



ANUÁRIO DA INDÚSTRIA AUDIOVISUAL CARIOCA 2 0 2 6



**Desenvolvimento
Econômico**



Cultura



Carta do Prefeito

O Rio de Janeiro é um dos principais polos audiovisuais da América Latina. A cidade registra cerca de 11 mil diárias de filmagem em locações públicas por ano, volume que supera, inclusive, importantes centros internacionais como Paris. A economia criativa ocupa posição estratégica no desenvolvimento econômico do município, tendo o audiovisual como um de seus segmentos mais relevantes.

Nesse contexto, a Prefeitura do Rio de Janeiro publica o Anuário da Indústria Audiovisual Carioca, elaborado pela Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico (SMDE), em parceria com a Secretaria Municipal de Cultura (SMC) e a RioFilme. A publicação amplia o escopo do estudo realizado, em 2024, e analisa a evolução desse setor, que atualmente movimenta cerca de R\$ 4,7 bilhões por ano na economia local, gera mais de R\$ 70 milhões em arrecadação de ISS e apresenta crescimento expressivo superior a 60% nos últimos cinco anos.

Os avanços observados são resultado de uma política consistente de incentivo ao setor. Entre 2021 e o primeiro trimestre de 2026, os investimentos realizados por meio da RioFilme — que estavam interrompidos em 2020 — alcançaram aproximadamente R\$ 282 milhões, distribuídos entre mais de 600 projetos. Paralelamente, a adoção de políticas afirmativas garantiu que esses recursos contribuíssem não apenas para o fortalecimento da indústria audiovisual, mas também para a ampliação da diversidade e da inclusão entre os beneficiários.

A continuidade desses investimentos é fundamental para consolidar o audiovisual como vetor de crescimento econômico, geração de empregos e projeção internacional do Rio de Janeiro. Seguiremos avançando com planejamento, responsabilidade e visão estratégica, fortalecendo setores que ampliam oportunidades e reforçam o protagonismo da cidade no cenário global.

Eduardo Cavaliere

Carta do Secretário de Cultura

O audiovisual carioca ocupa um papel estratégico no desenvolvimento cultural e econômico do Rio de Janeiro. Mais do que cenário, a cidade é um polo de criação de narrativas, formação de talentos e produção de identidade cultural, capaz de transformar criatividade em emprego, investimento e projeção internacional. Cada produção audiovisual movimenta uma ampla cadeia econômica, ao mesmo tempo em que fortalece o pertencimento, a autoestima e a imagem do Rio no Brasil e no mundo.

Nesse contexto, a Secretaria Municipal de Cultura, através da RioFilme, atua para ampliar o impacto do audiovisual como indústria criativa, assim como ferramenta de fortalecimento da cultura e memória cariocas.

A retomada das políticas de incentivo a partir de 2021 fortaleceu a competitividade da cidade, ampliou a geração de empregos e reposicionou o Rio como referência nacional na produção audiovisual. Contribuindo para democratizar oportunidades e ampliar o acesso de jovens de diferentes territórios à criação, à formação técnica e ao empreendedorismo cultural.

Neste contexto, o Anuário da Indústria do Audiovisual Carioca 2026 se firma como um instrumento essencial de transparência e formulação de políticas públicas ao organizar dados, qualificar o debate e evidenciar o impacto cultural, econômico e territorial dessa indústria que reúne empresas, artistas, técnicos, festivais, salas de cinema, escolas e territórios, que fazem do Rio um dos principais centros criativos da América Latina.

Lucas Padilha

Carta do Presidente da RioFilme

O audiovisual carioca vive um momento decisivo. O Rio de Janeiro não é apenas uma cidade filmada. É uma cidade que produz imaginário, movimenta economia, forma talentos, atrai investimentos, projeta reputação internacional e transforma cultura em desenvolvimento concreto.

À frente da RioFilme, temos trabalhado para consolidar uma visão simples, mas estratégica: o audiovisual precisa ser tratado como indústria, política pública e ferramenta de transformação social. Quando uma produção ocupa as ruas da cidade, ela movimenta hotéis, transporte, alimentação, serviços técnicos, equipamentos, tecnologia, turismo, comunicação e centenas de profissionais. Quando uma história carioca chega às telas, ela fortalece identidade, autoestima, pertencimento e a imagem do Rio no Brasil e no mundo.

Esse Anuário da Indústria do Audiovisual Carioca nasce com esse propósito: organizar dados, dar transparência, qualificar o debate público e demonstrar, com evidências, a dimensão econômica, cultural e territorial do setor. O Rio tem uma cadeia produtiva robusta, formada por empresas, técnicos, artistas, produtores, exibidores, distribuidores, escolas, festivais, salas de cinema, territórios criativos e instituições que, juntas, fazem da cidade um dos principais polos audiovisuais da América Latina.

A gestão dos prefeitos Eduardo Paes e Eduardo Cavaliere compreendeu que investir em audiovisual não é gasto acessório. É política de desenvolvimento econômico, geração de emprego, fortalecimento da indústria criativa, inclusão produtiva e promoção internacional da cidade. A retomada dos investimentos da Prefeitura, por meio da Secretaria Municipal de Cultura e da RioFilme, recolocou o Rio no centro da produção brasileira e criou condições para ampliar nossa competitividade em um mercado global cada vez mais disputado.

Mas o desafio agora é avançar. Precisamos ampliar a atração de filmagens nacionais e internacionais, fortalecer o *cash rebate*, consolidar o Rio como cidade *film friendly*, modernizar a infraestrutura, expandir a formação profissional, descentralizar oportunidades, apoiar salas de cinema, estimular novos modelos de negócio e garantir que jovens das favelas, da Zona Norte, da Zona Oeste e de todos os territórios da cidade possam deixar de ser apenas consumidores de conteúdo para se tornarem criadores, técnicos, empreendedores e protagonistas.

A RioFilme tem um papel central nesse processo. Nosso trabalho é planejar, fomentar, articular, medir resultados e criar ambiente de negócios para que o audiovisual carioca cresça

com consistência, diversidade e impacto. O setor precisa de previsibilidade, governança, metas claras e continuidade. Sem isso, não há indústria forte. E sem indústria forte, o Brasil perde capacidade de contar suas próprias histórias, gerar propriedade intelectual e disputar espaço na economia global da atenção.

O Rio tem vocação, história, talento, território, paisagem, infraestrutura e uma marca reconhecida mundialmente. O que estamos fazendo é transformar essa potência em estratégia. Este anuário é parte desse movimento: um instrumento de inteligência pública para orientar decisões, atrair parceiros, fortalecer políticas e mostrar que o audiovisual é uma das grandes alavancas do futuro carioca.

O Rio não se contenta em ser cenário. O Rio é plataforma. E a RioFilme está trabalhando para que essa plataforma gere mais filmes, mais séries, mais empregos, mais empresas, mais inclusão, mais autoestima e mais desenvolvimento para a cidade.

Leonardo Edde

Carta do Secretário de Desenvolvimento Econômico

Se traduzíssemos a trajetória recente do desenvolvimento econômico do Rio de Janeiro em narrativa, ela reuniria novas frentes estratégicas que se articulam entre si: de inovação a data centers e inteligência artificial ao mercado financeiro, passando pela transição energética e mercado de crédito de carbono. Esse conjunto de agendas revela o caráter multifacetado e integrado das políticas voltadas ao crescimento da cidade e vem somar a um setor que vem se consolidando — a economia criativa, que envolve o Carnaval e as mais importantes manifestações e indústrias culturais da cidade.

É nesse contexto que a Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico (SMDE), em parceria com a Secretaria Municipal de Cultura (SMC), a Riotur e a RioFilme, apresenta o estudo “Anuário da Indústria Audiovisual Carioca - 2026”. A publicação dá continuidade ao trabalho iniciado em 2024 e aprofunda a análise de um dos segmentos mais dinâmicos da economia criativa, destacando sua relevância para o desenvolvimento econômico-social do município.

Os dados evidenciam a força desse setor. Em 2025, a atividade audiovisual movimentou cerca de R\$ 4,7 bilhões na economia carioca, registrando crescimento real superior a 60% nos últimos cinco anos. No mesmo período, a arrecadação de ISS associada ao segmento ultrapassou R\$ 70 milhões, reforçando a importância dos investimentos públicos como indutores desse mercado e seus efeitos positivos sobre a economia como um todo.

As análises reunidas neste estudo demonstram, de forma consistente, os impactos gerados pelo fortalecimento do setor audiovisual e oferecem subsídios qualificados para o aperfeiçoamento de políticas públicas. Ao ampliar o conhecimento sobre essa cadeia produtiva, o Rio de Janeiro se posiciona de maneira ainda mais estratégica para impulsionar o crescimento do audiovisual, consolidando-o como um vetor relevante para o desenvolvimento econômico da cidade.

Osmar Lima

Sumário Executivo

A economia do audiovisual no Rio cresceu nas últimas décadas de maneira a transformar setores culturais e produtivos da cidade em um verdadeiro ecossistema econômico, capaz de gerar renda, empregos diretos e indiretos, e externalidades urbanas que vão do turismo ao desenvolvimento de competências técnicas. Os dados demonstram que esse setor possui um intenso efeito multiplicador positivo sobre outros setores da economia local ao longo de toda sua cadeia de valor. Seu processo de expansão combina a presença histórica de grandes empresas de mídia e entretenimento, como grupos de televisão e produtoras, uma oferta crescente de profissionais qualificados em produção, direção, fotografia e pós-produção, e uma política pública municipal e federal que, especialmente desde a última década, tem estruturado incentivos, fundos e facilidades logísticas para atrair filmagens e ampliar a produção local. A magnitude desse movimento pode ser observada tanto em indicadores brutos — como o número de dias de filmagem nas ruas do Rio, que partiu de 5.014 dias em 2021 para 10.930 dias, mais que o dobro, em 2025, segundo a RioFilme — quanto em iniciativas públicas recentes: em 2025 e 1º trimestre de 2026 a Prefeitura, em parceria com a Ancine, investiu R\$ 139,1 milhões no setor audiovisual carioca, um aporte recorde que ilustra o protagonismo institucional no estímulo à atividade.

Sobre a arrecadação de impostos (ISS) do setor audiovisual no município do Rio, a arrecadação aumentou 62,8% nos últimos cinco anos, passando de aproximadamente R\$ 43 milhões em 2020 para mais de R\$ 70 milhões em 2025, com um aumento de R\$ 27,5 milhões. Nesse período (2021-2025), o setor do audiovisual arrecadou aproximadamente mais de R\$ 350 milhões de impostos (ISS).

A movimentação econômica do setor audiovisual aumentou 61,2% nos últimos cinco anos, passando de R\$ 2,9 bilhões em 2020 para R\$ 4,7 bilhões em 2025, com um aumento de R\$ 1,8 bilhão.

O estado do Rio, por sua vez, arrecadou aproximadamente R\$ 75 milhões de ICMS desse setor em 2025, seis vezes menos do que em 2017. O decréscimo da arrecadação de ICMS das atividades audiovisuais no período, reflete as mudanças no ecossistema do setor provocadas pela emergência do vídeo por demanda, e em particular o seu impacto nos segmentos de TV Paga e TV Aberta. No que concerne à TV Paga, embora ainda se configure como um segmento de mercado relevante, informações do Painel de Dados da Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL) demonstram que no período de 2016 a 2025, houve uma queda de 59,6%% na base de assinantes de TV Paga, que se reflete em uma redução expressiva do faturamento do serviço.

De acordo com a Ancine (2019), o setor audiovisual compreende a indústria cinematográfica e videofonográfica do país, isto é: os agentes de produção, distribuição e exibição dos

segmentos de cinema (salas de exibição), TV paga (comunicação eletrônica de massa por assinatura), TV aberta (radiodifusão de sons e imagens), vídeo doméstico e vídeo por demanda. Segundo dados do registro de agentes econômicos da agência, até dezembro de 2025, 1.759 empresas estabelecidas no município do Rio de Janeiro tinham atividade econômica principal relativa ao setor audiovisual. Os dados fornecidos pela Ancine indicam ainda a existência de outras 947 empresas sediadas no município do Rio, cuja atividade principal não pertence ao setor audiovisual, mas que possuem atividades econômicas secundárias relativas ao setor, totalizando 2.706 empresas.

Em termos de volume total de empresas audiovisuais no município do Rio de Janeiro, os dados da RAIS — MTE revelam haver 566 estabelecimentos com ao menos um empregado. Utilizando o mesmo período para fins de comparação, de acordo com os dados da Ancine, até 2024, havia 1.575 estabelecimentos com atividade principal audiovisual registrados na agência. Ao cotejarmos os dados, é possível estimar que pouco mais de $\frac{1}{3}$ das empresas são empregadoras. Do total de 566 estabelecimentos, a maior parte (43,5%) era de atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão. Considerando as atividades de produção e pós-produção cinematográfica de vídeo e televisão, a participação era de 52,7%.

O estoque de empregos formais no setor audiovisual por código CNAE, que eram, em dezembro de 2024, 19,7 mil empregos formais na cidade do Rio de Janeiro, ao se considerar o total do setor audiovisual mais os empregos dos Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet, o que corresponde a 14,1% do total de empregos do Brasil. Ao excluir os empregos dos Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet, o número de empregos passa para 14,1 mil, o que corresponde a 17,8% do total de empregos do Brasil. Entre janeiro de 2021 e fevereiro de 2026, compreendendo o período da pandemia, e a sua posterior recuperação, foram criadas 5.575 novas vagas de emprego formal no setor audiovisual na capital fluminense.

Além dos empregos formais, os dados do Portal do Empreendedor revelam que em março de 2026 havia 7,8 mil Microempreendedores individuais (MEIs) registrados nas atividades elegíveis ao MEI do setor audiovisual.

Nos últimos cinco anos a Prefeitura do Rio de Janeiro, por meio da Secretaria Municipal de Cultura, através da RioFilme, promoveu o renascimento de um setor que é estratégico economicamente para a cidade e para o país e, acima de tudo, faz o Rio pulsar no coração das pessoas, projetando a cidade e criando no imaginário do mundo inteiro o desejo de conhecer e viver as experiências que a cidade tem a oferecer. A estratégia direcionada a investimentos em distribuição, produção e desenvolvimento de longas-metragens, documentários, séries, jogos eletrônicos, entre outros, bem como o apoio a mostras, festivais,

cineclubes e projetos de qualificação profissional, tem se consolidado como um dos principais motores de estímulo ao setor no município.

Nos últimos anos, observa-se o aporte consistente do investimento público após um período de forte retração entre 2016 e 2020. A partir de 2021, os investimentos são retomados no valor de R\$ 23,6 milhões, quase dobrando nos dois anos seguintes, alcançando R\$ 55,1 milhões em 2022 e R\$ 53,7 milhões em 2023. Em 2024, devido às eleições municipais, houve uma retração relativa, devido ao deslocamento da contratação dos investimentos para o início de 2025, totalizando R\$ 13,7 milhões contratados naquele ano.

Em 2025 e 1º trimestre de 2026 a Prefeitura do Rio de Janeiro, em parceria com a Agência Nacional do Cinema, Fundo Setorial do Audiovisual o Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul (BRDE), executou o maior programa de fomento já realizado na história do município do Rio de Janeiro: R\$ 130,9 milhões em recursos federais e municipais.

Somados a outros investimentos realizados pela prefeitura, os recursos já investidos entre 2025 e o 1T/2026 chegam ao maior patamar da série histórica, com R\$ 139,1 milhões investidos.

No total, o investimento realizado pelo município do Rio de Janeiro no setor audiovisual no período de 2021 ao 1T/2026, somaram R\$ 285,2 milhões, investidos em 619 projetos audiovisuais. Estima-se que tal montante atraiu potencialmente para o município, no período, R\$ 845,7 milhões adicionais, totalizando uma movimentação potencial de R\$ 1,31 bilhões. Uma relação de R\$ 2,96 atraídos para cada R\$ 1,00 investido.

Se considerarmos apenas os recursos de origem municipal investidos (R\$ 151,5 milhões) esta relação salta para R\$ 6,47 atraídos para cada R\$ 1,00 investido.

Esse resultado representa um marco no fomento ao setor, superando significativamente os níveis observados ao longo da última década.

Desde 2021, os editais da Riofilme têm dispositivos inclusivos, por meio de pontuações adicionais ou reserva de vagas a propostas lideradas por mulheres, negros, indígenas, pessoas com deficiência e pessoas trans. Em 2025, foram incluídas nas políticas afirmativas as pessoas idosas. Proponentes cuja sede estão localizadas em áreas de IDH mais baixo, como nas Áreas de Planejamento (APs) 3, 4 e 5 do município ou favelas das APs 1 e 2, também ganham pontuação indutora ou cotas para ampliar as possibilidades de seleção. A efetividade da política pode ser verificada quando observada a relação entre propostas inscritas e propostas selecionadas nos últimos cinco anos.

Entre 2021 e 2025, considerando 2.905 propostas inscritas em editais que incorporam políticas afirmativas, observa-se que a proporção de propostas selecionadas de proponentes sediados em áreas de menor IDH foi superior à participação desses mesmos proponentes

entre os inscritos. Enquanto representavam 17% das inscrições, corresponderam a 29% dos projetos selecionados, evidenciando um aumento de aproximadamente 71% na sua participação relativa. Essa tendência se intensifica quando analisado o recorte racial. No caso de propostas lideradas por pessoas negras, a participação passa de 26% entre os inscritos para 48% entre os selecionados, um crescimento de aproximadamente 85%. Nos demais recortes — pessoas indígenas, pessoas trans e pessoas com deficiência —, embora a base de participação seja mais reduzida, observa-se igualmente um efeito positivo dos mecanismos adotados. Propostas lideradas por pessoas indígenas passam de 2% entre os inscritos para 4% entre os selecionados, enquanto propostas de pessoas trans aumentam de 2% para 5%. No caso de pessoas com deficiência, observa-se relativa estabilidade, com 5% das inscrições e 4% dos projetos selecionados. Ainda que partam de universos mais restritos, esses resultados são significativos ao demonstrar que as políticas afirmativas também produzem efeitos concretos na ampliação do acesso e da competitividade desses grupos no âmbito do fomento público. Em conjunto, os dados evidenciam a efetividade das políticas afirmativas na promoção de maior diversidade no setor audiovisual, atuando tanto na ampliação da participação quanto na redistribuição de oportunidades entre diferentes perfis de proponentes.

No recorte etário, destaca-se que 2025 marca o primeiro ano de implementação de ações afirmativas voltadas a pessoas idosas. Nesse contexto inicial, a participação se manteve estável entre inscritos (17%) e selecionados (18%), indicando já no primeiro ciclo um nível de acesso compatível com a demanda apresentada. Até 2024, a política afirmativa relativa às mulheres incluía a liderança criativa ou a liderança administrativa da empresa ser de uma mulher. A constatação era de que mulheres à frente de empresas já era uma realidade, sendo o maior desafio gerar mais equidade em relação às lideranças criativas que incidem diretamente sobre o conteúdo como diretoras de filmes ou curadoras de mostras e cineclubes. Neste universo, o total de propostas inscritas também se configura como uma maioria entre os projetos apresentados à Riofilme (62%). O efeito indutor das políticas afirmativas reverberou também sobre a proporção de projetos selecionados, neste caso 73%.

Sobre a Rio Film Commission, área da RioFilme responsável pela execução da política pública de estímulo às filmagens na cidade do Rio de Janeiro, os resultados mais recentes mostram a continuidade dessa trajetória de sucesso. Em 2023, foram autorizadas 7.885 diárias de filmagem no município, número já expressivo e associado à realização de grandes produções para o cinema e para plataformas de *streaming*. Em 2024, o volume cresceu para 505 projetos e 8.782 diárias. Em 2025, a expansão se acentuou: foram 534 projetos e 10.930 diárias de filmagem realizadas em áreas públicas do Rio de Janeiro. Na comparação entre 2024 e 2025, isso representa crescimento de aproximadamente 6% no número de projetos e 24% no volume de diárias. O dado é significativo porque aponta não apenas para aumento quantitativo da atividade, mas para o fortalecimento de um ambiente de produção mais estável, atrativo e capaz de absorver obras de perfis diversos. Em outras palavras, o Rio não

apenas segue filmando muito: ele vem ampliando sua capacidade de receber produções com continuidade, escala e complexidade.

A distribuição dos projetos por unidade da federação revela a forte atração exercida pelo Rio de Janeiro sobre produções de diferentes partes do país. Em 2025, a maior parte dos projetos que filmaram na cidade tem origem no próprio Rio de Janeiro, com 359 projetos e 6.951 diárias de filmagem, o que demonstra a força da produção local e a centralidade do estado na dinâmica audiovisual nacional.

Nesse sentido, o conjunto dos dados mostra que o Rio de Janeiro não apenas sustenta uma produção local robusta, mas também atrai projetos de outras regiões do país, reafirmando sua posição como um dos principais territórios de filmagem do Brasil. Mais do que indicar onde se filma, esse recorte evidencia quem escolhe filmar no Rio, reforçando a capacidade da cidade de receber produções de diferentes origens, portes e perfis

No plano internacional, os dados reforçam o posicionamento competitivo do Rio de Janeiro entre os grandes centros globais de produção audiovisual. Em 2024, a cidade registrou 8.782 diárias de filmagem autorizadas, superando Paris e Cidade do México e aproximando-se de Madrid. Em 2025, esse volume avançou para 10.930 diárias, confirmando a tendência de crescimento e consolidando o Rio como a cidade mais filmada da América Latina e uma das mais filmadas do mundo.

Nesse contexto, o mecanismo de *cash rebate* aparece como peça estratégica da política de atração. Lançado pela Prefeitura para ampliar a competitividade do Rio na disputa por grandes produções, ele se consolidou como instrumento importante de política industrial audiovisual. Entre 2022 e 2025, o mecanismo mobilizou mais de R\$ 166,5 milhões na cidade, sendo R\$ 29,1 milhões em investimento público e R\$ 138,4 milhões em recursos atraídos. O dado é eloquente: para cada R\$ 1 investido pelo município, cerca de R\$ 4,75 foram mobilizados. Mais do que incentivo financeiro, trata-se de uma ferramenta de indução econômica, capaz de atrair produções, ampliar a contratação de serviços locais, movimentar profissionais e fortalecer a cadeia produtiva.

Dados da Ancine mostram que o número de títulos brasileiros se expandiu progressivamente entre 1995, quando apenas 14 títulos foram lançados, até atingir o valor máximo de 183 filmes em 2018. Com a chegada da pandemia da Covid-19 e as medidas de distanciamento social, o número de lançamentos caiu para 59 em 2020, com a recuperação gradativa até atingir o número de 197 títulos lançados em 2024.

Os filmes de produção majoritária no estado do Rio de Janeiro seguiram a mesma tendência, com aumento de lançamentos até 2017, quando se atingiu o maior número, 69 títulos. Em 2024, o estado quase alcançou o mesmo patamar, lançando 68 filmes.

A análise dos dados de público e renda cinematográficos demonstram ainda a relevância histórica da produção fluminense para o *marketshare* do cinema brasileiro. Na média do período da retomada (1995 - 2024), a produção carioca foi responsável por 71% do público e 70% da renda do cinema brasileiro.

É possível perceber ainda que em alguns anos, como em 1996, 1998, 2000, 2005, 2006 e 2010, essa participação superou 90%, atingindo o seu ápice em 2010. Nesse ano, o público de filmes de produção majoritária no Rio de Janeiro correspondeu a 95,7% do público total de filmes brasileiros, e a renda 95,1%. Em 2024, esse percentual voltou a ser muito alto, atingindo 87% do público e 88% da renda.

Marcel Balassiano

Subsecretário de Desenvolvimento Econômico e Inovação (SMDE / SUBDEI)

Maurício Hirata

Diretor de Investimentos da RioFilme

1. O SETOR AUDIOVISUAL BRASILEIRO NO CONTEXTO INTERNACIONAL

A economia do audiovisual no Rio de Janeiro cresceu nas últimas décadas de maneira a transformar setores culturais e produtivos da cidade em um verdadeiro ecossistema econômico, capaz de gerar renda, empregos diretos e indiretos, e externalidades urbanas que vão do turismo ao desenvolvimento de competências técnicas. Os dados demonstram que esse setor possui um intenso efeito multiplicador positivo sobre outros setores da economia local ao longo de toda sua cadeia de valor. Seu processo de expansão combina a presença histórica de grandes empresas de mídia e entretenimento, como grupos de televisão e produtoras, uma oferta crescente de profissionais qualificados em produção, direção, fotografia e pós-produção, e uma política pública municipal e federal que, especialmente desde a última década, tem estruturado incentivos, fundos e facilidades logísticas para atrair filmagens e ampliar a produção local. A magnitude desse movimento pode ser observada tanto em indicadores brutos — como o número de dias de filmagem nas ruas do Rio, que alcançou 7.885 dias em 2023 e subiu para 8.782 dias em 2024, segundo a RioFilme — quanto em iniciativas públicas recentes: em 2024 a Prefeitura, em parceria com a Ancine, anunciou a liberação de R\$ 131 milhões para o setor audiovisual carioca, um aporte que ilustra o protagonismo institucional no estímulo à atividade.

Os dados oficiais deixam claro que o audiovisual não é apenas um setor cultural, mas um importante motor econômico. No âmbito internacional, o estudo “O impacto econômico do setor audiovisual na América Latina” realizado em 2023 pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), com apoio da Netflix, aponta Argentina, Brasil e México como as maiores indústrias audiovisuais na América Latina, somando uma receita de US\$ 20 bilhões em 2021, sendo US\$ 3 bilhões vindos da produção cinematográfica. Globalmente, o estudo aponta um crescimento do setor de cerca de 7,2% ao ano, alcançando US\$ 170 bilhões até 2030. Além disso, o mesmo estudo estima também os efeitos dos multiplicadores da atividade econômica do setor audiovisual, concluindo que para cada US\$ 10 gastos no setor na América Latina, entre US\$ 6 e US\$ 9 sejam gerados na cadeia de suprimentos, e que para cada dez empregos no setor, entre US\$ 5 e US\$ 7 sejam gerados em outros setores. Já em âmbito nacional, o setor registrou valor adicionado de R\$ 32,7 bilhões em 2024, com cerca de 79 mil empregos diretos, remuneração média bem acima da média nacional, e bilheteria de R\$ 2,5 bilhões com 125 milhões de ingressos vendidos, segundo dados divulgados pela ANCINE.

Segundo o estudo “Economia do Audiovisual Carioca” (Prefeitura do Rio de Janeiro — por meio das secretarias municipais de Desenvolvimento Urbano e Econômico e Cultura, e RioFilme, 2024), o setor audiovisual no município carioca movimentou R\$ 4,2 bilhões em 2023, um salto de 56,2% em relação a 2020 (R\$ 2,7 bilhões), tornando-se a 10ª maior

indústria em movimentação econômica da cidade. A arrecadação de ISS aumentou 67,7% em três anos, passando de R\$ 43,0 milhões em 2020 para R\$ 72,1 milhões em 2023, ou cerca de R\$ 200 milhões no triênio 2021-2023. Em termos de base produtiva, dados da ANCINE (2019 e atualizações até ago/2024) indicam que o Rio abriga 1.675 empresas com atividade principal audiovisual e outras 1.088 com atividade secundária, somando 2.761 empresas, das quais 96% têm produção ou pós-produção cinematográfica como atividade central. Ainda segundo a ANCINE, no quadriênio 2021-2024 foram registradas 877 novas produtoras independentes no município — 135% a mais do que no quadriênio anterior — evidenciando um ambiente de negócios em expansão, impulsionado pelos aportes públicos (Leis Aldir Blanc e Paulo Gustavo, recursos da RioFilme).

Os dados da RAIS/MTE confirmam que há 566 estabelecimentos empregadores no setor audiovisual carioca, dos quais 79,5% são microempresas e 13,8% pequenas, reforçando a predominância do modelo de produção por projeto com forte contratação de prestadores de serviço. Geograficamente, olhando para as Áreas de Planejamento (APs), as empresas se concentram na AP2 (Zona Sul e Tijuca, 35,2%) e na AP4 (Barra e Jacarepaguá, 30,0%), que juntas somam quase dois terços dos estabelecimentos. Por outro lado, a arrecadação de ICMS do setor audiovisual no estado do Rio caiu de 2017 a 2023, chegando a R\$ 70 milhões em 2023, refletindo a migração do consumo para plataformas de vídeo por demanda e a consequente queda do tempo de publicidade na TV paga (de 10,8% em 2016 para 2,9% em 2023, segundo dados da ANCINE). Esse panorama revela não apenas a robustez econômica do audiovisual carioca, mas também seus desafios estruturais frente às transformações tecnológicas.

Do ponto de vista estrutural, o setor audiovisual do Rio combina segmentos com perfis econômicos distintos, desde produção de conteúdo televisivo e serial (telenovelas, séries), até serviços técnicos (som, iluminação, equipamentos e efeitos especiais) em várias etapas da produção e pós-produção. Cada segmento tem cadeias de valor e intensidades de emprego próprias: enquanto grandes produções trazem orçamentos elevados e empregam equipes extensas por curtos períodos (efeito “picos” de emprego), atividades de pós-produção e serviços técnicos geram empregos mais contínuos e capacidade instalada que se traduz em salários e qualificação de longo prazo. A existência de laboratórios de pós, estúdios e cursos técnicos superiores no Rio cria, portanto, uma vantagem comparativa para captar projetos que buscam mão de obra e infraestrutura especializadas. A expansão recente de dias de filmagem na cidade reflete tanto a atratividade das locações quanto os ganhos de “business climate” promovidos por ações públicas e parcerias locais.

Em termos macrosetoriais, a literatura e levantamentos de consultorias mostram que o setor audiovisual tem relevância econômica substancial quando mensurado em nível nacional. Estimativas como as produzidas pela *Oxford Economics*, citadas por entidades setoriais, apontam que a indústria audiovisual brasileira (antes da pandemia, em 2019) sustentava centenas de milhares de postos de trabalho: algo na ordem de dezenas de milhares de

empregos diretos e centenas de milhares quando se consideram efeitos indiretos e induzidos na cadeia produtiva. Esses números apontam que o audiovisual é simultaneamente um setor criativo e um setor com peso mensurável na economia, reforçando a ideia de que possui um intenso efeito multiplicador positivo sobre outros setores da economia, o que legitima abordagens de política pública orientadas para maximizar retornos fiscais e efeitos multiplicadores locais.

A cidade do Rio de Janeiro tem desempenhado um papel central no cinema nacional de destaque internacional, exemplificado por obras como “Central do Brasil” (1998) e “Ainda Estou Aqui” (2024). O filme “Central do Brasil”, dirigido por Walter Salles com atuação memorável de Fernanda Montenegro, tornou-se um marco do cinema brasileiro, exibido em festivais internacionais como Sundance e Berlim, recebendo prêmio de melhor filme (Urso de Ouro) e reconhecimento que alavancou visibilidade global para o cinema do Brasil e para o Rio como locação. “Ainda Estou Aqui”, mais recentemente, além de seu enredo fortemente vinculado à realidade carioca e brasileira, ganhou repercussão internacional, com o primeiro Oscar do Brasil e bilheteria considerável, o que reforça o Rio como cenário que atrai e possibilita produções de alta ambição. Produções desse calibre geram consequências positivas para a cidade de múltiplas formas: promovem turismo cinematográfico (visitantes interessados nos locais de filmagem), fortalecem o setor de serviços locais (hotéis, alimentação, transportes), geram visibilidade internacional que pode atrair novos investimentos culturais e publicitários, fomentam a formação de mão de obra especializada, estimulam o orgulho cultural e valorização patrimonial.

Comparado a outras metrópoles globais, o Rio tem particularidades que o colocam em posição competitiva e também o expõem a limites. Cidades como Nova Iorque e Los Angeles lideram em escala absoluta pela concentração de mercados de distribuição, presença de grandes estúdios, e um mercado interno robusto; Toronto e Montreal, por sua vez, são exemplos clássicos de polos que combinaram incentivos fiscais atraentes com capacidade técnica para se tornar destinos preferenciais de produções internacionais; Londres tem forte cluster de pós-produção e serviços profissionais de alto valor agregado. Na Europa continental, Paris e Madrid também vêm consolidando posições relevantes no cenário internacional. Paris combina forte identidade cultural, diversidade de locações e um sistema de incentivos que tem impulsionado o volume de produções, especialmente em publicidade e cinema autoral. Madrid, por sua vez, tem se destacado pelo crescimento acelerado nos últimos anos, apoiado por incentivos fiscais competitivos, expansão de estúdios e uma estratégia ativa de atração de produções internacionais. O Rio, por sua vez, oferece uma combinação rara de cenários urbanos e naturais, experiência técnica local e custos competitivos, fatores que o tornaram mais filmado em termos de dias nas ruas quando comparado a centros como Paris em 2023—2024. Contudo, a competição global também impõe desafios: precisão e previsibilidade nas regras de incentivo, segurança logística, infraestrutura de transporte e energia, e oferta contínua de mão de obra qualificada são

elementos onde metrópoles concorrentes frequentemente apresentam vantagens comparativas mais estáveis. Essas diferenças implicam que a política pública no Rio precisa mirar tanto na atração de grandes projetos internacionais (para efeitos de curto prazo e branding) quanto no fortalecimento de uma base produtiva doméstica que gere empregos sustentáveis.

Em suma, o panorama do audiovisual carioca hoje é o de um setor em expansão e com capacidade real de impactar a economia local, evidenciado por recordes recentes de dias de filmagem e por intervenções públicas relevantes. Para transformar esse impulso em crescimento duradouro, é necessário um duplo esforço: consolidar infraestrutura e capital humano para capturar valor agregado localmente; e aprimorar a governança das políticas públicas de incentivo.

2. ECONOMIA DO SETOR AUDIOVISUAL CARIOCA

Faturamento e Arrecadação de ISS do Setor Audiovisual no Rio

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

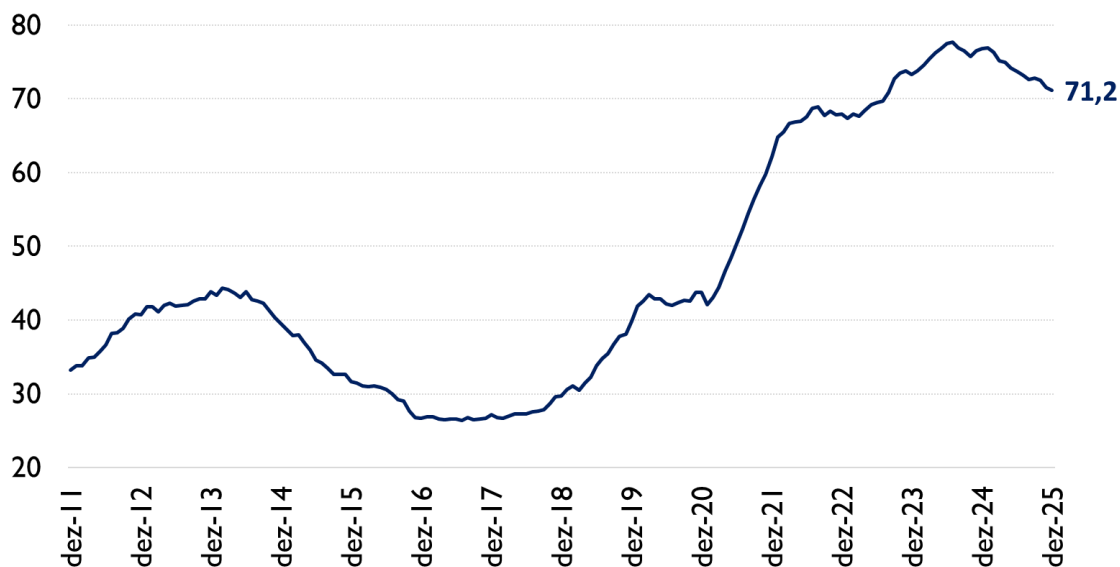
Tabela 1: Serviços Ligados ao Audiovisual

Código	Descrição do Serviço
10901	Disponibilização, sem cessão definitiva, de conteúdo de áudio, vídeo, imagem ou texto por meio da internet, para pessoas jurídicas
10902	Disponibilização, sem cessão definitiva, de conteúdo de áudio, vídeo, imagem ou texto por meio da internet, para pessoas naturais
30204	Serviços relativos à indústria cinematográfica, correspondentes a receitas de licenciamento para exibição da obra cinematográfica, exclusivamente vinculados a filme brasileiro, natural ou de enredo
30205	Serviços relativos à indústria cinematográfica, correspondentes a receitas de licenciamento para exibição da obra cinematográfica, vinculados a filme estrangeiro
101002	Serviços relativos à indústria cinematográfica, correspondentes a receitas de distribuição de filmes, exclusivamente vinculados a filme brasileiro, natural ou de enredo, e havendo dedicação exclusiva do distribuidor a filmes brasileiros, naturais ou de enredo
101003	Serviços relativos à indústria cinematográfica, correspondentes a receitas de distribuição de filmes, vinculados a filme estrangeiro, ou não havendo dedicação exclusiva do distribuidor a filmes brasileiros
120201	Exibições cinematográficas
121601	Exibição de filmes cinematográficos
121602	Serviços relativos à indústria cinematográfica, diretamente concorrentes para a produção da obra audiovisual, vinculados a filme brasileiro, natural ou de enredo
121603	Serviços relativos à indústria cinematográfica, diretamente concorrentes para a produção da obra audiovisual, vinculados a filme estrangeiro
121604	Serviços relativos à indústria cinematográfica, correspondentes a receitas de licenciamento para exibição da obra cinematográfica, exclusivamente vinculados a filme brasileiro, natural ou de enredo
121606	Serviços relativos à indústria cinematográfica, correspondentes a receitas de distribuição de filmes, exclusivamente vinculados a filme brasileiro, natural ou de enredo, e havendo dedicação exclusiva do distribuidor a filmes brasileiros, naturais ou de enredo
121607	Serviços relativos à indústria cinematográfica, correspondentes a receitas de distribuição de filmes, vinculados a filme estrangeiro, ou não havendo dedicação exclusiva do distribuidor a filmes brasileiros
130202	Gravação de Sons
130203	Trucagem de som
130204	Dublagem
130205	Mixagem
130207	Reprodução de vídeo
130302	Cinematografia
130306	Reprodução de filme
130307	Trucagem de imagem
130308	Serviços relativos à indústria cinematográfica, diretamente concorrentes para a produção da obra audiovisual, vinculados a filme brasileiro, natural ou de enredo
130309	Serviços relativos à indústria cinematográfica, diretamente concorrentes para a produção da obra audiovisual, vinculados a filme estrangeiro
130310	Cinematografia - filmes publicitários
310107	Serviços de valor adicionado suportados por serviços de telecomunicações, nos termos da Lei Federal nº 9.472/97

Fontes: SMF; SMDE; SMC; RioFilme. Elaboração: SMDE.

O Gráfico 1 mostra a evolução da arrecadação de ISS do setor audiovisual no Rio, no acumulado em 12 meses, entre 2011 e 2025. O Rio arrecadou mais de R\$ 70 milhões de ISS desse setor em 2025.

Gráf. 1: Arrecadação de ISS do Setor Audiovisual
(Acumulado em 12 Meses, milhões R\$)*



*dados deflacionados pelo IPCA-RJ. Fontes: SMF; SMDE. Elaboração: SMDE.

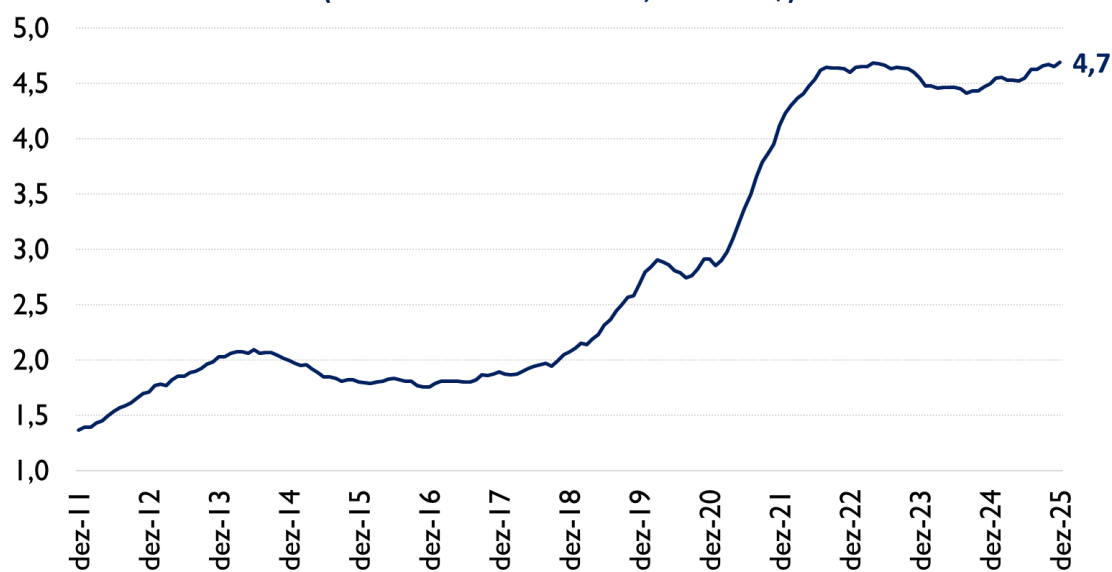
Vale frisar que a arrecadação de ISS do setor audiovisual aumentou 62,8% nos últimos cinco anos, passando de aproximadamente R\$ 43 milhões em 2020 para mais de R\$ 70 milhões em 2025, com um aumento de R\$ 27,5 milhões. Nesse período (2021-2025), o setor do audiovisual arrecadou aproximadamente mais de R\$ 350 milhões¹ de impostos (ISS).

Já o Gráfico 2 mostra a evolução da movimentação econômica do setor audiovisual no Rio, no acumulado em 12 meses, entre 2011 e 2025, por meio das notas fiscais do faturamento desses serviços. Nesse sentido, pode-se estimar que a movimentação econômica do setor do audiovisual, em 2025, foi de R\$ 4,7 bilhões.

Destaca-se que a movimentação econômica do setor audiovisual aumentou 61,2% nos últimos cinco anos, passando de R\$ 2,9 bilhões em 2020 para R\$ 4,7 bilhões em 2025, com um aumento de R\$ 1,8 bilhão.

¹ R\$ 351,45 milhões.

Gráf. 2: Movimentação Econômica do Setor Audiovisual no Rio
(Acumulado em 12 Meses, bilhões R\$)*



*dados deflacionados pelo IPCA-RJ. Fontes: SMF; SMDE. Elaboração: SMDE.

Arrecadação de ICMS do Setor Audiovisual no Rio

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

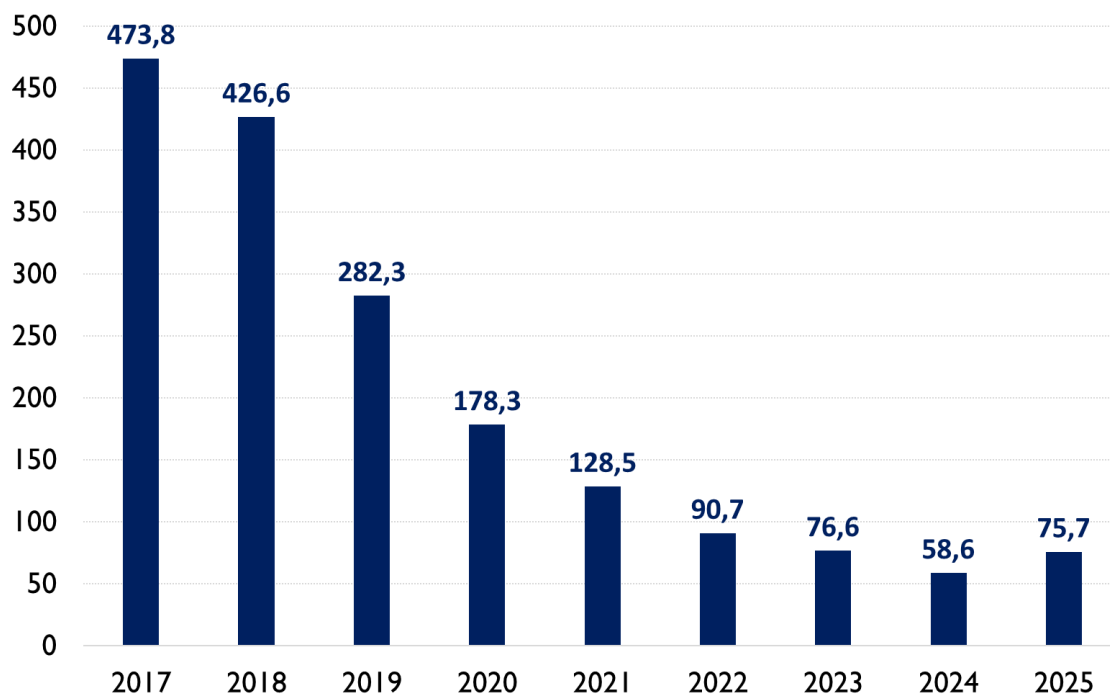
Tabela 2: CNAES Ligados ao Setor Audiovisual

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

Fontes: SEFAZ-RJ; SMDUE; SMC; Riofilme. Elaboração: SMDE; RioFilme.

O Gráfico 3 mostra a evolução anual da arrecadação de ICMS do setor audiovisual no estado do Rio de Janeiro, entre 2017 e 2025. O Rio arrecadou aproximadamente R\$ 75 milhões de ICMS desse setor em 2025, seis vezes menos do que em 2017. O decréscimo da arrecadação de ICMS das atividades audiovisuais no período, reflete as mudanças no ecossistema do setor provocadas pela emergência do vídeo por demanda, e em particular o seu impacto nos segmentos de TV Paga e TV Aberta.

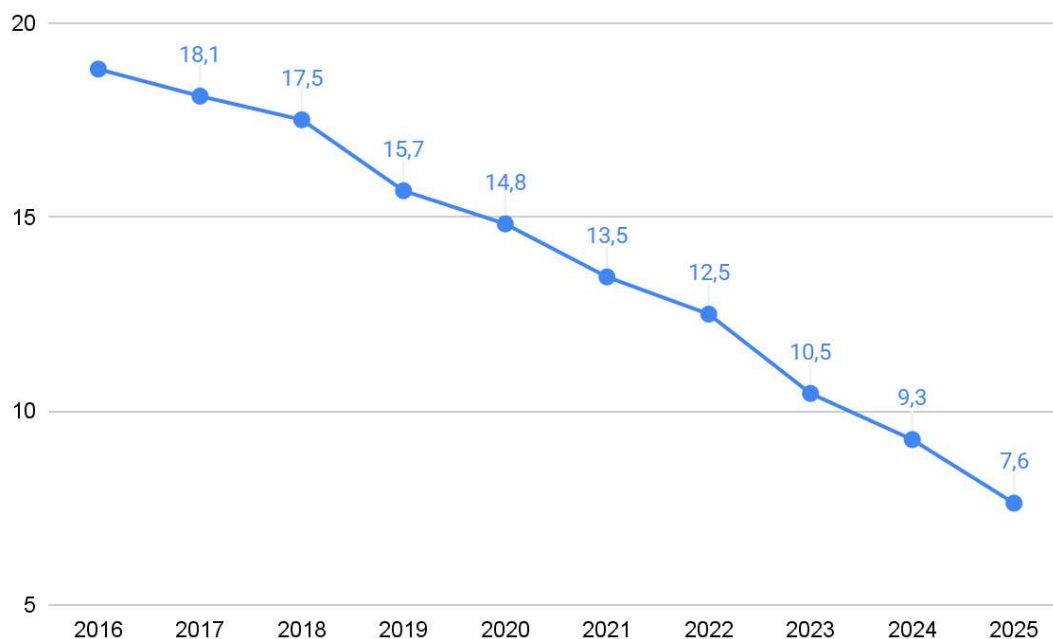
Gráf. 3: Arrecadação de ICMS do Setor Audiovisual no Estado do RJ (milhões R\$)*



*dados deflacionados pelo IPCA-RJ. Fontes: SEFAZ-RJ; SMDE; SMC; Riofilme.
Elaboração: SMDE; RioFilme.

No que concerne à TV Paga, embora ainda se configure como um segmento de mercado relevante, informações do Painel de Dados da Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL)² demonstram que no período de 2016 a 2025, houve uma queda de 59,57% na base de assinantes de TV Paga, que se reflete em uma redução expressiva do faturamento do serviço (Gráfico 4).

² <https://informacoes.anatel.gov.br/paineis/acessos/tv-por-assinatura>

Gráf. 4: Número de Acessos de TV Paga no Brasil (em milhões)

Fonte: ANATEL. Elaboração: SMDE; RioFilme.

Empresas Formais no Setor Audiovisual no Rio

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

Segundo dados do registro de agentes econômicos da agência,³ até dezembro de 2025, 1.759 empresas estabelecidas no município do Rio de Janeiro tinham atividade econômica principal relativa ao setor audiovisual. Elas se encontravam distribuídas da seguinte forma, conforme descrito na Tabela 3.

³ <https://dados.gov.br/dados/conjuntos-dados/atividades-economicas-dos-agentes-regulares-registrados-na-ancine/>
<https://dados.gov.br/dados/conjuntos-dados/agentes-economicos-regulares-registrados-na-ancine/>
https://concla.ibge.gov.br/images/concla/documentacao/CNAE20_EstruturaDetalhada.xls

Tabela 3: Empresas do Setor de Audiovisual no Rio por Atividade Principal

ATIVIDADE ECONÔMICA - CNAE CLASSE	ATIVIDADE ECONÔMICA - CNAE SUBCLASSE	EMPRESAS	%
Atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão	Estúdios cinematográficos	92	5,23%
	Produção de filmes para publicidade	79	4,49%
	Atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificadas anteriormente	1293	73,51%
Atividades de pós-produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão	Serviços de dublagem	4	0,23%
	Serviços de mixagem sonora em produção audiovisual	10	0,57%
	Atividades de pós-produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificadas anteriormente	201	11,43%
Distribuição cinematográfica, de vídeo e de programas de televisão	Distribuição cinematográfica, de vídeo e de programas de televisão	26	1,48%
Atividades de exibição cinematográfica	Atividades de exibição cinematográfica	19	1,08%
Atividades de televisão aberta	Atividades de televisão aberta	4	0,23%
Programadoras e Atividades relacionadas à televisão por assinatura	Programadoras	11	0,63%
	Atividades relacionadas à televisão por assinatura, exceto programadoras	1	0,06%
Operadoras de televisão por assinatura por cabo	Operadoras de televisão por assinatura por cabo	2	0,11%
Operadoras de televisão por assinatura por satélite	Operadoras de televisão por assinatura por satélite	3	0,17%
Aluguel de fitas de vídeo, DVDs e similares	Aluguel de fitas de vídeo, DVDs e similares	0	0,00%
Comércio varejista de discos, CDs, DVDs e fitas	Comércio varejista de discos, CDs, DVDs e fitas	0	0,00%
Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet	Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet	14	0,80%
TOTAL		1759	100,00%

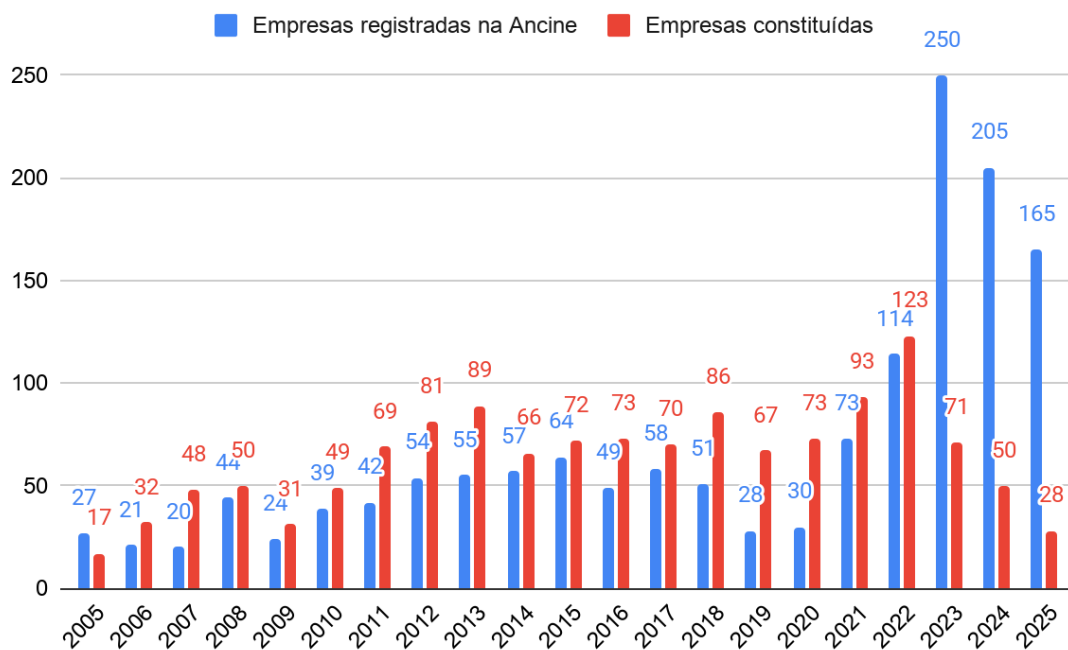
Fonte: Ancine (2025). Elaboração: SMDE; RioFilme.

Os dados fornecidos pela Ancine indicam ainda a existência de outras 947 empresas sediadas no município do Rio, cuja atividade principal não pertence ao setor audiovisual, mas que possuem atividades econômicas secundárias relativas ao setor, totalizando 2.706 empresas.

Os números revelam ser este um fenômeno recente, possivelmente estimulado pela ampliação dos investimentos públicos na atividade. Como pode se verificar pelo Gráfico 5, somente nos últimos quatro anos, foram registradas na cidade do Rio de Janeiro 791 empresas, com atividade principal audiovisual. Os novos registros representam um aumento de 312% em relação às 192 empresas audiovisuais cariocas registradas na ANCINE no quadriênio anterior (2018/2021).

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

Gráf. 5: Empresas Registradas na ANCINE, sediadas no município do Rio de Janeiro, com atividade econômica principal relativa ao setor audiovisual, por ano de registro e data de constituição



Fonte: ANCINE. Elaboração: Elaboração: SMDE; RioFilme.

A Tabela 4 apresenta dados da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) do Ministério do Trabalho e Emprego sobre o número de empresas no setor audiovisual em 2024 por código da CNAE (Classificação Nacional das Atividades Econômicas). Foram consideradas as mesmas doze atividades econômicas audiovisuais da Ancine (2019).

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

cnae	Atividade	Empresas	%
47628	Comércio varejista de discos, CDs, DVDs e fitas	15	2,7%
59111	Atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão	246	43,5%
59120	Atividades de pós-produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão	52	9,2%
59138	Distribuição cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão	12	2,1%
59146	Atividades de exibição cinematográfica	31	5,5%
60217	Atividades de televisão aberta	20	3,5%
60225	Programadoras e atividades relacionadas à televisão por assinatura	13	2,3%
61418	Operadoras de televisão por assinatura por cabo	7	1,2%
61426	Operadoras de televisão por assinatura por micro-ondas	0	0,0%
61434	Operadoras de televisão por assinatura por satélite	4	0,7%
63194	Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet	162	28,6%
77225	Aluguel de fitas de vídeo, DVDs e similares	4	0,7%
Total		566	1

*dados de 2024. Fonte: RAIS / Ministério do Trabalho e Emprego (MTE).
Elaboração: SMDE; RioFilme.

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

Em termos de volume total de empresas audiovisuais no município do Rio de Janeiro, os dados da RAIS revelam haver 566 estabelecimentos com ao menos um empregado. Utilizando o mesmo período para fins de comparação, de acordo com os dados da Ancine, até 2024, havia 1.575 estabelecimentos com atividade principal audiovisual registrados na

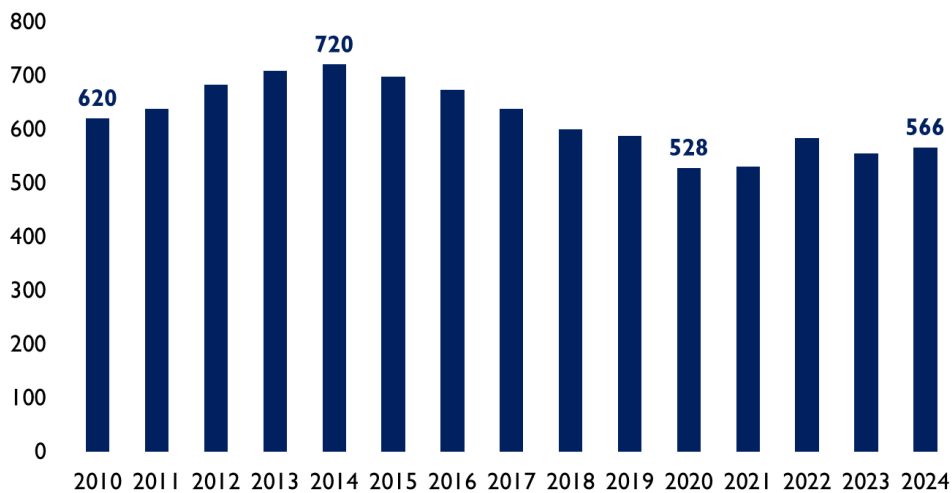
agência. Ao cotejarmos os dados, é possível estimar que pouco mais de $\frac{1}{3}$ das empresas são empregadoras.

Do total de 566 estabelecimentos, a maior parte (43,5%) era de atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão. Considerando as atividades de produção e pós-produção cinematográfica de vídeo e televisão, a participação era de 52,7%.

Ao compararmos estes dados com os oriundos da Ancine, verifica-se que, nesses setores, a proporção de estabelecimentos com menos de um empregado é particularmente acentuada. Segundo dados da agência, até 2024, havia 1.346 empresas registradas com atividades principais de produção ou pós-produção cinematográfica de vídeo e televisão. Segundo dados da RAIS, apenas 298 estabelecimentos dedicados a essas atividades possuem ao menos um empregado, 22,14% do total. Esse cenário é condizente com o modelo de negócio predominante na atividade, baseado principalmente na contratação de prestadores de serviço por projeto.

Também é importante destacar que, entre os estabelecimentos empregadores, aparecem atividades de Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet (28,6%). Segundo a Ancine (2019), a inclusão da CNAE (63194) Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet no setor se deve ao crescimento da importância dos serviços de *streaming* de conteúdo audiovisual nos últimos anos.

O Gráfico 6 mostra a evolução do número de empresas empregadoras no setor audiovisual e do total de empresas empregadoras na capital fluminense desde 2010 até 2024. A evolução deste segmento no setor audiovisual é coerente com a evolução do total de empresas no Rio, com ascensão entre 2010 e 2014, até o patamar de 720 empresas. O decréscimo progressivo se inicia em 2015, até atingir o menor valor em 2020, de 528 empresas.

Gráf. 6: Evolução do Número de Empresas do Setor Audiovisual no Rio

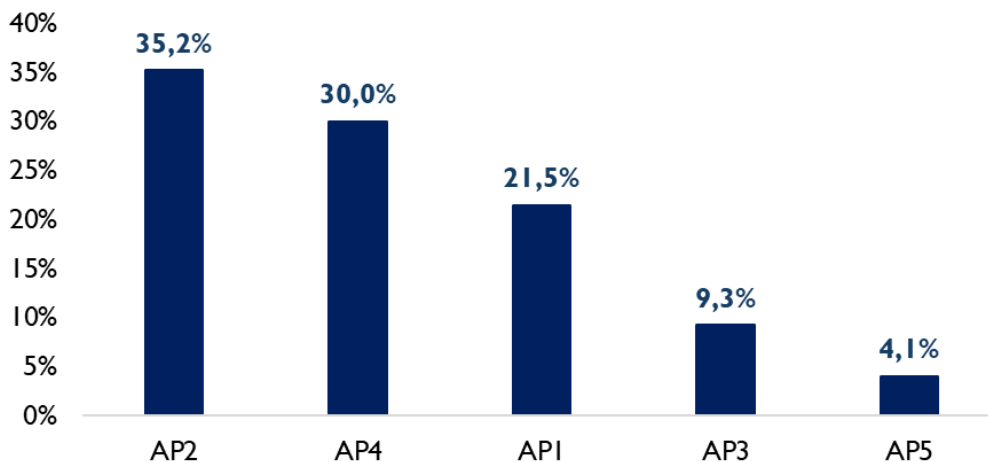
Fonte: RAIS / Ministério do Trabalho e Emprego (MTE).

Elaboração: SMDE; RioFilme.

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

A disposição das empresas empregadoras do setor de audiovisual no Rio por Área de Planejamento (AP) indica um maior número de empresas na AP2 (Zona Sul e Tijuca), com 35,2%, seguida pela AP4 (Barra e Jacarepaguá), com 30% das empresas e nas duas APs juntas concentravam cerca de dois terços das empresas do setor audiovisual no Rio. A AP1 (Centro) e AP3 (Zona Norte) detinham 21,5% e 9,3%, respectivamente, das empresas do setor (Gráfico 7).

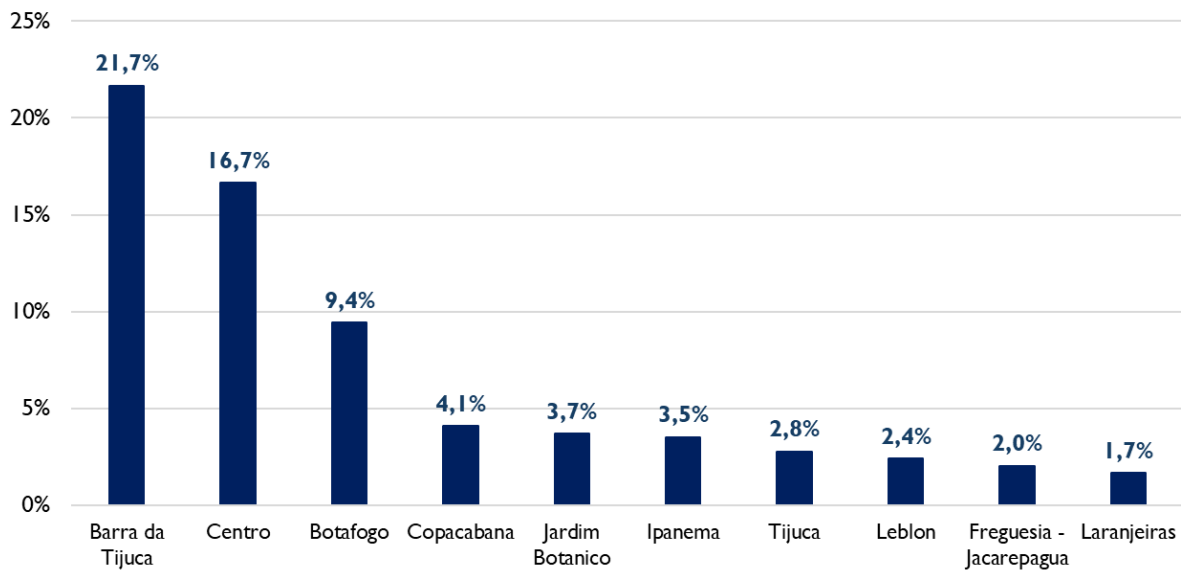
Gráf. 7: Distribuição das Empresas do Setor Audiovisual no Rio por Área de Planejamento (AP)*



*2024. Fonte: RAIS / Ministério do Trabalho e Emprego (MTE).

Elaboração: SMDE; RioFilme.

Olhando os bairros individualmente, no Gráfico 8, a região que se destaca é a Barra da Tijuca (21,7%), seguido do Centro (16,7%) e Botafogo (9,4%). Comparando a relação bairro e AP, se pode destacar que enquanto na AP4 há uma grande concentração das empresas na Barra da Tijuca, e na API uma concentração no Centro, a AP2 apresenta uma ampla dispersão das empresas nos bairros de Botafogo (9,4%), Copacabana (4,1%), Jardim Botânico (3,7%), Ipanema (3,5%), Tijuca (2,8%), Leblon (2,4%) e Laranjeiras (1,7%).

Gráf. 8: Distribuição das Empresas do Setor Audiovisual no Rio por Bairro — Top 10*

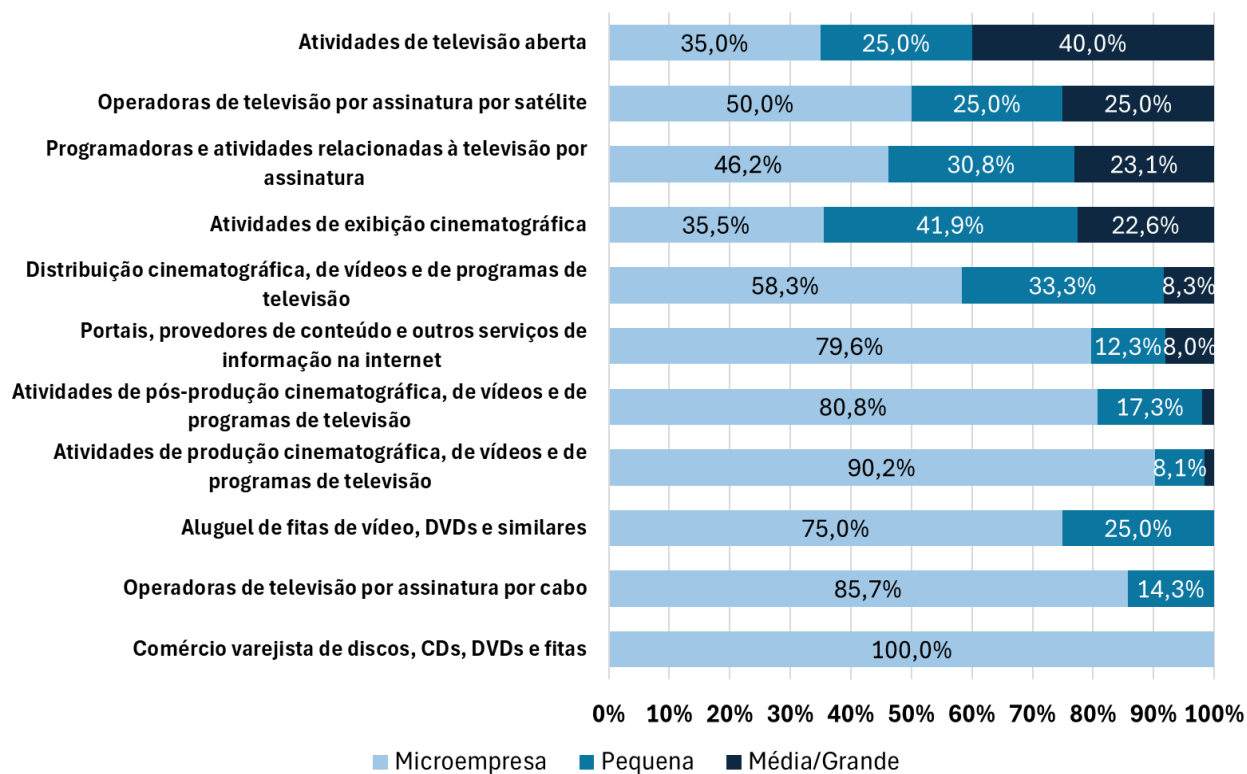
*2024. Fonte: RAIS / Ministério do Trabalho e Emprego (MTE).
Elaboração: SMDE; RioFilme.

Do total de 566 empresas no setor audiovisual em 2024, a maioria (79,5%, 450) são microempresas, com até nove empregados. Em segundo lugar, vêm as pequenas empresas (13,8%, 78), que são aquelas que têm entre 10 até 49 empregados. As empresas de médio porte, entre 50 e 99 funcionários, representavam somente 2,7% das empresas do setor. Por fim, as empresas de grande porte (acima de 100 funcionários) representavam 4,1% do total de empresas do setor.

Cabe destacar que o tamanho da empresa varia muito dentro das atividades que compõem o setor audiovisual. Nas atividades de televisão o percentual de empresas médias/grandes é bem maior, representando 40% nas atividades de televisão aberta e 25% entre as operadoras de televisão por assinatura.

Nas atividades de produção e pós-produção cinematográfica, de vídeo e televisão que somadas representavam o maior número de empresas no setor, a parcela de empresas médias/grandes era inferior a 2%. Já as microempresas correspondiam a 90,2% e 80,8% das empresas de produção e pós-produção cinematográfica, respectivamente.

Gráf 9: Distribuição das Empresas no Setor Audiovisual no Rio por Tamanho da Empresa e CNAE, 2024



Fonte: RAIS / Ministério do Trabalho e Emprego (MTE). Elaboração: SMDE; RioFilme.

Empresas produtoras audiovisuais independentes sediadas no Rio

Para se analisar o cenário das empresas produtoras independentes cariocas, em primeiro lugar, é importante circunscrever o universo com mais precisão. Considerando as definições de produtora brasileira independente utilizadas pela ANCINE,⁴ que incluem empresas com atividade econômica principal ou secundária de produção cinematográfica de vídeos e de programas de televisão, estúdios cinematográficos ou produção de filmes para publicidade, classificadas como brasileiras independentes.

A partir dos dados da ANCINE verifica-se que, até 2025, 1.442 empresas (83,23%) possuíam essas características, considerando-se apenas a atividade principal. Se considerarmos também aquelas que possuem estas atividades como secundárias, o volume aumenta para 2245. Volume 55,7% maior que o de empresas que possuem apenas produção como atividade principal. A alta concentração das empresas do setor audiovisual nessas atividades requer um olhar mais aprofundado para debater suas particularidades.

Ao observarmos a série histórica do volume anual de registros dessas empresas na Ancine, no Gráfico 10, verifica-se um aumento acentuado em anos recentes.

⁴ Instrução Normativa ANCINE n.º 158, de 23 de dezembro de 2021, Art. 13.:

“Art. 13. Para fins de aprovação do projeto para captação, a ANCINE observará o atendimento das seguintes condições:
I - da proponente:

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

(...)

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

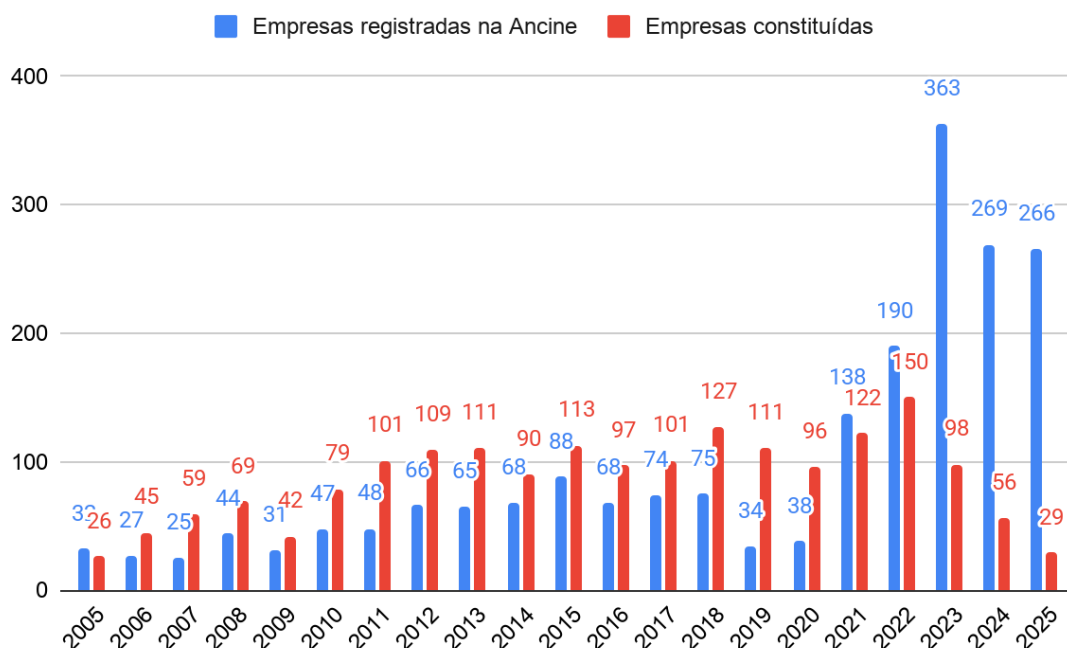
“Art. 8º-A (...)

(...)

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

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

Gráf. 10: Registro na ANCINE de Empresas Independentes com Atividades Econômicas Principal ou Secundária de Produção Cinematográfica, por Ano de Registro de Data de Constituição



Fonte: Ancine. Elaboração: SMDE; RioFilme.

Entre 2022 e 2025, foram registradas 1.088 empresas produtoras independentes com sede no município do Rio de Janeiro, volume 281,8% superior ao registrado no quadriênio anterior de 2018–2021 (285). O dado revela um aumento exponencial do interesse das empresas cariocas em empreender nessas atividades.

O aquecimento do setor de produção audiovisual, como evidenciado em seção específica deste estudo, pode estar relacionado à ampliação recente do investimento público, particularmente pela Prefeitura do Rio de Janeiro, através da Riofilme, assim como pelas leis federais nº 14.017/2020 (Lei Aldir Blanc) e Lei Complementar nº 195/2022 (Lei Paulo Gustavo), que aportaram recursos emergenciais nas atividades culturais como medida de proteção contra os impactos provocados pela COVID-19.

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

Dados da Ancine, relativos à emissão de Certificado de Produto Brasileiro — CPB,⁵ documento federal obrigatório que atesta a produção de obra audiovisual brasileira, revelam que no período de 2021–2025, 794 empresas produtoras cariocas produziram ao menos uma

⁵ <https://dados.gov.br/dados/conjuntos-dados/obras-nao-publicitarias-brasileiras-registradas-na-ancine>

obra audiovisual independente, e, dessas, 523 produziram filmes de longa-metragem ou séries.

Ao cotejarmos esta informação com o volume total de empresas cariocas independentes registradas regularmente na ANCINE até 2025 (2245), verificamos que apenas 35,4% se encontram efetivamente ativas, no que concerne à produção de obras audiovisuais. Se considerarmos apenas aquelas que produziram longas-metragens ou séries a proporção se reduz a 23,3%.

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

Ambos os movimentos são evidenciados pela divergência entre o volume de registros na Ancine e o volume de constituição de novas empresas no período apresentado no Gráfico 4.

Empregos formais no setor audiovisual no Rio

A Tabela 5 mostra o estoque de empregos formais no setor audiovisual por código CNAE, que eram, em dezembro de 2024, 19,7 mil empregos formais na cidade do Rio de Janeiro, ao se considerar o total do setor audiovisual mais os empregos dos Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet, o que corresponde a 14,1% do total de empregos do Brasil. Ao se excluir os empregos dos Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet, o número de empregos passa para 14,1 mil, o que corresponde a 17,8% do total de empregos do Brasil.

A distribuição do emprego formal entre as atividades audiovisuais é bastante distinta da distribuição das empresas. No emprego há uma predominância das atividades de televisão aberta, com 9,1 mil empregos, o equivalente a 46,3% do total de empregos do setor. Apesar das atividades de televisão aberta representarem somente 3,5% do número de empresas, nesse ramo de atividade 40% das empresas eram de porte médio (50 a 99 funcionários) e grande (acima de 100 funcionários).

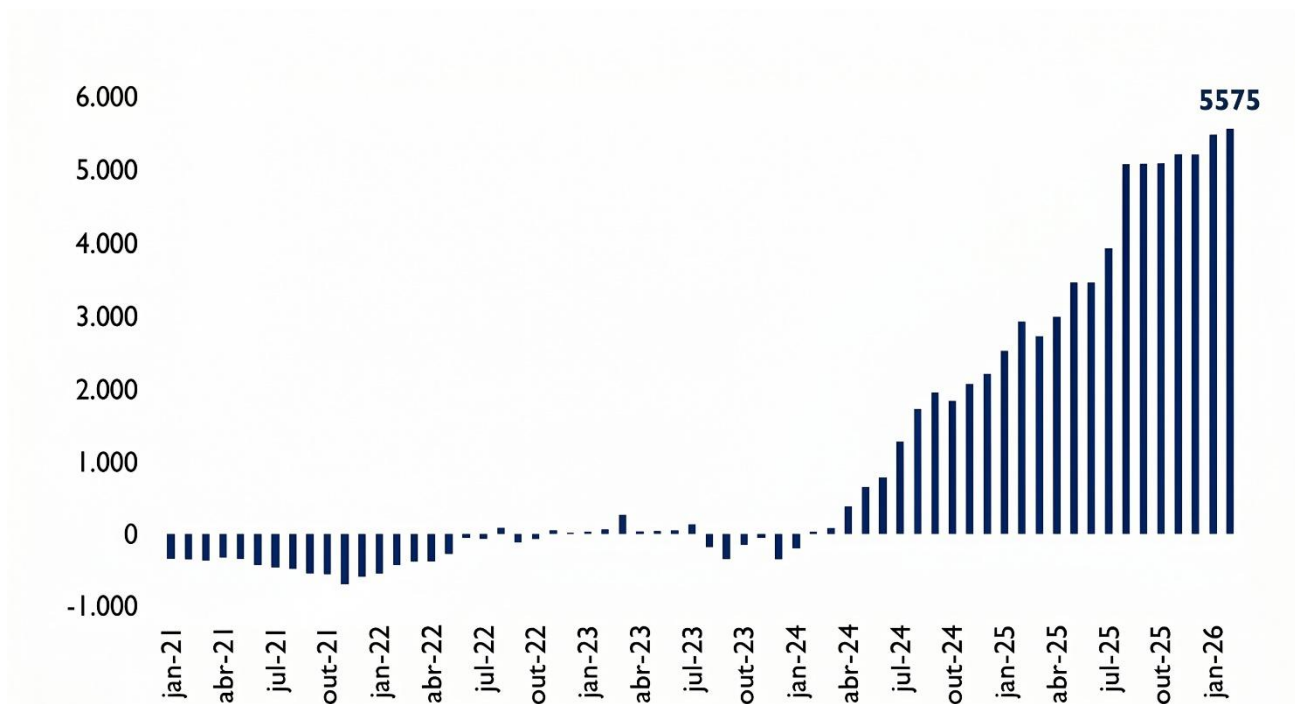
Tabela 5: Número de Empregos no Setor Audiovisual no Rio*

cnae	Atividade	Empregos	%
47628	Comércio varejista de discos, CDs, DVDs e fitas	29	0,1%
59111	Atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de televisão	1.478	7,5%
59120	Atividades de pós-produção cinematográfica, de vídeos e televisão	336	1,7%
59138	Distribuição cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão	570	2,9%
59146	Atividades de exibição cinematográfica	891	4,5%
60217	Atividades de televisão aberta	9.126	46,3%
60225	Programadoras e atividades relacionadas à televisão por assinatura	1.475	7,5%
61418	Operadoras de televisão por assinatura por cabo	45	0,2%
61426	Operadoras de televisão por assinatura por micro-ondas	0	0,0%
61434	Operadoras de televisão por assinatura por satélite	132	0,7%
63194	Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet	5.611	28,5%
77225	Aluguel de fitas de vídeo, DVDs e similares	19	0,1%
Total Setor Audiovisual		19.712	100%

*Estoque de emprego da RAIS de dezembro de 2024 / Ministério do Trabalho e Emprego (MTE). Elaboração: SMDE; RioFilme.

O Gráfico 11 mostra o saldo do CAGED, que corresponde à diferença entre contratações e desligamentos no setor, acumulado mês a mês, e é uma medida de geração de emprego. Entre janeiro de 2021 e fevereiro de 2026, compreendendo o período da pandemia, e a sua posterior recuperação, foram criadas 5.575 novas vagas de emprego formal no setor audiovisual na capital fluminense.

Gráf. 11: Geração Líquida de Empregos Formais no Setor Audiovisual no Rio (Acumulado Mês a Mês)*



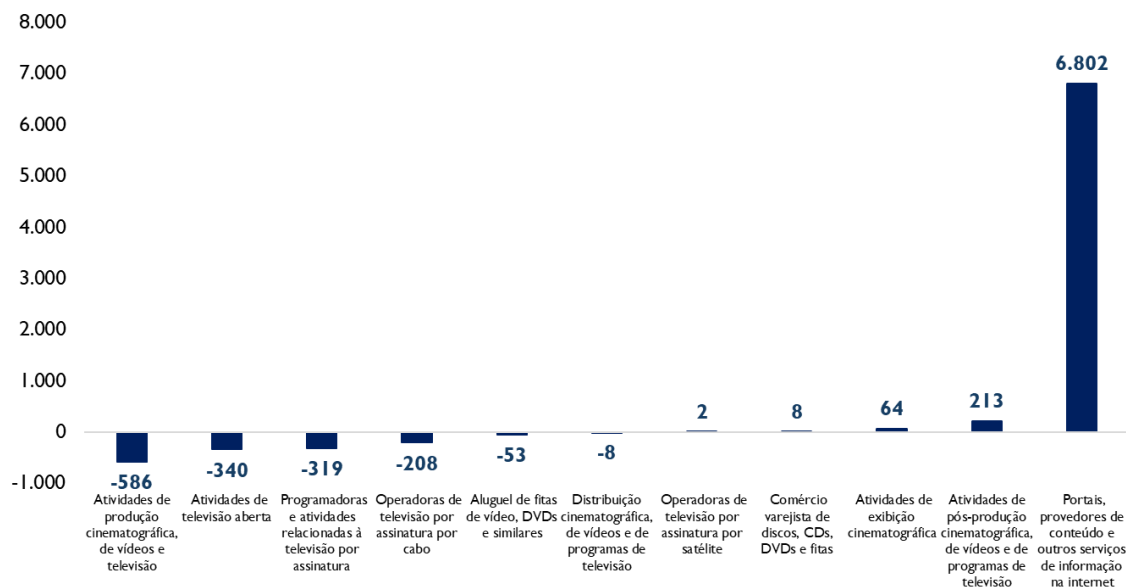
Fonte: CAGED / Ministério do Trabalho e Emprego (MTE). Elaboração: SMDE; RioFilme.

Cabe destacar que a evolução do emprego no setor audiovisual, nos últimos cinco anos, foi bastante heterogênea entre as atividades. Os Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet apresentaram um saldo positivo de 6.802 empregos entre janeiro de 2021 e fevereiro de 2026.

Em contrapartida, as atividades com maiores perdas foram: atividades de pós-produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão (saldo de -586 empregos); atividades de televisão aberta (-340); programadoras e atividades relacionadas à televisão por assinatura (-319); e operadoras de televisão por assinatura (-208).

Ao excluir as atividades de Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet, o saldo de empregos do CAGED no setor audiovisual passa a ser de -1.227.

Gráf. 12: Geração Líquida de Empregos Formais no Setor Audiovisual no Rio por CNAE (Acumulado Jan/21-Fev/26)



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

Além dos empregos formais, os dados do Portal do Empreendedor revelam que em março de 2026 havia 7,8 mil Microempreendedores individuais (MEIs) registrados nas atividades elegíveis ao MEI do setor audiovisual.

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

CNAE	Atividade	Empresas	%
5912099	Atividades de pós-produção cinematográfica, de vídeos e televisão	7.157	91,7%
5912001	Serviços de dublagem	453	5,8%
4762800	Comércio varejista de discos, CDs, DVDs e fitas	161	2,1%
7722500	Aluguel de fitas de vídeo, DVDs e similares	36	0,5%
6319400	Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet	2	0,0%
Total		7.809	100%

*dados de março/26; as CNAES de Comércio varejista de medicamentos veterinários e Atividades veterinárias não são elegíveis ao MEI. Fonte: Portal do Empreendedor. Elaboração: SMDE; RioFilme

Cabe destacar que dentre os Microempreendedores Individuais, a maioria (91,7%) estavam registrados nas Atividades de pós-produção cinematográfica, de vídeos e programas de televisão. As CNAEs de distribuição e exibição cinematográficas, e atividades de televisão aberta e por assinatura não são elegíveis ao MEI.

3. INVESTIMENTO DA PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO

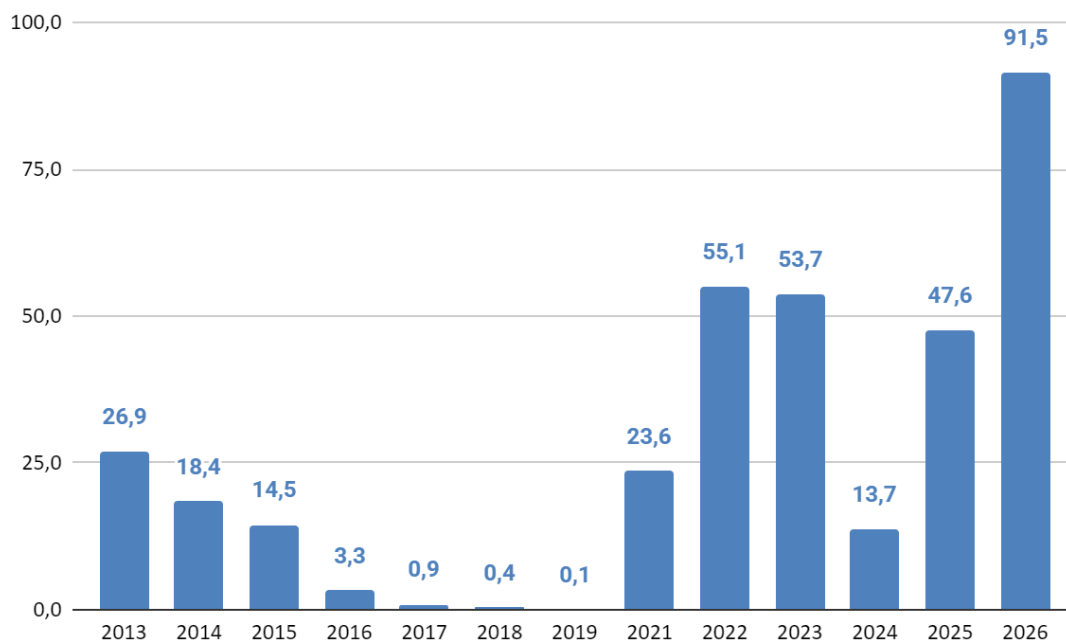
Riofilme

Nos últimos cinco anos a Prefeitura do Rio de Janeiro, por meio da Secretaria Municipal de Cultura, através da RioFilme, promoveu o renascimento de um setor que é estratégico economicamente para a cidade e para o país e, acima de tudo, faz o Rio pulsar no coração das pessoas, projetando a cidade e criando no imaginário do mundo inteiro o desejo de conhecer e viver as experiências que a cidade tem a oferecer.

Investimentos no setor e resultados para o município

A estratégia direcionada a investimentos em distribuição, produção e desenvolvimento de longas-metragens, documentários, séries, jogos eletrônicos, entre outros, bem como o apoio a mostras, festivais, cineclubes e projetos de qualificação profissional, tem se consolidado como um dos principais motores de estímulo ao setor no município.

Gráf. 13: Investimento RIOFILME (em milhões de R\$)



Fonte: RIOFILME. Elaboração: Estudo "Economia do Audiovisual Carioca". *Dados consolidados até o 1º Trimestre de 2026

Nos últimos anos, observa-se o aporte consistente do investimento público após um período de forte retração entre 2016 e 2020. A partir de 2021, os investimentos são retomados no valor de R\$ 23,6 milhões, quase dobrando nos dois anos seguintes, alcançando R\$ 55,1 milhões em 2022 e R\$ 53,7 milhões em 2023. Em 2024, devido às eleições municipais, houve uma retração relativa, devido ao deslocamento da contratação dos investimentos para o início de 2025, totalizando R\$ 13,7 milhões contratados naquele ano.

Em 2025 e 1º trimestre de 2026 a Prefeitura do Rio de Janeiro, em parceria com a Agência Nacional do Cinema, Fundo Setorial do Audiovisual o Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul (BRDE), executou o maior programa de fomento já realizado na história do município do Rio de Janeiro: R\$ 130,9 milhões em recursos federais e municipais.

Somados a outros investimentos realizados pela prefeitura, os recursos já investidos entre 2025 e o 1T/2026 chegam ao maior patamar da série histórica, com R\$ 139,1 milhões investidos.

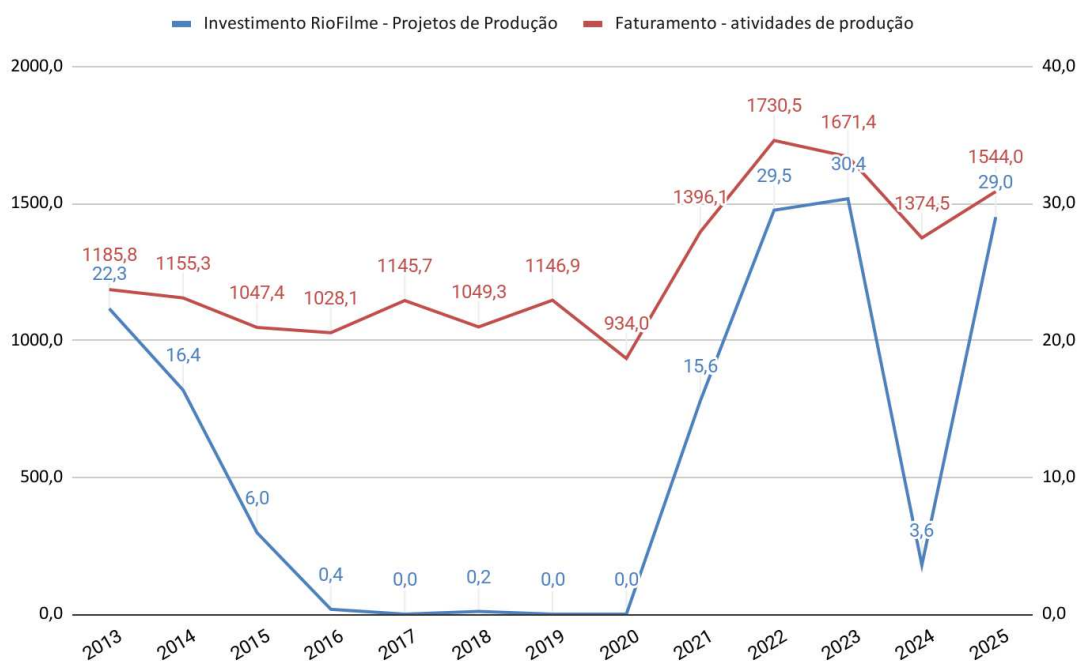
No total, o investimento realizado pelo município do Rio de Janeiro no setor audiovisual no período de 2021 ao 1T/2026, somaram R\$ 285,2 milhões, investidos em 619 projetos audiovisuais. Estima-se que tal montante atraiu potencialmente para o município, no período, R\$ 845,7 milhões adicionais, totalizando uma movimentação potencial de R\$ 1,31 bilhões. Uma relação de R\$ 2,96 atraídos para cada R\$ 1,00 investido.

Se considerarmos apenas os recursos de origem municipal investidos (R\$ 151,5 milhões) esta relação salta para R\$ 6,47 atraídos para cada R\$1,00 investido.

Esse resultado representa um marco no fomento ao setor, superando significativamente os níveis observados ao longo da última década.

Fazendo o recorte desse investimento apenas nos projetos que envolvem diretamente as atividades de produção, encontra-se uma relação direta com o aumento do faturamento das atividades de produção audiovisual no município, no mesmo período, conforme demonstrado no Gráfico 14.

Gráf. 14: Total Faturamento e Investimento da Prefeitura em R\$ milhões



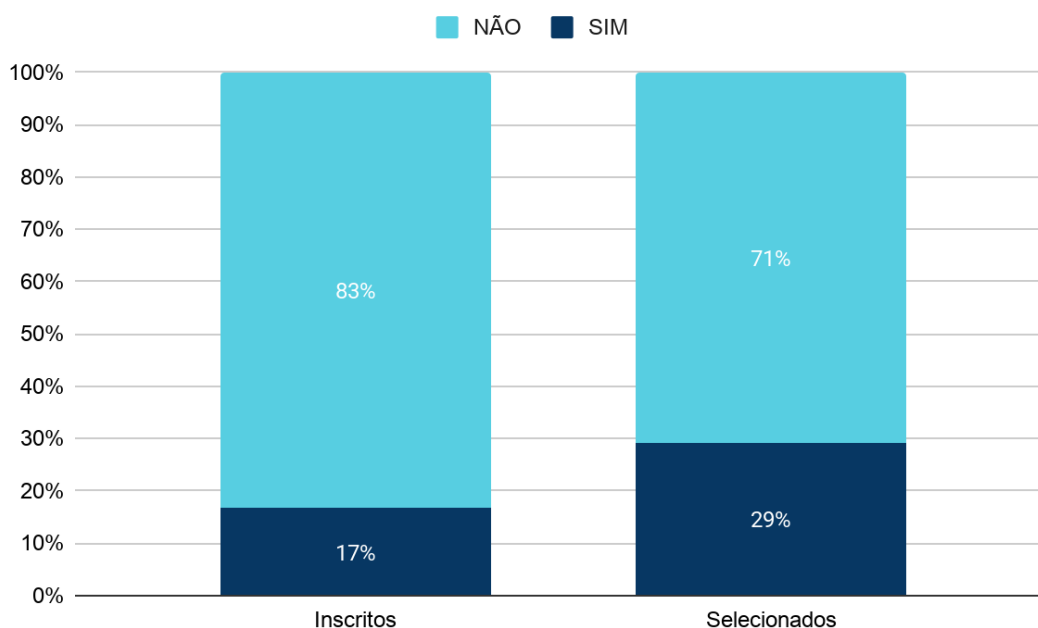
Fonte: Ancine. Elaboração: SMDE; RioFilme

Diversidade e inclusão

Desde 2021, os editais da Riofilme têm dispositivos inclusivos, por meio de pontuações adicionais ou reserva de vagas a propostas lideradas por mulheres, negros, indígenas, pessoas com deficiência e pessoas trans. Em 2025, foram incluídas nas políticas afirmativas as pessoas idosas. Proponentes cuja sede estão localizadas em áreas de IDH mais baixo, como nas Áreas de Planejamento (APs) 3, 4 e 5 do município ou favelas das APs 1 e 2, também ganham pontuação indutora ou cotas para ampliar as possibilidades de seleção. A efetividade da política pode ser verificada quando observada a relação entre propostas inscritas e propostas selecionadas nos últimos cinco anos.

Entre 2021 e 2025, considerando 2.905 propostas inscritas em editais que incorporam políticas afirmativas, observa-se que a proporção de propostas selecionadas de proponentes sediados em áreas de menor IDH foi superior à participação desses mesmos proponentes entre os inscritos. Enquanto representavam 17% das inscrições, corresponderam a 29% dos projetos selecionados, evidenciando um aumento de aproximadamente 71% na sua participação relativa (Gráfico 15).

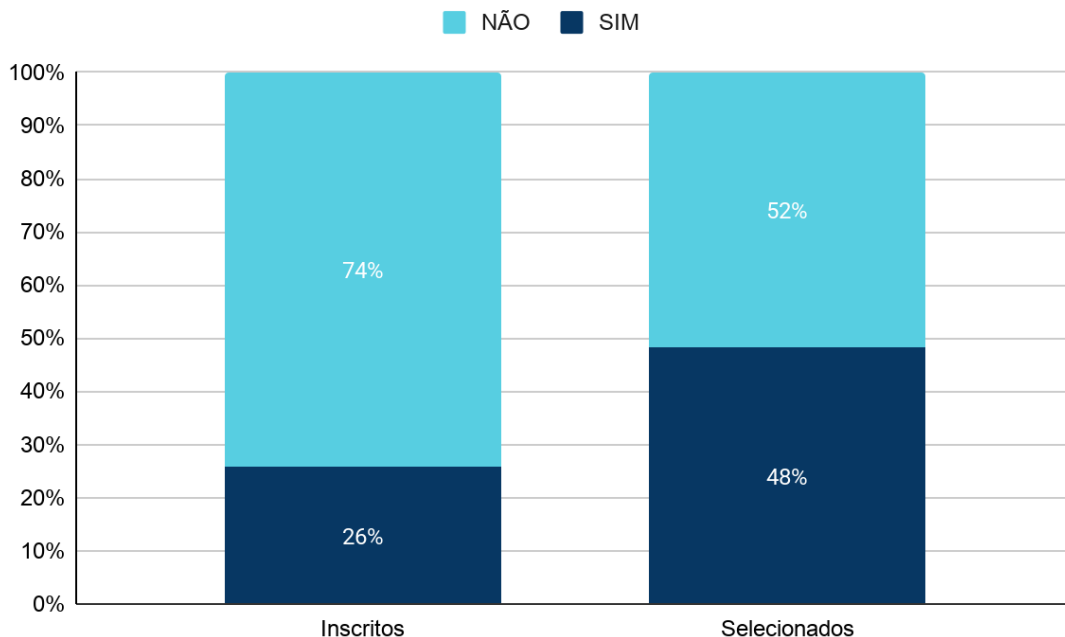
Gráf. 15: O proponente é sediado nas APs 3, 4 e 5; ou nas favelas das APs 1 e 2?



*A informação referente aos proponentes sediados nas APs 1 e 2 somente foi inserida no ano de 2023.
Fonte: RIOFILME. Elaboração: SMDE; RioFilme

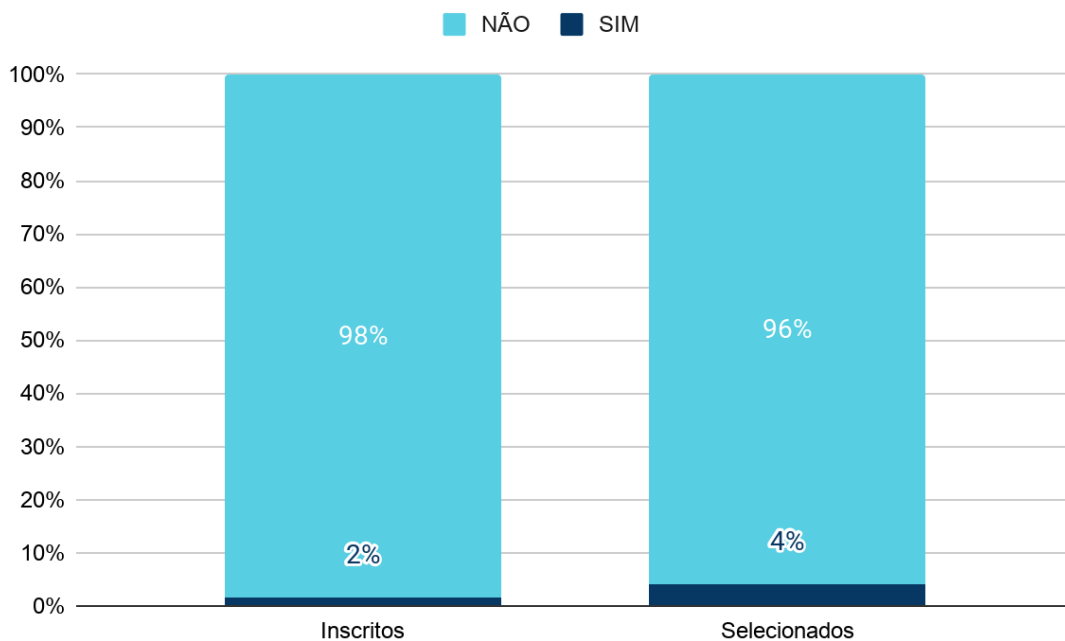
Essa tendência se intensifica quando analisado o recorte racial. No caso de propostas lideradas por pessoas negras, a participação passa de 26% entre os inscritos para 48% entre os selecionados, um crescimento de aproximadamente 85% (Gráfico 16).

Gráf. 16: A proposta é liderada por pessoas negras?



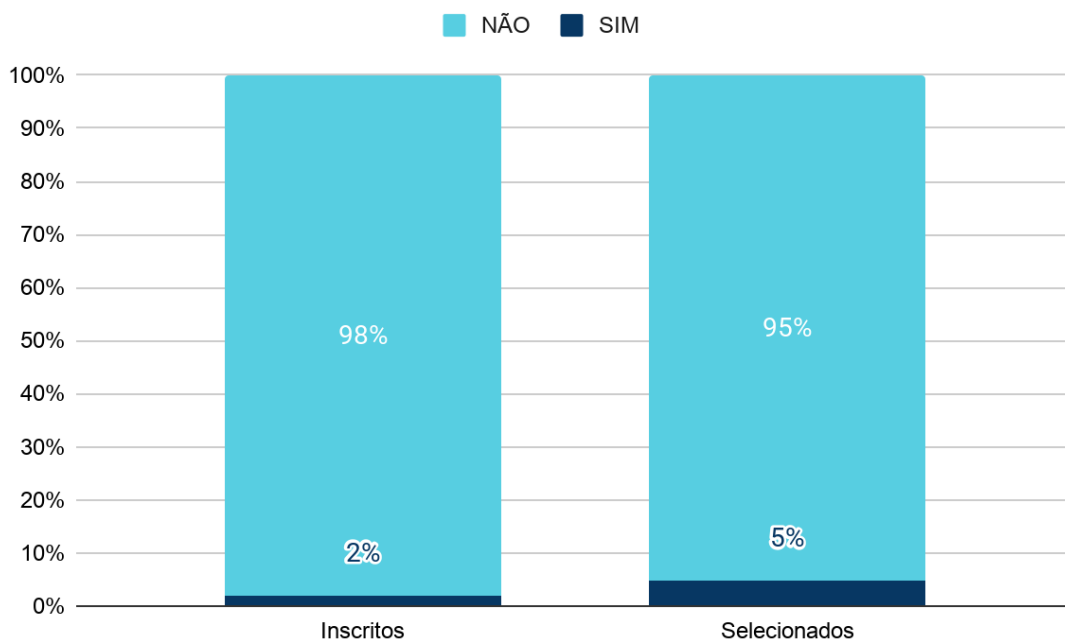
Fonte: RIOFILME. Elaboração: SMDE; RioFilme

Gráf. 17: A proposta é liderada por pessoas indígenas?



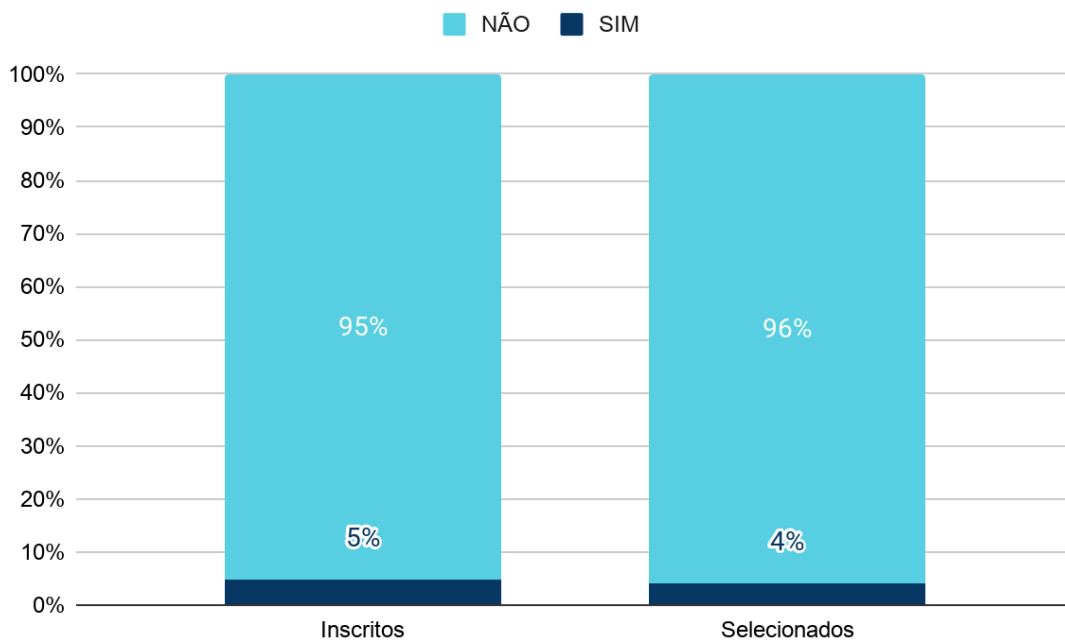
Fonte: RIOFILME. Elaboração: SMDE; RioFilme.

Gráf. 18: A proposta é liderada por pessoas trans?



Fonte: RIOFILME. Elaboração: SMDE; RioFilme.

Gráf. 19: A proposta é liderada por pessoas com deficiência?



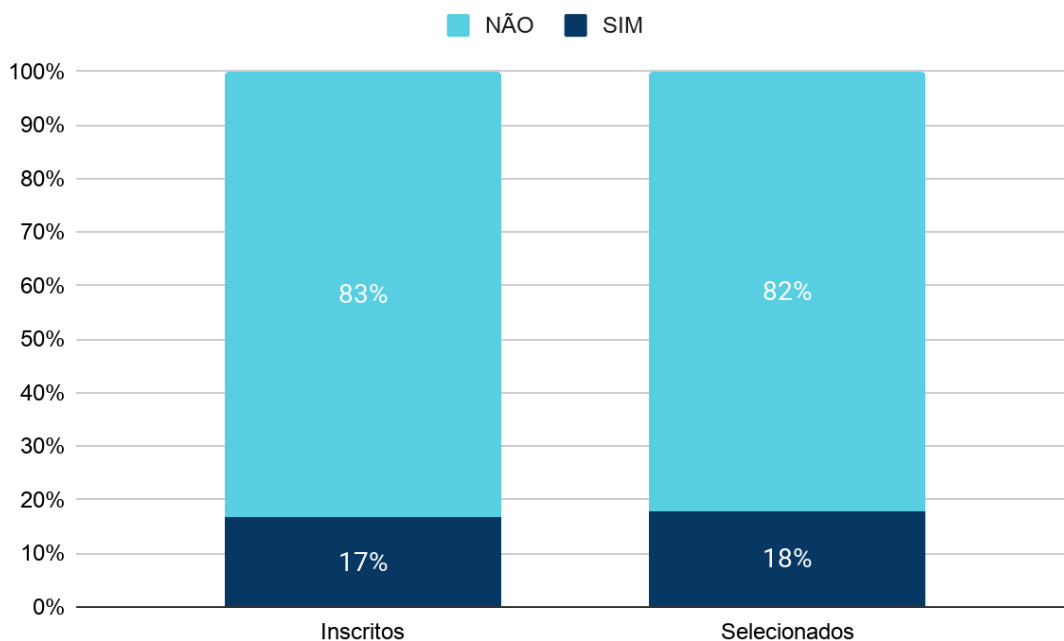
Fonte: RIOFILME. Elaboração: SMDE; RioFilme.

Nos demais recortes — pessoas indígenas, pessoas trans e pessoas com deficiência —, embora a base de participação seja mais reduzida, observa-se igualmente um efeito positivo dos mecanismos adotados. Propostas lideradas por pessoas indígenas passam de 2% entre os inscritos para 4% entre os selecionados (Gráfico 17), enquanto propostas de pessoas trans aumentam de 2% para 5% (Gráfico 18). No caso de pessoas com deficiência, observa-se relativa estabilidade, com 5% das inscrições e 4% dos projetos selecionados (Gráfico 19).

Ainda que partam de universos mais restritos, esses resultados são significativos ao demonstrar que as políticas afirmativas também produzem efeitos concretos na ampliação do acesso e da competitividade desses grupos no âmbito do fomento público.

Em conjunto, os dados evidenciam a efetividade das políticas afirmativas na promoção de maior diversidade no setor audiovisual, atuando tanto na ampliação da participação quanto na redistribuição de oportunidades entre diferentes perfis de proponentes.

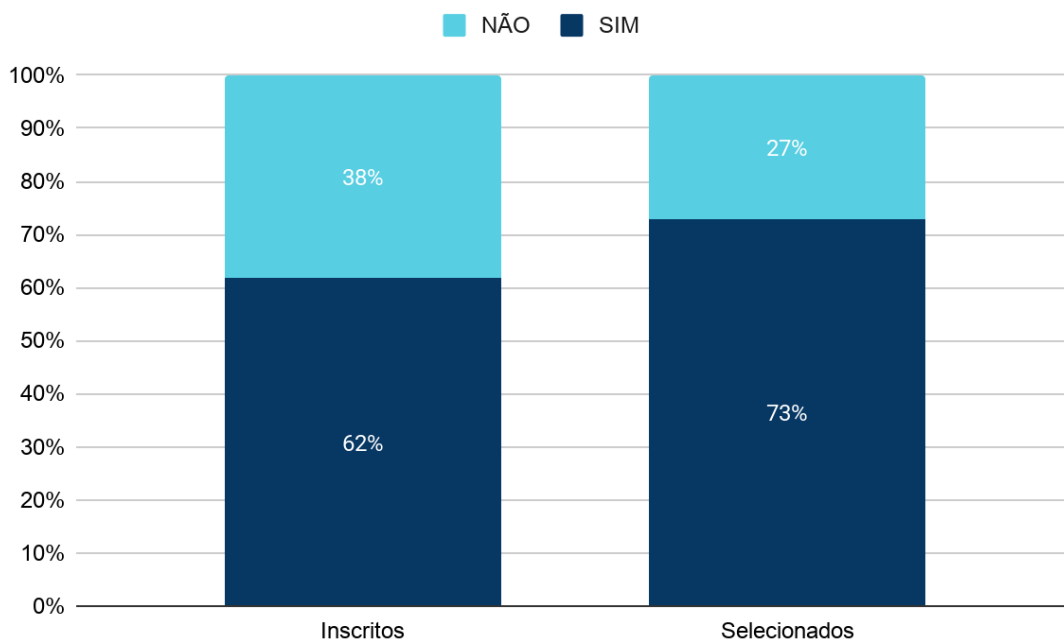
Gráf. 20: A proposta é liderada por pessoas idosas?



Fonte: RIOFILME. Elaboração: SMDE; RioFilme.

No recorte etário, destaca-se que 2025 marca o primeiro ano de implementação de ações afirmativas voltadas a pessoas idosas. Nesse contexto inicial, a participação se manteve estável entre inscritos (17%) e selecionados (18%), indicando já no primeiro ciclo um nível de acesso compatível com a demanda apresentada (Gráfico 20).

Gráf. 21: A proposta é liderada por mulheres?



Fonte: RIOFILME. Elaboração: SMDE; RioFilme.

Até 2024, a política afirmativa relativa às mulheres incluía a liderança criativa ou a liderança administrativa da empresa ser de uma mulher. A constatação era de que mulheres à frente de empresas já era uma realidade, sendo o maior desafio gerar mais equidade em relação às lideranças criativas que incidem diretamente sobre o conteúdo como diretoras de filmes ou curadoras de mostras e cineclubes. Neste universo, o total de propostas inscritas também se configura como uma maioria entre os projetos apresentados à Riofilme (62%). O efeito indutor das políticas afirmativas reverberou também sobre a proporção de projetos selecionados, neste caso 73% (Gráfico 21).

4. PRODUÇÃO AUDIOVISUAL NA CIDADE DO RIO DE JANEIRO

Atendimento e atração de filmagens na cidade

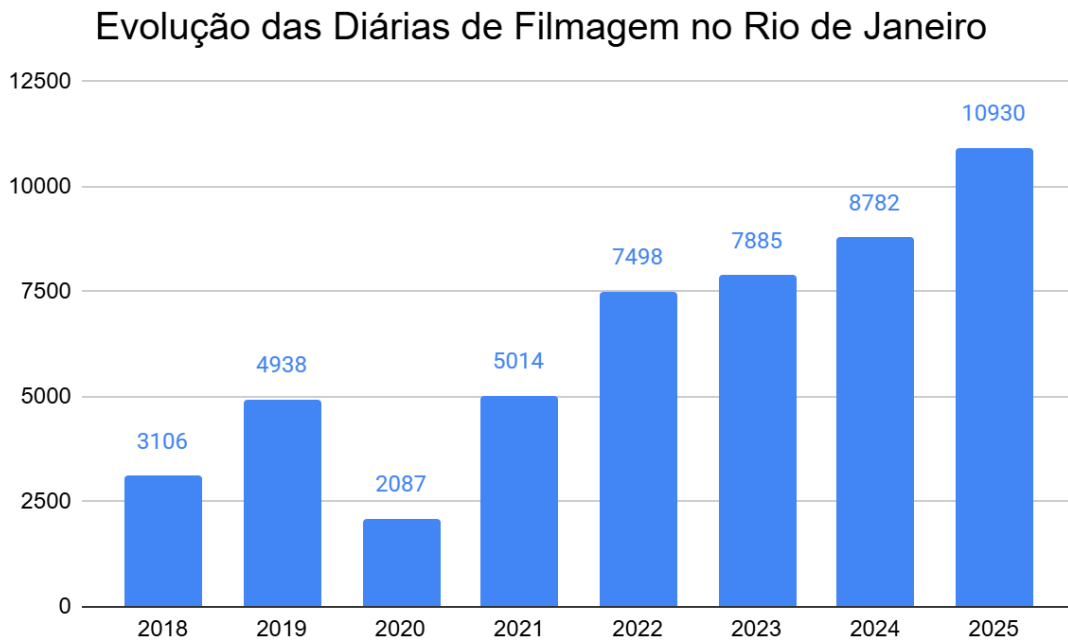
A Rio Film Commission, área da RioFilme responsável pela execução da política pública de estímulo às filmagens na cidade do Rio de Janeiro, atua no apoio, na facilitação e na atração de produções audiovisuais. Entre suas atribuições, destaca-se a gestão de serviços ao setor, como a autorização de filmagens em espaços públicos, desempenhando papel central na consolidação do Rio como um dos principais polos audiovisuais da América Latina e, de forma crescente, no circuito internacional de produção.

Desde 2021, esse trabalho vem sendo ampliado e qualificado a partir da modernização de processos, da digitalização das solicitações, da maior integração entre órgãos municipais e do fortalecimento das ações de promoção da cidade como destino competitivo para produções audiovisuais.

A reformulação do modelo de atendimento ampliou a capacidade de resposta da cidade e tornou o processo mais transparente, organizado e eficiente. Além do sistema online de solicitação de autorizações, a estrutura da Rio Film Commission passou a contar com instrumentos complementares importantes para a relação com o setor, como catálogo de locações, catálogo de prestadores de serviços e materiais de apoio à produção. Mais do que simplificar procedimentos, esse conjunto de medidas ajudou a consolidar uma política pública de recepção às filmagens baseada em coordenação institucional, circulação de informação e capacidade de planejamento.

Os resultados mais recentes mostram a continuidade dessa trajetória. Em 2023, foram autorizadas 7.885 diárias de filmagem no município, número já expressivo e associado à realização de grandes produções para o cinema e para plataformas de *streaming*. Em 2024, o volume cresceu para 505 projetos e 8.782 diárias. Em 2025, a expansão se acentuou: foram 534 projetos e 10.930 diárias de filmagem realizadas em áreas públicas do Rio de Janeiro.

Na comparação entre 2024 e 2025, isso representa crescimento de aproximadamente 6% no número de projetos e 24% no volume de diárias. O dado é significativo porque aponta não apenas para aumento quantitativo da atividade, mas para o fortalecimento de um ambiente de produção mais estável, atrativo e capaz de absorver obras de perfis diversos. Em outras palavras, o Rio não apenas segue filmando muito: ele vem ampliando sua capacidade de receber produções com continuidade, escala e complexidade.

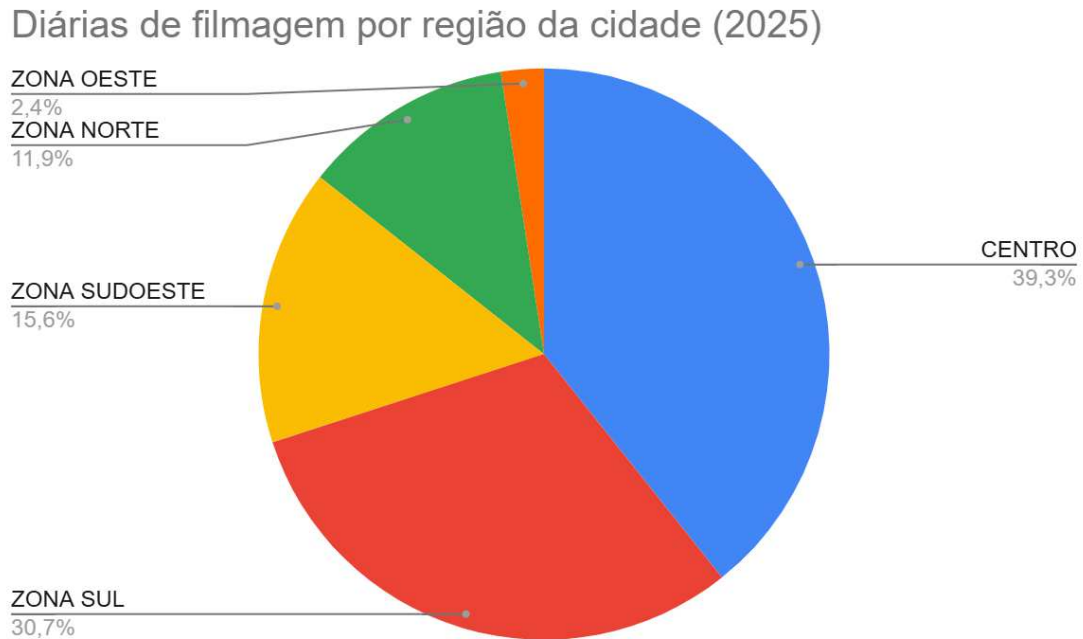
Gráfico 22: Evolução das Diárias de Filmagem no Rio De Janeiro

Fonte: Rio Film Commission: com base no número de diárias autorizadas pelo departamento da RioFilme.
Elaboração: SMDE; RioFilme.

Os dados de 2025 ajudam a dimensionar melhor essa operação. Ao longo do ano, a Rio Film Commission realizou 3.678 atendimentos e viabilizou 3.074 autorizações, revelando uma estrutura de trabalho intensa e permanente. Esses números mostram que a atividade de uma *film commission* vai muito além da emissão formal de autorizações: envolve articulação com diferentes órgãos, acompanhamento de demandas, mediação institucional, gestão territorial e resposta rápida a necessidades logísticas de produções nacionais e internacionais.

Do ponto de vista territorial, a distribuição das filmagens reafirma o peso de regiões já historicamente associadas à imagem do Rio, ao mesmo tempo em que evidencia a variedade espacial da cidade como ativo de produção. Em 2025, o Centro concentrou 4.294 diárias de filmagem, seguido da Zona Sul, com 3.358. Também se destacaram a Zona Sudoeste, com 1.708 diárias, e a Zona Norte, com 1.305. Ainda que o eixo Centro-Zona Sul permaneça dominante, os números mostram que o audiovisual mobiliza diferentes paisagens urbanas, da arquitetura histórica aos bairros residenciais, das áreas institucionais às frentes litorâneas, dos grandes corredores viários às zonas de expansão contemporânea.

Gráfico 23: Diárias de filmagem por região da cidade 2025



Fonte: Rio Film Commission. Elaboração: SMDE; RioFilme.

O recorte por zonas e bairros revela a diversidade territorial das filmagens no Rio de Janeiro, evidenciando como diferentes regiões da cidade contribuem, com características próprias, para a atividade audiovisual.

Na Zona Sul, tradicionalmente associada ao imaginário internacional da cidade, observa-se uma forte concentração de projetos e diárias. Ipanema lidera com 101 projetos e 460 diárias, seguida de perto por Flamengo (90 projetos e 449 diárias) e Copacabana (83 projetos e 419 diárias), confirmando o protagonismo desses bairros como locações consolidadas. Botafogo (43 projetos e 355 diárias) também se destaca, combinando infraestrutura urbana com diversidade de cenários, enquanto a Urca (50 projetos e 178 diárias) aparece como uma locação estratégica, com paisagens icônicas e menor saturação.

Na Zona Sudoeste, a Barra da Tijuca se consolida como um dos principais polos de produção da cidade, com 94 projetos e expressivas 858 diárias, refletindo sua capacidade de absorver produções de grande porte. O Recreio dos Bandeirantes (27 projetos e 368 diárias) e Grumari (31 projetos e 164 diárias) reforçam a vocação da região para filmagens que demandam paisagens naturais e maior controle de locação. Jacarepaguá (18 projetos e 122 diárias) e Itanhangá (10 projetos e 55 diárias) complementam esse cenário, oferecendo infraestrutura e diversidade espacial.

Na Zona Norte, o conjunto de bairros evidencia a pluralidade de ambientes urbanos disponíveis na cidade. A Tijuca lidera com 26 projetos e 233 diárias, seguida pelo Alto da Boa Vista (20 projetos e 168 diárias), combinando natureza e acesso urbano. Marechal Hermes (13 projetos e 115 diárias) e Grajaú (15 projetos e 107 diárias) destacam-se como alternativas com forte identidade local. No caso de Marechal Hermes, esse protagonismo dialoga com o reconhecimento recente do bairro como uma das áreas mais associadas à atividade audiovisual na cidade: em 2024, reportagem do *Extra* destacou o apelido “Marechalwood”, dado pelos moradores em razão da recorrência de filmagens e da preservação de cenários suburbanos de época muito procurados por produções. A matéria também ressalta a capacidade do bairro de oferecer ambientações distintas e sua adaptação crescente para receber equipes de cinema e televisão. Madureira (12 projetos e 69 diárias) e Maracanã (12 projetos e 29 diárias) completam o conjunto, reforçando a presença de territórios com relevância cultural e simbólica.

Já na Zona Oeste, ainda com menor volume de filmagens, observa-se um conjunto de bairros com potencial de crescimento. Guaratiba (10 projetos e 59 diárias) e Barra de Guaratiba (11 projetos e 57 diárias) se destacam por suas paisagens naturais, seguidas por Bangu (3 projetos e 47 diárias) e Campo Grande (3 projetos e 41 diárias), que apresentam oportunidades para expansão da atividade. A Taquara (3 projetos e 21 diárias) completa o conjunto, indicando a possibilidade de diversificação territorial futura.

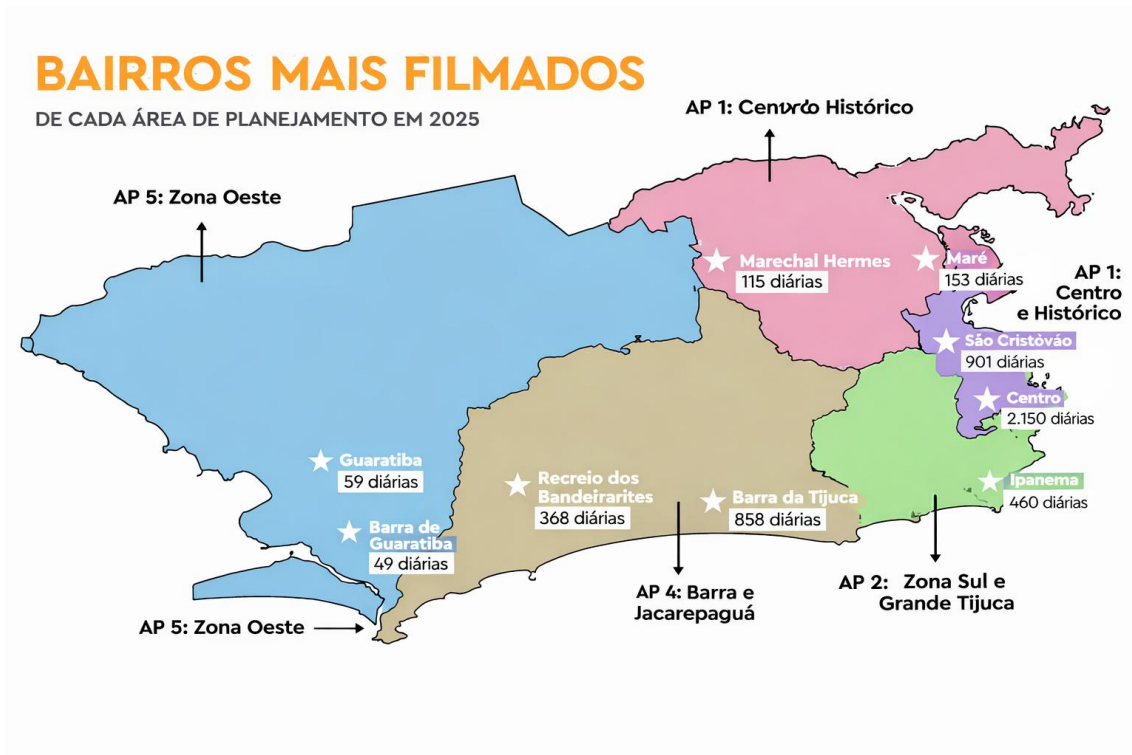
Tabela 7: Lista de Bairros mais filmados por Zona

Zona	Bairro	Projetos	Diárias
Zona Norte	Tijuca	26	233
	Alto da Boa Vista	20	168
	Grajaú	15	107
	Marechal Hermes	13	115
	Maracanã	12	29
	Madureira	12	69
Zona Oeste	Barra de Guaratiba	11	57
	Guaratiba	10	59
	Taquara	3	21
	Campo Grande	3	41
	Bangu	3	47
Zona Sul	Ipanema	101	460
	Flamengo	90	449
	Copacabana	83	419
	Urca	50	178
	Botafogo	43	355
Zona Sudoeste	Barra da Tijuca	94	858
	Grumari	31	164
	Recreio dos Bandeirantes	27	368
	Jacarepaguá	18	122
	Itanhangá	10	55

Fonte: Rio Film Commission. Elaboração: SMDE; RioFilme.

Esse panorama reforça que o Rio de Janeiro oferece um repertório amplo de locações, que vai muito além dos cartões-postais, articulando diferentes paisagens urbanas, naturais e culturais, capazes de atender a múltiplas demandas narrativas e de produção.

Mapa 1: Projetos e diárias de filmagem por área de planejamento 2025

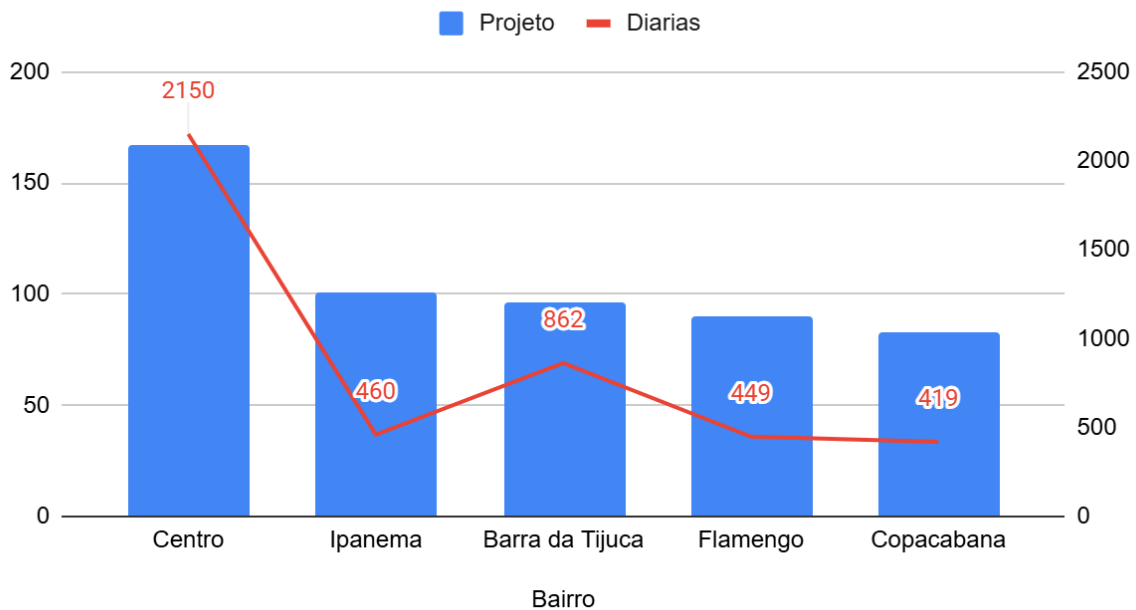


Fonte: Rio Film Commission. Elaboração: SMDE; RioFilme.

O recorte por bairros aprofunda essa leitura. Em 2025, o Centro liderou com 2.150 diárias, seguido por São Cristóvão, com 901, Barra da Tijuca, com 862, Ipanema, com 460, e Flamengo, com 449. Trata-se de um conjunto revelador: ao lado dos bairros mais internacionalmente conhecidos, aparecem áreas que escapam do imaginário turístico imediato, mas oferecem grande valor de produção. São Cristóvão, por exemplo, evidencia como o Rio não se resume à paisagem cartão-postal e como a cidade oferece repertórios visuais e espaciais distintos, adequados a múltiplas narrativas audiovisuais.

Gráfico 24: Top 5 bairros mais filmados no Rio (2025)

Top 5 bairros mais filmados no Rio (2025)



Fonte: Rio Film Commission. Elaboração: SMDE; RioFilme.

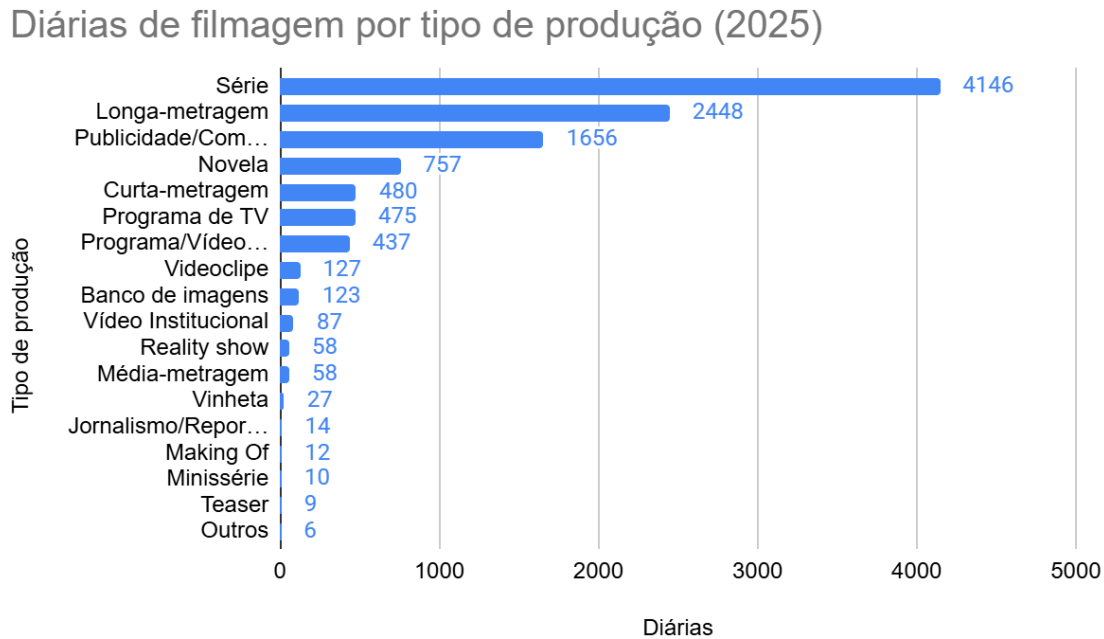
O mesmo vale para o recorte das vias mais demandadas. Ruas e avenidas como Senador Pompeu, no Centro, Avenida Infante Dom Henrique, no Flamengo, Avenida Atlântica, em Copacabana, Avenida Francisco Bhering, em Ipanema, e Rua Sacadura Cabral, na região central, aparecem entre os pontos com maior recorrência de filmagens. Isso sugere que certos eixos urbanos já se consolidaram como corredores produtivos da cidade, articulando facilidade logística, força visual e recorrência de uso.

No recorte por tipo de produção, os dados indicam um setor ao mesmo tempo diverso e fortemente estruturado em formatos de maior permanência. Em 2025, as séries lideraram em número de diárias, com 4.146, seguidas pelas longas-metragens, com 2.448, e pelas obras publicitárias, com 1.656. Novelas, curtas-metragens e outros formatos completam esse quadro, mas o dado mais importante aqui é a diferença entre quantidade de projetos e permanência em território. Em número de projetos, a publicidade aparece com forte protagonismo; em número de diárias, porém, são as séries e os longas que dominam. Isso mostra que, embora as obras publicitárias sejam numerosas, a base mais intensa da ocupação audiovisual da cidade está nas produções seriadas e cinematográficas de maior duração.

Essa diferença ajuda a entender a qualidade da atividade audiovisual no Rio. Não se trata apenas de receber muitas filmagens, mas de receber filmagens que demandam mais tempo, mobilizam mais equipes, ativam mais serviços e geram presença prolongada no território. Nesse sentido, o avanço das séries é especialmente relevante, porque aponta para uma transformação estrutural do mercado audiovisual contemporâneo e para a capacidade do Rio

de se posicionar como base de produção em um ambiente fortemente marcado pelo *streaming*.

Gráfico 25: Diárias de filmagem por tipo de produção (2025)



Fonte: Rio Film Commission. Elaboração: SMDE; RioFilme.

A presença de grandes plataformas reforça essa leitura. Em 2025, projetos ligados à Netflix, ao Globoplay e ao Disney+ tiveram destaque em número de obras e em volume de diárias, consolidando o Rio como uma cidade estratégica para a produção de conteúdos seriados e de grande alcance. A Netflix respondeu por 9 projetos e 2.393 diárias; o Globoplay, por 20 projetos e 1.163 diárias; e o Disney+, por 4 projetos e 643 diárias. Esses números mostram que o Rio não atua apenas como locação pontual, mas como base recorrente de produção para *players* centrais do mercado contemporâneo.

Entre os títulos com presença expressiva, aparecem projetos como *Fúria*, com 1.338 diárias, *SAMU*, com 694, *Os Donos do Jogo*, com 640, *Amor da Minha Vida — 2ª temporada*, com 584, e *Arcanjo Renegado — 5ª temporada*, com 172. Esses dados ajudam a dimensionar a escala de ocupação territorial das obras seriadas e o grau de continuidade que elas imprimem à atividade de filmagem na cidade.

No recorte entre produções nacionais e internacionais, a predominância das produções brasileiras permanece clara. Em 2025, elas responderam por 534 projetos e 10.433 diárias de filmagem. As produções internacionais, por sua vez, somaram 28 projetos e 497 diárias. Em 2024, o Rio já havia recebido 27 produções internacionais, responsáveis por 748 diárias.

A leitura desse conjunto de dados é importante: embora a produção nacional siga sendo a espinha dorsal da atividade audiovisual no município, a presença estrangeira mostra continuidade e diversidade, funcionando como indicador relevante da inserção internacional da cidade.

Gráf. 26: Projetos brasileiros filmados no Rio divididos por UF de origem do produtor — 2025



Fonte: Rio Film Commission. Elaboração: SMDE; RioFilme.

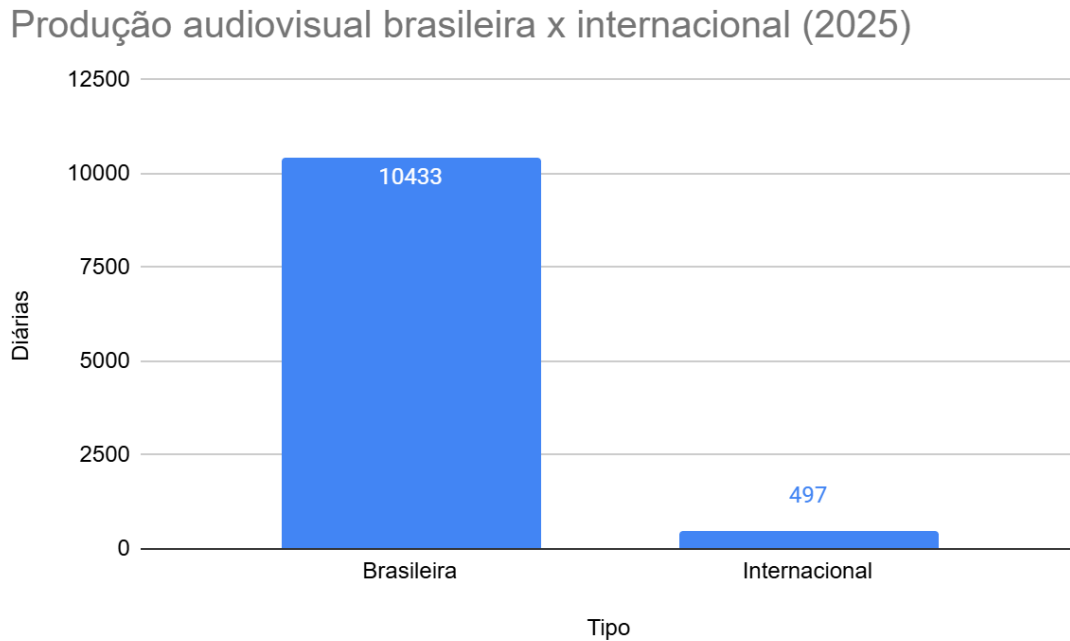
A distribuição dos projetos por unidade da federação revela a forte atração exercida pelo Rio de Janeiro sobre produções de diferentes partes do país. Em 2025, a maior parte dos projetos que filmaram na cidade tem origem no próprio Rio de Janeiro, com 359 projetos e 6.951 diárias de filmagem, o que demonstra a força da produção local e a centralidade do estado na dinâmica audiovisual nacional.

Na sequência, destaca-se São Paulo, com 150 projetos e 3.558 diárias realizadas no Rio, evidenciando a importância da cidade também para produções paulistas. As demais unidades da federação aparecem com participação mais pontual, como o Distrito Federal, com 8 projetos e 231 diárias, além de estados como Bahia, Goiás, Santa Catarina e Ceará, que também realizaram filmagens no território carioca ao longo do ano.

O conjunto dos dados mostra que o Rio de Janeiro não apenas sustenta uma produção local robusta, mas também atrai projetos de outras regiões do país, reafirmando sua posição como um dos principais territórios de filmagem do Brasil. Mais do que indicar onde se filma, esse

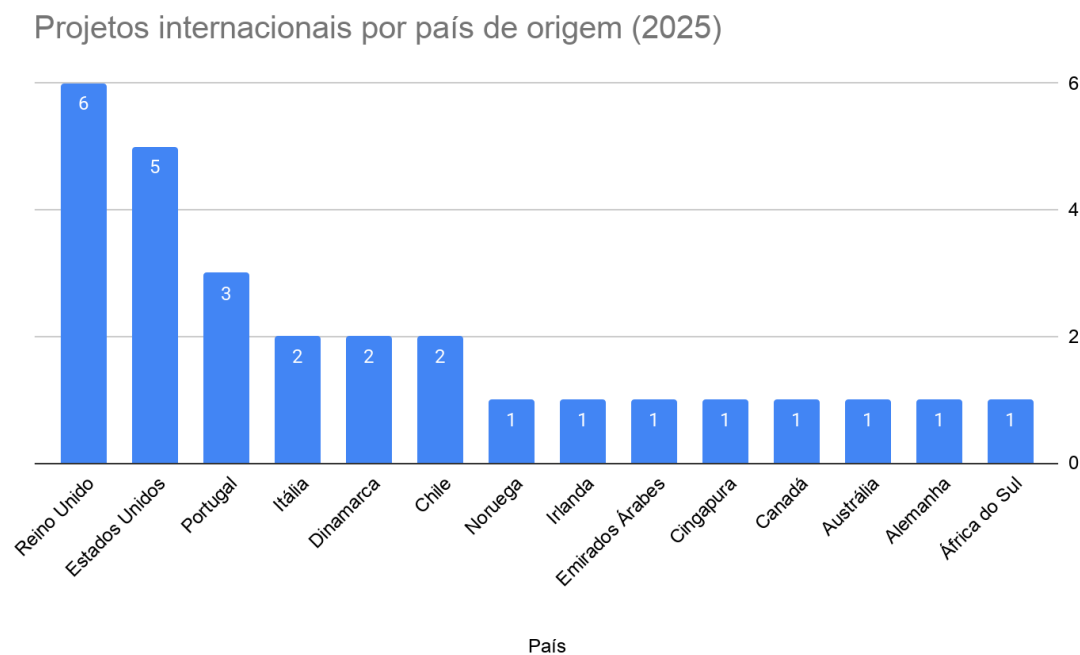
recorte evidencia quem escolhe filmar no Rio, reforçando a capacidade da cidade de receber produções de diferentes origens, portes e perfis.

Gráf. 27: Produção audiovisual brasileira x internacional (2025)



Fonte: Rio Film Commission. Elaboração: SMDE; RioFilme.

Essa inserção internacional se torna ainda mais interessante quando observada em detalhe. Em 2025, as produções estrangeiras vieram de países como Reino Unido, Estados Unidos, Itália, Chile, Portugal e Emirados Árabes Unidos, entre outros. O dado sugere que o Rio se conecta a geografias variadas de produção e não apenas ao circuito norte-americano tradicional. Também chama atenção o tipo de obra internacional atendida: há presença de programas de TV, realities, séries, vídeos web e longas-metragens, o que indica que o interesse estrangeiro pela cidade se distribui entre diferentes formatos e modelos de produção.

Gráf. 28: Projetos internacionais por país de origem (2025)

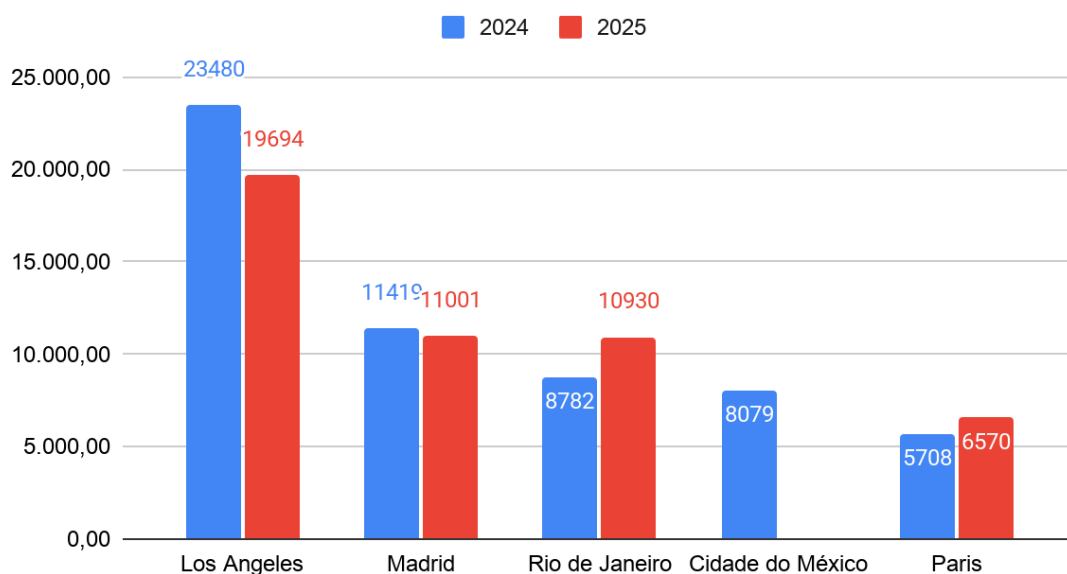
Fonte: Rio Film Commission. Elaboração: SMDE; RioFilme.

Ao longo do ano, a atividade se intensifica no segundo semestre, especialmente entre julho e outubro, acompanhando a dinâmica do setor e o calendário das grandes produções. Os resultados de 2025 reafirmam o Rio de Janeiro como uma cidade de todas as telas, ao combinar infraestrutura, diversidade de locações e capacidade institucional para atrair, atender e viabilizar produções audiovisuais de diferentes portes. Esse desempenho fortalece a economia criativa, amplia a visibilidade da cidade no Brasil e no exterior e consolida o audiovisual como vetor estratégico de desenvolvimento econômico e projeção internacional.

No plano internacional, os dados reforçam o posicionamento competitivo do Rio de Janeiro entre os grandes centros globais de produção audiovisual. Em 2024, a cidade registrou 8.782 diárias de filmagem autorizadas, superando Paris e Cidade do México e aproximando-se de Madrid. Em 2025, esse volume avançou para 10.930 diárias, confirmando a tendência de crescimento e consolidando o Rio como a cidade mais filmada da América Latina e uma das mais filmadas do mundo.

Gráf. 29: Comparação entre cidades: Diárias de Filmagem autorizadas

Comparação de Diárias entre cidades Internacionais



Fonte: Rio Film Commission. Elaboração: SMDE; RioFilme.

Observação: Em relação às 2025 não há dados da Cidade do México, porque até a publicação deste Anuário, a localidade ainda não havia divulgado os dados referentes ao ano em questão.

A presença de grandes produções e franquias internacionais, como Velozes e Furiosos X e Godzilla x Kong: O Novo Império, reforçam o papel estratégico do Rio de Janeiro como cenário e infraestrutura para conteúdos de alcance global. Ao mesmo tempo, a atuação institucional da RioFilme em mercados internacionais, com ações de promoção da cidade, reuniões com *film commissions* estrangeiras e articulações com entidades do setor, fortalece o posicionamento do Rio como território *film friendly*, competitivo e preparado para receber produções de diferentes escalas.

Nesse contexto, o mecanismo de *cash rebate* aparece como peça estratégica da política de atração. Lançado pela Prefeitura para ampliar a competitividade do Rio na disputa por grandes produções, ele se consolidou como instrumento importante de política industrial audiovisual. Entre 2022 e 2025, o mecanismo mobilizou mais de R\$ 166,5 milhões na cidade, sendo R\$ 29,1 milhões em investimento público e R\$ 138,4 milhões em recursos atraídos. O dado é eloquente: para cada R\$ 1 investido pelo município, cerca de R\$ 4,75 foram mobilizados. Mais do que incentivo financeiro, trata-se de uma ferramenta de indução econômica, capaz de atrair produções, ampliar a contratação de serviços locais, movimentar profissionais e fortalecer a cadeia produtiva.

Também é importante notar que a operação da *film commission* se ancora numa capacidade interinstitucional que nem sempre aparece de forma visível nos números agregados. A

realização de filmagens em uma metrópole como o Rio depende de articulação com diferentes órgãos, áreas e esferas de gestão. Essa coordenação, fundamental para o bom funcionamento do sistema, é um dos elementos que ajudam a explicar a capacidade da cidade de sustentar números elevados de projetos e diárias ao longo do ano.

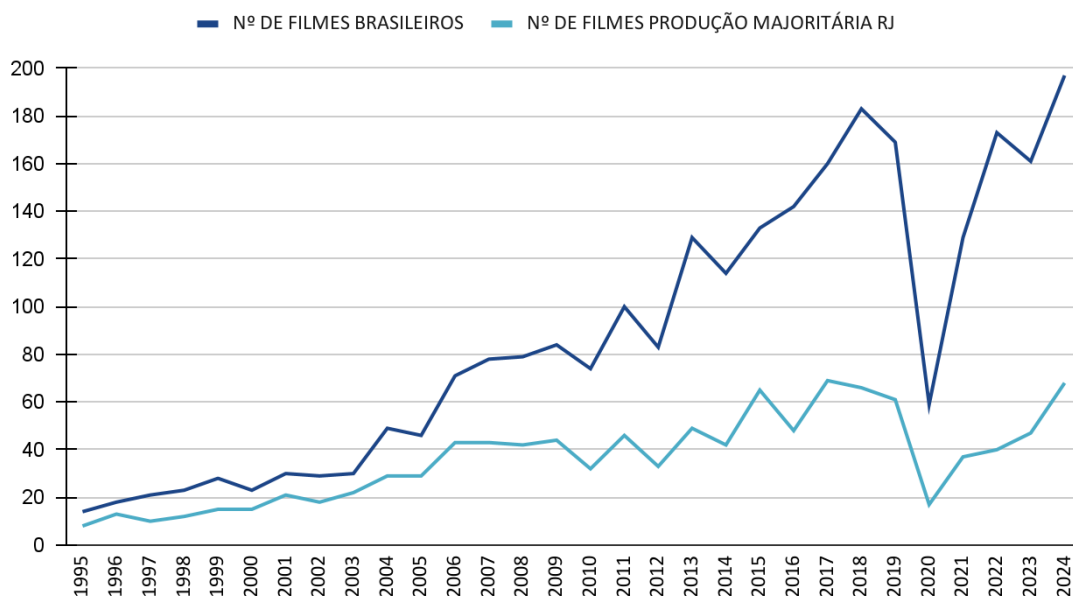
Os resultados de 2025 reafirmam, assim, o Rio de Janeiro como uma cidade de todas as telas. Mais do que cenário, o município se consolida como ambiente de produção: um território que combina infraestrutura, diversidade de locações, espessura cultural, repertório urbano, escala operacional e capacidade institucional para atrair, atender e viabilizar obras audiovisuais de diferentes formatos. Esse desempenho fortalece a economia criativa, amplia a visibilidade do Rio no Brasil e no exterior e consolida o audiovisual como vetor estratégico de desenvolvimento econômico, geração de trabalho e projeção internacional da cidade.

5. O IMPACTO DA PRODUÇÃO CINEMATOGRAFICA FLUMINENSE NO MARKET SHARE DO CINEMA NACIONAL

Dados da Ancine mostram que o número de títulos brasileiros se expandiu progressivamente entre 1995, quando apenas 14 títulos foram lançados, até atingir o valor máximo de 183 filmes em 2018. Com a chegada da pandemia da Covid-19 e as medidas de distanciamento social, o número de lançamentos caiu para 59 em 2020, com a recuperação gradativa até atingir o número de 197 títulos lançados em 2024.

Os filmes de produção majoritária⁶ no estado do Rio de Janeiro seguiram a mesma tendência, com aumento de lançamentos até 2017, quando se atingiu o maior número, 69 títulos. Em 2024, o estado quase alcançou o mesmo patamar, lançando 68 filmes (Gráfico 30).

Gráf. 30: Evolução do Número de Títulos Brasileiros Lançados: 1995 - 2024



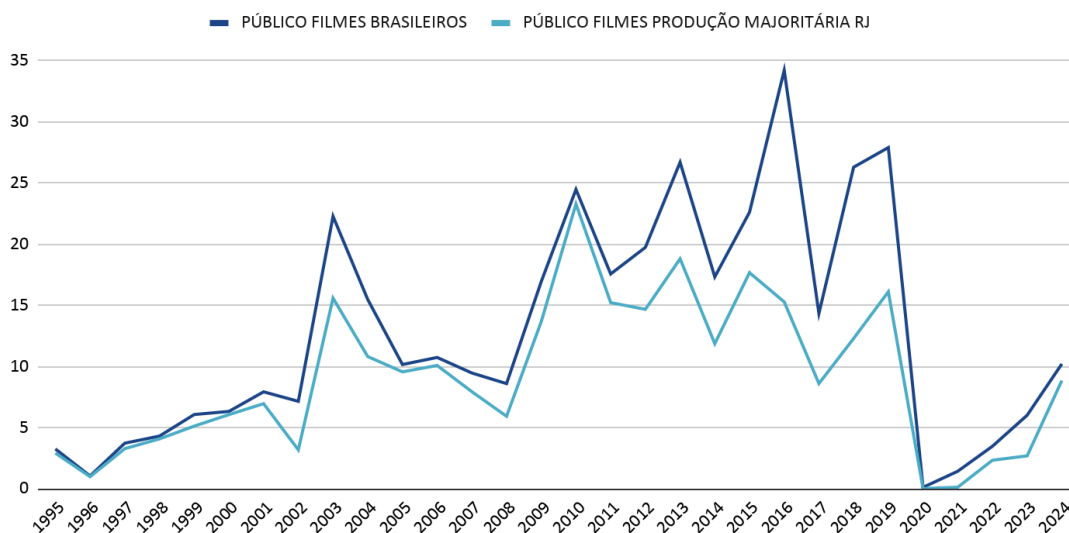
Fonte: Ancine. Elaboração: SMDE; RioFilme.

⁶ A Empresa Produtora Majoritária é a empresa produtora brasileira com maior percentual de cota patrimonial de acordo com dados disponíveis no campo Produtor do Certificado de Produto Brasileiro (CPB).

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

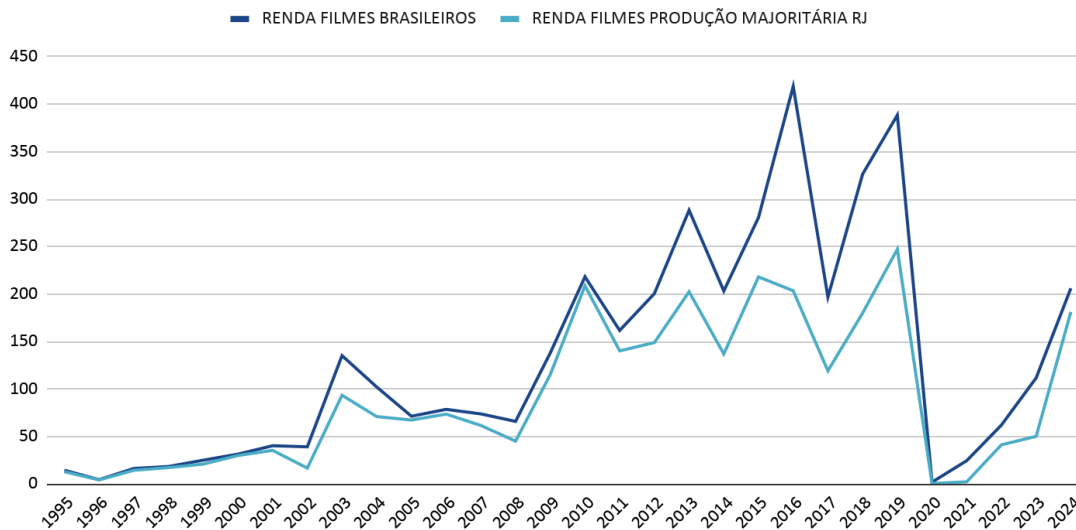
Os Gráficos 31 e 32, analisados em conjunto, mostram uma trajetória de crescimento do público e da renda do cinema nacional desde 1995 até 2003, ano em que o público total atingiu 22,3 milhões e a renda de mais de R\$ 135 milhões. No ano de 2003 foram lançados sete filmes que ultrapassaram a marca de um milhão de espectadores, sendo que desses sete, cinco são de produção majoritária no estado do Rio de Janeiro.

Gráf. 31: Evolução do Público de Filmes Brasileiros: 1995 — 2024
(em milhões de pessoas)



Fonte: Ancine. Elaboração: SMDE; RioFilme.

Gráf. 32: Evolução da Renda dos Filmes Brasileiros: 1995 — 2024
(em milhões de reais*)



* Em valores de maio/2024, deflacionado pelo IPCA.

Fonte: Ancine. Elaboração: SMDE; RioFilme.

Seguindo a linha histórica, os dados mostram alguns picos de público e renda nos anos de 2010, 2013, 2016 e 2019. No ano de 2016, o cinema brasileiro atingiu o seu maior público, de 34,2 milhões, com renda acumulada de R\$ 418,7 milhões.

Em relação à evolução do público e da renda de filmes de produção majoritária no Rio de Janeiro, o pico no total de público e de renda ocorreu em 2010, quando o público de filmes de produção fluminense atinge 24,4 milhões de espectadores e a renda chega a R\$ 218 milhões. Nesse ano foram lançados cinco filmes que alcançaram a marca de um milhão de espectadores, sendo que o filme “Tropa de Elite 2” teve 11,1 milhões de espectadores e renda acumulada de R\$ 103,5 milhões. De 2011 a 2019, o público de filmes de produção majoritária no Rio de Janeiro oscilou bastante, com a média de 14,5 milhões de público e R\$ 177,5 milhões de renda anual, com participações de 65% do público e 40,5% da renda de filmes nacionais durante o período. Com a chegada da Covid-19, a produção de filmes foi paralisada e as salas de cinema foram fechadas por um longo período. O público do cinema nacional chegou ao seu menor patamar, de 141 mil. É provável que os dados sejam referentes ao 1º trimestre de 2020, quando as atividades de exibição ainda estavam em funcionamento. Nesse ano, o público e a renda de filmes de produção majoritária no Rio de Janeiro corresponderam a apenas 31% e 33% dos totais de público e renda de filmes brasileiros.

Entre 2021 e 2023, o volume de público e da renda do cinema nacional ficou muito abaixo dos patamares atingidos nas duas primeiras décadas dos anos 2000, mas a recuperação

ocorreu em 2024. De acordo com dados abertos da Ancine, dos 463 filmes brasileiros lançados entre 2021 e 2023, apenas um filme “Minha irmã e eu”, conseguiu alcançar a marca de um milhão de espectadores, e somam, em conjunto, um público de 10,9 milhões de pessoas.

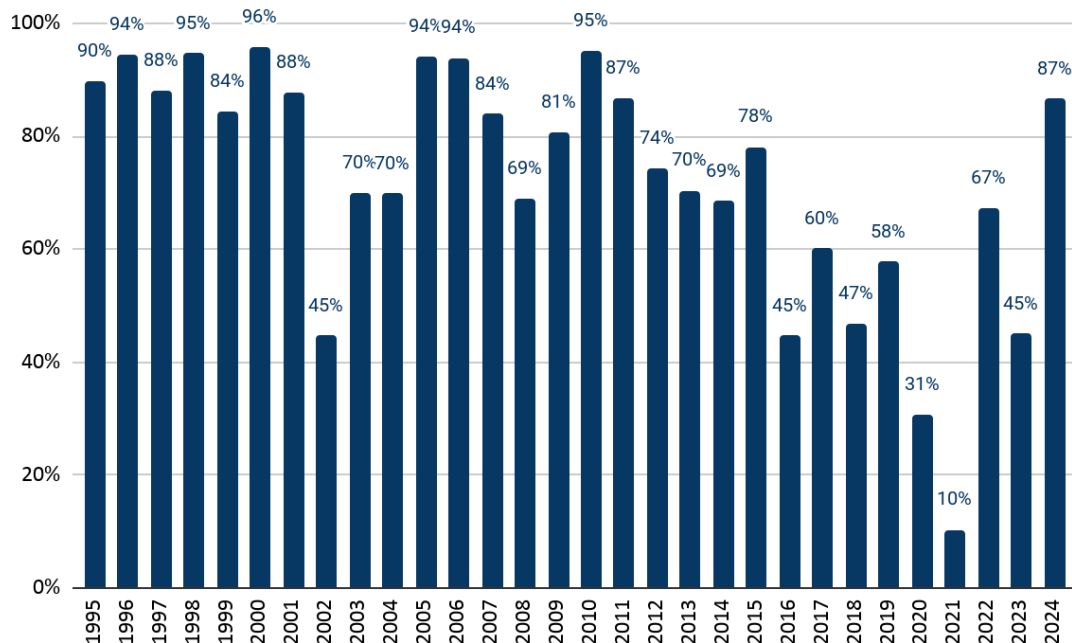
Já em 2024, os 192 títulos lançados, somam 10,2 milhões de espectadores, sendo que “Ainda Estou Aqui”, só em 2024, alcançou quase 3 milhões de espectadores, sendo assistido por mais de 5,7 milhões de pessoas. Outros quatro filmes “Os Farofeiros 2”, “Nosso Lar 2 - Os Mensageiros”, “Minha Irmã e Eu” e “O Auto da Compadecida”, estes dois últimos apoiados pelo *Cash Rebate* da Riofilme, ultrapassaram 1 milhão de espectadores em 2024. O público acumulado de “O Auto da Compadecida” ultrapassou 4,2 milhões de espectadores nos anos seguintes e “Minha Irmã e Eu” chegou a 2,2 milhões. O crescimento de 2024, se comparado a 2023, chega a 69,5%.

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

Os Gráficos 33 e 34 apresentam a participação do público e da renda nos filmes de produção majoritária no Rio em relação ao total do cinema brasileiro. Na média do período da retomada (1995 - 2024), a produção carioca foi responsável por 71% do público e 70% da renda do cinema brasileiro.

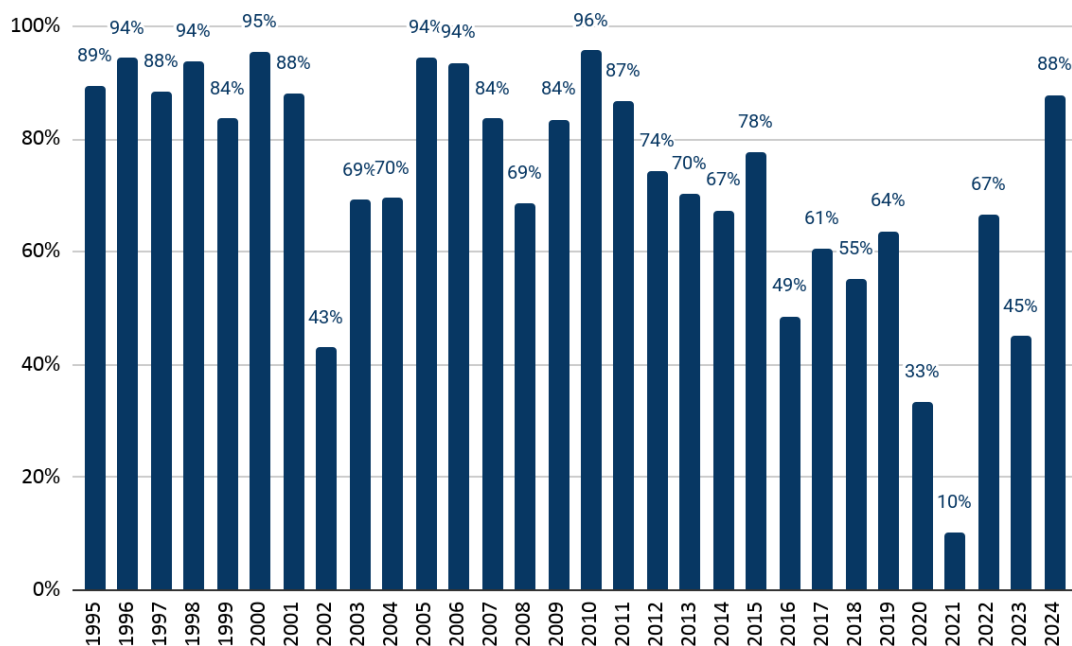
É possível perceber ainda que em alguns anos, como em 1996, 1998, 2000, 2005, 2006 e 2010, essa participação superou 90%, atingindo o seu ápice em 2010. Nesse ano, o público de filmes de produção majoritária no Rio de Janeiro correspondeu a 95,7% do público total de filmes brasileiros, e a renda 95,1%. Em 2024, esse percentual voltou a ser muito alto, atingindo 87% do público e 88% da renda.

Gráf. 33: Participação de Filmes de Produção Majoritária do Rio de Janeiro no Público dos Filmes Brasileiros



Fonte: Ancine. Elaboração: SMDE; RioFilme.

Gráf. 34: Participação de Filmes de Produção Majoritária do Rio de Janeiro na Renda dos Filmes Brasileiros



Fonte: Ancine. Elaboração: SMDE; RioFilme.

A Tabela 8 apresenta o *ranking* de filmes por bilheteria (renda deflacionada). As linhas marcadas em azul claro são filmes de produção majoritária do estado do Rio de Janeiro. Os três primeiros colocados são filmes de produção fluminense, “Tropa de Elite 2”, lançado em 2010, foi exibido em 763 salas, com público de 11,1 milhões e bilheteria de R\$ 224,2 milhões. O segundo colocado, “Minha Mãe é uma Peça 3”, lançado nove anos depois, foi exibido num número bem maior de salas, 1815, e obteve público e renda bem próximos ao “Tropa de Elite 2”, de 11 milhões e R\$ 221,2 milhões.

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

O 4º e o 5º colocados, “Os Dez Mandamentos”, e “Nada A Perder”, foram produzidos em São Paulo. Esses dois filmes foram alvo de polêmicas, como a suposta distribuição de ingressos por Igrejas.⁷

⁷ <https://oglobo.globo.com/cultura/filmes/sucesso-de-bilheteria-filme-sobre-edir-macedo-tem-salas-vazias-22539322>

Tabela 8: Top 20 Filmes com Maior Bilheteria

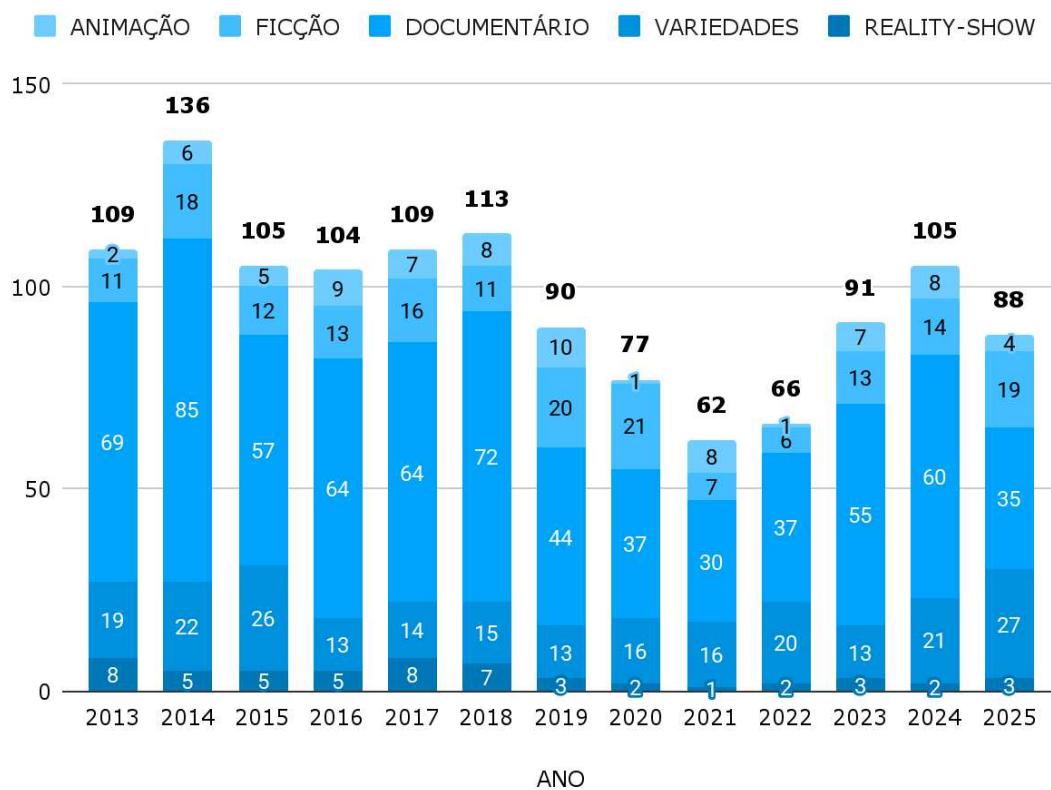
Ranking	Ano de Lançamento	Título	UF	Máximo de Salas	Público acumulado	Renda acumulada (em milhões)	% Público de filmes brasileiros	% Renda de filmes brasileiros
1	2019	Minha Mãe É Uma Peça 3	RJ	1.910	10.979.552	169.916.651,63	39,34%	43,74%
2	2016	Minha Mãe É Uma Peça 2	RJ	1.217	9.235.798	124.695.648,82	26,99%	29,78%
3	2018	Nada A Perder	SP	1.161	12.184.373	120.992.794,00	46,32%	37,07%
4	2016	Os Dez Mandamentos - O Filme	SP	1.127	11.305.479	116.833.026,88	33,03%	27,90%
5	2010	Tropa De Elite 2	RJ	763	11.146.723	103.461.153,74	45,52%	47,38%
6	2018	Minha Vida Em Marte	RJ	925	5.235.611	81.121.591,25	19,90%	24,85%
7	2024	Ainda Estou Aqui	RJ	958	2.968.398	64.698.429,60	29,01%	31,37%
8	2019	Nada A Perder 2	SP	1.028	6.189.465	59.750.402,00	22,18%	15,38%
9	2012	De Pernas Pro Ar 2	RJ	718	4.846.273	50.312.134,36	24,53%	25,07%
10	2013	Minha Mãe É Uma Peça	RJ	512	4.604.813	49.567.232,08	17,24%	17,19%
11	2009	Se Eu Fosse Você 2	RJ	315	5.787.244	47.624.137,00	34,12%	34,48%
12	2015	Loucas Pra Casar	RJ	604	3.726.547	45.688.069,53	16,47%	16,28%
13	2013	Até Que A Sorte Nos Separe 2	SP	778	3.978.191	45.274.441,66	14,90%	15,70%
14	2023	Minha Irmã E Eu	SP	1925	2.285.860	43.666.630,52	8,56%	15,14%
15	2015	Até Que A Sorte Nos Separe 3	SP	819	3.335.670	42.263.286,12	14,74%	15,06%
16	2015	Vai Que Cola - O Filme	RJ	651	3.307.837	41.803.908,21	14,62%	14,89%
17	2017	Fala Sério, Mãe!	RJ	696	2.911.611	38.831.048,25	20,28%	19,71%
18	2018	Os Farofeiros	RJ	725	2.604.733	36.821.637,00	9,90%	11,28%
19	2005	2 Filhos De Francisco: A História De Zezé Di Camargo E Luciano	RJ	329	5.319.677	36.728.278,00	52,26%	51,34%
20	2010	Nosso Lar	RJ	445	4.085.377	36.448.797,66	16,68%	16,69%

Fonte: Ancine. Elaboração: SMDE; RioFilme.

Séries independentes cariocas para TV e streaming

Além dos filmes de longa-metragem, a produção de obras seriadas responde por uma parcela significativa da produção independente carioca como pode se depreender das informações relativas à emissão de Certificado de Produto Brasileiro fornecidas pela ANCINE, compiladas no Gráfico 35.⁸

Gráf. 35: Obras seriadas independentes cariocas por tipos de produção



Fonte: Ancine. Elaboração: SMDE; RioFilme.

⁸ <https://dados.gov.br/dados/conjuntos-dados/obras-nao-publicitarias-brasileiras-registradas-na-ancine>

No período de 2013 a 2024, as entregas de produções independentes cariocas para TV e *streaming* apresentaram variações significativas. Entre 2013 e 2018 foram produzidas uma média de 96 séries independentes cariocas por ano, com destaque para 2014 com 136.

A partir de 2019, observa-se uma queda consistente na quantidade de obras, atingindo seu ponto mais baixo em 2021 e 2022. Esse movimento pode ser associado tanto aos efeitos da pandemia de Covid-19 — que impactou diretamente a produção audiovisual — quanto ao encolhimento da base de assinantes da TV Paga.

Nos anos mais recentes, especialmente a partir de 2023, há sinais de retomada, ainda que os números permaneçam abaixo do pico observado antes da pandemia. Essa recuperação indica uma reativação gradual do setor, possivelmente impulsionada pela reorganização das políticas públicas e pela retomada dos investimentos no mercado audiovisual, assim como pelo crescimento do *streaming* no país.

A análise dos dados reforça a sensibilidade da produção independente às condições estruturais de financiamento e ao ambiente econômico, evidenciando que períodos de maior estabilidade e investimento resultam em aumento significativo da produção, enquanto momentos de crise geram retração imediata no volume de obras realizadas.

Prefeito
Eduardo Cavaliere

Secretário de Cultura
Lucas Wosgrau Padilha

Secretário de Desenvolvimento
Econômico
Osmar Lima

Diretor-Presidente da Riofilme
Leonardo Edde

Presidente da Riotur
Bernardo Fellows

Subsecretário de
Desenvolvimento
Econômico e Inovação
Marcel Grillo Balassiano

Diretor de Investimentos da
RioFilme
Maurício Hirata Filho

Coordenador da Rio Film
Commission
Daniel Celli

Diretora de Planejamento e
Marketing da Riotur
Renata Paes Leme

Chefe de Gabinete da SMC
Vanessa Leme

Organização

Marcel Grillo Balassiano
Maurício Hirata Filho

Equipe Econômica da Subsecretaria de Desenvolvimento Econômico e Inovação (SMDE/SUBDEI)

João Gabriel Garcez
Luiza Szczerbacki Castello Branco
Maíra Penna Franca
Manoel Tabet Soriano
Otávio O. Bopp
Perla Rocha do Nascimento
Wesley Teixeira

Equipe Técnica Responsável (RioFilme)

Carolina Ribeiro

Apoio técnico

Victoria Grynberg Soares de Araujo
Patricia Paiva Neves Frade Da Cruz
Hanna Andrade
Lisa Sobreira
Lara Abrantes

Coordenadora de Comunicação (SMDE)

Janaína Salles

Coordenadora de Comunicação e Imprensa (SMC)

Paula Justa

Assessora de Comunicação (SMDE)

Nathalia Leite

Assessora de Imprensa (Riotur)

Letícia Motta

Assessor de Imprensa (SMC)

André Boudon

Diagramação (Riotur)

Daniel Brick

Suellen Machado



P R E F E I T U R A



Desenvolvimento
Econômico



Cultura

