno e geração de empregos, por segmento, em 2024

Bilhões de reais em 2024



Empregos diretos
(número de pessoas)



Fonte: Oxford Economics

3.1 PRODUÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DE FILMES E TV

O principal ponto da indústria de cinema e TV de um país está na produção de filmes e programas de televisão, por meio dos quais as empresas criam valor para a economia nacional, assim como produzem bens culturais. Este segmento inclui os empregos e a atividade econômica envolvidos no desenvolvimento, financiamento, filmagem, pós-produção, marketing, licenciamento e distribuição de conteúdo de cinema e televisão no Brasil, para públicos nacionais e internacionais.

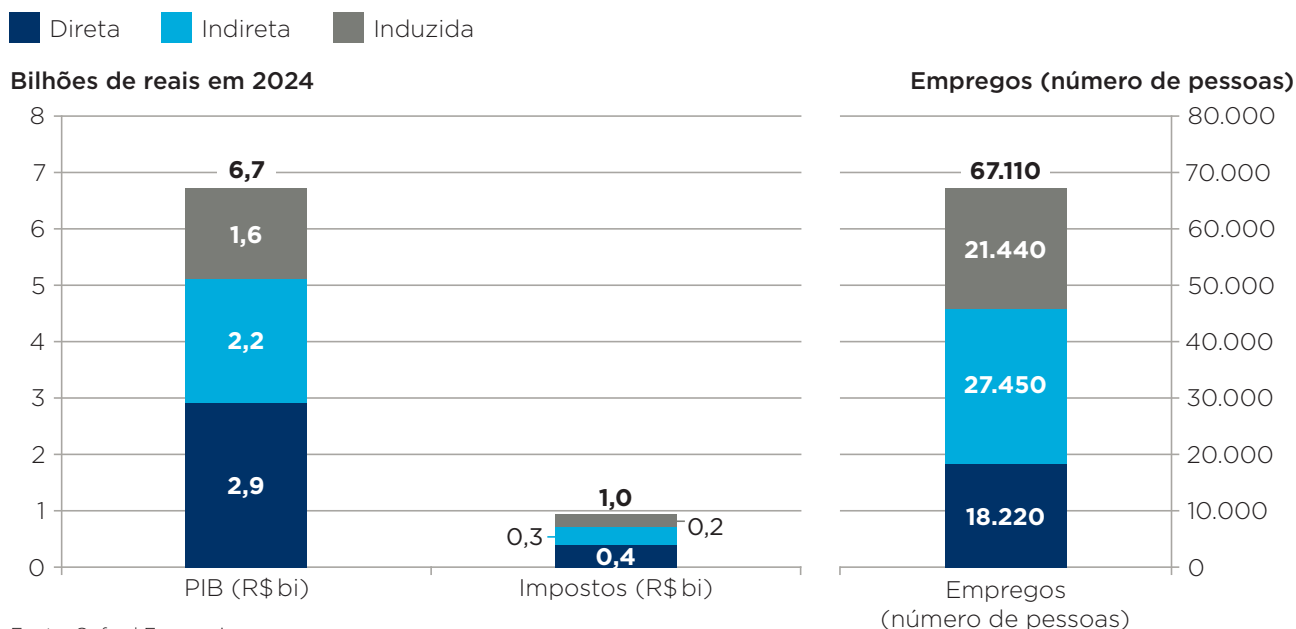
Em 2024, o impacto econômico direto do segmento foi o maior dentro do setor audiovisual, totalizando R\$ 2,9 bilhões. O impacto indireto gerado ao longo da cadeia produtiva que sustenta a produção e distribuição de filmes e programas de televisão contribuiu com R\$ 2,2 bilhões adicionais para o PIB brasileiro. Por fim, o impacto induzido, gerado pelos gastos salariais dos empregados do setor e de sua cadeia produtiva, agregou mais R\$ 1,6 bilhão à economia. Isso representa um total de R\$ 6,7 bilhões aportados ao PIB do país somente por esse segmento (Fig. 7).

A atividade econômica nesta área ajudou a sustentar uma pegada de emprego totalizando 67.110 empregos em 2024. Os impactos indiretos na cadeia de fornecimento geraram a maior parcela de empregos, com 27.450, seguidos por 21.440 empregos criados por efeitos induzidos e 18.220 empregos diretos.

A principal contribuição tributária veio das atividades diretas dentro do segmento, gerando R\$ 405 milhões em impostos—42% da arrecadação tributária total do segmento. A arrecadação tributária total desse segmento foi de R\$ 951 milhões.

Recentemente, o segmento de produção e distribuição de filmes e TV tem recebido muitos investimentos privados de plataformas de streaming. Empresas globais também enfrentam a concorrência da Globoplay no Brasil. A plataforma de streaming do gigante grupo de mídia brasileiro Globo, a Globoplay, produz conteúdo nativo brasileiro: novelas e outras séries produzidas internamente e no país. Em 2023, a receita de vendas da Globo

Fig. 7: Contribuição econômica da produção e distribuição de filmes e TV no Brasil, 2024



Fonte: Oxford Economics
Os valores podem não somar devido a arredondamentos.

atingiu R\$16,4 bilhões, um aumento de 8% na comparação anual.³ No mesmo ano, a Globo investiu R\$5 bilhões em conteúdo, direitos e tecnologia para melhorar ainda mais a qualidade de seus programas e filmes para o público nacional e internacional.⁴

Em 2024, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva estruturou um pacote recorde de R\$1,6 bilhão como prova da força do setor.⁵ O plano destinou a maior parte do dinheiro para atrair investimentos de novos filmes e séries, destinando R\$200 milhões para coproduções internacionais com quase 500 propostas na mesa de 47 países, e apoiou a linha de crédito de R\$400 milhões que oferece taxas abaixo

do mercado para produções em todas as regiões do Brasil.

Para estimar o crescimento do subsetor de produção e distribuição, utilizamos projeções de crescimento de mercado fornecidas em um relatório preparado pela Olsberg•SPI, bem como as projeções da Oxford Economics relativas à produtividade setorial e à economia brasileira em geral.⁶ Utilizamos o cenário de modelagem mais conservador daquele relatório, no qual se presume que não haja incentivos do governo federal. Projetamos uma taxa média de crescimento anual de 4,7% na contribuição direta do subsetor para o PIB e de 3,3% em seus impactos diretos sobre o emprego.

Fig. 8: Tamanho direto do subsetor de produção e distribuição de filmes e TV; projeções para 2024–2028

Ano	Contribuição direta para o PIB (Reais em 2024)	Empregos diretos (Número de pessoas)	Impostos diretos (Reais em 2024)
2024	R\$ 2,9 bi	18.220	R\$ 404,7 mi
2025	R\$ 3,0 bi	19.580	R\$ 429,0 mi
2026	R\$ 3,1 bi	19.810	R\$ 445,2 mi
2027	R\$ 3,3 bi	20.070	R\$ 461,4 mi
2028	R\$ 3,4 bi	20.710	R\$ 485,6 mi

3.2 EXIBIÇÃO DE FILMES EM CINEMAS

As exhibições de filmes em cinemas são uma das principais fontes de receita que sustentam a produção de novos filmes. Culturalmente, esse segmento também serve como uma plataforma vital, por meio da qual a indústria se conecta e influencia a sociedade em geral, e inclui os empregos e a atividade econômica associados à operação de cinemas, como venda de ingressos, concessões, serviços de projeção e gestão dessas instalações.

Em 2024, o segmento de exibição de filmes em cinemas contribuiu com R\$4,0 bilhões para o PIB do Brasil (Fig. 9). Essa contribuição veio principalmente das atividades diretas das

salas de cinema, gerando R\$1,7 bilhão. Outros R\$1,3 bilhão veio como impacto indireto da cadeia de fornecimento que sustenta esse segmento, e o R\$1,0 bilhão restante foi gerado pelos gastos induzidos do consumidor.

O segmento gerou um total de 56.190 empregos em 2024. Devido à intensidade de mão de obra desse segmento da indústria, a maior parte desses empregos veio de empregos diretos do setor, consistindo em 27.300 empregos. Em seguida, 16.220 empregos foram criados pelos impactos indiretos na cadeia de fornecimento e 12.670 empregos sustentados pelos impactos induzidos.

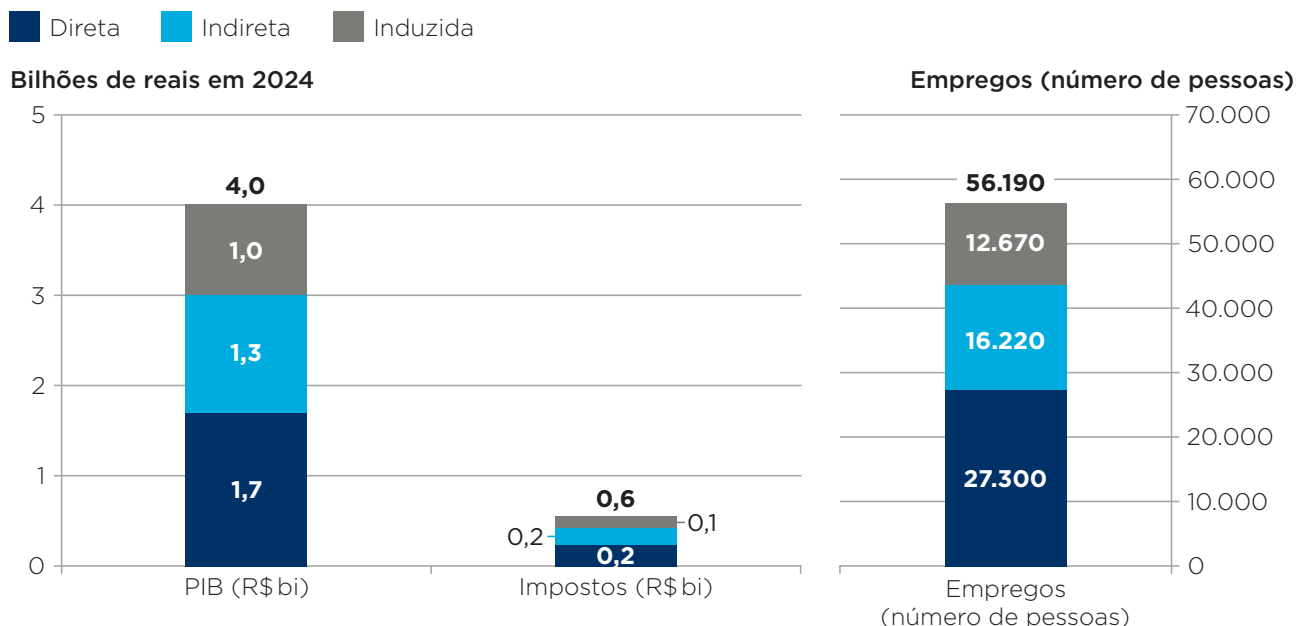
³ Góes, F. (2025). *Globo posts R\$ 2 bn earnings with business growth*. Valor International.

⁴ Ripardo, S. (2024). *Next generation digital TV will remove barriers between antennas, Internet, Globo's CFO says*. Bloomberg Línea.

⁵ Presidência da República. "Reafirmamos a potência do nosso cinema," diz Lula ao anunciar R\$1,6 bilhão para o setor audiovisual. Planalto, 2024.

⁶ Olsberg•SPI. Estudo de Impacto Econômico para um Novo Incentivo Federal à Produção Audiovisual no Brasil. Agosto de 2024.

Fig. 9: Contribuição econômica da exibição de filmes em cinemas no Brasil, 2024



O segmento de exibição de filmes em cinemas, em 2024, contribuiu com um total de R\$ 562 milhões em arrecadação de impostos, com R\$ 239 milhões provenientes de atividades diretas.

O cinema e as bilheterias do Brasil mostram sinais de recuperação pós-COVID-19, mas o caminho à frente traz uma concorrência cada vez maior dos serviços de streaming doméstico. O Statista estima que a receita de bilheteria do Brasil cresceu 11% entre 2023 e 2024. Em 2024, os cinemas em todo o Brasil venderam 125 milhões de ingressos, ante 114 milhões no ano anterior—um aumento anual de 9,5%.⁷

Em 2023, o Brasil lançou 161 filmes nacionais—um aumento de 168% em relação a 2020, quando apenas 60 filmes nacionais foram lançados, mostrando uma forte recuperação do choque da pandemia, que impactou negativamente a indústria.⁸ Em 2024, filmes nacionais arrecadaram R\$ 251 milhões no Brasil, ante R\$ 67 milhões no ano anterior—um aumento anual de 275%.⁹ Com isso, a participação dos filmes nacionais na arrecadação total de bilheteria do Brasil passou de 3% em 2023 para mais de 10% em 2024.¹⁰

Para estimar o crescimento do subsetor de exibição de filmes em cinemas, utilizamos projeções de crescimento de mercado

Fig. 10: Tamanho direto do subsetor de exibição de filmes em cinemas; projeções para 2024-2028

Ano	Contribuição direta para o PIB (Reais em 2024)	Empregos diretos (Número de pessoas)	Impostos diretos (Reais em 2024)
2024	R\$1,7 bi	27.300	R\$ 239,2 mi
2025	R\$1,8 bi	29.700	R\$ 256,6 mi
2026	R\$1,9 bi	30.700	R\$ 272,0 mi
2027	R\$2,0 bi	31.200	R\$ 282,9 mi
2028	R\$2,1 bi	31.780	R\$ 293,9 mi

⁷ Statista, "Number of movie tickets sold in Brazil from 2009 to 2024," 2025.

⁸ Statista, "Number of new domestic movies released in Brazil from 2009 to 2023," 2025.

⁹ Statista, "Box office revenue generated by domestic films in Brazil from 2006 to 2024," 2025.

¹⁰ Statista, "Box office revenue generated by domestic movies as a percentage of total box office gross in Brazil from 2006 to 2024," 2025.

fornecidas pela Statista Market Insights, bem como as previsões da Oxford Economics relativas à produtividade setorial e à economia brasileira em geral. Projetamos uma taxa

média de crescimento anual de 5,3% na contribuição direta do subsetor para o PIB e de 3,9% em seus impactos diretos no emprego.

3.3 TELEVISÃO

3.3.1 TV aberta

Um pilar fundamental da indústria televisiva tradicional é a televisão aberta (FTA). Este segmento abrange todas as atividades relacionadas à criação, distribuição e transmissão de conteúdo em canais de TV aberta. Essa programação normalmente é gratuita para os telespectadores, financiada principalmente por meio de publicidade, em vez de assinaturas ou taxas de uso. No Brasil, a TV Globo se destaca como a principal emissora de TV aberta.

Em 2024, a maior contribuição do segmento para o PIB veio de suas atividades diretas, no valor de R\$14,9 bilhões. O impacto indireto na cadeia de fornecimento e o impacto nos gastos

induzidos do consumidor contribuíram com R\$11,5 bilhões e R\$8,6 bilhões, respectivamente, gerando um total de R\$34,9 bilhões (Fig. 11).

Em termos de geração de empregos, o segmento de televisão aberta gerou diretamente 53.600 empregos. Mas o maior impacto do segmento foi na geração indireta de empregos, sustentando 142.610 empregos, seguida pela geração induzida de empregos, com 111.390 empregos.

O segmento de televisão aberta gerou R\$4,9 bilhões em arrecadação de impostos em 2024, sendo R\$2,1 bilhões atribuídos às suas atividades diretas.

Fig. 11: Contribuição econômica da TV aberta no Brasil, 2024

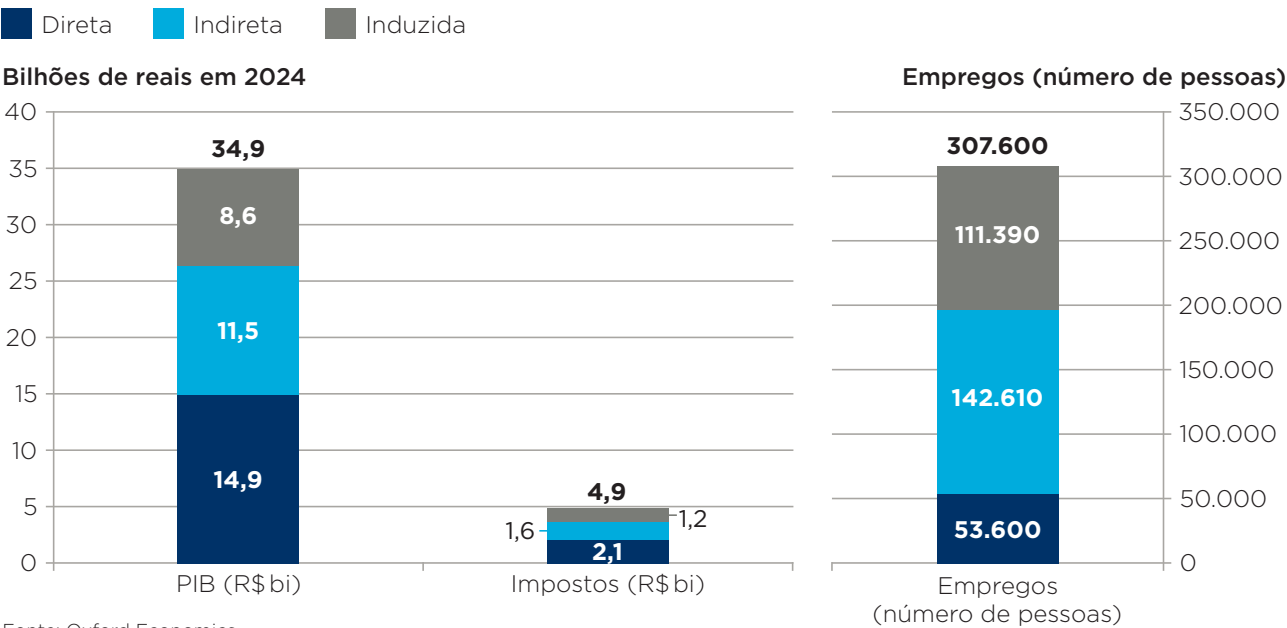


Fig. 12: Tamanho direto do subsetor de TV aberta; projeções para 2024–2028

Ano	Contribuição direta para o PIB (Reais em 2024)	Empregos diretos (Número de pessoas)	Impostos diretos (Reais em 2024)
2024	R\$ 14,9 bi	53.600	R\$ 2,1 bi
2025	R\$ 15,1 bi	55.270	R\$ 2,1 bi
2026	R\$ 15,3 bi	54.650	R\$ 2,2 bi
2027	R\$ 15,5 bi	54.150	R\$ 2,2 bi
2028	R\$ 15,7 bi	53.770	R\$ 2,2 bi

Para estimar o crescimento do subsetor de TV aberta, utilizamos projeções de crescimento de mercado fornecidas pela Statista Market Insights, bem como as previsões da Oxford Economics relativas à produtividade setorial e à economia brasileira em geral. Projetamos uma taxa de crescimento anual de 1,4% na contribuição direta do subsetor para o PIB e de 0,1% em seus impactos diretos na geração de empregos.

3.3.2 TV por assinatura

Outro segmento importante da indústria televisiva tradicional é a televisão por assinatura. Isso inclui serviços de TV por assinatura e abrange toda a variedade de atividades envolvidas na produção, distribuição e transmissão de conteúdo para telespectadores pagantes. Segundo dados da Anatel, havia 10,4 milhões de assinantes de TV por assinatura no Brasil em 2024, queda de quase 19% em relação a 2023 (Fig. 14).

Em 2024, o setor de TV por assinatura contribuiu diretamente para o PIB em R\$ 3,6 bilhões. O impacto indireto, gerado ao longo da cadeia de fornecimento que sustenta as atividades de TV por assinatura, contribuiu com R\$ 2,4 bilhões adicionais para a economia. Por fim, o impacto induzido, gerado pelas despesas salariais dos empregados do setor e de sua cadeia de fornecimento, foi de R\$ 1,4 bilhão. A TV por assinatura contribuiu com um total de R\$ 7,5 bilhões para o PIB brasileiro (Fig. 13).

O segmento de TV por assinatura gerou diretamente 7.810 empregos. No entanto, seu maior impacto foi na geração indireta e induzida de empregos, sustentando 28.690 e 18.440 empregos, respectivamente.

Em 2024, esse segmento contribuiu com um total de R\$ 1,1 bilhão em arrecadação de impostos. A principal contribuição veio das atividades diretas, que geraram uma arrecadação de impostos de R\$ 514 milhões—quase 49% da arrecadação de impostos total do segmento.

O setor de TV por assinatura do Brasil tem experimentado um declínio sustentado nos últimos anos, com os assinantes de TV por assinatura caindo 45% desde 2016 (Fig. 14). Essa tendência reflete, em parte, a mudança generalizada no comportamento do consumidor em relação aos serviços de streaming, mas também desafios estruturais significativos na indústria nacional. As operadoras tradicionais de TV por assinatura do Brasil enfrentam obstáculos e ônus regulatórios, incluindo cotas restritivas de conteúdo, estruturas de licenciamento desatualizadas e alta tributação.¹¹

Fontes da indústria sugeriram que regras assimétricas colocaram as emissoras tradicionais em desvantagem competitiva, exacerbando seu declínio em meio à transição digital. Embora algumas partes interessadas possam propor o endurecimento das regulamentações de VOD para nivelar o

campo de atuação, os líderes do setor pedem uma resposta política mais eficaz e voltada para o futuro, que modernize e flexibilize as restrições obsoletas à TV paga, promovendo

a inovação, preservando a capacidade de distribuição nacional e garantindo suporte de longo prazo para a produção de conteúdo brasileiro.

Fig. 13: Contribuição econômica da TV por assinatura no Brasil, 2024

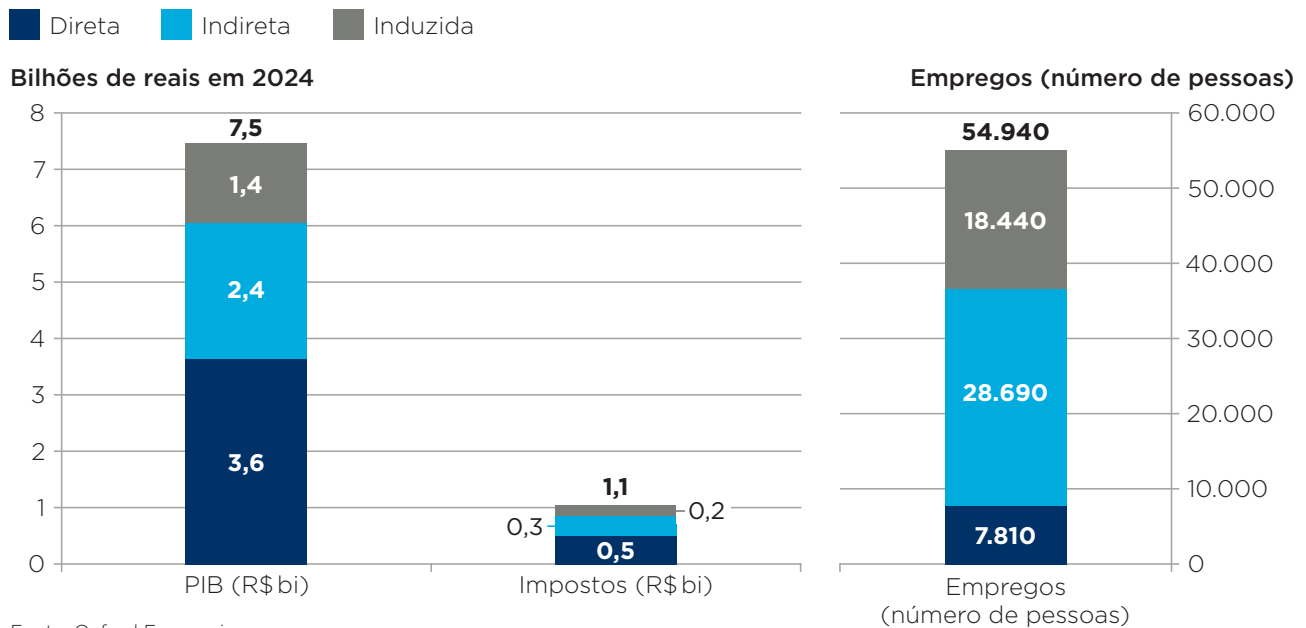
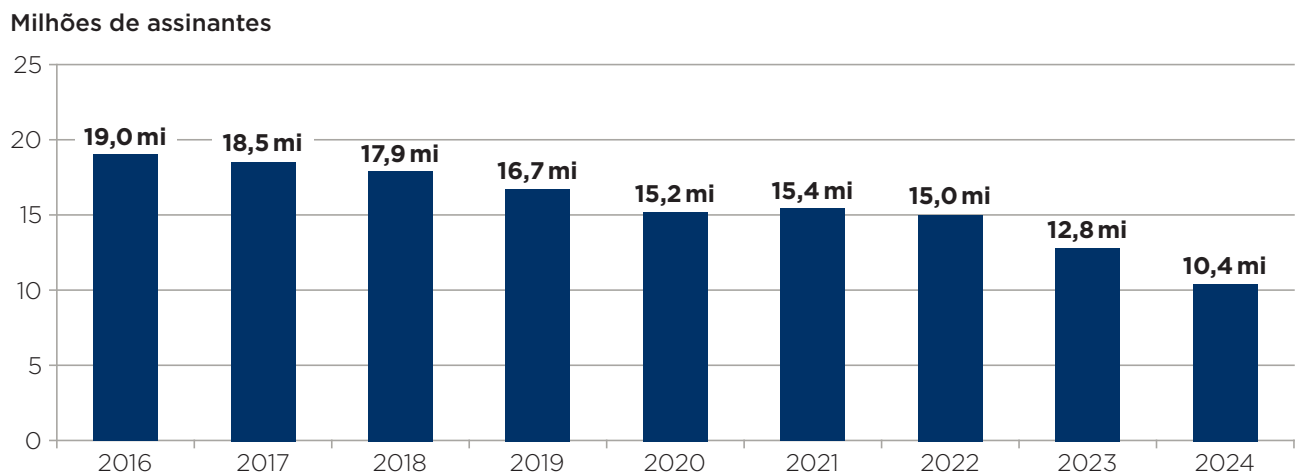


Fig. 14: Tendência de assinantes de TV por assinatura, 2016-2024



Fonte: Anatel

Fig. 15: Tamanho direto do subsetor de TV por assinatura; projeções para 2024–2028

Ano	Contribuição direta para o PIB (Reais em 2024)	Empregos diretos (Número de pessoas)	Impostos diretos (Reais em 2024)
2024	R\$ 3,6 bi	7.810	R\$ 514,1 mi
2025	R\$ 3,6 bi	7.940	R\$ 515,6 mi
2026	R\$ 3,7 bi	7.770	R\$ 517,2 mi
2027	R\$ 3,7 bi	7.610	R\$ 518,7 mi
2028	R\$ 3,7 bi	7.490	R\$ 520,3 mi

Para projetar o crescimento do subsetor de TV por assinatura, utilizamos projeções de crescimento de mercado fornecidas pela Digital TV News e Digital TV Research, bem como as previsões da Oxford Economics

para a produtividade setorial e a economia brasileira em geral. Projetamos uma taxa de crescimento anual de 0,3% na contribuição direta do subsetor para o PIB e de -1,1% em seus impactos diretos na geração de empregos.

3.4 VÍDEO SOB DEMANDA

Esta seção abrange o segmento de vídeo sob demanda (VOD), incluindo empregos e atividades econômicas relacionados à criação, licenciamento, distribuição, streaming e gerenciamento de plataforma de conteúdo audiovisual digital entregue aos consumidores pela internet. Este subsetor, assim como a indústria audiovisual em geral, exclui plataformas geradas pelos usuários, como o YouTube. Uma pesquisa de mercado da Omdia—uma empresa de pesquisa e consultoria especializada em mídia—estima que o mercado brasileiro de VOD gerou R\$19,4 bilhões (US\$ 3,6 bilhões) em vendas em 2024.

Utilizando esses dados, bem como estatísticas do IBGE para o setor e outras fontes oficiais, nossa modelagem conclui que o subsetor de VOD do Brasil contribuiu diretamente com R\$ 8,4 bilhões para o PIB, R\$ 5,7 bilhões indiretamente por meio de sua cadeia de fornecimento e R\$ 2,6 bilhões por meio dos canais de gastos induzidos por salários. No total, o setor contribuiu com R\$ 16,8 bilhões para o PIB do Brasil (Fig. 16).

O segmento de VOD gerou um total de 117.430 empregos em 2024, com 12.440 pessoas trabalhando diretamente para plataformas de VOD no Brasil. O segmento da cadeia de fornecimento indireta sustentou outros 71.460 empregos, e os 33.530 restantes foram empregados por meio da atividade induzida mais ampla.

Em 2024, o segmento de VOD contribuiu com um total de R\$ 2,4 bilhões em arrecadação de impostos, com cerca de metade (R\$ 1,2 bilhão) gerada por meio das atividades diretas no segmento.

O mercado de VOD no Brasil é grande e crescente, com uma estimativa de 8,5 milhões de usuários em 2024 e projeções de crescimento de 4,9% ano a ano até 2030.¹² Os serviços de VOD são categorizados pelas fontes de sua receita, principalmente por meio de taxas de assinatura pagas pelos usuários ou receitas apoiadas por anunciantes.¹³

O vídeo sob demanda por assinatura (SVOD) descreve usuários que pagam diretamente aos

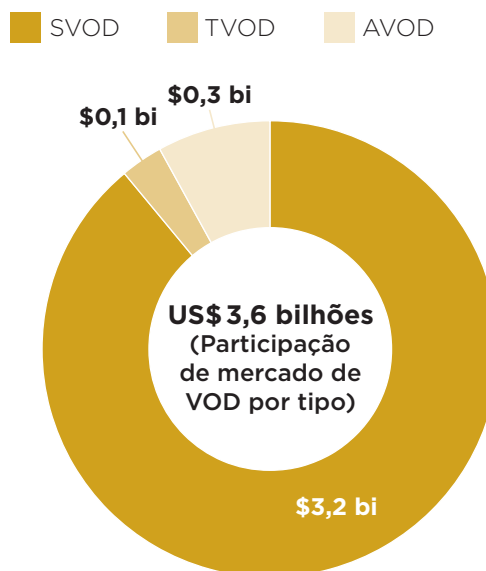
¹² Statista, “Number of users in the OTT video segment of the media market Brazil from 2020 to 2030,” 2025.

¹³ Existem assinaturas híbridas nas quais os usuários pagam uma taxa de assinatura direta mais baixa em troca de receberem alguns anúncios dentro da plataforma. A estimativa de SVOD da Omdia inclui assinaturas híbridas com publicidade, nas quais o acesso é oferecido a um preço mais baixo.

provedores de serviços uma taxa de assinatura anual ou mensal para visualizar o conteúdo e constituem a grande maioria (89%) do mercado brasileiro de streaming, de acordo com a Omdia (Fig. 17). A previsão é de que o número de usuários brasileiros de SVOD aumente continuamente entre 2024 e 2027 em 19%, totalizando 6,5 milhões de usuários.¹⁴ Em dezembro de 2024, a Netflix tinha a maior participação de mercado, com 24,4%, seguida pelo Prime Video, com 20,5%, Disney+, com 14,6%, e Globoplay, com 11,5%.¹⁵

Por outro lado, o vídeo sob demanda (AVOD) com suporte de publicidade é gratuito para os consumidores, embora seja sustentado por anúncios. Plataformas totalmente suportadas por anúncios incluem a Pluto TV ou níveis gratuitos de outras plataformas, como a GloboPlay, onde a receita publicitária é usada para compensar os custos de produção e hospedagem. O vídeo sob demanda

Fig. 17: Estrutura das receitas de serviços de vídeo on-line no Brasil (em USD), 2024

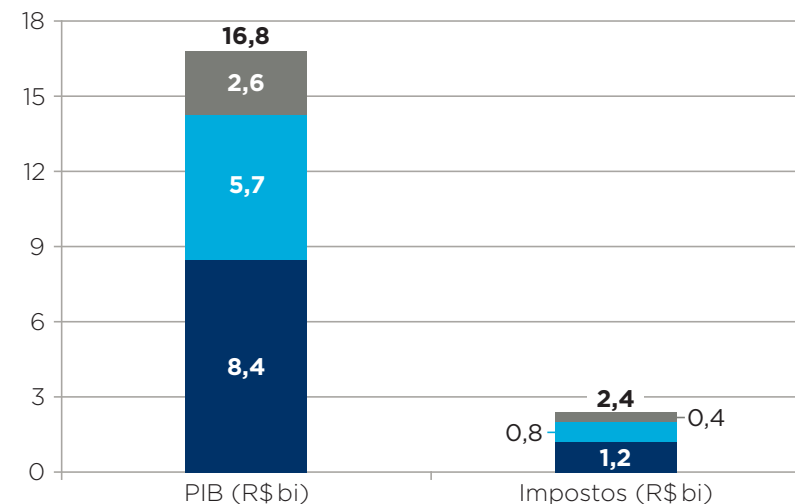


Fonte: Omdia

Fig. 16: Contribuição econômica de vídeos sob demanda no Brasil, 2024

■ Direta ■ Indireta ■ Induzida

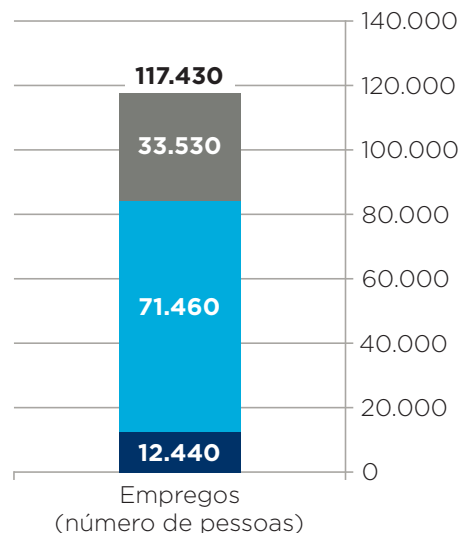
Bilhões de reais em 2024



Fonte: Oxford Economics

Os valores podem não somar devido a arredondamentos.

Empregos (número de pessoas)



¹⁴ Statista, "Number of users of video streaming (SVOD) in Brazil 2017-2027," 2025.

¹⁵ Statista, "Monthly market share of subscription video-on-demand (SVOD) services in Brazil from January 2024 to March 2025," 2025. 21

Fig. 18: Tamanho direto do subsetor de vídeo sob demanda; projeções para 2024–2028

Ano	Contribuição direta para o PIB (Reais em 2024)	Empregos diretos (Número de pessoas)	Impostos diretos (Reais em 2024)
2024	R\$ 8,4 bi	12.440	R\$ 1,2 bi
2025	R\$ 9,6 bi	14.370	R\$ 1,4 bi
2026	R\$ 10,8 bi	15.720	R\$ 1,5 bi
2027	R\$ 11,7 bi	16.690	R\$ 1,7 bi
2028	R\$ 12,4 bi	17.350	R\$ 1,8 bi

transacional (TVOD) descreve o método de aluguel de conteúdo digital em que os clientes geralmente escolhem o conteúdo à la carte e pagam para assisti-lo por um período limitado—também conhecido como aluguel digital ou pay-per-view. Embora muito pequeno no Brasil e, portanto, não visível no gráfico, o segmento de VOD também inclui atividades de Download to Own (DTO) (também conhecido como EST—venda eletrônica por meio de streaming), bem como aluguel digital de produtos audiovisuais.¹⁶

Para estimar o crescimento do subsetor de VOD do Brasil, utilizamos projeções de crescimento de mercado fornecidas pela Omdia, bem como as previsões da Oxford Economics relativas à produtividade setorial e à economia brasileira em geral. Projetamos uma taxa média de crescimento anual de 10,2% na contribuição direta do subsetor para o PIB e de 8,7% em seus impactos diretos no emprego.

Além do mito da substituição: reformulando a ligação entre o vídeo on-line e o cinema e a TV tradicionais

Há uma preocupação entre as partes interessadas de que o crescimento dos serviços de VOD deve necessariamente ocorrer às custas da mídia tradicional. Embora, sem dúvida, existam efeitos de substituição ocorrendo nos comportamentos do consumidor, há algumas

evidências empíricas recentes sugerindo que a expansão do VOD não precisa canibalizar completamente a mídia tradicional. Em vez disso, vários estudos mostram que pode haver complementaridades positivas entre si.

Takayuki e Sang-gil (2023), por exemplo, constatam que, embora exista um efeito de substituição prevalente entre o VOD e os serviços de TV tradicionais, esses efeitos não são homogêneos entre os gêneros; e que a prevalência de serviços de streaming teve um efeito menor no consumo de transmissões ao vivo, como esportes e notícias, quando comparado ao YouTube e outras plataformas de conteúdo gerado pelo usuário.¹⁷

De modo geral, estudos anteriores demonstraram graus variados de substituição e complementaridade na relação entre vídeo sob demanda e TV tradicional. Além disso, como demonstrado neste relatório, uma parcela significativa dos ganhos econômicos da expansão do VOD permanece no Brasil—por meio de comissões e taxas de licenciamento de conteúdo nacional, contratação de equipes locais e colaborações com estúdios brasileiros. Dessa forma, a criação de um arcabouço regulatório flexível e favorável que permita que plataformas tradicionais e digitais coexistam e prosperem juntas pode gerar efeitos positivos para a economia brasileira. Consulte a seção 4.2 para uma discussão mais aprofundada.

¹⁶ Por meio dos produtos DTO, os clientes podem comprar conteúdo específico de filmes ou televisão pela internet e ter acesso a eles por tempo indeterminado.

¹⁷ Takayuki Yamatsu e Sang-gil Lee. 2023. "Multiple Relationships between Streaming and Linear TV." *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 67, nº 5 (2023): 725–743.

3.5 COMERCIALIZAÇÃO E REPRODUÇÃO

Este segmento inclui empresas que se dedicam principalmente à venda ou aluguel de DVDs, discos Blu-ray e outros formatos físicos de conteúdo audiovisual para consumidores. Nos últimos anos, essa área do setor tem enfrentado uma retração, impulsionada pela ascensão de novos modelos de negócios, como o VOD. Além disso, o crescimento da pirataria, agora facilitada pelo amplo acesso à internet, contribuiu ainda mais para o declínio das vendas e aluguéis de mídia física.

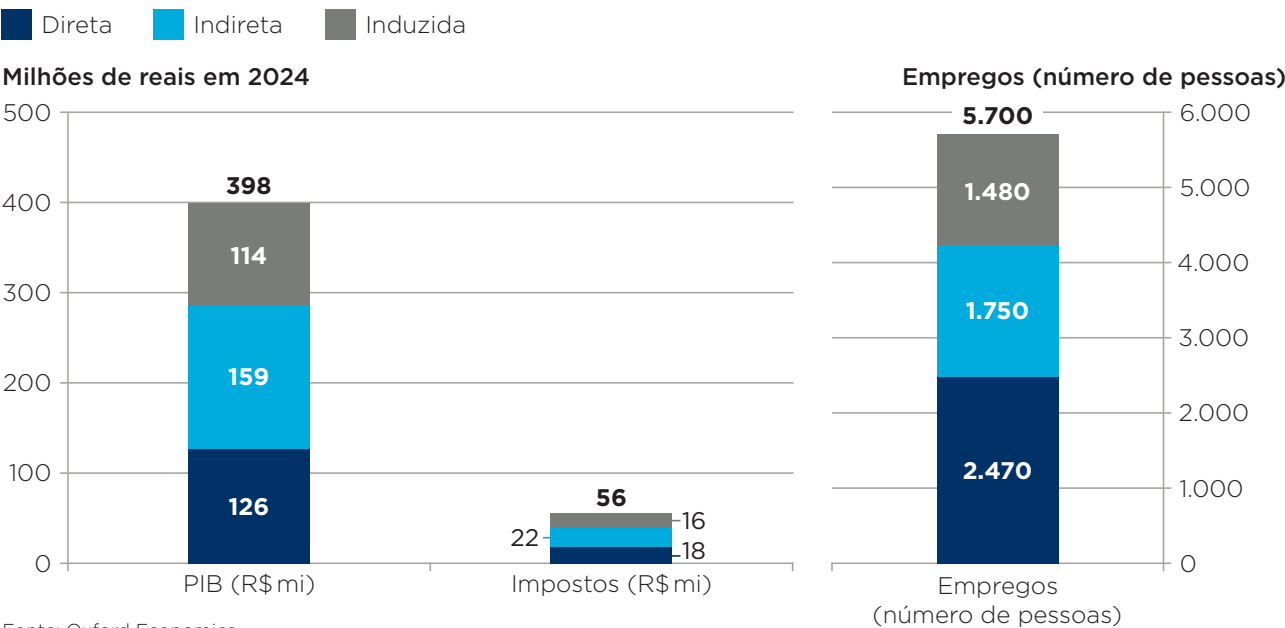
Em 2024, o segmento de comercialização e reprodução contribuiu com R\$ 398 milhões para o PIB do Brasil. (Fig. 19). Cerca de 40% dessa contribuição veio como impacto indireto da cadeia de fornecimento, que totalizou R\$ 159 milhões.

Este segmento criou um total de 5.700 empregos em 2024. A maior parte desses empregos veio como impacto direto, empregando 2.470 pessoas. Além disso, 1.750 empregos foram criados como impacto indireto e 1.480 como impacto induzido.

O segmento de comercialização e reprodução contribuiu diretamente com R\$ 18 milhões em arrecadação de impostos em 2024, e R\$ 56 milhões no total após a contabilização de arrecadações indiretas e induzidas.

Dado o declínio e os obstáculos enfrentados pelo subsetor de comercialização e reprodução, a Oxford Economics não prevê nenhum crescimento entre 2024 e 2030.

Fig. 19: Contribuição econômica da comercialização e reprodução no Brasil, 2024



4. IMPACTOS ADICIONAIS

Embora os capítulos 2 e 3 discutam os efeitos econômicos das atividades operacionais do setor audiovisual, o setor também oferece enorme valor e benefícios indiretos por meio de outros canais. Esta seção também discute

o atual ambiente regulatório que envolve o setor audiovisual brasileiro e fornece recomendações para apoiar o crescimento desta indústria dinâmica e importante.

4.1 TURISMO

Amplamente chamados de “turismo de tela,” os locais apresentados na mídia global de cinema e televisão há muito tempo agem como catalisadores de viagens e turismo. Exemplos recentes importantes incluem *O Senhor dos Anéis* e sua benção para a Nova Zelândia; *Emily em Paris* com seu local de origem; ou Disneylândia, Disney World e Universal Studios. Uma pesquisa da Expedia mostra que 53% dos viajantes pesquisados reservaram ou pesquisaram uma viagem depois de assisti-la em um programa de TV ou filme, ilustrando a importância do desenvolvimento das indústrias culturais nacionais para o turismo.¹⁸

Por exemplo, após o lançamento do remake da novela *Pantanal* em março de 2022, pela Globo-play, o turismo na região do Pantanal aumentou em 100%. Da mesma forma, uma pesquisa constatou que as buscas pela região do Tocantins aumentaram em 80% após o lançamento da novela *O Outro Lado do Paraíso*, pela Globo.¹⁹

O exemplo recente mais proeminente é *Ainda estou aqui*, do cineasta Walter Salles e da Sony Pictures Classics, que recebeu três indicações ao Oscar de 2025, incluindo Melhor Filme, e ganhou o prêmio de Melhor Longa-Metragem Internacional—ambos os primeiros da indústria cinematográfica brasileira.²⁰ O filme se tornou um fenômeno cultural e um atrativo turístico no bairro da Urca, no Rio de Janeiro.²¹ O prefeito do Rio anunciou planos de comprar a casa que serviu de cenário principal do filme para transformá-la em um museu e centro cultural dedicado ao cinema brasileiro.²²

Nesse contexto, a Netflix firmou parceria com a Embratur, órgão de turismo do Brasil, para impulsionar o turismo internacional por meio da promoção das exportações culturais audiovisuais do país.²³ *Cidade Invisível* e *Casamento às Cegas: Brasil*, estão sendo apresentadas como ferramentas poderosas para mostrar a cultura, as

53% dos viajantes

pesquisaram ou reservaram suas viagens depois de ver locais em filmes ou na TV.

¹⁸ Miller, Cheryl. “Unpack ‘24 Trends: What They Mean for Partners.” *Blog do Grupo Expedia*, 30 de janeiro de 2024. <https://partner.expediagroup.com/en-us/resources/blog/unpack-24-insights>.

¹⁹ Banco Interamericano de Desenvolvimento. *O impacto econômico do setor audiovisual na América Latina*, Agosto de 2023.

²⁰ O Globo. “‘Ainda estou aqui’ é o quinto longa brasileiro indicado ao Oscar de melhor filme internacional; relembre todos.” O Globo, 23 de janeiro de 2025. <https://oglobo.globo.com/english/noticia/2025/01/23/im-still-here-is-the-fifth-brazilian-feature-film-nominated-for-the-oscar-for-best-international-feature-revisit-them-all.ghtml>.

²¹ Agência Brasil (EBC). “Casa usada em gravações de ‘Ainda Estou Aqui’ vira ponto turístico.” Agência Brasil, Janeiro de 2025. <https://agenciabrasil.ebc.com.br/cultura/noticia/2025-01/casa-usada-em-gravacoes-de-ainda-estou-aqui-vira-ponto-turistico>.

²² Agência Brasil (EBC). “Prefeitura do Rio vai transformar casa de ‘Ainda Estou Aqui’ em museu.” Agência Brasil, 3 de março de 2025. <https://agenciabrasil.ebc.com.br/cultura/noticia/2025-03/prefeitura-do-rio-vai-transformar-casa-de-ainda-estou-aqui-em-museu>.

²³ “Netflix, Embratur in ‘Invisible City,’ ‘Love Is Blind: Brazil’ Push Brazil Tourism.” *Variety*, 17 de Abril de 2025. <https://variety.com/2025/film/global/netflix-embratur-invisible-city-love-is-blind-brazil-1236414200/>.

paisagens e a biodiversidade do país para públicos internacionais.

Quase todos os setores da economia brasileira colhem os benefícios do crescimento do turismo, mas nenhum mais do que serviços ao consumidor, como hotéis, restaurantes ou transporte. Dados da ONU Turismo estimam

que o Brasil recebeu 6,8 milhões de visitantes internacionais em 2024—um aumento de 6,6% desde o período pré-COVID-19, em 2019—que gastaram quase US\$ 7,3 bilhões (R\$ 39,3 bilhões) na economia brasileira.²⁴ Esses gastos sustentaram cerca de 8,1 milhões de empregos em 2024, representando cerca de 8% de toda a força de trabalho do Brasil até o final de 2025.²⁵

4.2 PROMOVENDO A CULTURA BRASILEIRA POR MEIO DA EXPORTAÇÃO AUDIOVISUAL

As exportações culturais do Brasil continuam ganhando força internacional, com crescente engajamento de plataformas e públicos globais. Estima-se que os gastos globais com produção de conteúdo audiovisual atingirão US\$ 247 bilhões em 2024,²⁶ e o Brasil está cada vez melhor posicionado para se beneficiar desse crescimento.

As exportações de serviços audiovisuais não apenas expandiram o alcance cultural do Brasil, como também geraram importante valor econômico. À medida que o setor se torna mais integrado globalmente, o conteúdo brasileiro funciona cada vez mais como um importante ativo de soft power, gerando benefícios indiretos tais como turismo (discutido acima), branding nacional e influência.

O conteúdo brasileiro está agora mais visível do que nunca para o público global. Plataformas internacionais licenciaram ou encomendaram séries e filmes brasileiros,

muitos dos quais se classificaram como títulos de melhor desempenho tanto local quanto internacionalmente. Por exemplo, *Sintonia*, a série brasileira mais popular da Netflix, ficou em primeiro lugar no ranking geral global de séries em outros idiomas por um período em 2023.²⁷ Da mesma forma, *Dom* da Amazon Prime Video, foi indicada ao prêmio de Melhor Série de Ficção na edição de 2024 do Grande Prêmio do Cinema Brasileiro²⁸ e a Max expandiu sua oferta para incluir sua primeira novela, *Beleza Fatal*.²⁹ O Disney+ se fundiu com o Star+ em uma única plataforma na América Latina, dobrando as horas de conteúdo disponíveis na América Latina e expondo o conteúdo latino-americano do Star+ a um público muito mais amplo.³⁰

Para colocar essas evidências anedóticas em contexto, utilizamos estatísticas da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD), que produz estimativas anuais do comércio internacional de bens e serviços.³¹

²⁴UN World Tourism Organization, "Tourism Dashboard," acessado em 23 de junho de 2025, <https://www.unwto.org/tourism-data/un-tourism-tourism-dashboard>.

²⁵World Travel & Tourism Council, "WTTC Forecasts Brazil's Travel & Tourism Sector to Surpass US\$167 Billion Contribution by 2025," WTTC, 22 de maio de 2025, <https://wttc.org/news/wttc-forecasts-brazil-travel-and-tourism-sector-to-surpass-usd-167-billion-contribution-by-2025>.

²⁶Olsberg•SPI. Estudo de Impacto Econômico para um Novo Incentivo Federal à Produção Audiovisual no Brasil. Agosto de 2024, p. 12.

²⁷Netflix. 2025. "Netflix Releases the Electrifying Trailer for the Fifth Season of 'Sintonia.'" Netflix News, 5 de fevereiro de 2025. <https://about.netflix.com/en/news/the-final-journey-electrifying-trailer-for-the-fifth-season-of-sintonia>.

²⁸IMDb. "Cinema Brazil Grand Prize, 2024." IMDb, acessado em 25 de julho de 2025. https://www.imdb.com/event/ev0000176/2024/1/?ref_=ev_tl_yr_2.

²⁹Tribuna de Minas, "Conheça 'Beleza fatal', primeira novela da Max," 22 de janeiro de 2025. <https://tribunademinas.com.br/noticias/cultura/22-01-2025/beleza-fatal.html>.

³⁰Cruz, Natalie. "Unpacking the Disney+ and Star+ merger in Latin America." Ampere Analysis, 26 de junho de 2024. <https://www.ampereanalysis.com/insight/unpacking-the-disney-and-star-merger-in-latin-america>.

³¹Na definição da UNCTAD, a produção comercializada em formatos físicos, como filmes gravados em DVDs, é classificada como mercadoria. Os serviços audiovisuais, por sua vez, abrangem qualquer forma de pagamento por um serviço prestado no exterior por residentes locais (ou seja, aluguéis, taxas, etc.), bem como direitos de distribuição (royalties pela reprodução de conteúdo audiovisual). Na economia moderna, o volume de exportação de serviços audiovisuais é muito maior do que o de bens, razão pela qual nos concentramos apenas nos primeiros.

No Brasil, a balança comercial de serviços audiovisuais tem apresentado crescimento constante nos últimos anos—o país exportou mais serviços audiovisuais para o resto do mundo do que importou. Medidos em dólares americanos reais de 2024, constatamos que as exportações brasileiras neste setor apresentaram uma **taxa composta de crescimento anual de cerca de 19%** desde 2017 e a balança comercial contribuiu com US\$ 234,5 milhões (R\$ 2,7 bilhões) para o PIB nacional em 2023 (Fig. 20)—a título de comparação, isso representa mais de um terço (37%) do PIB contribuído pelo comércio de aeronaves e equipamentos associados.³²

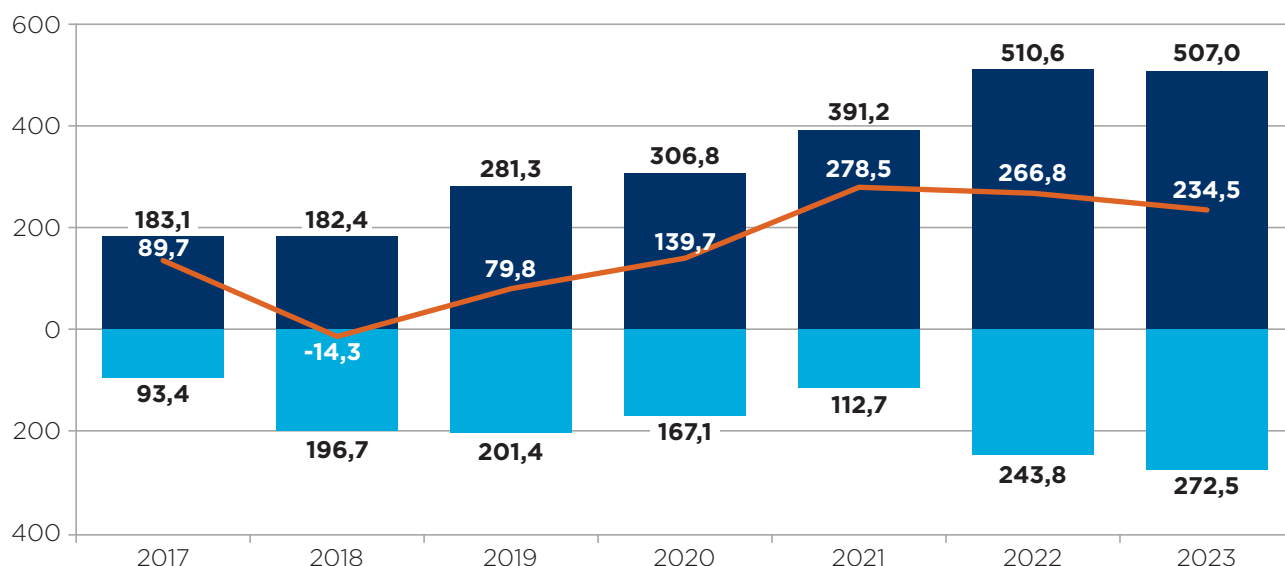
Em 2024, o Brasil bateu recorde de exportação de produção publicitária, atingindo US\$ 54,7 milhões, alta de 7% em relação ao ano anterior.³³

Um aumento nas exportações de serviços audiovisuais traz benefícios substanciais para a indústria audiovisual nacional e para as partes interessadas do governo. Com a maior demanda dos mercados internacionais, as produtoras brasileiras podem garantir receitas mais consistentes, reduzir a dependência de subsídios locais para financiar seu crescimento e operar em escalas maiores. Essa expansão impulsiona a criação de empregos na força de trabalho criativa e técnica, fomenta a profissionalização da indústria e da força de trabalho e promove a transferência de conhecimento por meio da exposição a padrões e tecnologias globais. À medida que o conteúdo brasileiro alcança públicos mais amplos, ele também eleva a visibilidade global dos talentos locais e abre portas para novas parcerias comerciais e criativas no exterior.

Fig. 20: Balança comercial de serviços audiovisuais do Brasil, 2017–2023, medida em dólares americanos de 2024

■ Exportações ■ Importações ■ Balança comercial

Milhões de US\$ em 2024



Fonte: UNCTAD, Oxford Economics

³²United Nations Conference on Trade and Development, UNCTADstat Data Hub: International Trade, United Nations, acessado em 24 de junho de 2025, <https://unctadstat.unctad.org/datacentre/>. É feita uma comparação entre a categoria BMP6 “Serviços audiovisuais e relacionados” e o código SITC 792 “Aeronaves e equipamentos associados; espaçonaves (incluindo satélites) e veículos de lançamento de espaçonaves.” 2023 é o dado mais recente disponível no momento da análise.

³³“Brazil’s Advertising Production Sets Export Record in 2024.” *Valor Internacional* (Valor Econômico), 17 de abril de 2025.

<https://valorinternational.globo.com/business/news/2025/04/17/brazils-advertising-production-sets-export-record-in-2024.ghtml>.

Para as partes interessadas do governo, um setor de exportação audiovisual próspero proporciona retornos econômicos e estratégicos.

Contribui para uma balança comercial de serviços mais saudável, gera novas arrecadações de impostos e estimula o desenvolvimento regional por meio de investimentos

na produção local. Além disso, o conteúdo brasileiro circulado globalmente reforça o soft power e os esforços de diplomacia cultural do país. Esses resultados fornecem fortes justificativas para a continuidade do apoio ao setor, garantindo que o Brasil permaneça competitivo como polo de produção no mercado global.

4.3 FESTIVAIS DE CINEMA

Festivais de cinema ajudam a promover o conteúdo e o talento brasileiro para o público nacional e internacional. Eles podem ajudar a atrair profissionais da indústria e dar visibilidade à arte e à cultura brasileiras. Expor o talento e a arte brasileira a um público global reforça a importância do país como fonte de cultura e pode ter impactos positivos de longo prazo no crescimento.³⁴ No país, grandes exemplos incluem a tradicional Mostra Internacional de Cinema de São Paulo, que celebrou sua 48ª edição em outubro de 2024, quando recebeu aproximadamente 250 mil visitantes e exibiu 419 filmes em vários espaços da cidade.³⁵

Em 2025, a 21ª edição do festival de cinema Fantaspoa, realizado em Porto Alegre, bateu recorde de público, com mais de 500 mil espectadores em 19 dias e exibindo mais de 200 filmes em cinco salas.³⁶ Da mesma forma, o 26º Festival Internacional de Cinema do Rio de Janeiro, em 2024, reconhecido como o maior festival de cinema do Brasil e da América Latina, exibiu cerca de 400 filmes em mais de 30 salas espalhadas pela cidade e atraiu aproximadamente 250 mil espectadores.³⁷ Em menor escala, em 2024, o Festival ECRÃ no Rio de Janeiro, um festival experimental de cinema de artes digitais, registrou público de aproximadamente 12.000 pessoas.³⁸

4.4 PROGRAMAS DE CAPACITAÇÃO

O recente aumento no investimento audiovisual no Brasil, impulsionado pelo Fundo Setorial do Audiovisual (FSA),³⁹ pela Lei Paulo Gustavo⁴⁰ e pelo crescente reconhecimento global, foi acompanhado por um aumento nos programas de capacitação inclusiva que visam expandir o acesso às carreiras cinematográficas. Entre 2023 e 2024, o setor recebeu um apoio federal sem precedentes de R\$ 7,6 bilhões, com programas

estaduais adicionais, como o programa de reembolso em dinheiro de São Paulo e a injeção de R\$131 milhões do Rio de Janeiro em produção e capacitação local. Aproveitando esse impulso, a Câmara de Comércio do Rio de Janeiro e o Centro Latino-Americano de Treinamento expandiram sua aclamada iniciativa “Fazendo Meu Primeiro Filme” para todo o estado do Rio de Janeiro, oferecendo cursos de produção cinematográfica com

³⁴ Javier Scavia, Pedro Fernández De La Reguera, Josephine E. Olson, Nahuel Pezoa e Werner Werner Kristjanpoller. “The Impact of Cultural Trade on Economic Growth.” *Applied Economics*, 53, nº 38 (2021). <https://doi.org/10.1080/00036846.2021.1904112>.

³⁵ Jornal da Mostra, “Confirma os filmes premiados da 48ª Mostra Internacional de Cinema em São Paulo,” 2024.

³⁶ Matthew Minton, “Brazil’s Fantaspoa Film Festival Announces 2025 Winners, Breaks Attendance Records,” *WTYEFM*, 6 de maio de 2025.

³⁷ Festival Scope Pro, “Rio de Janeiro Int’l Film Festival—New Trend,” 2024.

³⁸ FilmFreeWay, “Festival ECRÃ,” *FilmFreeway*, accessed June 20, 2025.

³⁹ “Fundo Setorial do Audiovisual.” Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), acessado em 26 de junho de 2025. <https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/transparencia/fundos-governamentais/fundo-setorial-do-audiovisual>. O FSA é um fundo administrado pelo Ministério da Cultura do Brasil com o objetivo de apoiar as artes e a indústria audiovisual.

⁴⁰ “São Paulo State Ramps Up Film, TV Aid, Preps New OnSite Market.” *Variety*, fevereiro de 2025. <https://variety.com/2025/film/global/sao-paulo-state-paulo-gustavo-showcase-im-still-here-senna-1236309067/>. R\$2,8 bilhões (US\$ 571 milhões) para o setor audiovisual brasileiro em maio de 2023 para a recuperação pós-COVID-19, destinados em parte à criação de uma economia local baseada no conhecimento.

duração de seis semanas, via celular, para jovens marginalizados de 15 a 25 anos. Esses programas imersivos não apenas ensinam habilidades de roteiro para tela, mas também oferecem transporte, alimentação, certificações e acesso à distribuição e festivais.⁴¹

O lançamento do programa em janeiro de 2025, em *Nova Iguaçu*, ilustra ainda mais a abordagem integrada do Brasil à educação, à mobilidade social e à produção cultural. Esta edição, realizada em parceria com ONGs locais, instituições culturais e a prefeitura, capacitou jovens de favelas e bairros carentes. Liderado pelo professor Pedro Dannemann e realizado na Casa da Juventude Iguacuana, o curso proporcionou habilidades fundamentais em roteiro, direção e edição. Os formandos adquiriram não apenas conhecimento técnico, mas também acesso a estágios em produtoras

bem como bolsas de estudo para formação continuada, estreitando a lacuna entre a educação informal e o ingresso formal na indústria audiovisual brasileira.⁴²

As iniciativas de formação audiovisual do Brasil não apenas nutrirão a próxima geração de contadores de histórias, mas também lançarão as bases para uma economia criativa mais inclusiva e dinâmica. Com o aumento da demanda global por conteúdo culturalmente diverso, o investimento do país em programas acessíveis e comunitários garante que talentos de todas as origens possam participar e se beneficiar da expansão do setor. O apoio contínuo à formação, educação e inclusão social será essencial para sustentar esse impulso e liberar todo o potencial econômico e cultural da próspera indústria audiovisual brasileira.

⁴¹ Steve Solot, "Com o cinema nacional em alta, ACRJ e LATC expandem cursos de inclusão social pelo audiovisual em todo o Estado do Rio," *Latin American Training Center*, 11 de março de 2025.

⁴² Latin American Training Center, "LATC inicia curso de inclusão social através do cinema em Nova Iguaçu," 10 de janeiro de 2025.

5. APÊNDICE: METODOLOGIA

MENSURAÇÃO DO PIB

As referências ao PIB são relativas ao Produto Interno Bruto a preços básicos, que exclui impostos (menos subsídios) sobre produtos. O Valor Adicionado Bruto (VAB) é outro termo para PIB a preços básicos e é frequentemente usado para se referir a agrupamentos de negócios ou indústrias. O VAB é a diferença entre a receita de uma empresa menos o custo dos bens e serviços adquiridos e utilizados para produzir essa receita. Também é igual à soma da remuneração dos funcionários e do lucro antes de juros, impostos, depreciação e amortização (EBITDA). Somado a todas as empresas de uma

economia, o VAB é igual ao PIB com pequenos ajustes para impostos e subsídios. Embora os impostos sobre produtos (como impostos indiretos, como o IVA) sejam excluídos do PIB a preços básicos, os impostos indiretos gerados pela indústria audiovisual foram estimados no corpo principal deste relatório e incluídos como parte da contribuição tributária da indústria.

Ao longo deste relatório, usamos o termo PIB para nos referir à contribuição do valor agregado bruto para o PIB criado e apoiado pelo setor audiovisual.

QUANTIFICAÇÃO DA CONTRIBUIÇÃO DIRETA

O emprego no setor audiovisual e em todos os seus subsetores tradicionais foi estimado com base em dados da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS). As definições industriais para os subsetores audiovisuais tradicionais foram consistentes com o relatório de 2019 da Oxford Economics, bem como com relatórios anteriores encomendados pela MPA no Brasil. As estimativas para vídeo sob demanda foram modeladas a partir de dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)—o órgão oficial de estatísticas do Brasil—bem como dados de pesquisa de mercado da Omdia, uma empresa global de pesquisa e consultoria especializada em mídia.

Utilizamos uma série de pesquisas do IBGE detalhando estatísticas sobre a produção de bens e serviços pela indústria audiovisual. A versão mais recente dessas pesquisas contém

dados referentes ao ano civil de 2022. Calculamos índices e estatísticas a partir desses dados, que tendem a ser estáveis ao longo do tempo, para extrapolar dados necessários para nossas análises, como valor da produção, valor adicionado bruto, despesas com pessoal, consumo intermediário ou superávits operacionais brutos, para 2024, utilizando dados atualizados de emprego e salários da RAIS.

Os impostos foram analisados com base em nosso conhecimento do sistema tributário do país, aplicado aos valores estimados da contribuição do valor adicionado bruto da indústria para o PIB. Imposto de renda, contribuições previdenciárias, imposto sobre empresas e IVA foram incluídos nos cálculos, assim como todas as outras transferências compulsórias ao governo central para fins públicos.

MODELAGEM DA CONTRIBUIÇÃO ECONÔMICA TOTAL DA INDÚSTRIA

Em termos gerais, os multiplicadores insumo-produto medem a relação entre um impacto inicial (como gastos) e os resultados finais em toda a economia, em termos de PIB

e emprego. Este estudo utiliza multiplicadores de Tipo I e Tipo II, que consideram tanto os efeitos “indiretos” da cadeia de fornecimento (ou seja, a indústria audiovisual comprando de

outras indústrias) quanto os efeitos “induzidos,” que surgem dos trabalhadores que gastam seus salários (de empregos diretos e indiretos) em bens e serviços. Para estimar as contribuições indiretas e induzidas, utilizamos as Tabelas de Oferta e Uso (SUTs) oficiais de 128 commodities/68 indústrias para o ano de 2021 (as tabelas adequadas mais recentes disponíveis no momento da redação deste texto).⁴³

As TRUs foram manipuladas para obter uma tabela estimada de insumo-produto (IP)

doméstico em forma de matriz, que detalha as transações entre setores em toda a economia, quantificando em que medida diferentes indústrias vendem e compram umas das outras. Ao manipular adequadamente a matriz de IP, estimamos a contribuição, por exemplo, da produção cinematográfica e televisiva para o restante da economia por meio de suas compras na cadeia de fornecimento e dos gastos daqueles empregados direta e indiretamente na produção cinematográfica e televisiva.

AJUSTES PARA VAZAMENTO E CONTAGEM DUPLA

Geralmente, quando a demanda nacional se expande, também há um aumento na demanda por importações. Por exemplo, se os consumidores gastarem dinheiro com a indústria audiovisual, parte desse gasto sairá do Brasil (por exemplo, devido ao pagamento de royalties de filmes ou à compra de materiais importados por produtoras). Isso é formalmente conhecido como “vazamento.” Considerar o vazamento é importante, pois, caso contrário, os efeitos indiretos e induzidos seriam superestimados. O formato padrão da “tabela de uso” do Brasil não permite a estimativa direta desse vazamento de forma desagregada por setor. Dessa forma, a tabela de uso é ajustada para permitir esse vazamento utilizando a tabela de oferta.

Ajustes para baixo nas contribuições do multiplicador foram feitos para evitar a dupla contabilização da produção. Isso ocorre porque, em alguns casos, parte da cadeia de fornecimento de uma determinada indústria inclui subsetores que já foram classificados como parte do setor audiovisual (direto). Por exemplo, exibidores de filmes compram bens e serviços de distribuidores de filmes (por exemplo, cópias de filmes e os direitos de exibição do filme), portanto, a distribuição

de filmes faz parte da cadeia de fornecimento ou efeitos indiretos, da exibição de filmes em cinemas. No entanto, a atividade de distribuição de filmes já está incluída como parte dos efeitos diretos da indústria audiovisual e não deve ser contabilizada duas vezes.

Essa contabilização dupla seria capturada como um subconjunto das compras da “própria indústria” do setor de “televisão, rádio, cinema e atividades de gravação/edição de som e imagem” (o setor de “própria indústria” escolhido para representar melhor a indústria neste estudo). Em nosso exemplo, as compras do exibidor de distribuidoras de filmes seriam capturadas dentro desse valor da “própria indústria.” Portanto, zeramos as compras da própria indústria para evitar o problema da dupla contagem e reduzir os multiplicadores. Observe que isso provavelmente representa uma compensação excessiva pelo efeito da dupla contagem, pois o ajuste também excluiria compras legítimas (ou seja, sem dupla contagem) que deveriam ser incluídas no multiplicador; por exemplo, serviços de rádio adquiridos pela indústria cinematográfica. Portanto, os efeitos multiplicadores relatados neste estudo podem ser considerados conservadores.

ESTIMATIVA DO PIB, EMPREGO E RENDIMENTOS

Os totais da produção bruta derivados de nossa modelagem são convertidos em estimativas para o PIB usando razões setoriais de valor adicionado em relação à produção bruta, extraídas das tabelas de recursos e usos e de pesquisas setoriais do IBGE. Em seguida, essas estimativas foram convertidas em estimativas de emprego usando a

produtividade média setorial (medida em termos de PIB por trabalhador) para 2024. Esse processo foi repetido para cada subsetor para gerar estimativas separadas do PIB total e a contribuição para o emprego, consistindo em efeitos diretos, indiretos e induzidos. A partir disso, é possível calcular os multiplicadores implícitos do PIB e do emprego.

Fig. 21: Quadro resumo de impactos e multiplicadores para cada segmento em 2024

Segmento	Produção (R\$ bilhões)		Contribuição para o PIB (R\$ bilhões)			Empregos (Número de pessoas, milhares)			Impostos (R\$ milhões)	
	Direta	Total	Direta	Total	Multiplicador	Direta	Total	Multiplicador	Direta	Total
TV por assinatura	7,5	15,5	3,6	7,5	2,1	7,8	54,9	7,0	514	1.055
TV aberta	36,7	79,4	14,9	34,9	2,3	53,6	307,6	5,7	2.103	4.939
Produção e distribuição de filmes e TV	7,1	15,3	2,9	6,7	2,3	18,2	67,1	3,7	405	951
Exibição de filmes em cinemas	4,2	9,0	1,7	4,0	2,3	27,3	56,2	2,1	239	562
Vídeo sob demanda	19,4	36,9	8,4	16,8	2,0	12,4	117,4	9,4	1.194	2.373
Comercialização e reprodução	0,4	1,1	0,1	0,4	3,2	2,5	5,7	2,3	18	56
Indústria audiovisual	75,3	157,3	31,6	70,2	2,2	121,8	609,0	5,0	4.473	9.936

PREVISÕES

Este relatório fornece previsões para o crescimento do setor por segmento. Essas previsões baseiam-se principalmente em pesquisas de mercado fornecidas por terceiros, que detalham as mudanças esperadas na receita ou na produção bruta. Essas fontes incluem Digital TV News, Digital TV Research, Olsberg•SPI, Statista Market Insights e Omdia.

Utilizamos esses dados, juntamente com as previsões da Oxford Economics para a dinâmica da produtividade setorial dos brasileiros e os dados e metodologias descritos acima para imputar previsões de contribuição direta para o PIB, emprego e arrecadações de impostos com base nos dados.

**Sede global**

Oxford Economics Ltd
60 St Aldates
Oxford, OX1 1ST
UK
Tel: +44 (0)1865 268900

Londres

4 Millbank
London, SW1P 3JA
UK
Tel: +44 (0)203 910 8000

Frankfurt

Marienstr. 15
60329 Frankfurt am Main
Germany
Tel: +49 69 96 758 658

Nova Iorque

5 Hanover Square, 8th Floor
New York, NY 10004
USA
Tel: +1 (646) 786 1879

Singapura

6 Battery Road
#38-05
Singapura 049909
Tel: +65 6850 0110

**Europa, Oriente
Médio e África**

Oxford
Londres
Belfast
Dublin
Frankfurt
Paris
Milão
Estocolmo
Cidade do Cabo
Dubai

Américas

Nova Iorque
Filadélfia
Boston
Chicago
Los Angeles
Toronto
Cidade do México

Ásia-Pacífico

Singapura
Hong Kong
Tóquio
Sydney

E-mail:

mailbox@oxfordeconomics.com

Site da Web:

www.oxfordeconomics.com

Mais detalhes de contato:

[www.oxfordeconomics.com/
about-us/worldwide-offices](http://www.oxfordeconomics.com/about-us/worldwide-offices)