

# Retratos do audiovisual catarinense

Baseados em dados até 2021

## ECONOMIA E POLÍTICAS PÚBLICAS

Setor audiovisual catarinense  
cresce 429% em 10 anos

Santa Catarina investe em formação de  
profissionais para mercado dos games

Fundação Cultural Catarinense tem um  
estratégico papel a desempenhar no  
desenvolvimento do setor audiovisual



## Apresentação

Esta publicação tem como base o Mapeamento e Estudo do Setor Audiovisual Catarinense, projeto financiado pelo Prêmio de Cultura Catarinense de 2019, lançado pela Fundação Catarinense de Cultura (FCC). Naquele ano o edital financiou, entre outras modalidades de projetos, a realização de uma pesquisa sobre a produção cinematográfica e audiovisual do estado, com o objetivo de subsidiar a FCC no diagnóstico e na formulação de políticas públicas para o desenvolvimento do setor. Nesse chamamento público, foi selecionado o projeto apresentado pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), por meio da sua Pró-Reitoria de Pesquisa.

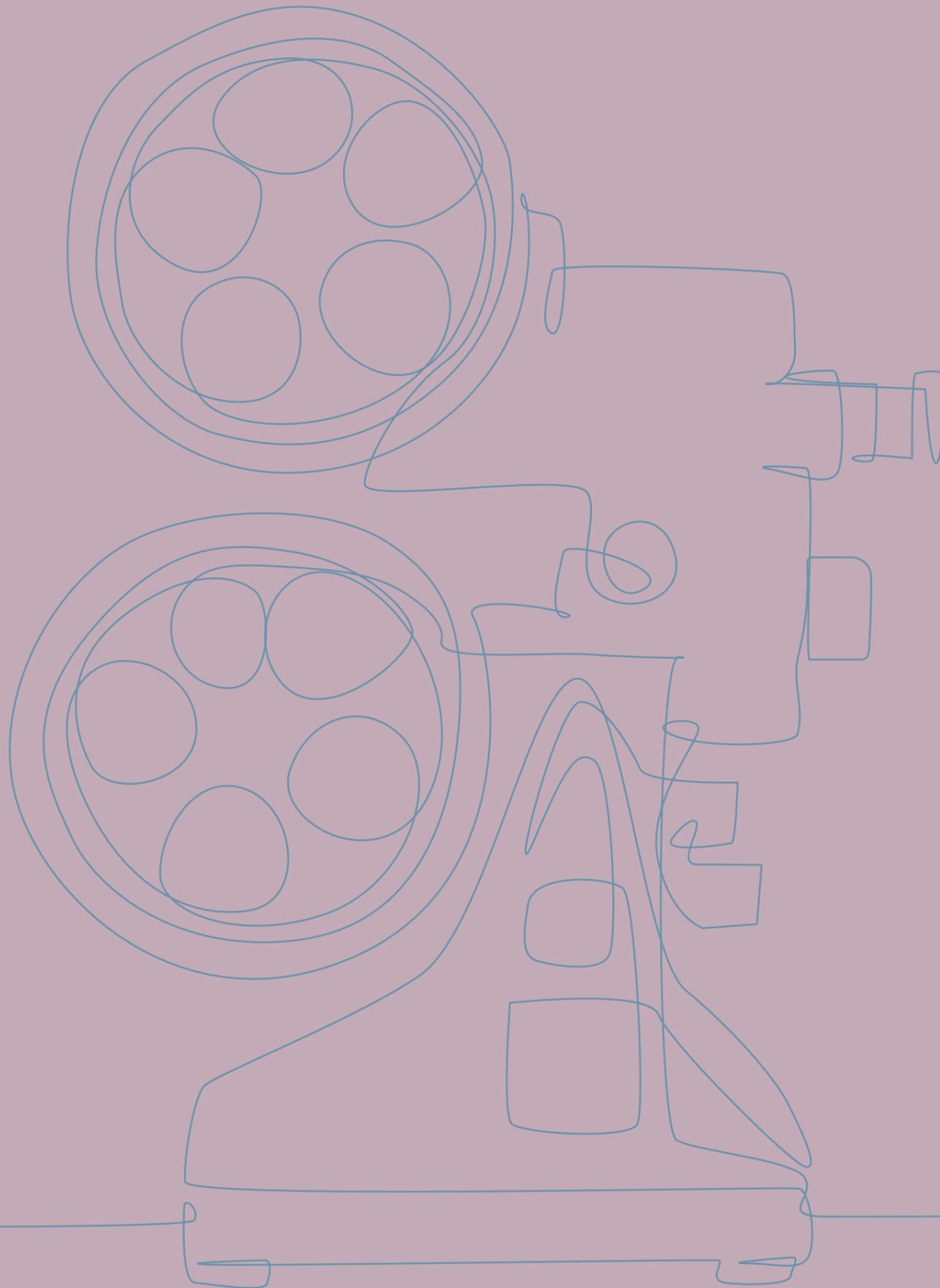
Aqui estão reunidos, de forma resumida, os principais resultados e recomendações da investigação, realizada entre 2019 e 2020. O estudo completo e detalhado poderá ser acessado no site da Fundação Catarinense de Cultura.

Para realizar este mapeamento, que é tanto econômico como institucional, trabalharam juntos, e de forma inédita, professores e pesquisadores do Departamento de Economia e Relações Internacionais (e dos respectivos programas de pós-graduação) e do Curso de Cinema da Universidade Federal de Santa Catarina. Em diálogo com diversos agentes e entidades do audiovisual do estado, a equipe levantou e analisou dados econômicos e institucionais do setor, oriundos de instituições como a Agência Nacional do Cinema (ANCINE) e o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Essas fontes e seus sistemas de informação, entre outros, permitiram abordar questões como geração de emprego e renda, tipos de mão de obra envolvidos e arrecadação de impostos.

Também foram considerados trabalhos preexistentes — como o realizado no âmbito da Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina (FIESC) — e, sobretudo, foram entrevistados numerosos produtores, distribuidores, professores e gestores do audiovisual catarinense. A massa de informações e impressões assim obtidas favoreceu a elaboração de um retrato também “qualitativo” sobre os processos criativos e modelos de negócios, as conquistas em políticas públicas, os gargalos existentes e os desafios para o futuro.

Da observação sobre o funcionamento das produtoras audiovisuais (que se dedicam a cinema, séries, documentários, games), as atividades na esfera gestora de políticas públicas, o papel das universidades, as operações das televisões e as estruturas de distribuição e exibição, surgem indicativos, a respeito do audiovisual catarinense, de um setor vibrante e com benefícios culturais e econômicos significativos para o estado. Trata-se, em suma, de um setor que avançou expressivamente na última década, mas que ainda tem grandes desafios para se consolidar.

Para obter o relatório completo do Mapeamento e Estudo do Setor Audiovisual Catarinense, acesse: [www.cultura.sc.gov.br](http://www.cultura.sc.gov.br).



*Essa publicação não seria possível sem a participação e contribuição nessa pesquisa de diversos agentes do setor audiovisual catarinense, professores e gestores. Nossos sinceros agradecimentos.*

#### EQUIPE RESPONSÁVEL PELA PESQUISA E PELOS TEXTOS DESTA PUBLICAÇÃO

### Eva Yamila da Silva Catela

Professora do Departamento de Economia e Relações Internacionais da UFSC. Autora de vários artigos publicados em revistas nacionais e internacionais na área de economia criativa. Atuou como consultora no BNDES e na CEPAL.

### Hoyêdo Nunes Lins

Professor Titular aposentado, em serviço voluntário junto ao Programa de Pós-Graduação em Economia e ao Programa de Pós-Graduação em Relações Internacionais da UFSC. É autor de numerosos artigos e capítulos de livros publicados no Brasil e no exterior

### Caroline Mariga

Pesquisadora e realizadora audiovisual graduada em Cinema na UFSC. Participou das produções “Nuvem”, “Wherá Tupã e o Fogo Sagrado” e é roteirista da série de animação “Medievália”.

### Alfredo Manevy

Professor-associado de cinema na UFSC. É coautor com Fabio Maleronka do livro Depois da Última Sessão de Cinema, Autonomia Literária, e foi diretor-presidente da Spcine (2014-16).

- 06 Setor audiovisual catarinense cresce 429% em 10 anos
- 09 Audiovisual gerou R\$ 116,8 milhões em impostos para Santa Catarina
- 12 Mudanças no cenário de consumo audiovisual afetam os modelos de negócios de produtores catarinenses
- 14 Santa Catarina investe em formação de profissionais para mercado dos games
- 16 Audiovisual catarinense apresenta considerável presença de MEIs
- 20 TVs públicas catarinenses têm sido cada vez mais incentivadoras da produção audiovisual do estado
- 22 Santa Catarina possui 15 cursos superiores para o audiovisual, que impactam positivamente na oferta de profissionais e na qualificação do mercado de trabalho
- 25 Audiovisual catarinense recebe, em dez anos, mais de R\$ 100 milhões em recursos federais para o desenvolvimento do setor
- 28 Prêmio Catarinense de Cinema é um dos principais mecanismos de fomento ao audiovisual no estado
- 30 Fundação Cultural Catarinense tem um estratégico papel a desempenhar no desenvolvimento do setor audiovisual
- 32 Recomendações de políticas públicas

**Pesquisadora Assistente:** Daniela Geisler

**Editoração:** Larissa Gaspar e Marina Negrão

**Diagramação:** Douglas Abelino

**Capa:** Douglas Abelino

**Imagem da Capa:** Alyssa para AdobeStock ©

**Impressão:** Gráfica CopiArt

Patrocínio:



Apoio:



Realização:



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA

# Setor audiovisual catarinense cresce 429% em 10 anos

FLORIANÓPOLIS, JOINVILLE, BLUMENAU E ITAJAÍ DESPONTAM COMO AS CIDADES COM MAIOR NÚMERO DE AGENTES ECONÔMICOS. A PRODUÇÃO AUDIOVISUAL NO ESTADO PODE SER CARACTERIZADA COMO DIVERSA, TANTO SETORIAL COMO GEOGRAFICAMENTE, E EM ORIENTAÇÃO DA PRODUÇÃO

Os dados do setor produtivo e criativo do audiovisual em diferentes regiões de Santa Catarina revelam a existência, em vários locais, de uma infraestrutura ativa e vibrante para as correspondentes atividades. É o que indicam registros da Agência Nacional do Cinema (ANCINE), pelos quais 476 agentes econômicos atuavam no setor em 2019. Em 2010, este número atingia 90 agentes, o que representa um crescimento de 429% em uma década. O setor se caracteriza pela heterogeneidade em três esferas: formatos e gêneros de produção, setorial (focos em distintos elos/etapas da cadeia audiovisual) e geográfica.

**Nos municípios ou cidades em que há aglomeração de atividades audiovisuais, observa-se concorrência mas também formas de cooperação entre os agentes.**

A presença de agentes econômicos no estado é diversificada setorialmente, embora as atividades de produção e pós-produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão, e as relacionadas à publicidade, representem, somadas, 43% do total de agentes cadastrados na ANCINE. Há agentes dedicados à produção audiovisual comercial e há produção oriunda de organizações sociais, agentes com foco em cinema experimental e produção de estudantes de cinema.

O levantamento da ANCINE mostra que 40% desses agentes estão localizados na capital catarinense: são 180 agentes econômicos. Maior cidade de Santa Catarina, Joinville possui quase 80 agentes. Igualmente exibem destaque Blumenau, Itajaí, Chapecó e Balneário Camboriú.

Chama a atenção na geografia do audiovisual catarinense a presença de algumas aglomerações, ou *microclusters*, isto é, conjuntos de empresas e instituições ligadas ao setor, assim como recursos humanos, interagindo nesses espaços locais ou regionais. Essa observação se aplica observando tanto os dados de empregos formais como de Microempreendedores Individuais (MEI).

Conduções cooperativas, movidas pelo interesse coletivo e pela natureza interdependente da cadeia audiovisual, são observadas nessas aglomerações de atividades audiovisuais. É quase unânime, entre os produtores audiovisuais entrevistados ouvidos durante a pesquisa, o reconhecimento da importância da cooperação nesses ambientes, embora a concorrência não deixe de se fazer presente. A concorrência é importante porque estimula o aperfeiçoamento constante dos produtores. As atividades audiovisuais de alguns microaglomerados estão relacionadas, de algum modo, ao nível das interações no plano local.

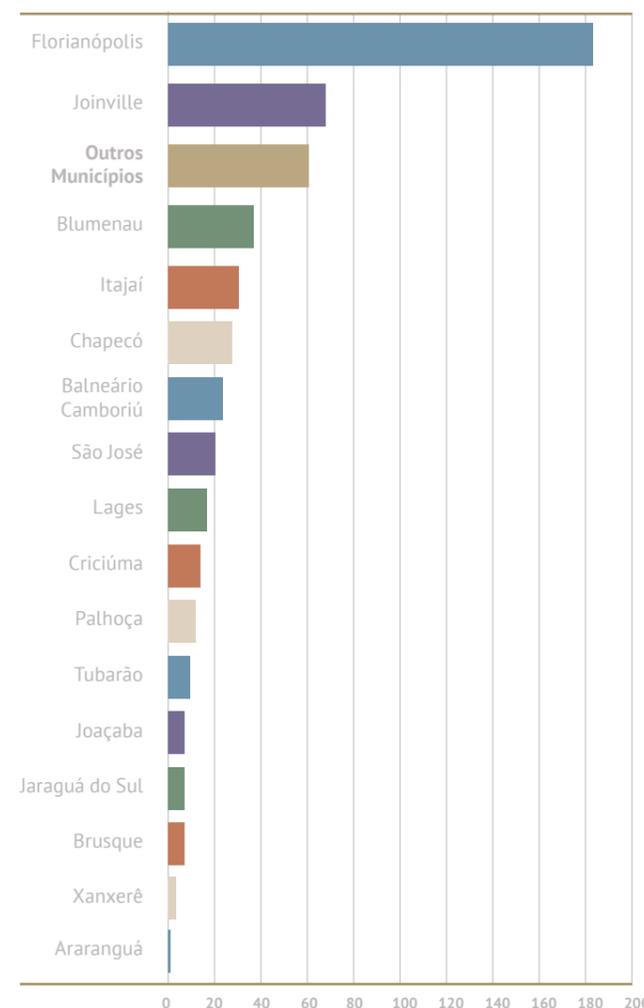
A pesquisa também elaborou estimativas sobre o potencial de crescimento do audiovisual nos 14 municípios estudados, e os resultados indicam a importância de indicadores relacionados ao capital humano e ao desenvolvimento social, ao ambiente urbano, à estrutura econômica/produtiva e à estrutura institucional do setor cultural como um todo.

**O aglomerado da atividade audiovisual em Santa Catarina ocorre, predominantemente, onde existem políticas culturais atuantes e investimentos públicos municipais, estaduais e federais.**

O mapeamento observou, nos municípios estudados, que existe uma relação entre a infraestrutura audiovisual e outros fatores, como segurança pública, direitos da cidadania, diversidade sociocultural, melhores indicadores educacionais e políticas de empreendedorismo de jovens. Também é importante a presença de infraestrutura urbana, mobilidade e equipamentos esportivos, além de acesso à cultura por meio de museus, teatros, bibliotecas e salas de cinemas.

A própria condição de aglomerado — concentração geográfica de atividades e recursos humanos vinculados ao audiovisual e setores associados — também se destaca como aspecto a ser considerado na promoção da capacidade criativa e econômica. Por fim, são estratégicos, igualmente, os investimentos públicos em cultura, bem como a existência de políticas e planos municipais de cultura. ▶

DISTRIBUIÇÃO POR LOCALIDADE DE AGENTES AUDIOVISUAIS NO ESTADO



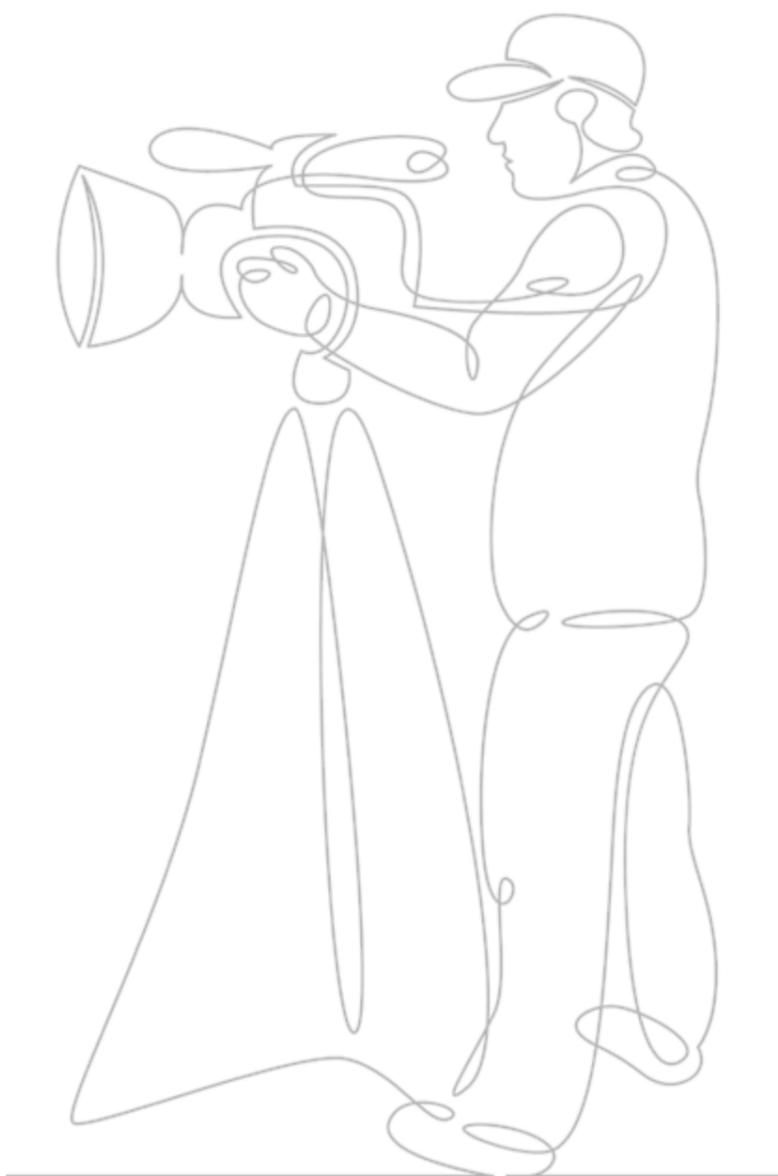
Percebe-se que a criatividade e o vigor nas atividades mapeadas pelo estudo têm relação com a expansão dos investimentos realizados pelo Estado de Santa Catarina e também pelo governo federal na última década, como se verá mais adiante na publicação. Ainda assim, percebe-se um claro potencial ainda não realizado, seja pelo histórico recente desses investimentos, seja porque há irregularidades e descontinuidades nas políticas para o setor audiovisual.

Os indicadores observados permitem concluir que:

**apoiar e encorajar o audiovisual é relevante para Santa Catarina não só pelo que significa na geração de trabalho e renda do próprio setor, e pela significativa arrecadação de impostos, mas pelo desenvolvimento cultural, educacional e social, gerando benefícios para a população catarinense.**

Por esse motivo, parece essencial uma política cultural que contemple todo o estado, o fortalecimento orçamentário das secretarias municipais, assim como a existência de *film commissions* que estimulem filmagens em todas as regiões. Cumpre também papel destacado, como se verá mais adiante, a manutenção ou implantação de novos cursos universitários ou técnicos em audiovisual e games.

**Indicadores revelam que, em Santa Catarina, o desenvolvimento do setor audiovisual é relevante não apenas para a geração de trabalho e renda, mas sua inter-relação com indicadores gerais de qualidade de vida da população, como educação, cultura, desenvolvimento urbano e segurança pública. |**



## Audiovisual gerou R\$ 116,8 milhões em impostos para o estado de Santa Catarina

DADOS SÃO REFERENTES A 2017, MELHOR ANO DE ARRECADAÇÃO DE ICMS PELA TV POR ASSINATURA. NO SETOR DE COMUNICAÇÃO, QUE INCLUI O USO DE BANDA LARGA DOS CATARINENSES COM *STREAMING* E *VÍDEO ON DEMAND*, O MONTANTE ARRECADADO EM 2020 FOI DE QUASE R\$1,085 BILHÃO.

Um dos elos mais dinâmicos do audiovisual é o consumo, e observar seu comportamento em Santa Catarina é um fator importante para compreender a dinâmica do setor. Consumir audiovisual dentro de casa é hábito que veio se transformando na última década, com maior diversidade de modelos de distribuição e de programação para o espectador. Isso ocorreu especialmente desde que a TV a cabo se tornou mais popular na última década (como alternativa à TV aberta) e, sobretudo, desde que o *streaming* e o vídeo *on demand* passaram a ser uma alternativa mais popular, pelo amplo acesso à banda larga no Brasil.

Nessa conjuntura, **o consumo de televisão por assinatura foi um dos elos mais dinâmicos da cadeia do audiovisual na última década**, com crescimento até 2017, de acordo com dados da Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL). Para o audiovisual catarinense, tanto o serviço de *streaming* como a televisão por assinatura ostentam considerável representatividade no comportamento da demanda no consumo cultural. Tanto a TV por assinatura como o *streaming* são mercados que demandam conteúdo, e para os quais os produtores

de Santa Catarina vêm crescentemente trabalhando, segundo mapeado nas entrevistas da pesquisa.

Informações obtidas junto à Secretaria de Estado da Fazenda de Santa Catarina sugerem a importância tributária dos serviços de televisão por assinatura no começo da década de 2010. Entre 2011 e 2017, a receita do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços (ICMS) assimilada às atividades das empresas que operam com televisão por assinatura cresceu linearmente, em valores atualizados para 2020, de R\$ 48,0 milhões para R\$ 116,8 milhões, um salto de quase duas vezes e meia.

Em Santa Catarina, as empresas de televisão por assinatura experimentaram um crescimento no número de acessos até 2015, como reflexo do vigor da Lei nº 12.485/2011, **conhecida como “Lei da TV Paga”, que regulamentou a oferta e promoveu maior concorrência no setor, barateando o acesso a esse serviço. Essa legislação também criou mercado para os produtores audiovisuais, incluindo os de Santa Catarina, ao estabelecer a obrigatoriedade de exibição da produção** ▶

**independente nos canais, o que estimulou a veiculação da produção catarinense.** O consumo, na outra ponta, também cresceu, visto que os acessos a esse serviço aparecem como um destacado aspecto da variação da demanda no mercado do audiovisual.

Os dados de consumo audiovisual em televisão por assinatura indicam um impacto positivo do audiovisual para Santa Catarina, na economia e na arrecadação de impostos. Assim, as políticas audiovisuais para o setor geram a retroalimentação de um circuito virtuoso, contribuindo para gerar receitas para o estado. Desde 2017, contudo, a arrecadação se contraiu, com quedas anuais, atingindo R\$79,6 milhões em 2020.

**Entre 2011 e 2017, a receita do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços (ICMS) assimilada às atividades das empresas que operam com televisão por assinatura cresceu linearmente, em valores atualizados para 2020, de R\$ 48,0 milhões para R\$ 116,8 milhões, um salto de quase duas vezes e meia.**

O cenário atual é de esgotamento da tendência expansiva relativamente à televisão por assinatura, e, a partir de 2018-2019, de declínio. A hipótese sobre a causa tem a ver com o efeito do crescimento do *streaming* e do vídeo *on demand* no Brasil, como alternativa à televisão por assinatura, e também não se deve menosprezar o impacto da crise econômica, desde 2016.

Segundo a pesquisa Finder de 2021<sup>1</sup>, o Brasil é o segundo maior mercado de *streaming* do mundo, sendo que 64% da população brasileira assina pelo menos um serviço. Já no quesito transparência, envolvendo a tributação e a regulação desse mercado, o Brasil tornou-se um país retardatário, que possui poucas medidas adotadas para um monitoramento de dados de consumo e não regula a concorrência do setor,

nem garante a exibição de produção nacional, como ocorre com a Lei da TV Paga.

**A Lei da TV Paga impulsionou a produção catarinense, por meio de regras e estímulos favoráveis ao produtor independente. Com o crescimento do streaming, o potencial de veiculação da produção é grande, mas depende de regras e maior transparência nos dados.**

Como ainda não existe regulação federal do *streaming* no âmbito da ANCINE, os números do *streaming* carecem de maior transparência, sendo difícil comparar o crescimento da distribuição digital *on demand* em relação à televisão por assinatura. No entanto, além do pagamento da assinatura de *streaming*, o consumo audiovisual se dá pelo tráfego de dados na Internet, um fator de peso no acesso aos produtos do setor e, por consequência, na arrecadação tributária.

De todo modo, é possível formar uma ideia acerca do consumo audiovisual nos serviços de *streaming* através do tráfego de dados na Internet. Pesquisa do Comitê Gestor da Internet, Painel TIC Covid-19<sup>2</sup>, revela que, no Brasil, durante a pandemia, 90% dos usuários de Internet, com 16 anos ou mais, usaram sua conexão de Internet para assistir a vídeos, programas, filmes ou séries. Considerando a arrecadação catarinense com comunicação — que envolve comunicação móvel e consumo de banda larga — o montante gerado em impostos de ICMS 2020 foi de quase R\$1,085 bilhão. Parte significativa dessa quantia resulta de consumo audiovisual via *streaming*, representativo de um dos principais usos de banda larga.

**Pesquisa do Comitê Gestor da Internet, Painel TIC Covid-19, revela que, no Brasil, durante a pandemia, 90% dos usuários de internet, com 16 anos ou mais, usaram sua conexão de internet para assistir a vídeos, programas, filmes ou séries.**

As empresas de *streaming* geralmente têm atuação diversificada, da distribuição de livros à produção cinematográfica, passando por séries para televisão e música. A importância da regulação da rede de *streaming* é um tema observado internacionalmente, e remete à repartição dos rendimentos, no âmbito da Internet, entre criadores, produtores e distribuidores de conteúdo, os últimos caracterizados como plataformas ou empresas de dimensões gigantescas.

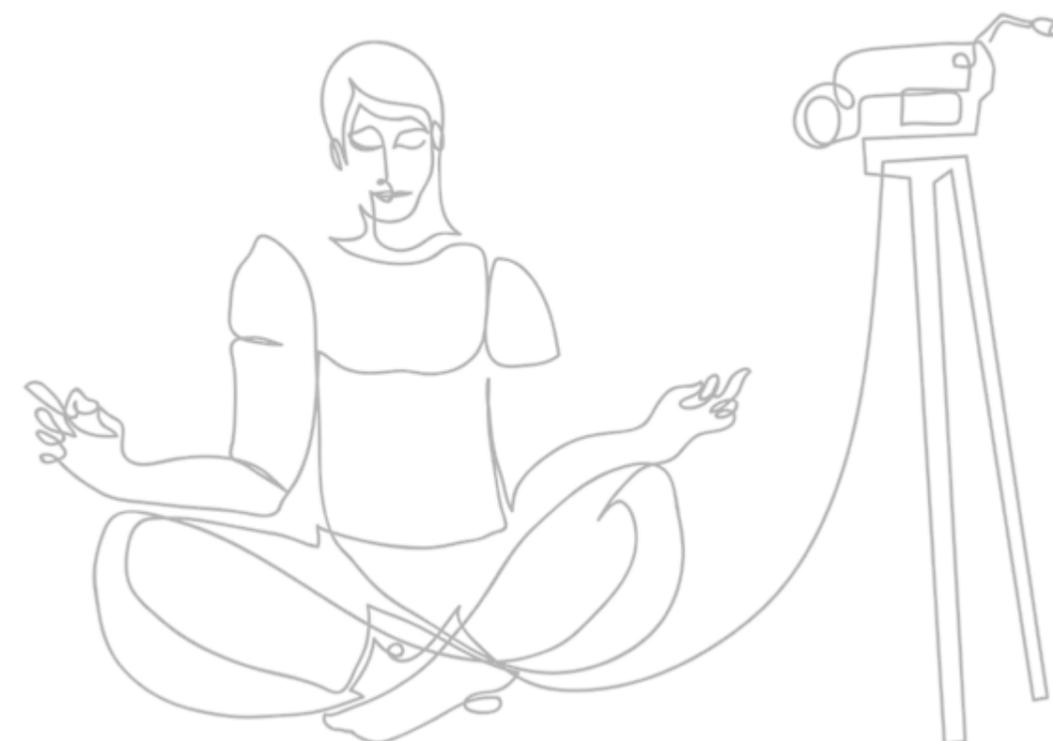
Como recomendação de política pública voltada à produção de conhecimento sobre o setor, cabe sugerir um observatório permanente de dados econômicos ligado ao governo estadual, que poderia capturar os dados gerais de consumo audiovisual em escala de estado, inclusive a respeito de banda larga e *streaming*, segmentos relevantes que irão aos poucos substituir a TV por assinatura. ■

(1) <https://www.finder.com.br/streaming-estatisticas>

(2) Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet no Brasil durante a pandemia do novo coronavírus - Painel TIC COVID-19 - Edição 3. Disponível em: <https://cetic.br/pt/tics/tic-covid-19/painel-covid-19/3-edicao/C7W/>

## Criadores catarinenses crescem no YouTube

Com base em informações públicas sobre assinantes de *streaming*, podem ser destacados alguns criadores catarinenses. A Dia Estúdio, principal produtora do estado, agencia muitos dos mais importantes criadores de conteúdo do Youtube brasileiro, com público alvo de mais de 60 milhões de assinantes, entre os quais sobressaem: PlayHard (13,5 milhões), Luba TV (8,5 milhões), T3ddy (13,5 milhões), Que Diabos (4,5 milhões), Mariana Nolasco (4,35 milhões), Depois das Onze, Diva Depressão e Nah Cardoso (3 milhões cada uma).



# Mudanças no cenário de consumo audiovisual afetam os modelos de negócios de produtores catarinenses

O CRESCIMENTO DAS PLATAFORMAS DE STREAMING SE REFLETE EM NOVAS PRIORIDADES DE TEMÁTICAS DE PRODUÇÃO, JANELAS DE VENDAS E MAIOR VARIAÇÃO DE MODELOS DE CONTRATAÇÃO POR PARTE DE PRODUTORAS AUDIOVISUAIS CATARINENSES

**E**m sintonia com o rápido movimento do mercado de *streaming*, no Brasil e no mundo, a produção de conteúdo audiovisual em Santa Catarina vem procurando se diversificar, atualizando e internacionalizando seus modelos de negócios. Embora a presença da TV a cabo ainda seja relevante, a produção exibida por *streaming* ganha cada vez mais força e a tendência haverá de inspirar crescentemente o formato das obras audiovisuais produzidas no estado.

Na realização deste Mapeamento foram entrevistadas 14 empresas do audiovisual catarinense. Em entrevista com uma importante distribuidora de filmes, foi observado que o serviço televisivo passa atualmente por uma marcada transição, da conhecida “TV linear” para a “TV Digital”, ou seja, para o *streaming* de vídeo *on demand*. De acordo com o interlocutor indagado, a televisão, tal como se conhece atualmente, está em fase final de vida, podendo deixar de existir dentro de alguns anos. Isso dará ainda mais espaço para a nova estrutura, que vem ganhando amplitude e vigor.

**Palavras de um representante de empresa distribuidora entrevistado: “O filme [...] é pensado para fazer toda a sequência de cinema, TV a cabo e *streaming*; mas não quer dizer que isso vai ser realizado, [pois] tem muito filme [para o qual] a gente acaba tirando as janelas e vendendo direto para *streaming*.”**

Essa mutação no mercado transparece em diversos relatos de produtores. Foi indicada, por exemplo, em empresa instalada em Florianópolis, dedicada desde o final dos anos 2000 à produção de conteúdo audiovisual de comerciais e *branded content*. A reorientação nos negócios exigiu a exploração de novas possibilidades, o que resultou, no caso em questão, em foco atual na produção de séries para plataformas de *streaming*, como Netflix e Globo Play.

Outro perfil a destacar é o de uma produtora surgida em Florianópolis também em meados da década de 2000, e que hoje produz documentários sob encomenda para demandas institucionais e privadas, assim como projetos para editais que contemplem documentários para televisão.

Essa variedade de modelos de negócios envolve, geralmente, empresas de poucos sócios, ou seja, produtoras de pequeno porte — com no máximo até 10 funcionários com carteira assinada —, notadamente se comparadas às grandes produtoras nacionais e mundiais. Essas empresas, para se adaptar às novas demandas do mercado, mobilizam, majoritariamente, capacidades de trabalho na forma da contratação de microempreendedores Individuais (MEI), além de pessoas jurídicas (PJ) e estagiários, a depender da demanda pelas suas atividades.

Em que pese o vigor de várias dessas empresas, e sua permanente busca de sintonia com as mudanças no mercado, algo que se traduz nos respectivos modelos de negócio, poucas conseguem se manter financeiramente só com os valores recebidos pelos conteúdos que produzem, conforme os depoimentos. São várias as razões dessa dificuldade, segundo informado pelos agentes. Uma delas é o fato de que são muito baixos os valores de licenciamento da produção independente no Brasil. E como a produção brasileira encontra alguma restrição no mercado internacional, sobretudo pela língua portuguesa, os mercados estrangeiros não representam, de fato, opções efetivas para a maioria das produtoras.

**O mercado internacional é, no entanto, uma opção efetiva para produtores que trabalham com animação: ao menos duas empresas em Santa Catarina obtêm parte significativa de suas receitas de licenciamentos para o exterior.**

De fato, como assinalou uma empresa, os montantes relativos aos licenciamentos mostram-se insuficientes para sustentar as atividades, mas são diversas as situações. Um produtor sublinhou que sua produção de conteúdo próprio envolvia definição de retornos via contrato, ou seja, com determinação prévia, e isso representava-lhe um importante aspecto de sustentabilidade financeira.

Outro problema refere-se à distribuição. De acordo com um produtor de longas metragens de ficção, documentários e obras seriadas, entrevistado durante a pesquisa, esse problema guarda relação com a “herança dos modelos de negócios que vingaram por muitos anos no Brasil, e que ainda nos persegue.” No contexto de tal modelo, segundo o produtor, em regra o setor pensa somente na realização de uma obra, e não necessariamente (ou com o cuidado necessário) na sua comercialização.

**A sustentabilidade econômica dos produtores audiovisuais em Santa Catarina pode ser auxiliada ou impulsionada por políticas públicas locais que estimulem e promovam as atividades das empresas.**

Como já ressaltado, os produtores de conteúdo audiovisual em Santa Catarina exibem diversidade de modelos de negócio, e tal aspecto é observado notadamente a partir da regulação de conteúdo da Lei 12485. Contudo, a sustentabilidade econômica não prescinde de políticas públicas locais que estimulem suas atividades. A importância dos recursos públicos federais e estaduais é decisiva para o setor conquistar mercado e obter receitas. Vale assinalar a importância de promover o estabelecimento de parcerias com empresas de outras atividades e a incorporação de capacidades que permitam migrar para novos modelos de negócios e novos tipos de produtos vinculados aos avanços na esfera da tecnologia digital, como a animação.

Financiamento público e um ambiente regulatório e de concorrência são importantes para Santa Catarina continuar diversificando sua produção. Poderia representar encorajamento nesse sentido a formulação e execução de ações específicas para animação e games. O mesmo vale para ações de desenvolvimento econômico e internacionalização dos produtores, como apoio a eventos de mercado, criação da film commission e amparo com vistas à participação em rodadas de negócio. De todo modo, mostra-se imprescindível uma maior regularidade das ações de fomento da Fundação Catarinense de Cultura, algo de suma importância para a consolidação da cadeia criativa do audiovisual no estado. ■

O **longa-metragem de ficção** é o formato audiovisual apontado em primeiro lugar como tipo principal de produção pela maioria das empresas de Santa Catarina. Longas documentais, obras seriadas de ficção ou documental e curtas de ficção ou documental também figuraram com realce. Três empresas, entre elas as envolvidas com jogos eletrônicos, informaram produção de conteúdo para web; uma outra mencionou conteúdo educacional, e ainda outra falou em prestação de serviços de produção para produtoras internacionais.

# Santa Catarina investe em formação de profissionais para mercado dos games

O BRASILEIRO É UM DOS MAIORES USUÁRIOS DE JOGOS DIGITAIS DO MUNDO, MAS PARA AMADURECIMENTO DA CATEGORIA FALTAM INVESTIMENTOS EM CAPACITAÇÃO DE PROFISSIONAIS E EM POLÍTICAS PÚBLICAS

O Brasil sobressai na geografia mundial dos usuários dos games: ocupa o quinto lugar, com mais de 9 horas mensais, em média, e 73 milhões de usuários só no mobile. Entretanto, o destaque não é o mesmo no desenvolvimento destes jogos, ou seja, na oferta por empresas brasileiras — e, em particular, catarinenses.

Na amostra de desenvolvedores dos jogos utilizada no 2º Censo da Indústria Brasileira de Jogos Digitais, Santa Catarina aparece com 21 empreendimentos, entre formalizados e não formalizados. O dado é de 2018 e representa 5,6% do total brasileiro (375 desenvolvedores), atrás, na Região Sul, do estado gaúcho (6,9%) e do Paraná (8%). No estado catarinense, 2/3 dos desenvolvedores de games detectados nos censos atuavam em Florianópolis. As cidades de Balneário Camboriú, Joinville e Blumenau abrigavam os demais. Profissionais autônomos também atuam nesse segmento do setor audiovisual.

O fato de Florianópolis concentrar a maioria dessas atividades não deve surpreender. A capital catarinense possui um conjunto de empresas da área de tecnologia, constituindo um verdadeiro aglomerado

de desenvolvimento de *software*. A relevância da cidade em inovação tem suas origens relacionadas à presença da Universidade Federal de Santa Catarina e, principalmente, desde os anos 1970, de empresas estatais que possibilitaram movimentos de *spillovers* no setor, ou seja, induziram a chegada de iniciativas privadas, como “transbordamentos” de suas atividades.

**O perfil tecnológico da capital tem grande relevância para o segmento de games e animação,** representando uma valiosa externalidade local para o desenvolvimento do setor audiovisual em novos segmentos e mídias. Para uma empresa do setor entrevistada pela pesquisa, “a inserção em um ecossistema de inovação, como observado em Florianópolis, foi e continua sendo um importante aspecto da trajetória”.

Para outra empresa do gênero, “o ambiente tecnológico local, associado ao desenvolvimento de *software*, estimulou avanços corporativos que expandiram a sua oferta de produtos”. Somados, estes aspectos demonstram a representatividade dos games na região e o que foi possível alcançar em termos de participação, mediante licenciamentos e até em vínculos com o exterior.

Como um exemplo desse movimento, uma empresa catarinense que vem apostando em Games — e recebeu, em seu início, apoio do governo federal por meio do Fundo Setorial do Audiovisual — foi orientada por um programa de startup do Sebrae. A empresa residiu em uma incubadora de tecnologia e até hoje já realizou mais de 10 coproduções. Em 2019, ela lançou conteúdos com animação e jogos, voltados para crianças de 5 a 11 anos, com investimento da própria empresa de R\$1,3 milhão, e buscou circulação principalmente no mercado internacional por meio de aplicativos de *smartphone* e *tablet*.

Nesse processo, alcançou um público de 30 mil assinaturas mensais, e a previsão é que a obra continue a gerar sustentabilidade para a empresa por mais 10 anos. Nos Estados Unidos encontrou o seu principal mercado, com 57% das assinaturas, seguido pelos grandes centros brasileiros, com 30%, e, por último, pelo Reino Unido e por outros países de língua inglesa.

A formação de profissionais de games é um desafio, pois refere-se a um mercado de trabalho que busca, ao mesmo tempo, profissionais que sejam criativos, possuam conhecimentos aprofundados e específicos em lógica, matemática, artes e design, tenham habilidades interpessoais para trabalhar em grupo, e, além disso, saibam programar em *software* de última geração.

**Para capacitação de pessoas com esse perfil, Santa Catarina possui cinco cursos superiores em games, atuantes nos municípios de Florianópolis, Balneário Camboriú, Chapecó, Joinville e Criciúma, que formaram, até o segundo semestre de 2021, cerca de 450 profissionais.**

A aproximação da infraestrutura audiovisual ao que existe de tradição de desenvolvimento de *software* em Santa Catarina impulsiona o setor de games no estado, mas ainda há um longo caminho a ser trilhado. O primeiro passo é aprofundar o diagnóstico do setor de games e executar ações como incentivos tributários, seja com vistas a uma maior aproximação entre desenvolvedores de *software* e de audiovisual, seja para estimular a distribuição comercial de games desenvolvidos no estado e contemplar o fortalecimento dos cursos universitários já existentes. ■

## Produtora de Florianópolis cria laboratório para formação em games

A Hoplon, produtora de games de Florianópolis, é referência quando o assunto é formação de profissionais na área. A empresa recebeu aporte de fundo de investimento para tornar-se uma espécie de laboratório, tendo as universidades como grandes parceiras e sendo o lugar onde os estudantes vão aprender na prática.

Para uma produtora entrevistada, os laboratórios são essenciais para que não haja a necessidade de moldar os cursos universitários, tornando-os generalistas e apoiados apenas na utilização dos *softwares*. O argumento é que, apesar das rápidas mudanças tecnológicas do setor, há a necessidade de contratar pessoas com instrução acadêmica teórica sólida, quer nas ciências exatas ou nas humanas. Os egressos da Hoplon deram origem a vários pequenos estúdios de games no estado.



# Audiovisual catarinense apresenta considerável presença de MEIs

ENQUANTO HOVE REDUÇÃO NOS VÍNCULOS FORMAIS DE TRABALHO NO SETOR, O REGIME DE MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL APRESENTOU CRESCIMENTO EM PROJETOS ESPECÍFICOS QUE DURAM ATÉ UM ANO. O FENÔMENO IMPÕE DESAFIOS PARA IDENTIFICAÇÃO DOS TRABALHADORES E PARA A GERAÇÃO DE POLÍTICAS PÚBLICAS

## Entre 2009 e 2019, houve redução de um terço nos vínculos formais de trabalho, no conjunto das atividades do audiovisual catarinense

**A** pejotização, termo utilizado para descrever o ato de contratar recursos humanos por meio de um Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ), comum em diversos setores do mercado de trabalho, chegou também ao audiovisual. Entre 2009 e 2019, houve redução de 1/3 nos vínculos formais de trabalho, no conjunto das atividades do audiovisual catarinense. Paralelamente, em 2009, entrou em vigor a lei do cadastro de Microempresendores Individuais (MEIs). Atualmente em Santa Catarina, existem 8.683 cadastrados em atividades do setor audiovisual, como filmagens, sonorização e dublagem.

As novas formas de trabalho, que incluem os MEIs, foram legitimadas pela Lei Complementar 128/2008, que flexibilizou as relações trabalhistas e criou formas de contratação de menores encargos para as empresas. Nas empresas que integraram o painel da pesquisa de campo, cujos quadros de funcionários mostram-se enxutos, a composição da força de trabalho abrange tanto pessoas contratadas pelo regime de pessoa jurídica quanto MEIs.

Esse perfil constitui característica do setor audiovisual, cujos empreendimentos são baseados em projetos específicos que duram até um ano. A diminuição no vínculo formal de trabalho, contudo, não é um traço de todas as atividades econômicas do setor. Em produção e pós-produção de filmes, vídeos e programas de televisão (68%), assim como em exibição cinematográfica (220%), houve crescimento dos efetivos entre 2009 e 2019.

## SANTA CATARINA: MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS (MEIS) EM ATIVIDADES DO SETOR AUDIOVISUAL

ATIVIDADES DO SETOR AUDIOVISUAL	CNAE(*)	Nº de MEIs
Atividades de sonorização e iluminação	9001-906	720
Ensino de artes cênicas, exceto dança	8592-902	121
Ensino de arte e cultura não especificado anteriormente	8592-999	1.793
Aluguel de fitas de vídeo, DVDs e similares	7722-500	145
Filmagem de festas e eventos	7420-002	132
Atividades de produção de fotografias	7420-001	3.689
Serviços de dublagem	5912-001	16
Atividades de pós-produção cinematogr., de vídeos e de programas de TV	5912-099	1.796
Comércio varejista de artigos fotográficos e para filmagem	4789-008	172
Comércio varejista de discos, CDs, DVDs e fitas	4762-800	99
<b>TOTAL</b>		<b>8.683</b>

Fonte: elaboração própria com base em dados da RAIS (2021)

(\*) Classificação de Atividades Econômicas

## Empreendimentos baseados em projetos específicos que, muitas vezes, duram até um ano são uma característica do setor audiovisual

Para detalhar o fenômeno da contratação de PJs e MEIs, utiliza-se o exemplo de uma produtora de Florianópolis que não possui qualquer funcionário formal, ou seja, com vínculo empregatício. Essa empresa estimou que, na circunstância da realização de dois curtas metragens num mesmo ano, tende a ocorrer **o engajamento de 8 MEIs por quatro meses, 20 MEIs ou PJ por uma semana e 5 trabalhadores autônomos por um mês.** ▶



## VÍNCULOS DE TRABALHO FORMAL NO AUDIOVISUAL CATARINENSE

EFETIVOS	2009	2014	2019
47.62-8/00 Comércio varejista de discos, CDs, DVDs e fitas	223	151	82
59.11-1/01 Estúdios cinematográficos	8	0	5
59.11-1/02 Produção de filmes para publicidade	104	133	97
59.11-1/99 Ativ. produção cinem., vídeos e progr. telev. não espec. anterior.	132	277	266
59.12-0/01 Serviços de dublagem	0	0	0
59.12-0/02 Serviços de mixagem sonora em produtos audiovisuais	8	5	6
59.12-0/99 Ativ. pós-prod. cinem., vídeos e progr. telev. não especific. anterior.	12	25	42
59.13-8/00 Distribuição cinematográfica. de vídeo e de programas de televisão	69	10	32
59.14-6/00 Atividades de exibição cinematográfica	333	433	595
60.21-7/00 Atividades de televisão aberta	1.256	1.563	1.186
60.22-5/01 Programadoras	125	33	18
60.22-5/02 Ativ. relacionadas à televisão por assinatura, exceto programadoras	69	53	1
61.41-8/00 Operadoras de televisão por assinatura por cabo	600	361	18
61.42-6/00 Operadoras de televisão por assinatura por microondas	15	8	0
61.43-4/00 Operadoras de televisão por assinatura por satélite	0	0	0
77.22-5/00 Aluguel de fitas de vídeo, DVDs e similares	654	332	59
<b>TOTAL</b>	<b>3.617</b>	<b>3.384</b>	<b>2.407</b>

Fonte: elaborado pelos autores com base em dados da RAIS (2021)

Em outra produtora, que também não registra trabalhadores com carteira assinada, a incidência de PJs é ainda maior. Estimou-se que, durante um ano, com a realização de longas e séries documentais e comerciais, seriam utilizadas cerca de 200 pessoas pelo sistema PJ, 30 pelo sistema de MEIs e, por período de mais ou menos três meses, 10 de forma autônoma.

Tais aspectos se refletem na importância do fator trabalho para os custos enfrentados pelas empresas na realização de seus projetos audiovisuais. Os recursos humanos representam de 30% a 65% das despesas totais do orçamento das empresas participantes da pesquisa. Trata-se da rubrica de custo com a maior incidência individual, em geral acompanhada pelos gastos com equipamentos.

Em relação à Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAEs) disponível aos MEIs, existem nomenclaturas de atividades que apenas flertam com a realidade do audiovisual, mas que não descrevem corretamente a maior parte das funções desempenhadas nas produções, diferentemente, as empresas e trabalhadores formais conseguem utilizar CNAEs mais acurados. Assim, é comum que os profissionais que optaram pelo cadastro MEI, tirem notas fiscais utilizando CNAEs sem descrever com exatidão o serviço de fato oferecido às produtoras. Esta imprecisão cria desafios para uma identificação dos trabalhadores do setor e para a geração de políticas públicas.

**A diversificação de novos modelos de negócios, como games e vídeo sob demanda, e as mudanças legais trabalhistas impulsionam a contratação de mão de obra terceirizada.** Um lado positivo dessa tendência é que a flexibilização dos vínculos permite a manutenção de muitos empreendimentos, uma vez que a produção audiovisual se caracteriza por trabalho e receitas geralmente sazonais. Do lado negativo, é importante salientar que essas condições podem representar aprofundamento da precariedade do trabalho.

**Assim como em outros setores, os trabalhadores culturais vivenciam um complexo equilíbrio entre autonomia e risco, entre realização e autoexploração.**

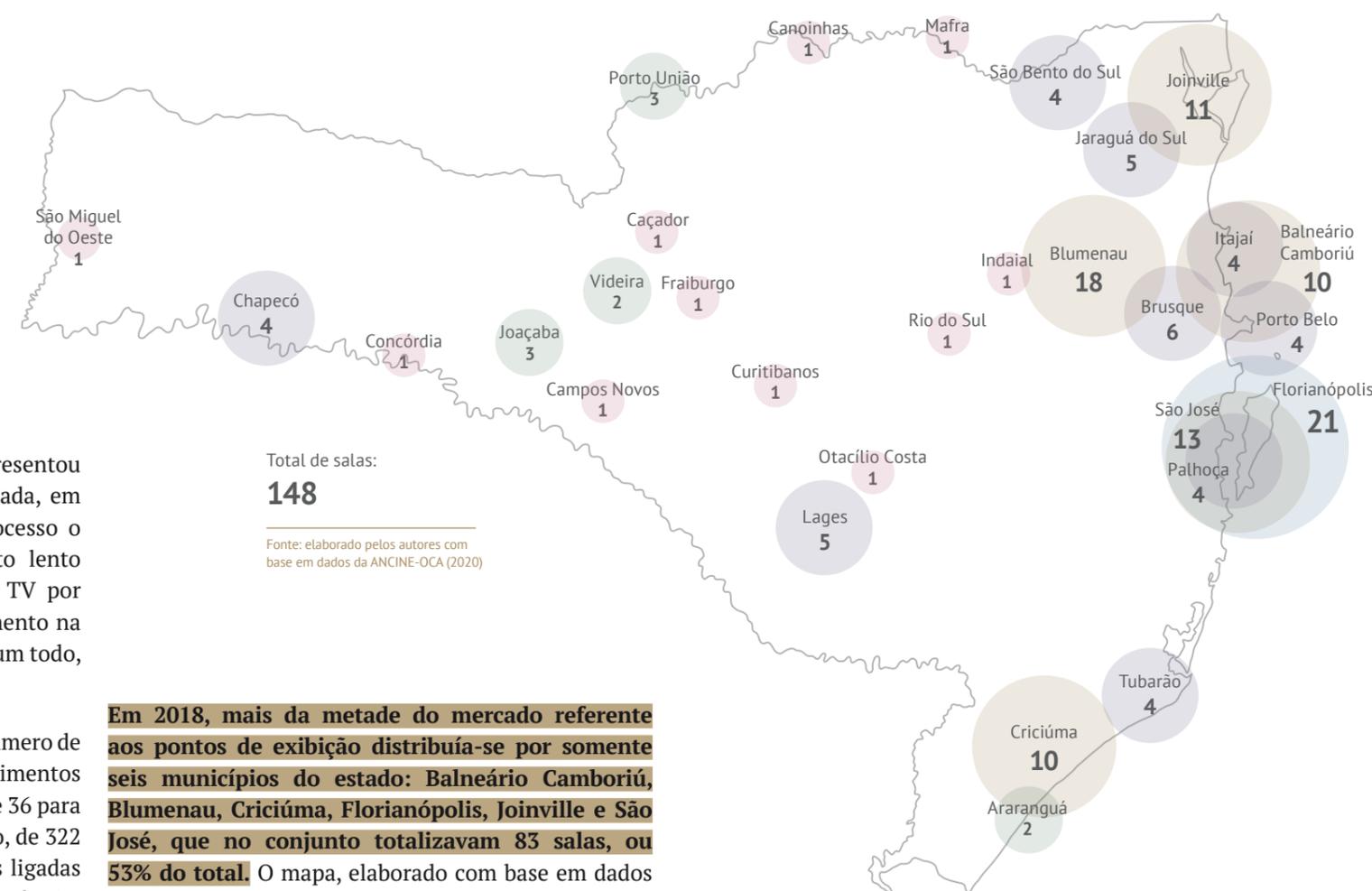
No geral, essas condições sociais de trabalho são mantidas pela estrutura e organização das indústrias culturais, cujos atores em posição de poder e controle costumam transferir os riscos para os trabalhadores mais vulneráveis, se aproveitando da condição MEI que não garante direitos trabalhistas, inicialmente. Há também uma frágil aposentadoria, visto que o direito de obtê-la por idade envolve uma contribuição mensal que garante apenas aposentadoria de um salário mínimo por mês. Como indicação de política pública, recomenda-se um observatório do mercado de trabalho audiovisual, e a promoção de um ambiente econômico mais saudável para os trabalhadores do audiovisual, por meio de estabilidade institucional de políticas públicas e linhas de fomento para o setor. ■



# TVs públicas catarinenses têm sido cada vez mais incentivadoras da produção audiovisual do estado

POR CONTA DA PRESENÇA DE TVS PÚBLICAS, O AUDIOVISUAL CATARINENSE RECEBEU MAIS DE R\$ 10 MILHÕES NA ÚLTIMA DÉCADA

## CAPACIDADE DE EXIBIÇÃO CINEMATOGRAFICA EM SALAS DE SANTA CATARINA (2018)



O consumo de produtos audiovisuais apresentou importantes mudanças na última década, em ampla escala. São aspectos desse processo o quase fim das videolocadoras, o crescimento lento das salas de cinema, a rápida expansão da TV por assinatura e o salto do *streaming*. Esse movimento na esfera da exibição, constatado no Brasil como um todo, marcou Santa Catarina.

Entre os anos de 2008 e 2019, por exemplo, o número de pontos de exibição cinematográfica — estabelecimentos envolvidos nesse tipo de atividade — passou de 36 para 45 no estado, e os vínculos formais de trabalho, de 322 para 595. Ao mesmo tempo, outras atividades ligadas ao audiovisual catarinense, mormente à exibição, apresentaram significativo declínio.

**Em 2018, mais da metade do mercado referente aos pontos de exibição distribuía-se por somente seis municípios do estado: Balneário Camboriú, Blumenau, Criciúma, Florianópolis, Joinville e São José, que no conjunto totalizavam 83 salas, ou 53% do total.** O mapa, elaborado com base em dados da ANCINE, favorece a percepção dessa geografia da capacidade de exibição em escala estadual.

## COMO A TV PÚBLICA EM SANTA CATARINA ESTIMULOU A PRODUÇÃO DE CONTEÚDO LOCAL

Nessa realidade de alta concentração da capacidade de exibição audiovisual em poucas cidades do estado, as TVs públicas sobressaíram como possibilidade de acesso da população aos conteúdos audiovisuais realizados por produtoras do Brasil e, em especial, de Santa Catarina. Há três destacadas estruturas desse gênero no estado: a TV-FURB, da universidade vinculada à cidade de Blumenau; a TV-UFSC, com sede em Florianópolis e que atinge a região da capital catarinense, e a TV Assembleia, do Poder Legislativo estadual.

As três emissoras possuem instalações com estúdios de gravação, mas deparam-se com problemas entre os quais se destaca a carência de recursos humanos. Segundo os gestores da TV-FURB e da TV-UFSC, as dificuldades incluem a definição orçamentária para o correspondente funcionamento, restrição que significa instabilidade e incerteza, com reflexos na manutenção dos respectivos sinais abertos.

Essas TVs públicas costumam demandar conteúdo audiovisual local, na forma de filmes, documentários e séries, e mesmo dependem deles. Assim, a TV-FURB, a TV-UFSC e a TV Assembleia compartilham o interesse em parcerias com produtoras locais, e procuram atuar de maneira condizente. Ou seja, as TVs públicas locais têm se revelado incentivadoras do audiovisual catarinense, pois necessitam desses materiais para completarem suas grades de horários.

Essas TVs têm importância, igualmente, na atração de recursos financeiros oriundos de outras esferas, como a nacional, por oferecerem uma janela segura de veiculação para os conteúdos de produtores. Dessa maneira, sua presença e seu funcionamento podem significar oportunidades para o financiamento de produções locais, sejam independentes ou de projetos associados, que teriam assegurados importantes espaços de exibição. Essa associação sinaliza, além de estímulo ao setor, também programação de qualidade.

Portanto, **se a sala de cinema tradicional teve um crescimento lento no estado, com perfil consumidor restrito e de alta renda, característico desse segmento de mercado, as TVs públicas, operando com sinal aberto, passaram a poder cumprir um importante papel quer na formação de público para o conteúdo local, quer na atração de investimentos.** O PRODAV TVs públicas, da ANCINE, investiu mais de R\$10 milhões em Santa Catarina graças a existência dessas estruturas

Tal cenário autoriza considerar que alocar recursos nas TVs públicas pode ter efeito multiplicador no estado, tanto quanto aos investimentos como na qualidade da decorrente produção audiovisual. ■

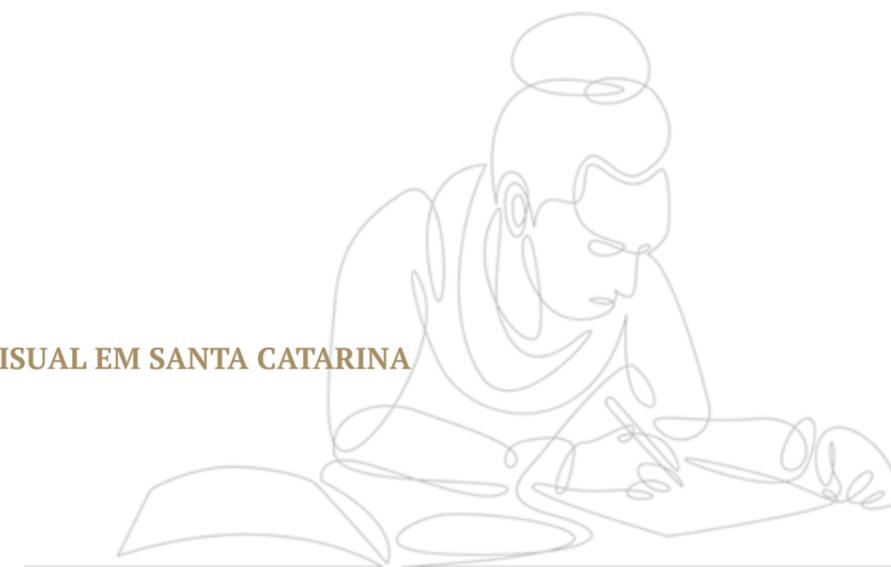
# Santa Catarina possui 15 cursos superiores para o audiovisual, que impactam positivamente na oferta de profissionais e na qualificação do mercado de trabalho.

A FORMAÇÃO HUMANISTA E ABRANGENTE OFERECIDA PELO ENSINO SUPERIOR É BEM VISTA PELAS EMPRESAS PRODUTORAS. A ATUALIZAÇÃO E ESPECIALIZAÇÃO DOS PROFISSIONAIS É, EM CERTOS CASOS, UM INVESTIMENTO DAS PRÓPRIAS PRODUTORAS.

Entre bacharelados, tecnólogos e pós-graduações, os cursos superiores de audiovisual multiplicaram-se, seguindo tendência nacional, a partir de 2008 em Santa Catarina. Hoje são 15 cursos, sendo 5 na área de games, 2 de animação e 8 de cinema e audiovisual, havendo nesta última categoria duas pós-graduações. Sua distribuição incide na Grande Florianópolis e no Norte Catarinense, que possuem, cada um, 4 cursos; no Vale do Itajaí e no Oeste, com 3 cursos cada um; e há 1 curso localizado na região Sul do estado. Essa geografia repercute junto aos produtores audiovisuais do estado, que, de acordo com a pesquisa, recrutam seus novos profissionais entre os egressos e formandos desses cursos, **movimentando dessa forma o mercado de trabalho.** ▶

## CURSOS SUPERIORES DE AUDIOVISUAL EM SANTA CATARINA

[BA] Bacharelado  
[TEC] Curso Superior em Tecnologia  
[PÓS] Pós-graduação *latu sensu* (especialização)  
(\*) Número de egressos não informado



TIPO	CIDADE	INSTITUIÇÃO	NOME DO CURSO	INÍCIO	EGRESSOS
[BA]	Palhoça	Unisul	Cinema e Audiovisual (Origem: Comunicação Social com habilitação em Cinema e Vídeo)	2009 (1998)	(*)
[BA]	Florianópolis	UFSC	Cinema	2005	218
[BA]	Florianópolis	Univali	Design de Jogos e Entretenimento Digital (Origem: Tecnólogo em Jogos Digitais)	2013 (2008)	199
[BA]	Balneário Camboriú	Univali	Design de Jogos e Entretenimento Digital	2009	100
[BA]	Joinville	Univille	Design – Animação Digital	2009	135
[BA]	Florianópolis	UFSC	Animação (Origem: Design com habilitação em Animação)	2016 (2009)	(*)
[TEC]	Chapecó	Unochapecó	Produção Audiovisual	2010	100
[BA]	Chapecó	Unochapecó	Design (Games – Produto – Visual)	2010	100
[TEC]	Itajaí	Univali	Produção Audiovisual	2011	90
[PÓS]	Chapecó	Unochapecó	Cinema e Realização Audiovisual	2012	30
[TEC]	Joinville	UniSociesc	Jogos Digitais	2014	35
[TEC]	Criciúma	Unesc	Jogos Digitais	2015	(*)
[BA]	Joinville	UniSociesc	Cinema e Audiovisual	2017	15
[PÓS]	Balneário Camboriú	Univali	Cinema e Imagens Contemporâneas	2018	15
[BA]	Joinville	Univille	Cinema e Audiovisual	2021	0
<b>TOTAL EGRESSOS INFORMADOS:</b>					<b>1.037</b>

Fonte: elaborado pelos autores.

No geral, os produtores ouvidos pelo estudo ressaltam a importância da formação humanista e mais abrangente oferecida pelas universidades, pois essa perspectiva contribui na preparação de profissionais dinâmicos, criativos e flexíveis, e que tenham condições de trabalhar em equipe e lidar com a complexidade técnica, econômica e criativa do setor audiovisual. **Essas características, assinala-se, nem sempre são facilmente observadas nos profissionais, embora sejam ressaltadas como muito importantes pelos produtores do estado.**

### **Uma formação humanista dos profissionais por parte das universidades é bem vista pelo mercado, mas certas especializações e perfis carecem de maior investimento, segundo as empresas.**

Quanto aos egressos, esses costumam buscar formas de ampliação de seus estudos ou sua especialização fora do estado ou, quando possível, mesmo fora do Brasil. Esse fato pode indicar que, apesar do crescimento dos cursos de graduação, há ainda carência em Santa Catarina na formação em nível de pós-graduação *stricto sensu* e *lato sensu*, ou mesmo simplesmente voltada à atualização profissional. Tal aspecto ganha vulto particular porque, em atividades como as do audiovisual, os profissionais sempre tendem a se atualizar ou reciclar, algo particularmente necessário nas áreas técnica, produtiva e criativa.

Segundo os produtores entrevistados, entre os tipos de profissionais cuja oferta deixa a desejar em Santa Catarina, figuram roteiristas, roteiristas de animação, produtores executivos, agentes de vendas, atores, atores para voz original, especialistas em efeitos especiais e trilhas sonoras. Já profissionais de direção de arte, assistência de direção, captação e desenho de som são requeridos especificamente na região oeste do estado. Na área de jogos eletrônicos, as indicações registradas dizem respeito a carências notadamente

de artistas técnicos com uma base teórica sólida em matemática e lógica, além disso há ausência do que foi designado como *showrunners*, que é a pessoa responsável por liderar uma série ou programa de TV e dar coerência aos aspectos criativos e de produção. Ou seja, a especialização desejada pelo mercado usufrui dos conhecimentos aprofundados oferecidos pelas universidades e além da necessidade de cursos de curta duração para atualização destes profissionais, há qualidades desejadas que cabe ao setor produtivo oferecer oportunidades de treinamento, pois são oriundas da experiência.

A título de ilustração, cabe mencionar uma produtora, focada em animação, que assinalou demandar expertise técnica e artística. Informou que, via de regra, “recruta seus profissionais de universidades, mas complementa essa formação geral com um programa de especialização bancado pela empresa; a gente põe pra dentro e treina, e muitas vezes ainda ensina *software*.”

Da parte das Universidades, esse problema também é notado e, por conta disso, ocorrem iniciativas para qualificar a relação com o mercado de trabalho. Uma iniciativa simples, já tomada no curso de cinema da UFSC, diz respeito ao Banco de Talentos, que reúne informações sobre as aptidões dos estudantes de forma a permitir que empresas interessadas possam selecionar quadros.

Políticas públicas podem também contribuir com um melhor ambiente de formação. Programas de estágio remunerados são centrais e podem ser financiados junto às empresas com o objetivo de estimular carreiras nas áreas estratégicas e carentes do setor. Financiamento de trabalhos de conclusão de curso para geração de experiência e bons currículos, de cursos técnicos, e de viagens a festivais para atualização profissional de alta qualidade: nesses eventos são oferecidos *workshops*, seminários, rodadas de negócios, *pitching*, concursos de roteiro, laboratórios e residências artísticas, estímulo também para o empreendedorismo. ■

## **Audiovisual catarinense recebe, em dez anos, mais de R\$ 100 milhões em recursos federais para o desenvolvimento do setor**

LEIS DE INCENTIVO FISCAL E FOMENTO DIRETO SÃO ALGUMAS DAS FONTES DE RECEITA UTILIZADAS

**A** União investiu, nos últimos dez anos, cerca de R\$100 milhões no setor audiovisual de Santa Catarina, de acordo com dados da Agência Nacional do Cinema (ANCINE). O repasse aconteceu por meio de duas modalidades principais: a direta e a indireta. No fomento direto, o Estado reserva recursos públicos do orçamento e os disponibiliza mediante repasse de verbas por ministérios, secretarias ou autarquias como a ANCINE. No fomento indireto, a esfera pública oferece subsídios e incentivos fiscais a pessoas físicas ou jurídicas para que se tornem financiadoras do audiovisual.

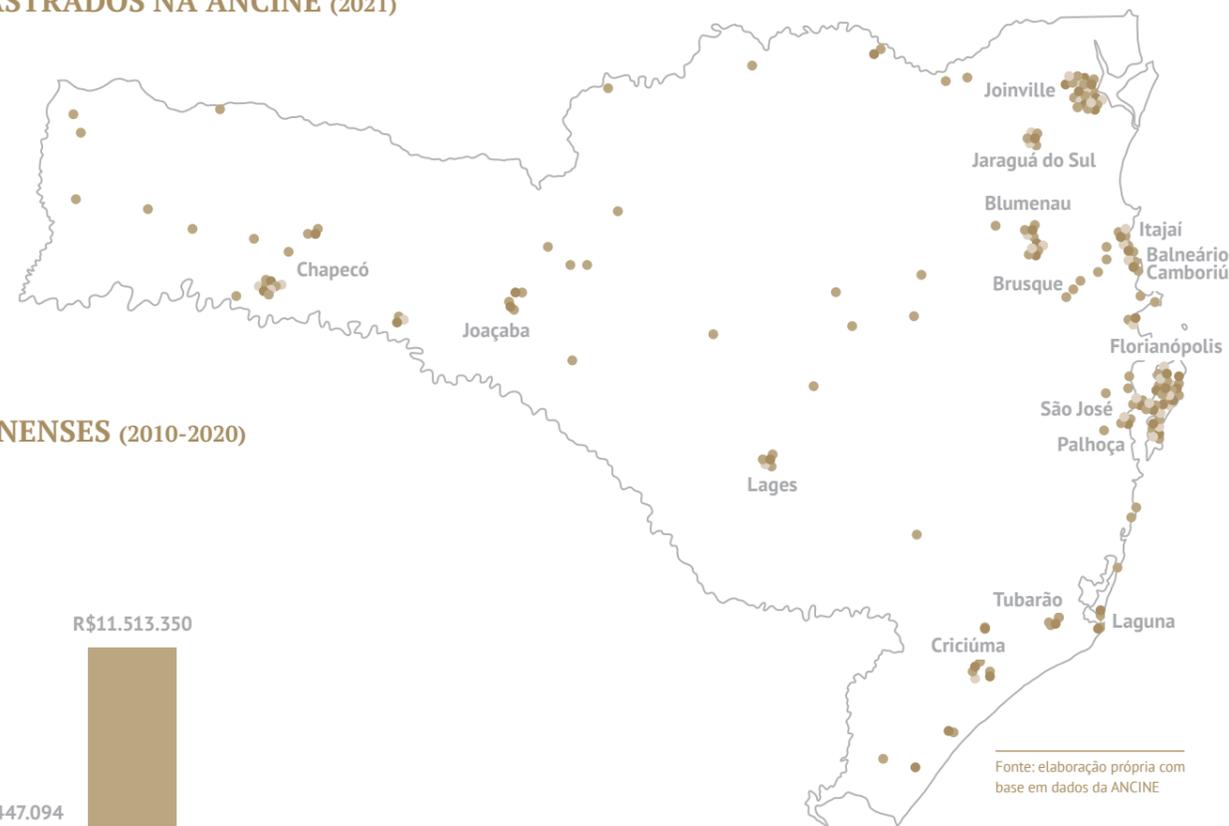
Há três formas possíveis de relacionamento entre o financiador e o projeto financiado: *mecenato* (renúncia fiscal), investimento ou coprodução. A caracterização do relacionamento dependerá da participação do financiador nos direitos patrimoniais da obra e na receita de exploração comercial. As leis de incentivo fiscal são a principal modalidade de *mecenato*, em que o poder público renuncia parte dos impostos que receberia, para que empresas e pessoas o destinem à execução de iniciativas culturais. Em

2008, quase R\$900 mil foram captados via lei de incentivo fiscal para projetos da área audiovisual. Já em 2018, o valor captado foi de R\$3,5 milhões, com algumas variações e descontinuidades no período de 10 anos, como demonstra o infográfico na página seguinte.

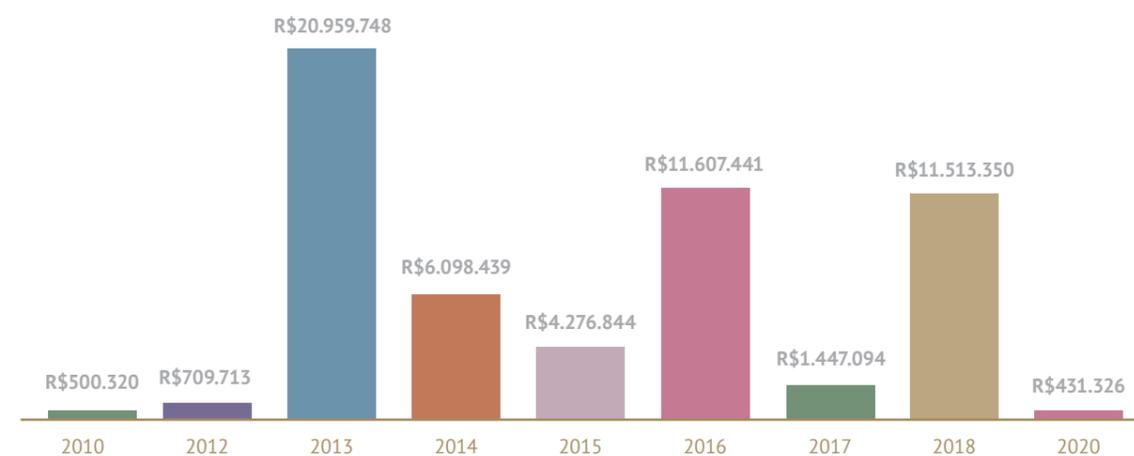
Os recursos mobilizados pelos agentes catarinenses tiveram um aumento significativo a partir de 2010, ficando em média no valor real de R\$ 2 milhões (a preços de 2019), entre 2010 e 2014, expandindo-se para mais do dobro em 2015, oscilando até 2018 e crescendo fortemente em 2019. A maior parte refere-se à captação através da Lei do Audiovisual, especialmente no tocante ao mecanismo considerado no Art. nº 1 A, que é feito a partir de empresas patrocinadoras tributadas em lucro real e que podem destinar impostos com 100% de abatimento em renúncia fiscal. Só a partir de 2014 começaram a ser captados recursos por meio dos artigos de nº 3 e nº 3 A da lei, cujos incentivos dependem de renúncias de tributos de empresas distribuidoras cinematográficas e empresas de televisão. ▶

A concentração geográfica dos recursos é um aspecto que chama a atenção: dos 476 agentes cadastrados na ANCINE, 162 estão localizados em Florianópolis, o que representa uma proporção de 34% do total. Esse traço se intensifica quando se considera a concentração dos recursos aplicados, oriundos das diferentes linhas da ANCINE. A capital catarinense abrange 73% do total dos recursos investidos no audiovisual, e, caso Palhoça e São José sejam incluídos — por pertencerem à Região Metropolitana de Florianópolis — o percentual chega a quase 80% do valor total, como evidencia o mapa ao lado.

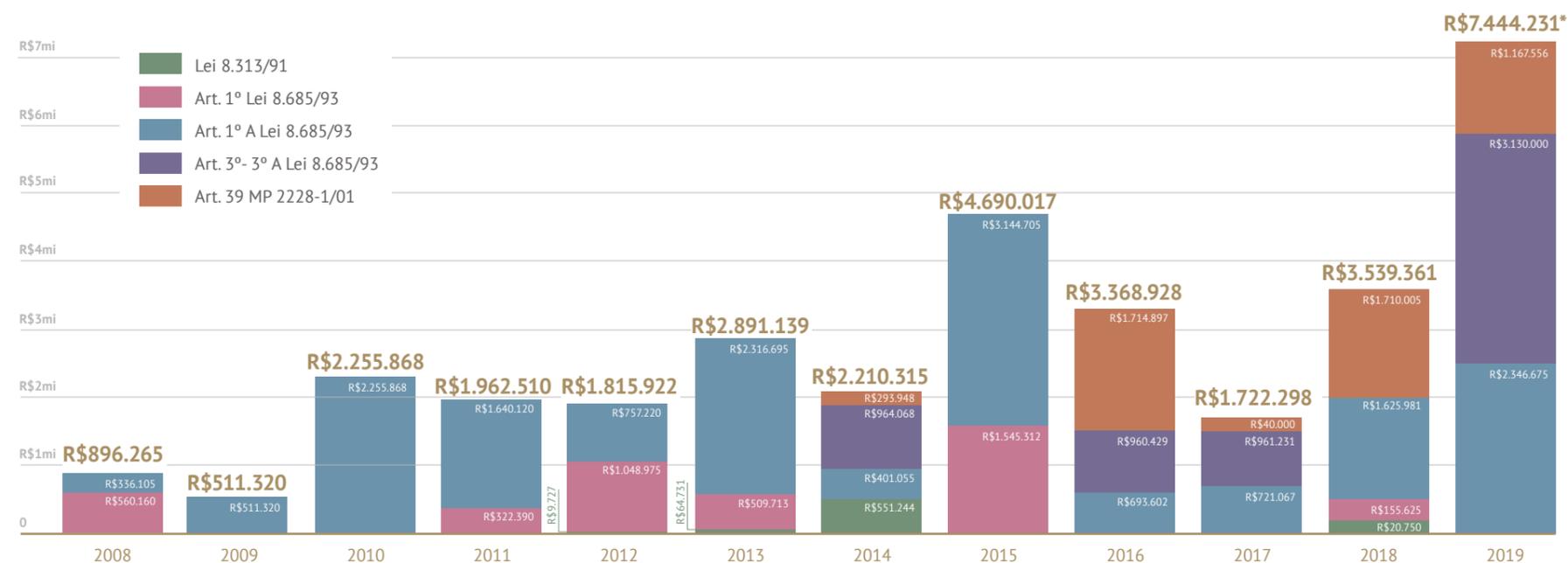
### DISTRIBUIÇÃO GEOGRÁFICA DOS AGENTES CATARINENSES CADASTRADOS NA ANCINE (2021)



### RECURSOS DO FSA CAPTADOS POR EMPRESAS CATARINENSES (2010-2020)



### VALORES REAIS CAPTADOS POR PROJETOS CATARINENSES POR MEIO DE INCENTIVOS FISCAIS (EM R\$ DE 2019)

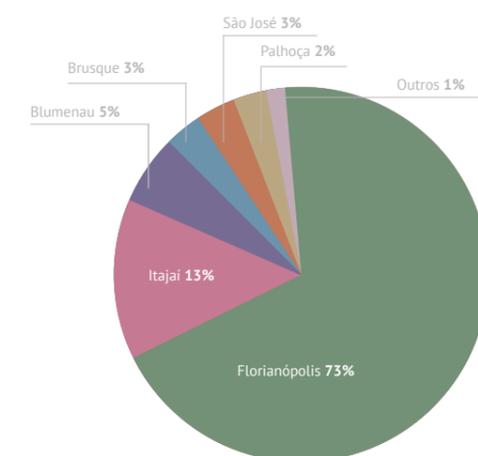


Em relação ao financiamento direto, cerca de R\$80 milhões de reais foram investidos em Santa Catarina na última década pelo governo federal, de acordo com dados da ANCINE. O repasse acontece através do Fundo Setorial do Audiovisual (FSA), categoria específica do Fundo Nacional da Cultura, destinada ao desenvolvimento da indústria audiovisual no Brasil. A maior participação está relacionada ao chamado Prodav 01 (21%), que é uma linha de financiamento em fluxo contínuo para propostas de TV pré-licenciadas com emissoras e programadoras.

O Prodav 02, também uma linha em fluxo contínuo, mas para propostas de programação por emissoras e programadoras com projetos inéditos na grade da TV, representou 9% dos recursos totais destinados a Santa Catarina pelo FSA. O Prodav 12, que financiou projetos de produção independente de obras audiovisuais brasileiras, com destinação ao campo público de televisão (segmentos comunitário, universitário, educativo e cultural), respondeu por 13% do total de recursos, e o Prodav — TVs públicas, lançado em 2018, por quase 11%.

A transferência direta ou indireta de mais de R\$100 milhões em recursos públicos para o Estado impacta na geração de emprego, renda e arrecadação de impostos. Assim, mostra-se estratégica a articulação de parcerias entre governo estadual e federal para alavancar recursos e promover investimentos na infra-estrutura audiovisual do estado.

### DISTRIBUIÇÃO POR MUNICÍPIOS DOS RECURSOS CAPTADOS NA ANCINE (TOTAL 2008-2019)



# Prêmio Catarinense de Cinema é um dos principais mecanismos de fomento ao audiovisual no estado

ALÉM DO PRÊMIO, LEI DE INCENTIVO FISCAL COMEÇA A FAZER PARTE DAS POSSIBILIDADES ORÇAMENTÁRIAS DO SETOR

O papel dos investimentos estaduais no audiovisual de Santa Catarina foi importante para promover políticas públicas locais e alavancar recursos federais na última década. Foram R\$58.346.521,88 investidos desde em 2001, e R\$ 29 milhões na última década. Tais valores referem-se especialmente ao Prêmio Catarinense de Cinema.

Além do fomento direto, recentemente foi regulamentado um sistema de incentivo fiscal com abatimento de 100% do ICMS devido, com R\$1,2 milhão por projeto. O total geral para a cultura chega a R\$70 milhões por ano. O contexto refere-se ao Programa de Incentivo à Cultura (PIC), conforme a Lei Estadual N° 17.942, de 2020, regulamentada pelo Decreto Estadual N° 1.269, de 2021. Esta lei, envolvendo renúncia fiscal, segue os moldes da Lei Rouanet, permite dedução de 100% dos recursos investidos sem contrapartida privada.

Comprovando a análise, é possível identificar pela tabela, a evolução dos Recursos do Prêmio Catarinense de Cinema entre 2001 e 2020. No segundo gráfico, pode-se observar, então, a proporção do valor do Prêmio FCC em relação às despesas totais do audiovisual de Santa Catarina.

**A importância do Prêmio Catarinense de Cinema é reconhecida no setor como uma conquista fundamental, e uma ferramenta indispensável para o desenvolvimento do audiovisual no estado.**

Um aspecto importante é que devido ao aumento do valor do prêmio, desde que foi efetivada a parceria com o governo federal, os recursos deixaram de ir exclusivamente para a produção, buscando atender um espectro mais amplo: a distribuição, os games e a formação. O desejado crescimento do parque exibidor cinematográfico, e o fortalecimento das TVs públicas, bem como outras políticas de formação de públicos, seguem, entretanto, como um desafio para o prêmio no futuro. Ao mesmo tempo, a descontinuidade e irregularidade dos aportes anuais, criam imprevisibilidade, ampliando riscos para os agentes econômicos.

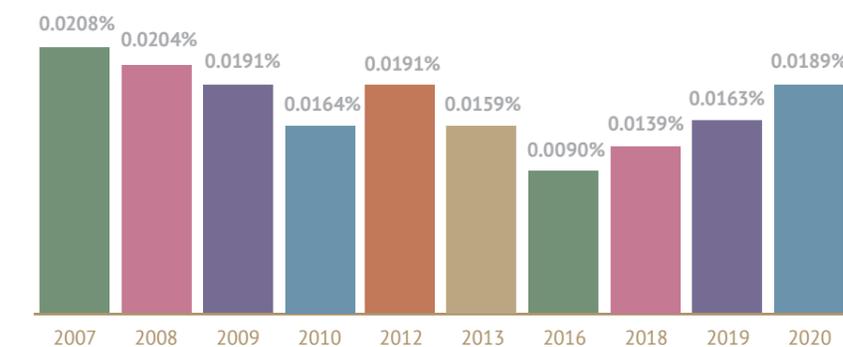
Nesse contexto, **é de suma importância a consolidação de um sistema de financiamento que tenha no prêmio um mecanismo central e estável, com aportes anuais.** Um sistema que vá também além do prêmio, desenvolvendo outros mecanismos de apoio, como bolsas, incentivos fiscais, que integrem uma política pública abrangente, diversa e sensível aos muitos desafios e especificidades do setor. Ao mesmo tempo, a possibilidade de um fundo dedicado ao audiovisual pode suprir, no futuro, uma configuração mais estável e moderna dos recursos para o setor, a exemplo do que ocorre com o Fundo Setorial do Audiovisual. ■

**EVOLUÇÃO DOS RECURSOS DO PRÊMIO CATARINENSE DE CINEMA (2001 – 2020) EM R\$ DE 2020**

EDIÇÃO	Nº. PROJETOS CONTEMPLADOS	FCC	ANCINE/FSA	TOTAL DA EDIÇÃO
2001	8	4.676.981,10	–	4.676.981,10
2002	11	5.740.501,55	–	5.740.501,55
2005	19	4.054.260,00	–	4.054.260,00
2007	13	3.962.485,92	–	3.962.485,92
2008	17	4.189.718,69	–	4.189.718,69
2009	19	4.206.397,08	–	4.206.397,08
2010	18	3.800.290,72	–	3.800.290,72
2012	30	5.129.921,07	–	5.129.921,07
2013	29	4.913.888,18	–	4.913.888,18
2014/2015	16	3.080.949,58	2.016.209,65	5.097.159,23
2018	23	4.404.669,15	6.191.706,35	10.596.375,50
2019	59	5.186.458,84	18.262.179,00	23.448.637,84
2020	49	5.000.000,00	–	5.000.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>311</b>	<b>58.346.521,88</b>	<b>26.470.095,00</b>	<b>R\$ 84.816.616,87</b>

Fonte: Elaborado pelos autores com base em dados fornecidos pela FCC

**PROPORÇÃO DO VALOR DO PRÊMIO FCC EM RELAÇÃO ÀS DESPESAS TOTAIS DE SANTA CATARINA**



(\*) A edição do Prêmio de 2014/2015 foi lançada em 2016. Não houve Prêmio em 2011 e 2017.

# Fundação Catarinense de Cultura tem um estratégico papel a desempenhar no desenvolvimento do setor audiovisual

APESAR DE TER CRESCIDO EM FUNÇÕES, A FUNDAÇÃO E O MUSEU DA IMAGEM E SOM GERIDO POR ELA, NÃO TIVERAM O MESMO AUMENTO EM ESTRUTURA.

**A Fundação Catarinense de Cultura (FCC) é atualmente uma autarquia do Governo do Estado de Santa Catarina mantida como fundação de direito público.** Com a implantação de legislação específica para o cinema, por meio do Prêmio Catarinense de Cinema, editado em 2001 e com reformulações em 2012, a execução de editais e ações de fomento ao audiovisual ficou sob a responsabilidade da equipe do Museu da Imagem e do Som.

Atualmente a política pública audiovisual de Santa Catarina é conduzida por essa equipe, cujas condições de atuação não se expandiram em sintonia com o crescimento de suas atribuições. Ainda assim, o grupo de servidores implicados realiza o seu trabalho com eficácia, atuando em áreas fundamentais, não obstante a insuficiência das condições com as quais contam, sobretudo devido às novas demandas surgidas em anos recentes. De todo modo, se realizar muito com pouco é um mérito, mostra-se necessário institucionalizar as conquistas alcançadas.

Reestruturar o museu, remunerar adequadamente os servidores e implantar sistema de informação são passos que podem ser planejados e implementados para garantir solidez institucional que permita maiores avanços no futuro. A Fundação nunca teve um setor exclusivamente dedicado à gestão dos editais do audiovisual, que demandam crescente atenção e têm apresentado crescimento nos recursos alocados ao setor. Essa trajetória significa que as exigências técnicas e administrativas ficaram maiores e mais intensas.

**Os valores hoje geridos pela FCC são semelhantes aos de estruturas muito mais equipadas, em estados como São Paulo e Rio de Janeiro, que contam com empresas e agências como SPCine e Riofilme, nas quais há autonomia administrativa e equipes de funcionários na casa das duas dezenas, para formulação e implementação da política pública.**

No ano de 2021, além da aludida carga de demandas, recai sobre a estrutura da FCC a gestão da nova legislação de incentivo fiscal, com projetos que poderão captar cumulativamente R\$ 70 milhões por ano. Ou seja, considerando os recursos gerenciados pelo MIS-FCC, pode-se projetar aproximadamente R\$ 90 milhões/ano, para os próximos anos, tomando por base a média de fomento direto dos anos recentes. Por tudo isso, seria recomendável uma estrutura apropriada para a formulação, o fomento e a gestão da política audiovisual, com os valores gerenciados, que demandam crescente atenção em termos de acompanhamento e monitoramento de resultados.

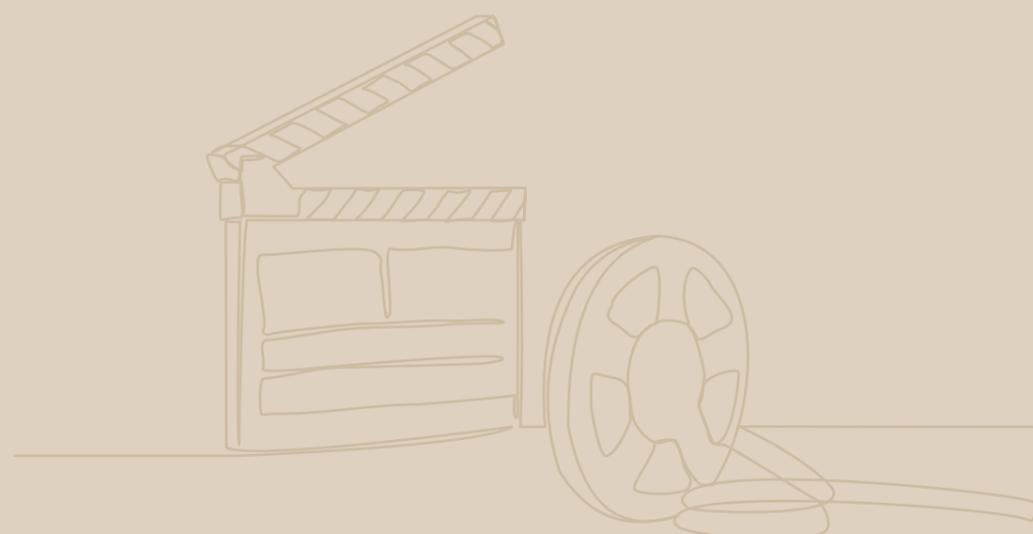
Uma dessas possibilidades, no curto prazo, seria uma reestruturação interna, com a criação de uma esfera específica para a gestão da política audiovisual dentro da estrutura interna da FCC, voltada às atividades de gestão do fomento, formulação de políticas e, finalmente, a administração do museu. O tema sensível da prestação de contas de centenas de projetos poderá ser fortalecido. No longo prazo, cabe a discussão – entre setor produtivo e governo estadual – sobre a conveniência da criação de um organismo específico para a gestão e fomento da política audiovisual, nos moldes de uma empresa ou agência pública. O fortalecimento institucional, bem como o orçamento, são aspectos que caracterizam uma política de Estado, permanente, e não apenas de governo, transitória.

Além da estrutura, a participação do setor na formulação das políticas públicas é algo destacado entre os produtores ouvidos. Como se percebe, o setor é complexo e diverso em termos geográficos, setoriais, e nos elos da cadeia produtiva e criativa. Há uma percepção positiva da escuta e diálogo conduzida pelo MIS, mas caberia uma maior institucionalização desse diálogo, por meio de uma câmara técnica ou conselho consultivo, com representações dos diversos setores e regiões de Santa Catarina. Propõe-se, por fim, como parte dessa institucionalização, um planejamento de longo prazo, um Plano Estadual para o Audiovisual, com diagnóstico, metas, indicadores, que permitam definir prioridades e antecipar questões do setor, de forma mais estratégica e abrangente, e que permita monitorar os resultados dos investimentos. ■



# Recomendações de políticas públicas

(baseadas no diagnóstico apresentado)



## 01.

O setor audiovisual em Santa Catarina cresceu 429% em 10 anos, preferencialmente em municípios com indicadores sociais mais desenvolvidos e maiores investimentos em cultura e educação. Recomenda-se fortalecer o orçamento para o audiovisual no âmbito estadual e nos municípios, em transversalidade com áreas como educação, estabelecendo na FCC um observatório estadual das informações sobre o setor que permitam manter um mapeamento permanente do audiovisual catarinense.

## 02.

O audiovisual, no segmento de TV por assinatura, em 2017, arrecadou cerca de R\$ 116,8 milhões em impostos para Santa Catarina. Recomenda-se um monitoramento do consumo audiovisual no estado, incluindo o de *streaming* e vídeo *on demand* e de sua possibilidade de arrecadação de impostos e investimentos na produção local.

## 03.

Diversidade regional, cultural e de modelos de negócios marca a produção audiovisual catarinense, e o longa-metragem é o principal formato trabalhado. Recomenda-se a adoção de *film commissions* no âmbito estadual e municipal, para atrair investimentos e gerar empregos. Deve-se focar na internacionalização em coprodução (com ênfase ao Mercosul) e no apoio à participação em festivais e eventos de mercado, bem como no desenvolvimento de gêneros como animação, games, séries e conteúdo infanto-juvenil.

## 04.

Santa Catarina tem um grande potencial na área de games, com cursos especializados em várias regiões, e já aparece com pelo menos 21 empreendimentos no setor. Recomenda-se uma estratégia específica para games, que articule fomento, incentivos tributários, cursos de formação e uma maior aproximação entre empresas de tecnologia e audiovisual.

## 05.

O trabalho no mercado audiovisual presenciou mudanças, com redução dos vínculos regidos pela Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) e aumento no uso de Microempreendedores Individuais (MEIs). Recomenda-se a criação de um observatório do mercado de trabalho, acompanhado de políticas públicas para a constante formação e atualização dos profissionais, com a observação de temas sensíveis como previdência.

## 07.

Santa Catarina possui 15 cursos superiores para o audiovisual, que impactam positivamente na oferta de profissionais e na qualificação do mercado de trabalho. Algumas lacunas do mercado seguem, porém, não atendidas. Recomenda-se mais investimento em formação de mão de obra técnica, criativa e executiva, envolvendo parcerias com as universidades, produtoras e cursos técnicos.

## 09.

Foram R\$ 58,3 milhões investidos desde em 2001, e R\$ 29 milhões na última década, por meio do Prêmio Catarinense de Cinema. Além do fomento direto, recentemente foi regulamentado um sistema de incentivo fiscal com abatimento de 100% do ICMS devido, com R\$1,2 milhão por projeto. Recomenda-se estabelecer um sistema estadual de financiamento do audiovisual, com mais recursos e maior regularidade do Prêmio, de forma a atender um conjunto abrangente de temas: desde produção, distribuição e exibição até políticas específicas como em formação e em promoção de games. Recomenda-se a adoção também de outros mecanismos, como bolsas e incentivos fiscais, mantendo a centralidade do fomento direto.

## 06.

A exibição passou por mudanças na última década: salas de cinema cresceram em aproximadamente 20%, as videolocadoras praticamente desapareceram, o *streaming* se consolidou e as TVs públicas cumpriram importante papel na formação de público e no financiamento para a produção catarinense. Recomendam-se políticas para o crescimento do setor exibidor e investimentos nas TVs públicas, entendidas como instituições chaves para a exibição do conteúdo audiovisual catarinense.

## 08.

A União investiu, nos últimos dez anos, cerca de R\$100 milhões no setor audiovisual de Santa Catarina. O repasse aconteceu por meio de duas modalidades, a direta e a indireta. Recomenda-se o fortalecimento orçamentário e a continuidade anual do financiamento estadual como forma de alavancar parcerias federativas. Deve-se continuar atraindo recursos federais e também apoiar municípios de Santa Catarina que realizam seus próprios investimentos no setor.

## 10.

O crescimento e a execução de editais e ações de fomento ao audiovisual estão sob a responsabilidade do Museu da Imagem e do Som (MIS), instalado na FCC, originalmente uma área de preservação da memória do setor. O grupo de servidores do MIS realiza o seu trabalho com reconhecida eficácia, atuando em áreas fundamentais, não obstante a insuficiência das condições existentes perante as novas demandas e os novos mecanismos. Recomenda-se uma ampliação da estrutura interna na FCC, com a criação de uma instância específica para a gestão da política audiovisual. No longo prazo, cabe discutir a criação de um organismo específico para a gestão e o fomento da política audiovisual. Um conselho consultivo, ligado à FCC, seria importante para institucionalizar a participação dos diversos elos e segmentos do setor na formulação de políticas públicas.

# A importância do audiovisual para Santa Catarina

A Fundação Catarinense de Cultura (FCC) apresenta a revista *Retratos do Audiovisual Catarinense: Economia e Políticas Públicas*, contendo os principais resultados do primeiro estudo sistemático da economia e institucionalidade do setor audiovisual de Santa Catarina.

Dados e informações são essenciais para formular políticas públicas e permitir seu monitoramento e acompanhamento. O projeto foi financiado pela FCC e realizado pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) 20 anos após o lançamento do primeiro edital público de fomento ao cinema catarinense, em 2001. Este estudo é um marco de amadurecimento para o campo audiovisual, setor dinâmico que possui a cultura e a criatividade como matérias-primas e que depende, em qualquer lugar do mundo, da organização das instituições e políticas públicas para florescer, projetar sua diversidade de imagens e tornar-se terreno estável para atração de investimentos e geração de renda.

A revista apresenta de forma sumária os principais temas do estudo, dados econômicos de trabalho e renda, o perfil das empresas de produção audiovisual, os cursos universitários e seu impacto no mercado, as TVs públicas, a aliança do audiovisual com setores tecnológicos, o que permite hoje que a indústria de animação e games catarinense possa competir no mercado internacional. Todas as informações são relevantes para fortalecer uma melhor compreensão do papel do audiovisual no desenvolvimento de Santa Catarina.

Por fim, o estudo indica caminhos de desenvolvimento e fortalecimento tanto das políticas públicas como de maior articulação entre mercado e universidade. Uma rota que aponta caminhos para um necessário planejamento de médio e longo prazo, e que certamente poderá consolidar um projeto de desenvolvimento do audiovisual em Santa Catarina, além de fortalecer o papel do Governo Estadual e de outros agentes públicos e privados na formulação e implementação desse projeto de futuro.

*Edson Lemos Presidente da Fundação Catarinense de Cultura*

Patrocínio:



Apoio: Realização:  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA